BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah merupakan suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam. Kehadiran Bank Syariah ternyata tidak hanya dilakukan oleh masyarakat muslim, akan tetapi juga bank milik non muslim. Sama halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga menawarkan nasabah dengan beragam produk perbankan. Hanya saja bedanya dengan bank konvensional adalah dalam hal penentuan harga, baik terhadap harga jual maupun belinya. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat Islami, termasuk dalam pemberian pelayanan kepada nasabah. Kegiatan usaha yang utama dari suatu bank adalah penghimpunan dan penyaluran dana. Penyaluran dana dengan tujuan untuk memperoleh penerimaan akan dapat dilakukan apabila dana telah dihimpun. Penghimpunan dana dari masyarakat perlu dilakukan dengan cara-cara tertentu sehingga efisien dan dapat disesuaikan dengan rencana penggunaan dana tersebut.[1]

Dari sudut pandang analisis konsumen, strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah desain implementasi, dan kontrol rencana untuk memengaruhi pertukaran demi mencapai tujuan organisasi. Dalam pasar konsumsi, strategi pemasaran biasanya didesain untuk meningkatkan

[1] Rida Faiqah, Analisis Strategi Pemasaran KPRS di Bank Muamalat Cabang Kudus, *Jurnal Iqtishadia*, No. 2, Vol. 6 (September 2013), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemungkinan konsumen atas rasa memiliki perasaan dan pikiran yang condong terhadap produk, jasa, dan merek tertentu, dan mereka akan mencoba dan membeli secara ulang. Strategi pemasaran melibatkan pengembangan dan penyajian motivasi pemasaran secara langsung pada target terpilih untuk memengaruhi hal yang mereka pikirkan, cara mereka merasa, dan yang hal mereka lakukan. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus dikembangkan, diimplementasikan, dan diubah berdasarkan penelitian dan analisis konsumen.[2]

Dalam buku Marketing Bank Syariah karangan Hasan integrasi konsep pemasaran yang dimaksud yakni[3]: (1) Konsep Produksi, memusatkan pada perhatian usaha-usaha untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi. Konsumen menyukai produk yang tersedia dibanyak tempat dan terjangkau oleh kemampuan finansialnya, (2) Konsep Produk, dikembangkan atas dasar keinginan konsumen, realitas pasar menunjukkan bahwa konsumen menyukai produk yang berkualitas dan *prestise* yang baik, (3) Konsep Penjualan, mengacu pada konsep *good selling service*, yaitu kemampuan melayani pelanggan dengan baik dan purnajual, *seller* semacam ini membuka kesempatan menjual di masa depan. Dalam praktik bisnis, konsumen hanya akan membeli produk dari perusahaan yang menyediakan waktu dan tenaga untuk melayani dengan baik, (4) Konsep Kemasyarakatan, konsep ini meyakini bahwa tugas perusahaan adalah

[2] J. Paul peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 12.
[3] Ali Hasan, SE., M.M. *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 17-18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta mempertahankan kesejahteraan perusahaan, (5) Konsep Pemasaran Hubungan, merupakan praktik untuk membangun hubungan jangka panjang yang memuaskan mitra bisnis seperti pelanggan, pemasok, penyalur, untuk hubungan bisnis dalam jangka waktu yang panjang. Hasil pemasaran hubungan yang paling utama untuk pengembangan jaringan pemasaran.

Bagi masyarakat Indonesia rumah merupakan cerminan dari pribadi manusianya, baik itu secara perorangan maupun dalam suatu kesatuan dan kebersamaan dengan lingkungan alamnya. Permasalahan perumahan dan pemukiman merupakan sebuah isu utama yang selalu menjadi primadona dari dulu hingga sekarang. Permasalahan perumahan dan pemukiman merupakan sebuah permasalahan yang berlanjut dan bahkan akan terus meningkat, seirama dengan pertumbuhan penduduk, dinamika kependudukan, dan tuntutan-tuntutan sosial ekonomi yang makin berkembang. Karena itu, usaha untuk mendapatkan rumah saat ini tidak hanya dilakukan secara tunai, tetapi juga dengan kegiatan pembiayaan. KPR (Kredit Pemilikan Rumah) merupakan salah satu jenis layanan yang diberikan bank kepada para nasabah yang berharap mendapatkan pelayanan untuk mendapatkan pinjaman dalam pemberian pembiayaan perumahan. KPR muncul karena adanya kebutuhan yang tinggi dikalangan masyarakat untuk dapat memiliki rumah tanpa diimbangi dengan peningkatan daya beli di masyarakat. KPR sendiri pada awalnya merupakan salah satu produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dikeluarkan oleh bank konvensional. Akan tetapi, seiring dengan berkembangnya juga banyak dilakukan oleh perbankan syariah.[4]

Di sisi lain pemerintah berkewajiban untuk melaksanakan pembangunan perumahan dengan jumlah kebutuhan akan rumah yang terus meningkat dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat yang berpenghasilan rendah dengan tetap memperhatikan persyaratan umum bagi pembangunan rumah yang sehat, layak dan aman. Maka dari itu pemerintah melalui perbankan merencanakan program pembiayaan murah yang memang ditujukan bagi masyarakata berpenghasilan rendah, yaitu dengan menggunakan program Fasilitas Likuiditas Penyaluran Perumahan (FLPP) atau KPR bersubsidi dari Kementerian Perumahan Rakyat (KEMENPERA).

Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah bersubsidi merupakan produk yang dimiliki oleh BTN Syariah, yang dikenal dengan "KPR BTN Sejahtera Tapak iB". Kriteria rumah bersubsidi yaitu Luas Tanah kurang dari 60 M^2, Luas Bangunan tidak sama dengan 36 M^2 , air sehat sama dengan air sumur, dan Listrik 900 KW.[5] Syarat-syarat rumah MBR yaitu suku bunga rendah dan cicilan ringan dan tetap sepanjang jangka waktu kredit, dan beberapa keunggulan seperti suku bunga 5 % fixed sepanjang jangka waktu pembiayaan, proses cepat dan mudah, uang muka mulai dari 5 % - 10 %, jangka waktu maksimal sampai dengan 20

[4] Mohamad Heykal, "Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah Pada Bank Syariah di Indonesia Studi Pendahuluan", *Jurnal Binus Business Review*, No. 2, Vol. 5 (November), 1.
[5] I Made Bintang Wiryawan, *Financing Service and Account Officer*, Wawancara, Sidoarjo, 21 November 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun, perlindungan asuransi jiwa dan asuransi kebakaran, memiliki jaringan kerjasama yang luas dengan developer di seluruh wilayah indonesia. Syarat-syarat pengajuan KPR bagi MBR yaitu:[6]

1. WNI dan berdomisili di Indonesia
2. Telah berusia 21 tahun atau telah menikah
3. Pemohon maupun pasangan (suami/istri) belum memiliki rumah dan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah
4. Gaji/penghasilan pokok tidak melebihi:
   a. Rp 4 juta untuk Rumah Sejahtera Tapak
   b. Rp 7 juta untuk Rumah Sejahtera Susun
   c. Atau maksimal gaji/penghasilan pokok sesuai ketentuan pemerintah
5. Memiliki masa kerja atau usaha minimal 1 tahun
6. Memiliki NPWP dan SPT Tahunan pph orang pribadi sesuai perundang-undangan yang berlaku
7. Menandatangani Surat Pernyataan di atas materai

KPR bersubsidi ini dapat membantu masyarakat berpenghasilan rendah atau menengah kebawah untuk mendapatkan rumah milik mereka sendiri, program KPR bersubsidi merupakan program rumah murah sehingga pemerintah dalam memenuhi kebutuhan akan rumah bagi masyarakat berpenghasilan rendah ini pemerintah memberikan subsidi dengan cara bekerjasama dengan bank pelaksana program ini yang ada di

[6] KPR BTN Subsidi dalam www.btn.co.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indonesia untuk memberikan pembiayaan dengan uang muka dan cicilan yang ringan serta margin yang rendah dan tetap selama masa pengembalian pembiayaan.

Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah merupakan unit usaha syariah milik Bank Tabungan Negara (BTN) konvensional merupakan salah satu bank pelaksana yang ikut mendukung program FLPP yang dicanangkan oleh KEMENPERA dan mendapatkan penghargaan Bank Syariah Terbaik Pertama menurut KEMENPERA yang sukses melaksanakan program KPR Syariah bersubsidi yang ditujukan bagi masyarakat berpenghasilan rendah atau masyarakat menengah bawah untuk memiliki rumah sebagai tempat bernaung yang layak.

Berdasarkan kondisi demikian, maka keberhasilan dalam menyalurkan pembiayaan KPR bersubsidi salah satunya ditentukan oleh pemasaran. Dan yang akhirnya memotivasi penulis untuk lebih jauh mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang diterapkan BTN Syariah bersubsidi ini agar tersalurkan serta dapat dinikmati dengan baik oleh masyarakat berpenghasilan rendah untuk memiliki rumah layak milik mereka sendiri. Maka dari itu, penulis ingin melakukan penelitian mengenai hal tersebut yang dituangkan dalam penulisan sebuah skripsi yang berjudul: **"STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN KPR SYARIAH BERSUBSIDI BAGI MASYARAKAT BERPENGHASILAN RENDAH DI PT BTN SYARIAH KANTOR CABANG SURABAYA PERIODE 2013-2016"** .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dari latar belakang di atas, oleh karena itu penulis perlu untuk mengidentifikasi yang terjadi pada isi kandungan penelitian yang dilakukan agar dapat menemukan jawaban atas permasalahan tersebut. Pada Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) merupakan salah satu program pemerintah untuk meringankan bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah ingin memiliki rumah. Melalui perbankan calon nasabah diberikan banyak kemudahan dan keringanan dalam mengajukan pembiayaan KPR yang bersubsidi dibandingkan dengan KPR non subsidi. Maka dapat ditarik beberapa masalah dalam penerapan KPR bersubsidi yang cenderung tidak mencapai target yaitu: [7]

1. Sulitnya menyediakan uang muka bagi MBR yaitu 5 % - 10 %
2. Lokasi rumah subsidi berada di pinggiran kota
3. Sulitnya mencari lahan yang mudah terjangkau dari sisi ekonomisnya untuk dibangun perumahan yang bersubsidi.

Berdasarkan kondisi tersebut yang akhirnya mempengaruhi penyaluran KPR bersubsidi yang cenderung tidak mencapai target. KEMENPERA merupakan pelaksana program sejuta rumah rakyat dan penyedia 603.516 rumah murah untuk masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) pada 2015. Namun pelaksanaannya diperpanjang hingga 2016 akibat beragam hambatan pembiayaan dan pengadaan lahan. Pemerintah

[7] I Made Bintang Wiryawan, *Financing Service and Account Officer*, Wawancara, Sidoarjo, 21 November 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengantongi anggaran Rp 5,1 triliun untuk pelaksanaan program. Namun, dana tersebut sudah terserap habis pada juli 2015 untuk membiayai sekitar 76 ribu rumah MBR. Sebab kehabisan dana, skema pembiayaan lain akan disusun dan program dilanjutkan pada tahun anggaran 2016 dengan menggunakan pola subsidi selisih angsuran atau selisih bunga (SSB). Pada 2016, pemerintah telah menganggarkan dana sebesar Rp 9,27 triliun untuk KPR FLPP dan subsidi selisih suku bunga sebesar Rp 2 triliun dan bantuan uang muka (BUM) sebesar Rp 1,2 triliun dari APBN. [8]

Dari masalah tersebut dapat mengganggu sebuah proses pemasaran perumahan yang bersubsidi dilakukan bank pelaksana yaitu dalam hal ini pada BTN Syariah untuk meningkatkan penyaluran KPR bersubsidi yang diperuntukkan bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

Batasan masalah di atas yaitu untuk menghindari meluasnya pembahasan pada penelitian ini yang dilakukan oleh penulis, jadi penulis membatasi masalah penelitian ini agar tetap fokus dan terarah pada permasalahan yang akan dibahas atau diteliti agar dapat mencapai hasil yang sangat diharapkan. Batasan masalah yang dimaksud yaitu strategi pemasaran yang diterapkan oleh BTN Syariah terhadap pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada masyarakat yang berpenghasilan rendah, pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada BTN Syariah tahun 2013-2016

[8] Sonia Fitri, Kemenpupera: "Program Sejuta Rumah Rakyat Lanjut pada 2016", dalam https:// m.republika.co.id, diakses pada 11 September 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan KPR Syariah bersubsidi.

C. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi pada penelitian ini dapat diajukan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh BTN Syariah KC Surabaya terhadap pembiayaan KPR Syariah bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah?
2. Bagaimana perkembangan pembiayaan KPR Syariah bersubsidi di BTN Syariah pada periode tahun 2013-2016 (secara umum)?
3. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi BTN Syariah KC Surabaya dalam proses pemasaran KPR Syariah bersubsidi?

D. Kajian Pustaka

Pembahasan yang terkait pada penelitian ini, di mana isi dari penelitian ini dapat merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait dalam strategi pemasaran pembiayaan KPR Syariah bersubsidi tersebut seperti halnya di susun oleh:

1. Rida Faiqoh (2013)[9]

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana strategi pemasaran KPR Syariah yang dilakukan oleh Bank Muamalat Cabang

[9] Rida Faiqah, Analisis Strategi Pemasaran KPRS di Bank Muamalat Cabang Kudus, *Jurnal Iqtishadia*, No. 2, Vol. 6 (September 2013)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kudus dan kendala yang di hadapi, tulisan ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan data skunder yang diambil melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa Bank Muamalat memberikan informasi di berbagai media massa baik cetak (surat kabar harian atau majalah) maupun elektronik (radio dan televisi). Bank Muamalat juga melakukan penempatan iklan pada media luar ruang (*billboard*) yang dianggap cukup efektif dalam proses sosialisasi.

Kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank Muamalat Cabang Kudus adalah kendala dari pemasaran produk KPR Syariah di Bank Muamalat Cabang Kudus yaitu pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap bank syariah dalam hal ini adalah KPR Syariah dan banyaknya pesaing dari bank lain sehingga menjadikan nasabah lebih banyak pilihan.

Sementara penelitian penulis, tulisan ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder dengan teknik penelitian lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Dari analisis tersebut penulis mendapatkan hasil dimana dalam penerapan KPR bersubsidi bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah cenderung tidak mencapai target karena beberapa kendala yang mengakibatkan mengganggu sebuah proses pemasaran perumahan bersubsidi yang dilakukan bank pelaksana yaitu BTN Syariah untuk meningkatkan penyaluran KPR bersubsidi yang diperuntukkan bagi masyaraakat berpenghasilan rendah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Irfandi Mardi Putra (2014)[10]

Penelitian ini dilakukan pada salah satu perbankan syariah di kota Surabaya yakni BNI Syariah Cabang Surabaya Dharmawangsa, dengan metode yang dilakukan yakni *Content Analysis* yang didasarkan pada data hasil wawancara dan juga sumber data tertulis. Di mana hasil studi menunjukkan bahwa, dalam memasarkan produk perbankan syariah mengutamakan prinsip *relationship* dan juga layanan *service excellent* tanpa membedakan nasabah tersebut dari agama, suku, dan ras dengan berlandaskan prinsip syariah. Di mana kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) dan *Product Differentiation*, merupakan salah satu faktor yang menentukan produk yang ditawarkan mampu bersaing dengan para pesaing di pasar bisnis yang sama.

Di tengah kondisi perekonomian global yang saat ini menggunakan sistem liberal di mana krisis ekonomi telah merambah di berbagai negara Eropa maupun Amerika. Sistem ekonomi Islam atau sering dikenal dengan *Islamic Economic System* merupakan jalan keluar dari krisis ekonomi yang melanda sebagian besar negara-negara didunia. Di dalam keuangan perbankan syariah memiliki prinsip *almudhārabah, ba'i al murābahah, al ijārah, al wakālah, ba'i as salam, al qardh* di mana sistem tersebut dapat diterapkan dalam lembaga-lembaga keuangan.

[10] Irfandi Mardi Putra, ''Strategi Pembiayaan Kepemilikan Rumah Bank Syariah Studi Kasus PT. BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa'', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen,* No. 12, Vol. 3 (2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sementara penelitian penulis, tulisan ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder dengan teknik penelitian lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Dari analisis tersebut pemasaran harus menerapkan konsep yang terintegrasi (terpadu) dalam mempertajam pasar sasaran. Integrasi konsep pemasaran yang dimaksud yakni konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep kemasyarakatan, dan konsep pemasaran hubungan.

3. Mohamad Heykal (2014)[11]

Penelitian ini dilakukan dengan mempergunakan metode deskriptif dan pengamatan awal. Penelitian berusaha untuk mendapatkan data laporan keuangan 11 (sebelas) bank umum syariah yang ada di Indonesia. Sebelas bank umum syariah tersebut adalah PT Bank Syariah Muamalat Indonesia, PT Bank Mandiri Syariah, PT Bank Syariah Mega Indonesia, PT bank Syariah BRI, PT bank Syariah Banten, PT Bank Syariah BNI, PT Maybank Indonesia Syariah.

Selain itu, penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada para pegawai yang ada di bank syariah, terutama para pegawai bagian pemasaran. Kuisioner tersebut telah disebarkan kepada beberapa bank syariah antara lain PT Bank Muamalat, PT Bank Jabar Banten Syariah, PT BPD Jogja Unit Usaha Syariah, PT BTN Unit Usaha Syariah, dan PT BNI Syariah.

[11] Mohamad Heykal, "Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah Pada Bank Syariah di Indonesia Studi Pendahuluan", *Jurnal Binus Business Review*, No. 2, Vol. 5 (November)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sementara penelitian penulis, tulisan ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder dengan teknik penelitian lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Dari analisis tersebut ada beberapa langkah-langkah yang dilakukan penulis yaitu mengumpulkan data-data hasil penelitian lapangan, wawancara dan dokumentasi dengan BTN Syariah KC Surabaya. Ketika semua data yang diperoleh tentang KPR Syariah bersubsidi terkumpul, penulis memaparkan tentang strategi pemasaran pembiayaan KPR Syariah bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah, selanjutnya akan ditarik sebuah kesimpulan dari hasil pene;itian yang penulis lakukan pada penelitiannya.

4. Mukhamad Najib (2008)[12]

Penelitian ini menggunakan faktor-faktor yang teridentifikasi sebagai faktor penyusun strategi promosi kredit pemilikan rumah (KPR) bagi BTN Cabang Solo adalah karakteristik pasar, peralatan dan fasilitas pendukung, anggaran promosi, tingkat persaingan, dan STP perusahaan. Sedangkan faktor-faktor penyusun strategi kredit pemilikan rumah (KPR) bagi BTN Syariah Cabang Solo adalah tingkat persaingan, anggaran promosi, karakteristik konsumen, sumber daya manusia (SDM), dan yang terakhir adalah bauran pemasaran lainnya selain promosi. Alternatif strategi promosi kredit pemilikan rumah (KPR) baik bagi BTN maupun BTN Syariah Cabang Solo adalah meningkatkan kegiatan periklanan,

[12] Mukhamad Najib, Jono M. Munandar, Agustina Setiyawati, "Analisis Strategi Promosi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Sistem Konvensional dan Syariah (Studi Kasus: BTN Dan BTN Syariah Kantor Cabang Solo*)", Jurnal TAZKIA Islamic Finance dan Business Review,* No. 1, Vol. 3 (Januari-Juli 2008), 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meningkatkan kegiatan promosi penjualan, meningkatkan kegiatan publisitas dan humas, meningkatkan kegiatan *personal selling* dan meningkatkan kegiatan pemasaran dan penjualan secara langsung.

Sementara penelitian penulis, dalam buku Marketing Bank Syariah karangan Hasan integrasi konsep pemasaran yang dimaksud yakni: konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep kemasyarakatan, dan konsep pemasaran hubungan.

5. Darna dan Dita Pramudya Wardani (2013)[13]

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kuantitatif. Deskriptif karena menjelaskan tentang strategi pemasaran bank, khususnya bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, dan publisitas, serta hubungannya dengan keputusan pengambilan KPR Platinum iB. Kuantitatif karena analisis datanya bersifat statistik yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan skala pengukuran berupa skala likert. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara langsung kepada responden khususnya pada nasabah KPR Platinum iB pada Bank BTN Syariah.

Sementara penelitian penulis, tulisan ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang meliputi dokumentasi dan wawancara langsung

[13] Darna dan Dita Pramudya Wardani, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Produk Pembiayaan KPR Platinum iB pada Bank X Syariah Cabang Harmoni Jakarta*", Jurnal Ekonomi dan Bisnis,* No. 1, Vol. 12 (Juni 2013), 3-4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada Bapak Singgih Sumadyo selaku *Sub Branch Head*, Bapak I Made Bintang Agung Y selaku *Financing* Service and Account Officer BTN Syariah, dan Ibu Andini Sofia Fatmawati selaku *Operation Staff*.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pertama, bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh BTN Syariah KC Surabaya terhadap pembiayaan KPR syariah bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah, yang kedua untuk mengetahui bagaimana perkembangan pembiayaan KPR syariah bersubsidi di BTN Syariah pada periode tahun 2013-2016 (secara umum), ketiga untuk mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi BTN Syariah KC Surabaya dalam proses pemasaran KPR Syariah bersubsidi.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan memperoleh suatu manfaat yang sangat besar bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini yang seperti halnya :

1. Bagi Penulis

   Dapat menambahkan pengetahuan yang selama ini hanya didapatkan penulis secara teoritis dan mendapatkan wawasan tentang pembiayaan yang ada pada bank syariah kemudian dapat digunakan untuk menerapkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ilmu-ilmu yang telah di pelajari penulis selama perkuliahan di UIN Sunan Ampel Surabaya yang akan diperaktekkan di masyarakat.

2. Bagi Masyarakat atau Pembaca

   Dapat memberikan suatu pembelajaran atau masukan yang positif dan sebagai salah satu sumber informasi tambahan serta khasanah bacaan yang ilmiah. Masyarakat juga mendapatkan informasi dan bahan pertimbangan untuk menginvestasikan dananya ke bank syariah dan memperoleh pembiayaan Kredit Pemilkan Rumah (KPR) syariah bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

3. Bagi BTN Syariah KC Surabaya

   Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan dan khususnya sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dan dapat mengetahui apa saja untuk meningkatkan pelayanan terhadap produk-produk inovatif yang dapat menarik calon nasabah, dan juga sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kinerja dalam operasional bank.

4. Bagi Akademisi

   Diharapkan dapat menambah informasi dan sebagai bahan pertimbangan serta penyempurnaan bagi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan tema yang terkait.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Definisi Operasional

1. KPR BTN Sejahtera Tapak iB

   KPR BTN Sejahtera Tapak iB adalah produk pembiayaan BTN Syariah guna pembelian rumah bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan menggunakan prinsip jual beli (akad Murābahah)

2. Pembiayaan KPR Syariah bersubsidi

   Pembiayaan KPR Syariah bersubsidi adalah penyaluran dana yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga dalam bentuk keuangan yang dibayarkan kepada suatu bisnis atau sektor ekonomi. Sebagian subsidi diberikan oleh pemerintah kepada produsen atau distributor dalam suatu industri untuk mencegah kejatuhan industri tersebut (misalnya karena operasi merugikan yang terus dijalankan) atau peningkatan harga produknya.[14]

3. Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR)

   Masyarakat Berpenghasilan Rendah yang disingkat MBR adalah masyarakat yang mempunyai keterbatasan daya beli sehingga perlu mendapat dukungan pemerintah untuk memperoleh rumah (Pasal 1 Angka 24 UU Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman). Masyarakat berpenghasilan rendah yang selanjutnya disebut MBR adalah masyarakat yang mempunyai keterbatasan daya beli sehingga

[14] Pengertian Subsidi dalam https://id.m.wikipedia.org, diakses pada 7 April 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perlu mendapat dukungan pemerintah untuk memperoleh sarusun umum (Pasal 1 Angka 14 UU Nomor 20 Tahun 2011 Tentang Rumah Susun)[15]

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yaitu salah satu metode untuk mendapatkan kebenaran dan tergolong sebagai penelitian ilmiah yang dibangun atas dasar teori-teori yang berkembang dari penelitian dan terkontrol atas dasar empirik.

1. Data yang dikumpulkan

Data yang dikumpulkan oleh penulis dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian kualitatif yaitu dengan cara menggambarkan permasalahan yang didasari oleh data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut lagi kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Dan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif yaitu menggali sumber dari hasil studi kepustakaan dan wawancara yang dilakukan pada Bank BTN Syariah KC Surabaya. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berkesinambungan sehingga terdapat pengumpulan data, pengelolahan data dan analisis data dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian yang dilakukan.[16]

2. Sumber Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

---

[15] Malahati, (Skripsi—Universitas Sumatera Utara, 2015), 9. Dalam https://Repository.usu.ac.id.
[16] Bagong Suyanto, Sutinah, *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta : Kencana, 2011), hal.172.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Data Primer

Data primer yaitu merupakan data yang berasal dari data utama. Data yang diambil langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian yaitu dengan teknik wawancara *(interview)* kepada Bapak Singgih Sumadyo selaku *Sub Branch Head*, Bapak I Made Bintang Agung Y selaku *Financing* Service and Account Officer BTN Syariah, dan Ibu Andini Sofia Fatmawati selaku *Operation Staff* di BTN Syariah KC Surabaya, terkait pada data-data tentang Kredit Pemilik Rumah (KPR) syariah yang bersubsidi tersebut sehingga dapat memecahkan masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh untuk melengkapi dan mendukung data primer yang berupa dokumen-dokumen ilmiah yaitu berupa Memo-Memo dari PT BTN Syariah KC Surabaya, jurnal ilmiah, dan tiga literatur yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti yaitu Buku Kasmir dengan judul Pemasaran Bank Edisi Revisi Cet IV, Buku Samsul Anam, M.M, dkk dengan judul Manajemen Pemasaran, Hasan dengan judul Marketing Bank Syariah, dll.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dari masalah yang akan diangkat pada topik penelitian maka dalam pengumpulan data skripsi ini penulis menggunakan penelitian sebagai berikut ini yaitu : Penelitian lapangan (*Field Research*)

Yaitu penulis mengumpulkan data secara langsung ke tempat objek penelitian yaitu di BTN Syariah KC Surabaya dan teknik pengumpulan data menggunakan dua cara yaitu:

1) Dokumentasi yaitu pengumpulan data secara langsung yang berkaitan dengan penelitian yang didapat secara langsung dari pihak BTN Syariah KC Surabaya.
2) Wawancara (*interview*) yaitu melakukan tanya jawab terhadap pihak yang terkait tentang penelitian ini yaitu Bapak Singgih Sumadyo selaku *Sub Branch Head*, Bapak I Made Bintang Agung Y selaku *Financing* Service and *Account Officer* BTN Syariah, dan Ibu Andini Sofia Fatmawati selaku *Operation Staff* di BTN Syariah (*interview*) dengan penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah seluruh data terkumpul perlu adanya pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. *Editing*, yaitu memeriksa kembali semua data-data yang diperoleh dengan memilih dan menyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevansinya dengan permasalahan. Teknik ini digunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penulis untuk memeriksa kelengkapan data-data yang sudah penulis dapatkan, dan akan digunakan sebagai sumber-sumber studi dokumentasi.

b. *Organizing*, yaitu mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokan data yang diperoleh. Dengan teknik ini, diharapkan penulis dapat memperoleh gambaran tentang pemasaran pembiayaan KPR Syariah bagi masyarakat berpenghasilan rendah di BTN Syariah KC Surabaya.

c. *Analyzing*, yaitu dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil *editing* dan *organizing* data yang telah diperoleh dari sumber-sumber penelitian, dengan menggunakan teori sehingga diperoleh kesimpulan.

5. Teknik Analisis Data

Dengan menganalisis data penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu teknik analisis data dimana penulis terlebih dahulu memaparkan semua data-data yang diperoleh dari hasil pengamatan kemudian menganalisisnya sehingga dapat memaparkan persoalan yang terkait dalam strategi pemasaran pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah bersubsidi bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah pada Bank BTN Syariah KC Surabaya.

Ada beberapa langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengumpulkan data-data hasil dokumentasi dan wawancara dengan Bank BTN Syariah KC Surabaya. Ketika semua data yang diperoleh yaitu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tentang Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah bersubsidi terkumpul, penulis akan memaparkan tentang strategi pemasaran pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah, selanjutnya akan ditarik sebuah kesimpulan dan hasil penelitian yang penulis lakukan pada penelitiannya.

I. Sistematika Pembahasan

Agar dapat memudahkan para pembaca dalam memahami hasil dari penelitian ini, penulis membagi skripsi ini menjadi beberapa bab dan subbab agar mendapat arah dan gambaran yang jelas untuk mempermudah penulis dalam membahas skripsi ini. Berikut sistematika penulisannya secara lengkap:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, keguanaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORITIS

Bab kedua ini berfungsi sebagai dasar kajian untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini. Dalam bab ini dibahas teori pemasaran dan teori KPR Syariah bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III DATA PENELITIAN

Bab ketiga ini membahas penyajian data di lapangan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti secara obyektif. Dalam bab ini dibahas pembiayaan KPR BTN sejahtera tapak iB periode 2013-2016 (secara umum).

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini merupakan bab analisa data, yaitu memadukan antara teori sebagaimana yang dijelaskan pada bab dua dengan apa yang peneliti temukan di lapangan pada bab tiga sebagai hasil penelitian yang digambarkan secara sistematis dan kritis.

BAB V PENUTUP

Bab kelima ini berisi kesimpulan dan saran-saran yang menyangkut penelitian yang diteliti oleh penulis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id