

STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) BERSUBSIDI PADA BANK TABUNGAN NEGARA (BTN) KCS PEKANBARU JL ARIFIN AHMAD

Yorda Ebila

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi
Jl. Gatot Subroto KM 7 Teluk Kuantan
Yorda.Ebila@yahoo.com

Abstract

This research is a field research (field research), namely by examining directly the object to be studied. Then the subject and object of this research are employees at the BTN Syariah Pekanbaru bank in charge of Subsidized Mortgages in the amount of 7 people. From the results of this study explain that the marketing strategy used by Bank BTN Syariah still uses the 7P element, but some of these elements the Bank still maximizes the 3P element, namely Product, Price and People, while the 4P consisting of Place, Physical Evidence, Promotion, Process is still too maximum in its use in terms of subsidized mortgage product marketing. The factors that hampered the marketing strategy based on the results of the Interview with the BTN Syariah is the lack of socialization and public education about Sharia-based subsidized KPRs and less strategic locations from each year to the year.

Keywords: *Marketing Strategy, subsidized KPR, Subsidized KPR contract*

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field reseach) yaitu dengan meneliti langsung pada objek yang akan diteliti. Kemudian subjek dan Objek penelitian ini kepada karyawan di bank BTN Syariah Pekanbaru yang membidangi mengenai KPR Subsidi yakni sebanyak 7 orang. Dari hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak Bank BTN Syariah masih menggunakan unsur 7P namun beberapa unsur tersebut pihak Bank masih memaksimalkan unsur 3P yaitu Produk, Price dan People sementara 4P yaitu yang terdiri dari Place, Physical Evidence , Promotion , Process masih terlalu maksimal dalam penggunaannya dalam segi Pemasaran Produk KPR subsidi. Adapun Faktor yang menghambat strategi pemasaran tersebut berdasarkan hasil Wawancara dengan Pihak BTN syariah ialah Kurangnya sosialisasi serta Edukasi masyarakat mengenai KPR subsidi Berbasis Syariah serta Lokasi yang kurang strategis dari tiap tahun ke tahunnya.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, KPR subsidi, Akad KPR subsidi*

1. PENDAHULUAN

Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah merupakan unit usaha syariah milik Bank Tabungan Negara (BTN) konvensional salah satu bank pelaksana yang ikut mendukung program Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) yang dicanangkan oleh Kementerian Perumahan Rakyat (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. Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah bersubsidi merupakan produk yang dimiliki oleh BTN Syariah, yang dikenal dengan “KPR BTN Sejahtera Tapak iB”. Dengan program ini, masyarakat berpenghasilan rendah atau yang memiliki penghasilan tidak lebih dari Rp 4.000.000 perbulan dapat mengajukan KPR bersubsidi dengan cara mencicil selama maksimal 20 tahun. Akhirnya memotivasi penulis untuk lebih jauh mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang diterapkan BTN Syariah pada produk “KPR BTN Sejahtera Tapak iB” 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 Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bersubsidi Pada Bank Tabungan Negara (BTN) Kcs Pekanbaru Jl. Arifin Ahmad “.**

Mengetahui strategi apa yang di gunakan oleh Bank BTN KCS Pekanbaru Jl. **Arifin Ahmad** dalam memasarkan **produk pembiayaan KPR Bersubsidi Dan** Mengetahui faktor-faktor apa saja yang menghambat strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank BTN KCS Pekanbaru

Tinjauan pustaka yang relevan dalam penelitian ini adalah penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh Metty Novianti (NIM: 132503016) dalam skripsinya yang berjudul Strategi Pemasaran terhadap Produk KPR BTN sejahtera IB di BTN Syariah ditinjau dari Analisis SWOT di BTN Syariah Kantor Cabang Semarang. Dari hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa peneliti hanya mengambil data Realisasi yang mengalami penurunan setiap Tahunnya jika di tinjau dengan Analisis SWOT.

Adapun persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama sama meneliti tentang strategi yang digunakan dalam memasarkan Produk KPR. Perbedaannya yaitu produk yang penulis teliti yaitu KPR BTN Bersubsidi dengan KPR Sejahtera IB serta Bauran Pemasaran yang berbeda.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Strategi Pemasaran

Secara umum yang dimaksud pemasaran adalah sistem kegiatan usaha ekonomi atau bisnis dalam bentuk merencanakan, penetapan jenis produk yang dipasarkan, penetapan besaran harga, cara pembayaran, penetapan segmen, masyarakat konsumen sebagai obyek pemasaran, promosi distribusi dan layanan purna jual, untuk dapat mencapai target tujuanusaha. (Assauri 2008:12)

2.2 Pengertian Masyarakat

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah suatu fasilitas kredit yang diberikan oleh perbankan kepada para nasabah perorangan yang akan membeli atau memperbaiki rumah. KPR Syariah adalah pembiayaan pemilikan rumah secara syariah, akad yang digunakan dalam KPR syariah

yakni jual beli tegaskan untung (murabahah), jual beli dengan termin dan konstruksi (istishna"), sewa berakhir lanjut milik (ijarah muntahiya bit tamlik), kongsi berkurang bersama sewa (musyarakah muntanaqishah). (Fathurrahman 2007: 189-192)

3. METODE PENELITIAN

Fokus penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini merupakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam penelitian deskriptif kualitatif hal dilakukan untuk mengumpulkan data dengan fakta-fakta verbal, atau berupa keterangan-keterangan saja. Maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field reseach*) yaitu dengan meneliti langsung pada objek yang akan diteliti. Yang menjadi objek penelitian adalah Pihak bank BTN syariah pekanbaru bagian Financing service. Fungsi penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan Bank BTN syariah Pekanbaru dalam memasarkan KPR subsidi yang berbasis Syariah.

Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Bank BTN Kcs Pekanbaru Jl. Arifin Ahmad. Waktu Penelitian pada bulan Juli – September 2019.

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam mempermudah penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada empat yaitu:

1. Observasi (pengamatan) adalah alat pengumpulan data yang dilakukan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. (Narbuko 2009:70)
2. Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Teknik ini penulis gunakan untuk memperoleh data-data yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk gadai Pegadaian Syariah Tanah Merah. (Narbuko 2009:83)
3. Dokumentasi berasal dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dalam pelaksanaan metode Dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti Buku-buku, Majalah, Dokumen, Peraturan-peraturan, Notulen Rapat, Catatan Harian Dan lain sebagainya. (Moleong, 2007: 4)

Adapun analisa data yang digunakan adalah analisa data kualitatif Menurut Bogdan dan Taylor (2008:43) metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Strategi pemasaran Produk KPR Subsidi di Bank BTN Kcs Pekanbaru Jl. Arifin Ahmad

Produk KPR Bersubsidi sudah dimulai bersamaan dengan Berdirinya Bank BTN di Pekanbaru yakni 8 Maret 2008. Dan produk tersebut di pelopori oleh KEMENPUPERA yang mengkhususkan Rumah Subsidi bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah. Kemudian juga perlu diketahui bahwa Kuota Rumah Subsidi yang disediakan Oleh KEMENPUPERA mengalami perubahan setiap tahunnya dan tak

hanya itu Harga jual pun ikut meningkat setiap tahunnya.

Pada tahun 2019 sampai Bulan Oktober Bank BTN Syariah Pekanbaru Hanya Mampu memasarkan Produk KPR Subsidi sebanyak 300 Perumahan dengan total pembiayaan sebanyak 42 Milyar dengan harga jual pada tahun tersebut seharga 140.000.000,-.(Annual Report BTN Syariah Kcs Pekanbaru)

Dari hasil wawancara peneliti dengan pihak Bank yakni Bagian Pembiayaan Financing Service yakni Vera Widyatika Pegawai Bank BTN Syariah Kcs Pekanbaru Menggunakan Strategi yang digunakan dalam memasarkan Produk KPR Subsidi yaitu dengan berpedoman Pada 3P yakni :

a. Strategi Produk

Dengan adanya produk KPR Subsidi yang dikeluarkan oleh Kementrian Perumahan Rakyat yang diperuntukkan Bagi masyarakat berpenghasilan rendah, cukup menarik minat Nasabah sebab dengan pola pikir nasabah yang semakin Maju bahwa lebih baik memiliki rumah sendiri daripada mengontrak rumah sekaligus tabungan masa depan dan ditunjang pula dengan suku bunga serta Dp yang terjangkau bagi masyarakat menengah kebawah umumnya.

Dalam dunia Perbankan dan Khusus bagi Perumahan pengembangan produk dilakukan oleh Pihak Bank Antara Lain :

1. Peningkatan Fasilitas Rumah

Fasilitas yang dimaksud disini maksudanya ialah peningkatan material yang digunakan pengembang setiap tahunnya, contoh menggunakan GRC sebagai bahan tembok rumah dan ini merupakan wujud peningkatan kualitas jika dilihat ditahun sebelumnya yang menggunakan bahan Gipsun.

b. Strategi Harga

Penentuan Harga merupakan Aspek terpenting dalam setiap kegiatan Pasar. Berdasarkan hasil wawancara dengan Karyawan Bank BTN Syariah pekanbaru strategi harga yang digunakan dalam menarik minat nasabah yaitu menggunakan sistem tanda jadi 5% dari harga Jual. Artinya jika harga Rumah 130.000.000 maka nasabah harus membayar 6.500.000 sebagai tanda jadi. Dan dalam Hal ini pihak Developer pun tak harus mematok agar nasabah membayar Cash namun cukup dengan membayar 500.000 nasabh sudah bisa mendapatkan rumah sampai proses Akad.

c. Strategi Orang

Strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan Produk KPR agar tepat sasaran yaitu pemberlakuan Slip gaji serta Surat keterangan Berpenghasilan Rendah yang telah dikeluarkan oleh Desa dimana Nasabah berdomisili. Serta adanya penyaringan nasabah yang dilakukan oleh Developer itu sendiri agar dapat memilih nasabah yang benar benar pantas mendapatkan Subsidi Perumahan dengan yang perumahan Platinum.

Perkembangan KPR subsidi sangat lah pesat jika ditinjau dari minat nasabah yang mengajukan Pembiayaan. Dalam hal ini Pihak bank pun tak pernah lepas dari turut andilnya Para pengembang/Developer dalam memasarkan Produk KPR Subsidi setiap Tahunnya.

Strategi Pemasaran yang dilakukan Pihak Bank yakni menggunakan Bauran pemasaran 7P namun penggunaan bauran pemasaran tersebut lebih memaksimalkan 3P saja yaitu Produk, Price dan People. Hanya saja dalam hal ini Pihak Bank hanya menerapkan 3P yaitu

Strategi Produk, Strategi Harga serta Sasaran/ Orang yang menjadi sasaran untuk mendapatkan Produk KPR Subsidi. Lalu Mengapa Strategi Promosi ini tak begitu gencar dilakukan oleh Pihak Bank karena strategi ini merupakan Tugas bagi masing masing Pengembang dalam mempromosikan Produk KPR Subsidi di Bank BTN syariah pekanbaru dengan Cara membuat Baliho, Brosur serta Media Sosial.

4.2 Faktor-faktor yang menghambat strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank BTN Kcs Pekanbaru Pada pembiayaan KPR Bersubsidi

Vera Widyatika Menjelaskan terdapat beberapa kendala dalam Memasarkan Produk KPR Subsidi di Bank BTN syariah pekanbaru, Antara Lain :

1. Kurangnya edukasi atau pengetahuan Nasabah tentang KPR Subsidi yang berbasis Syariah
2. Semakin sulitnya Lokasi yang cukup strategis untuk dibangun oleh Developer dan pada akhirnya berimbas pada fakto Kelayakan rumah Bagi Nasabah itu sendiri dan pada akhirnya nasabah banyak yang Complain mengenai Lokasi pembangunan perumahan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisa Strategi Pemasaran Produk KPR Subsidi di Bank BTN Kcs Pekanbaru Jl. Aridin Ahmad , maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BTN dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan menggunakan konsep bauran pemasaran yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan people/ Orang . strategi Promosi dilakukan oleh Pihak pengembang/Developer strategi ini merupakan Tugas bagi masing masing Pengembang dalam mempromosikan Produk KPR Subsidi di Bank BTN syariah pekanbaru dengan Cara membuat Baliho, Brosur serta Media Sosial.
2. Dalam menjalankan strategi pemasaran produk KPR Subsidi, terdapat beberapa kendala, antara lain:
Karena pengetahuan tentang KPR subsidi yang masih Belum Merata, Masih Bertumpunya Strategi Promosi Pada Pihak Developer/Pengembang, Sulitnya menciptakan Lokasi yang strategis setiap tahunnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan terutama nikmat sehat sehingga penulis masih senantiasa diberikan kreatifitas dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula sholawat dan salam senantiasa masih tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW.

Penghargaan dan ucapan terima kasih juga kepada ibunda tercinta, Susyani Syam dan ayahanda Tamu Sambang yang telah mencurahkan segenap kasih dan sayang serta perhatian moril maupun material. Semoga Allah melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia, keberkatan hidup di dunia maupun di akhirat nantinya atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yakni sebagai berikut:

1. Ibu Ir. Hj. Elfi Indrawanis, MM selaku Rektor Universitas Islam Kuantan Singingi.

2. Bapak Zul Ammar, SE.ME selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi.
3. Ibu Dian Meliza, S.HI., MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi, selaku Dosen Pembimbing I, dan selaku Dosen Pembimbing Akademik, bagi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Meri Yuliani, SE.Sy, ME.Sy selaku Dosen Pembimbing II bagi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu tim penguji yang telah memberikan kritik dan saran sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman dan keterampilannya selama penulis kuliah di Universitas Islam Kuantan Singingi.
7. Seluruh karyawan BTN Syariah Pekanbaru yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang penulis butuhkan.
8. Teman-teman seperjuangan seluruh mahasiswa/I Perbankan Syariah Angkatan II yang telah memberikan dukungan untuk penulis.
9. Serta adik-adik Mahasiswa/I Perbankan Syariah.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini banyak kekurangan, karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan. Untuk itu kritik dan saran yang sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya skripsi ini penulis persembahkan kepada ibunda dan ayahanda tercinta, almamater dan civitas akademika, semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan mendapatkan ridho Allah SWT, amiiiiinn....

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an

Al- Qur'an dan Terjemahannya Cv Pustaka As.

Internet

Website : [www. BTN Syariah. co. id](http://www.BTN.Syariah.co.id)

Buku

Agus Hermawan.2012. *Komunikasi Pemasaran*.PT. gelora Aksara Pratama

Ananda Santoso & Hanif, 2003. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Alumni Surabaya.

Angipora P Marius.1999. *Dasar dasar Pemasaran*. Jakarta:Rajawali Pers

Ascarya. 2011. Akad dan Produk Bank Syariah. Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada

Cholid Narbuko, 2009. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Bumi Aksara.

Dirgantoro Crown.2002. Strategi Bersaing dalam Bisnis. Jakarta: Erlangga

Eko P. Pratomo, 2007. *Membangun Kecerdasan Finansial Dengan Nilai-Nilai Spiritualitas*, Jakarta:PT Arga Publishing..

Freddy Rangkuti, 2004. *Flexible Marketing*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

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

Ismail.2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta:Kencana

Kasmir.2004. *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana

Lathif, Ah Azharuddin. *Konsep dan Aplikasi akad Pada Perbankan Syariah di Indonesia*.2012.

Lexy. J. Moleong, 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.

Lupoyoadi, Rambat dan A. Hamdani.2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta

Murti Sumarni.2002. *Manajemen Pemasaran Bank*.Yogyakarta; Liberty Yogyakarta

Philip Kotler. 1988. *Marketing* ,Jakarta: Erlangga.

Soyjan Assauri, 2008. *Manajemen Produksi Dan Operasi*, Jakarta: LPFEUI.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*.Bandung:Alfabeta,CV.

Sukristono. 1992. *Perencanaan Strategis Bank*.Jakarta:PT. Dhasa Warna

Sentot Imam Wahjono.2010. *Manajemen Pemasaran Bank*.Yogyakarta:Graha Ilmu

Tjiptono, Fandy.2005. *Pemasaran Jasa*.Malang: Banyu Media Publishing

Wiratna Sujarweni. 2005. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Barupress.

Wangsawidjaja. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Umum

Jurnal

Ira Astuti. 2018. *Strategi pemasaran kredit pemilikan rumah (KPR) pada PT. Bank Muamalat indonesia Tbk. Medan sudirman*, (e-Journal [.iaimMedan.ac.id](http://iaimMedan.ac.id), di akses 17 Februari 2018) . <http://repository.uinsu.ac.id/3969/1/Skripsi%20Ira.pdf>

Metty Novianti. 2016. *Strategi pemasaran terhadap produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN syariah di tinjau dari analisis SWOT*, (online), <http://eprints.walisongo.ac.id/6314/1/132503016.pdf>

Muhammad Arif Aditya . 2014 *Strategi Pemasaran Pembiayaan KPR syariah Bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan Rendah di BTN Syariah*,29 Desember 2014.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/28650/1/MUHAMMAD%20ARIF%20ADITYA-FSH.pdf>