

**STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK KPR BTN  
SEJAHTERA iB DI BTN SYARIAH DITINJAU DARI ANALISIS SWOT  
(Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)**



**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Diploma Tiga**

**Oleh:**

**METTY NOVIANTI**

**NIM: 132503016**

**D3 Perbankan Syariah**

**PROGRAM STUDI (D3) PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN WALISONGO SEMARANG**

**2016**

Heny Yuningrum, SE, M.Si.  
Tanjungsari Rt 07 Rw 05 Tambak Aji  
Ngaliyan, Semarang

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir

A.n sdri. Metty Novianti

Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi

Dan Bisnis Islam

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan sebelumnya, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir saudara :

Nama : Metty Novianti

NIM : 132503016

Jurusan : D3 Perbankan Syari'ah

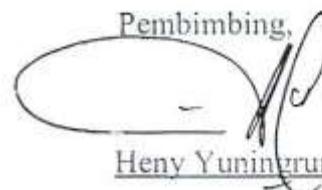
Judul : **STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK KPR BTN  
SEJAHTERA IB DI BTN SYARIAH DITINJAU DARI ANALISIS  
SWOT (Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang  
Semarang)**

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 03 Mei 2016

Pembimbing,



Heny Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005



KEMENTERIAN AGAMA R.I.  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Prof. Dr. (Hamka Kampus III) Ngaliyan Semarang  
Telp 024-7608454 Fax 024-7608454

## PENGESAHAN

Naskah tugas Akhir berikut ini:

Judul : **STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK KPR BTN SEJAHTERA iB di BTN SYARIAH DITINJAU DARI ANALISIS SWOT ( Studi kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)**

Penulis : **Metty Novianti**

NIM : **132503016**

Program Studi : **D III Perbankan Syariah**

Telah diujikan dalam sidang *munaqasah* oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar ahli madya dalam ilmu perbankan Syariah.

Semarang, 13 Juni 2016

Penguji I

**H. Muchamad Fauzi, S.E.,M.M**

NIP . 19730217 200604 1 001

Penguji II

**Heny Yuningrum ,S.E, M.Si**

NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji III

**Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag**

NIP. 19730811 200003 1 004

Penguji IV

**H. Johan Arifin , S.Ag, M.M**

NIP. 19710908 200212 1 001



Pembimbing

**Heny Yuningrum ,S.E, M.Si**

NIP. 19810609 200710 2 005

## MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.”*

## PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini ku persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat serta karunia yang berlimpah dalam hidupku
2. Bapak, Ibu, kakak-kakak dan adikku tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan, perhatian, kasih sayang dan kesabaran yang tiada henti untukku dengan penuh harapan agar kelak aku menjadi seorang yang berhasil membanggakan keluarga.
3. Untuk seseorang yang sedang berta'aruf denganku Mas Qodim Fadilha, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepadaku. Anaa Uhibbuka fillah...
4. Sahabat serta saudaraku tercinta Markoneng (Aiz Millatina), Nuril Janati, Mazidahtur Rizkiyah, Gendut (Ani Lestari) terimakasih atas dukungan, bantuan, doa dan kasih sayang kalian.
5. Teman-teman kost tante Ana (Perum Bank Niaga) Mbak Izah, Mbak Fifi, Kak Nok (Widya Rini), Mbak Tika, Mbak Fella, terimakasih telah mengukir kenangan bersama denganku selama dua tahu, semoga kita bisa lulus dan wisuda bareng seperti yang kita ucapkan dulu. Teman kost Bu Khotim, Mbak Susi, Mbak Kho, Mbak Vreda, Mbak Azmi, Mita, Inggrid, Mbak Narti, terimakasih telah mengisi masa-masa kuliahku terakhir dengan canda tawa kalian. Sayang kaliaaaaannn..
6. Bu Heny Yuningrum SE,.M.Si dosen Pembimbingku, terimakasih selalu sabar dalam membimbing Metty dan terimakasih juga atas bimbingan dan arahan yang sudah diberikan.
7. Teman-teman D3 Perbankan Syariah angkatan 2013, terimakasih telah menjadi teman-teman yang baik untukku.
8. Untuk kakak-kakakku di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang terimakasih atas suport dan bantuan doanya.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, Penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang telah atau pernah ditulis oleh orang atau diterbitkan. Dengan demikian Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain. Kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang menjadi bahan acuan.

Semarang, 11 Mei 2016

**Deklarator**



Metty Novianti

132503016

## **ABSTRAK**

BTN Syariah Kantor Cabang Semarang merupakan Bank yang menyediakan produk KPR (KPR Sejahtera iB) yang sangat diminati masyarakat terutama masyarakat yang belum mempunyai rumah sendiri untuk ditinggali. Namun, seiring berjalannya waktu banyak bank-bank lain yang juga menyediakan produk KPR, sehingga pada tahun 2015 BTN Kantor Cabang Semarang mengalami sedikit penurunan penjualan produk KPR tersebut. Penurunan penjualan tersebut tidak membuat BTN Kantor Cabang Syariah Semarang menyerah. Mereka menggunakan strategi-strategi yang lebih unggul untuk memasarkan dan menjual kembali produk KPR tersebut.

Peneliti mengangkat permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pemasaran produk KPR BTN Sejahtera iB ditinjau dari Analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Semarang dengan menggunakan metode penelitian deskriptif, yaitu dengan cara penulis menggambarkan permasalahan dengan didasari oleh data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Dari hasil penelitian ini, Bank BTN Kantor Cabang Syariah Semarang dalam memasarkan produk KPR menggunakan strategi analisis yang telah dikombinasikan antara dua faktor eksternal dan internal yaitu ke dalam sebuah Matrix SWOT : Strategi SO, berupa Menjalin komunikasi dengan developer dan calon nasabah dengan baik. Strategi ST, berupa Mencari marketing yang baik dan tepat untuk mempromosikan produk KPR Sejahtera dibanding dengan marketing bank lain. Strategi WO, berupa Mempromosikan kepada masyarakat dengan menggunakan keunggulan sebagai bank penyalur KPR terbesar dalam pembiayaan KPR. Strategi WT, Memberikan pemahaman yang baik kepada calon nasabah dan memberikan marketing yang lebih unggul dan menarik dalam memasarkan produk KPR.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Bank BT Kantor Cabang Syariah Semarang.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang member ilmu, inspirasi, kekuatan dan ketabahan, serta kemuliaan. Atas kehendakNya pula penulis menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK KPR BTN SEJAHTERA IB DI BTN SYARIAH DITINJAU DARI ANALISIS SWOT (Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)”**. Tugas Akhir ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk mendapatkan gelar Diploma Tiga (D3) dalam Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag selaku wakil Dekan I, Bapak Drs. Wahab Zaenuri, MM selaku wakil Dekan II, Bapak Khoirul Anwar, M.Ag selaku wakil Dekan III.
4. Ibu Heny Yuningrum SE, M.Si .selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat dengan penuh kesabaran dan perhatian kepada peneliti sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik,
5. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang atas ilmu dan pengajaran yang telah diberikan selama ini.
6. Segenap staf karyawan UIN Walisongo Semarang dan lain-lain yang selalu membantu dan tak segan memberikan informasi kepada peneliti.
7. Bapak, Ibu, Kakak Ari dan Oki, serta Adikku Tyo tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil, kesabaran, perhatian dan kasih sayang yang tiada henti kepada peneliti.

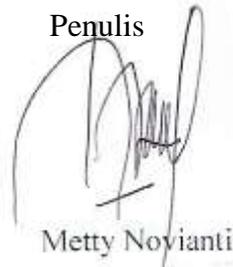
8. Segenap pengurus Bank BTN Kantor Cabang Syariah Semarang yang telah memberi izin dan membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian sebagai bahan Tugas Akhir.

Semoga Allah senantiasa memberikan balasan yang setimpal atas segala bantuan dalam wujud apapun dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini terdapat banyak kekurangan oleh karena itu penulis mengharapakan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Semarang, 11 Mei 2016

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Metty Novianti', written over a light grey rectangular background.

Metty Novianti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ABTSRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Hasil Penelitian .....	7
D. Tinjauan Pustaka .....	8
E. Metodologi Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Strategi Pemasaran .....	14
1. Pengertian Strategi .....	14
2. Pengertian Pemasaran .....	14
3. Pengertian Strategi Pemasaran .....	16
B. Analisis SWOT .....	18
C. Pengertian KPR Syariah Bersubsidi .....	20
1. Pengertian KPR Syariah .....	20
2. Akad Dalam KPR Syariah .....	21
3. Manfaat KPR Syariah .....	22
<b>BAB III GAMBARAN UMUM BANK TABUNGAN NEGARA (BTN)</b>	
<b>KANTOR CABANG SYARIAH SEMARANG</b>	
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	23
B. Logo Perusahaan .....	24
C. Tujuan Pendirian Perusahaan .....	25

D. Visi dan Misi PT BTN (Persero), Tbk Kantor Cabang Semarang .....	25
1. Visi .....	25
2. Misi .....	25
E. Struktur Organisasi PT BTN (Persero), Tbk Kantor Cabang Semarang .....	26
F. Produk- Produk PT. BTN (Persero), Tbk Kantor Cabang Semarang .....	28
1. PRODUK PENDANAAN ( FUNDING) .....	28
a. GIRO BTN iB .....	28
b. Giro Investa BTN iB .....	29
c. Deposito BTN iB .....	30
d. Tabungan BTN Batara iB .....	31
e. Tabungan BTN Prima iB .....	32
f. Tabungan BTN Simpel iB .....	33
g. Tabungan BTN Haji iB .....	34
2. PRODUK PEMBIAYAAN (FINANCING) .....	35
a. Produk Sejuta Rumah .....	35
b. Multimanfaat BTN iB .....	36
c. Multijasa BTN iB .....	37
d. Pembiayaan Bangun Rumah BTN iB .....	37
3. JASA DAN LAYANAN .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Realisasi Distribusi Produk Pembiayaan KPR BTN Syariah iB Sejahtera .....	40
B. Strategi Pemasaran Terhadap Produk Pembiayaan KPR Sejahtera iB Ditinjau Dari Analisis SWOT .....	42
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran/Rekomendasi .....	46
C. Penutup .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Distribusi Nilai KPR FLPP Berdasarkan Bank Pelaksana Tahun 2013 .....	5
Tabel 3.1 Tata Cara Menjadi Nasabah Giro BTN iB .....	29
Tabel 3.2 Fitur Tabungan BTN Sempel iB .....	34
Tabel 3.3. Jasa dan Layanan .....	38
Tabel 4.1 Realisasi Distribusi KPR BTN Sejahtera iB Periode 2010-2015 .....	40

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Gambar Diagram Analisis SWOT .....	19
Gambar 3.1 Gambar Logo BTN Syariah .....	24

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Dokumentasi BTN Syariah Kantor Cabang Semarang
2. Brosur BTN Kantor Cabang Syariah Semarang
3. Form Aplikasi Consumer Financing
4. Surat Kepada Pimpinan Instansi / Perusahaan Pemohon
5. Keterangan Mengenai Rumah, Mobil, Motor dan Penjual / Developer yang akan dikaitkan dengan pembiayaan
6. Keterangan Penghasilan (Untuk Pemohon yang Berpenghasilan Tidak Tetap
7. Kuasa Pemotongan Gaji
8. Surat Pernyataan Penghasilan
9. Surat Pernyataan Tidak Memiliki Rumah
10. Surat Pernyataan Pemohon KPR Sejahtera
11. Berita Acara Serah Terima Rumah Sejahtera Tapak
12. Surat Pernyataan Prasarana, Sarana, dan Utilitas Perumahan
13. Surat Pernyataan
14. Surat Kuasa
15. Hasil wawancara

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Lembaga keuangan syariah telah dikenal secara luas di Indonesia. Diantara lembaga keuangan syariah itu antara lain bank syariah, Baitul Maal wa Tamwil, Asuransi Syariah, dan masih banyak lainnya. Perbankan syariah di Indonesia lahir sekitar awal tahun 1990 diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Bank syariah mulai mengalami perkembangan yang pesat setelah dikeluarkannya Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang landasan hukum dan jenis usaha yang diperbolehkan beroperasi di bank syariah. Munculnya bank syariah dilatar belakangi oleh kesadaran masyarakat yang membutuhkan layanan jasa keuangan berbasis syariah. Tahun 1998 ketika terjadi krisis, Bank Muamalat telah membuktikan bahwa bank syariah mampu bertahan ditengah gempuran krisis ekonomi yang melanda Indonesia. Menurut Undang-Undang No 21 Tahun 2008 perbankan syariah adalah sesuatu yang menyangkut segala tentang bank syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

Perkembangan bank syariah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Berdasarkan data statistik Bank Indonesia diperoleh informasi bahwa pada tahun 2011 terdapat 11 bank umum syariah, 24 UUS dengan 1737 kantor 155 BPRS dengan 364 jumlah kantor. Pada tahun 2013 terjadi peningkatan jumlah kantor UUS sebanyak 2526 unit.

Lembaga keuangan syariah sangat berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat kita. Seperti sekarang ini banyak masyarakat Indonesia terutama mereka yang belum memiliki hunian sendiri maupun mereka yang baru berkeluarga pasti sangat menginginkan rumah sebagai hunian sendiri bersama keluarga tercinta. Dan tentunya mengaharapkan rumah yang nyaman, sehat dan aman untuk ditinggali, seperti rumah-rumah diperkotaan yang banyak diminati masyarakat.

Namun, di Era seperti sekarang ini harga rumah dan tanah sangatlah mahal dan hal tersebut menyebabkan masyarakat kita terutama masyarakat yang berpenghasilan rendah dan berkeinginan memiliki rumah didaerah perkotaan sulit untuk membeli rumah tersebut secara cash atau tunai karena untuk membayar rumah tersebut masyarakat harus mengumpulkan dana terlebih dahulu dan hal tersebut membutuhkan waktu yang lama. Peran perbankan khususnya bank syariah untuk menyediakan dana tunai dan memberikan pinjaman dalam bentuk pembiayaan menjadi solusi umum mengatasi kondisi ini. Sehingga tidak mengherankan jika hampir sebagian masyarakat “terpaksa” berhutang untuk memiliki rumah idaman.<sup>1</sup> Namun, hutang ini sifatnya mendesak, yaitu hutang yang bernilai tinggi dan penting untuk kelancaran aktifitas sehari-hari dan menyangkut kehidupan keluarga.<sup>2</sup>

Akhirnya, kondisi seperti diatas membuat sebagian besar masyarakat berpenghasilan rendah lebih memilih untuk menyewa rumah dibandingkan memiliki rumah sendiri karena harga rumah tersebut mahal. Disisi lain, pemerintah berkewajiban untuk melaksanakan pembangunan perumahan dengan jumlah kebutuhan akan rumah yang terus meningkat dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah dengan tetap memperhatikan persyaratan umum bagi pembangunan rumah yang sehat, layak, dan aman. Maka dari itu, pemerintah melalui perbankan mencanangkan program kredit atau pembiayaan rumah murah yang memang ditujukan bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah, yaitu dengan menggunakan program Fasilitas Likuiditas Penyaluran Perumahan (FLPP) atau KPR bersubsidi dari Kementrian Peumahan Rakyat (KEMENPERA).

Dengan adanya KPR berubsidi ini membuat masyarakat yang berpenghasilan rendah atau masyarakat menengah kebawah terbantu untuk memiliki rumah impian karena program KPR dibuat oleh pemerintah untuk memberikan kredit atau pembiayaan dengan uang muka dan cicilan yang ringan

---

<sup>1</sup>Eko P Pratomo, *Membangun Kecerdasan Finansial Dengan Nilai-Nilai Spiritualitas*, Jakarta : PT Arga Publishing, 2007, h. 77.

<sup>2</sup>Agustinto M dan Lutfi T Rizki, *Fiqih Perencanaan Keuangan Syariah*, Depok : Mudamapan, Publishing, 2010, h. 110.

serta margin yang rendah dan tetap selama masa pengembalian pembiayaan. Sebagaimana Firman Allah yang menyerukan untuk saling tolong menolong terhadap sesama, prinsip seperti itu juga yang dilakukan oleh BTN Syariah dalam membantu masyarakat berpenghasilan rendah untuk mendapatkan rumah idaman. Firman Allah dalam Al- Qur'an Surat Al- Maidah ayat 2 :<sup>3</sup>

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya :

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.”

Bank Tabungan Negara (BTN) syariah merupakan unit usaha syariah milik Bank Tabungan Syariah (BTN) konvensional salah satu bank pelaksana yang ikut mendukung program Fasilitas Likuiditas Penyaluran Perumahan (FLPP) yang dicanangkan oleh Kementerian Peumahan 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 kebawah untuk memiliki rumah sebagai tempat tinggal yang layak. Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah bersubsidi merupakan produk yang dimiliki oleh BTN Syariah, yang dikenal dengan “KPR BTN Sejahtera iB”. Dengan program ini, masyarakat berpenghasilan rendah dapat mengajukan pembiayaan KPR bersubsidi dengan cara mengangsur selama maksimal 20 tahun.

Kelebihan KPR pada bank syariah dibandingkan dengan KPR pada bank konvensional adalah dengan KPR syariah masyarakat yang melaksanakan pembiayaan merasa lebih tenang, sebab pembiayaan KPR syariah tersebut menggunakan *skim murabahah* (jual beli), sehingga cicilan pada KPR syariah dari awal akad sampai selesai tidak mengalami perubahan harga atau kenaikan yang

---

<sup>3</sup>Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*.

dipengaruhi suku bunga. Akad *Murabahah* adalah suatu kegiatan jual beli dimana dalam hal ini bank sebagai penjual memberitahukan harga asal/modal pembelian kepada konsumen (nasabah) dengan ditambah dengan margin. BTN Syariah menjadikan ayat Allah sebagai pedoman dalam Al-qur'an surat al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ

مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ

الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ

عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya :

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

BTN Syariah yang merupakan unit usaha syariah BTN konvensional memegang *market share* KPR terbesar di Indonesia dan menjadi kontributor utama dalam program perumahan rakyat yang ditujukan dengan penyalur KPR

FLPP tertinggi. Bank BTN telah merapatkan barisan dengan merancang dan mengeksekusi strategi pemasaran dengan membangun paradigma baru dengan menjadikan *voice of customer* sebagai “panglima”. Hal ini terlihat dari pencapaian Bank BTN di sektor KPR bersubsidi. Sepanjang 2013, Bank BTN berhasil menyalurkan KPR Bersubsidi sebesar Rp 6,02 triliun, atau sebanyak 80.148 unit melalui Bank konvensional dan 488 miliar, atau sebanyak 6.521 unit rumah melalui Unit Usaha Syariah.<sup>4</sup>

Tabel 1.1  
Data Distribusi Nilai KPR FLPP Berdasarkan Bank Pelaksana Tahun  
2013.<sup>5</sup>

No	Bank Pelaksana	Nilai	%
1.	BTN KONVENSIONAL	4.540.397	84.7 %
2.	BTN SYARIAH	398.644	7.4 %
3.	BNI	97.111	1.8 %
4.	MANDIRI	94.066	1.8 %
5.	BRI SYARIAH	87.429	1.6 %
6.	BUKOPIN	79.639	1.5 %
7.	BRI	17.650	0.3 %
8.	MANDIRI SYARIAH	13.876	0.3 %
9.	BPD SUMUT	10.197	0.2 %
10.	BPD KALTIM	9.860	0.2 %
11.	BPD SUMUT SYARIAH	2.791	0.1 %
12.	BANK JATENG	4.404	0.1 %
13.	BANK PAPUA	2.548	0.0 %
14.	BPD JATIM	2.058	0.0 %

<sup>4</sup>BTN, *Laporan Tahunan Annual Report 2013*, h. 84.

<sup>5</sup>Kinerja KPR-FLPP Tahun 2013, *Pusat Pembiayaan Perumahan Kementerian Perumahan Republik Indonesia*, h. 15.

15.	BANK NTT	993	0.0 %
16.	BPD RIAU KEPRI	826	0.0 %
17.	BANK KALTENG	476	0.0 %
18.	BANK SUMSEL BABEL	197	0.0 %
	TOTAL	5.363.161	100 %

Sumber : Pusat Pembiayaan Perumahan Kementrian Perumahan Republik Indonesia.

Bisa dilihat dari data diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2013 BTN baik Konvensional maupun Syariah telah berhasil menyalurkan produk KPR BTN melalui pemasaran secara baik, Namun di BTN Syariah persentasinya lebih rendah dibanding konvensional. Sehingga hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan KPR BTN khususnya KPR BTN Sejahtera iB bersubsidi yang ada di BTN Syariah Semarang sehingga dapat tersalurkan kepada masyarakat Indonesia khususnya masyarakat berpenghasilan rendah untuk dapat memiliki hunian idaman yang layak, sehat, dan aman untuk ditinggali. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut kedalam sebuah Tugas Akhir 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).”

## **B. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana realisasi distribusi produk pembiayaan KPR BTN Syariah iB Sejahtera selama periode 2010-2015 di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang?
2. Bagaimana strategi pemasaran di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang terhadap produk pembiayaan KPR BTN Sejahtera iB ditinjau dari analisis SWOT ?

### **C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian**

Tujuan dan manfaat penelitian yang hendak dicapai penulis dengan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui realisasi distribusi produk pembiayaan KPR BTN Syariah iB Sejahtera selama periode 2010-2015 di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang
- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang terhadap produk pembiayaan KPR BTN Sejahtera iB ditinjau dari analisis SWOT

#### 2. Manfaat Penelitian

##### a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang pembiayaan yang ada pada bank syariah dan juga strategi terhadap produk KPR.

##### b. Bagi Akademik

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

##### c. Bagi BTN Syariah

Membantu untuk lebih mengembangkan usaha dan bisnis perbankan syariah dan untuk mendorong masyarakat agar lebih tertarik kepada bank syariah dalam melakukan pembiayaan KPR.

#### D. Tinjauan Pustaka

Terdapat beberapa penelitian yang berbicara tentang analisis strategi suatu produk dalam perbankan syariah baik pembiayaan maupun pendanaan. Tinjauan pustaka ini dimaksudkan sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan penelitian sebelumnya yang tentunya masing-masing mempunyai andil besar dalam mencari teori-teori dan konsep-konsep yang dapat dijadikan landasan bagi penelitian yang hendak dilakukan. Daftar dan karya yang peneliti jadikan kajian pustaka adalah sebagai berikut :

1. Skripki pertama yang disusun oleh Cipta Kurnia Aji : “*Pendekatan Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Haji Arafah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia)*”.<sup>6</sup> Menyimpulkan bahwa produk tabungan haji arafah pada bank muamalat Indonesia melalui pendekatan analisis SWOT menghasilkan S-O (agresif) yakni meningkatkan pengembangan produk, meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, membuat kiat-kiat pemasaran produk, promosi yang lebih gencar. Strategi W-O (turn-around) yakni menjaga citra bank dengan menjaga kepercayaan nasabah, menambah jaringan pemasaran, mengoptimalkan bagian humas. Strategi S-T (diversifikasi) yakni melakukan kegiatan sosial dimasyarakat, nilai nominal yang lebih dikhususkan bagi tingkatan orang. Strategi W-T (defensif) seperti mencari kiat-kiat baru dalam mensosialisasikan produk, mengoptimalkan SDM pemasaran.
2. Skripsi kedua Khoirul Anam : “*Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Taharah Di PT. BPRS PNM BINAMA Semarang*”.<sup>7</sup> Menyimpulkan bahwa dalam mencari dan menarik minat calon nasabah tabungan taharah BPRS PNM BINAMA Semarang menggunakan strategi pemasaran yaitu strategi segmentasi pasar, penetapan pasar sasaran (*targeting*), pemosisian produk di

---

<sup>6</sup>Cipta Kurnia Aji, *Pendekatan Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Haji Arafah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia)*, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta : Fakultas Syariah Dan Hukum, 2008.

<sup>7</sup> Khoirul Anam, *Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Taharah Di PT. BPRS PNM BINAMA Semarang*, TA Universitas Islam Negeri Walisongo : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2015.

segmen pasar (*positioning*) yang dipadukan dengan bauran pemasaran 7p (*product, price, promotion, people, process, physical evidence*). Dalam memasarkan tabungan taharah marketing menggunakan brosur dan marketing menawarkan langsung kepada calon nasabah tabungan taharah. Dan juga menggunakan strategi jemput bola pada tabungan taharah yang disukai nasabah karena memudahkan nasabah yang tidak punya waktu untuk menabung ke bank hingga akhirnya bisa menabung karena adanya strategi jemput bola pada tabungan taharah.

3. Jurnal FISIP Volume 1 No 2 Oktober 2014, oleh Hendry Yadi Kasmiruddin, yang berjudul "*Penerapan Analisis SWOT Manajemen Pemasaran Bisnis Developer (Studi : Perumusan Strategi Pemasaran PT. Sinar Mulya Sejahtera Pekanbaru)*".<sup>8</sup> Menyimpulkan bahwa PT. Sinar Mulya Sejahtera berada dalam kondisi yang kurang baik, pemasaran yang agresif sangatlah penting dilakukan seperti promo produk dalam berbagai kegiatan, menjadi sponsor dalam suatu event/kegiatan, memberikan potongan harga dan memberikan keringanan uang muka agar dapat terus bersaing dalam persaingan bisnis developer yang semakin kuat.

Penelitian-penelitian diatas mengidentifikasi berbagai strategi pemasaran, diantaranya segmentasi pasar, bauran pemasaran, dan juga menggunakan strategi analisis SWOT. Sedangkan perbedaan penelitian dengan penulis terletak pada objek dan subjek penelitiannya, yaitu Pemasaran Produk Pembiayaan KPR Sejahtera iB pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Semarang.

---

<sup>8</sup> Hendry Yadi Dan Kasmirudin, *Proram Analisis SWOT Manajemen Pemasaran Bisnis Developer (Studi : Perumusan Strategi Pemasaran PT. Sinar Mulya Sejahtera Pekanbaru)*, Jurnal FISIP Volume 1 No. 2, Pekanbaru : 2014.

## E. Metodologi Penelitian

Metode penelitian dapat diartikan sebagai suatu cara untuk sesuatu secara sistematis dan metodologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari proses berpikir, analisis berpikir serta mengambil kesimpulan yang tepat dalam suatu penelitian.

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah analisis deskriptif, yaitu dengan cara penulis menggambarkan permasalahan dengan didasari oleh data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut untuk kemudian ditarik kesimpulan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu menggali sumber dari hasil studi kepustakaan dan wawancara yang dilakukan terhadap pihak yang bersangkutan yaitu BTN Kantor Cabang Syariah Semarang. Penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang berkesinambungan sehingga tahap pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian.

### 2. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh penulis bertempat di Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Semarang, Jl. A. Yani, No. 195 C, Kelurahan Wonodri, Kec. Semarang Selatan, Semarang, Jawa Tengah.

### 3. Jenis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis sumber data yaitu :

#### a. Data primer

Data primer yaitu data yang berasal dari data utama.<sup>9</sup> Data primer yang diambil langsung dari perusahaan yang menjadi obyek penelitian yaitu dengan teknik wawancara (*interview*) kepada pihak BTN Kantor Cabang Syariah Semarang terkait data-data tentang pembiayaan Kredit

---

<sup>9</sup>Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004, h. 30.

Pemilikan Rumah (KPR) Syariah bersubsidi tersebut sehingga dapat memecahkan masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian ini.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh untuk melengkapi dan mendukung data primer yang berupa dokumen-dokumen ilmiah dan majalah, jurnal penelitian, literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan teknik :<sup>10</sup>

a. Kepustakaan

Kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan data sekunder melalui pengumpulan dan penyelidikan data-data kepustakaan khususnya yang berkaitan dengan pokok masalah yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara yaitu percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu penulis yang mengajukan pertanyaan dan pihak atau staff BTN Kantor Cabang Syariah Semarang yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian didapat langsung dari pihak BTN Kantor Cabang Syariah Semarang.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah Pendekatan Kualitatif Deskriptif-Analitis, yaitu untuk memberikan pemecahan masalah dengan mengumpulkan data lapangan, menyusun atau mengklasifikasikan, menganalisis data, dan menjelaskan gambaran mengenai strategi pemasaran terhadap produk KPR BTN Sejahtera iB pada BTN Kantor Cabang Syariah

---

<sup>10</sup>Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta : Rineka Cipta, 2011, H.112.

Semarang. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisa secara mendalam mengenai strategi pemasaran terhadap produk KPR BTN Sejahtera iB pada BTN Kantor Cabang Syariah Semarang.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pembahasan Tugas Akhir, penulis menyusunnya kedalam 5 (lima) bab. Dimana setiap babnya terdiri dari beberapa sub bab tersendiri. Bab-bab tersebut secara keseluruhan saling berkaitan satu sama lain. Dimana diawali dengan bab pendahuluan dan diakhiri dengan bab penutup yang berupa kesimpulan dan saran. Adapun gambaran sekilas mengenai bab-bab tersebut adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menerangkan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini penulis memberikan pembahasan umum mengenai pengertian strategi pemasaran, analisis SWOT dan pengertian KPR Syariah bersubsidi.

### **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Pada bab ini penulis memberikan gambaran umum mengenai BTN Kantor Cabang Syariah Semarang, mulai dari sejarah singkat BTN Kantor Cabang Syariah Semarang, struktur organisasi, logo BTN Syariah, visi dan misi, serta produk-produk yang dimiliki BTN Kantor Cabang Syariah Semarang.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai realisasi distribusi produk pembiayaan KPR BTN Syariah iB Sejahtera selama periode 2010-2015 di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang serta hasil analisis strategi pemasaran di BTN

Kantor Cabang Syariah Semarang terhadap produk pembiayaan KPR BTN Sejahtera iB ditinjau dari analisis SWOT.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini penulis menuangkan kesimpulan, saran/rekomendasi dan penutup dalam penulisan ini.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pengertian Strategi Pemasaran**

##### 1. Pengertian Strategi

Terdapat beberapa definisi strategi menurut pendapat para ahli diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan.
- b. Hamel dan Prahalad mendefinisikan strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. Inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi pembeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar yang menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.<sup>1</sup>

##### 2. Pengertian Pemasaran

Menurut *World Marketing Association* pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari satu inisiator kepada stake holdernya.

---

<sup>1</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010. h. 29.

Pemasaran juga diartikan sebagai salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.<sup>2</sup>

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut, maka bank perlu :<sup>3</sup>

- a. Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.
- b. Memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.
- c. Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya.
- d. Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan.
- e. Memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
- f. Berusaha menarik minat konsumen untuk menjadi nasabah bank.
- g. Berusaha mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik dari segi jumlah maupun kualitas nasabah.

Ayat al-Quran yang menjelaskan tentang pemasaran yang baik untuk dilakukan adalah Q.S Al Isra :7 :

---

<sup>2</sup><http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/penegertian-definisi-pemasaran.html>

diakses pada 21 Maret 2016.

<sup>3</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, ed.Rev 11, 2012. h. 190-191.

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ  
لَيْسْتُمْ...<sup>ط</sup>

Artinya :

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri...”

Disamping dalam memasarkan harus secara baik juga dalam kegiatan perdagangan khususnya memasarkan, Islam melarang adanya unsur manipulasi (penipuan), sebagaimana hadits Nabi Muhammad SAW yang dikutip oleh MA. Mannan (1997:296) yang artinya : ”Jauhkanlah dirimu dari banyak bersumpah dalam penjualan, karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagang) kemudian menghilangkan keberkahan.” (HR.Muslim,An-Nasa’idan Ibnu Majah).

Islam menganjurkan pada umatnya dalam memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga tidak boleh berbohong harus berkata jujur (benar). Oleh sebab itu, salah satu karakter berdagang yang terpenting dan diridhoi oleh Allah SWT adalah kebenaran. Sebagaimana dituangkan dalam hadits (Qardhawi, 1997:175) yang artinya: Pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para Nabi, orang-orang benar (siddiqin), dan para syuhada’ di Surga. (HR. Turmudzi).

### 3. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Bygrave (1996) yang bukunya *The portable MBA in entrepreneurship* telah diterjemahkan dalam tujuh belas bahasa ini, strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara

efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) dengan peluang guna mencapai sasaran usaha.<sup>4</sup>

Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.<sup>5</sup>

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah bauran pemasaran (*marketing mix*), yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan, bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya. Elemen bauran pemasaran meliputi 4P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat/Saluran Distribusi), *Promotion* (Promosi).

a) *Product* (Produk)

Produk merupakan keseluruhan konsep objek yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan terhadap produk adalah konsumen tidak hanya membeli bentuk fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai produk tersebut.<sup>6</sup>

b) *Price* (Harga)

Yaitu pada setiap produk barang ataupun jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Factor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain : biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan

---

<sup>4</sup>Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam, Jakarta: Gema Insani Pers, 2002. h. 169.*

<sup>5</sup>Endah PraptiLestari, *Pemasaran Strategik, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011. h. 2.*

<sup>6</sup>Rambat Lupiyodi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat, 2010. h. 70.*

perubahan keinginan pasar. Menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.<sup>7</sup>

c) *Place* (Tempat/Saluran Distribusi)

Yaitu dalam pemasaran perbankan, pemilihan lokasi (tempat) sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakkan mesin ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut sesuai dengan inti bisnis dari perusahaan.

d) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas.

## B. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats).<sup>8</sup> Dalam analisis SWOT ini menganalisis adanya dua faktor lingkungan usaha, dimana lingkungan itu berupa :

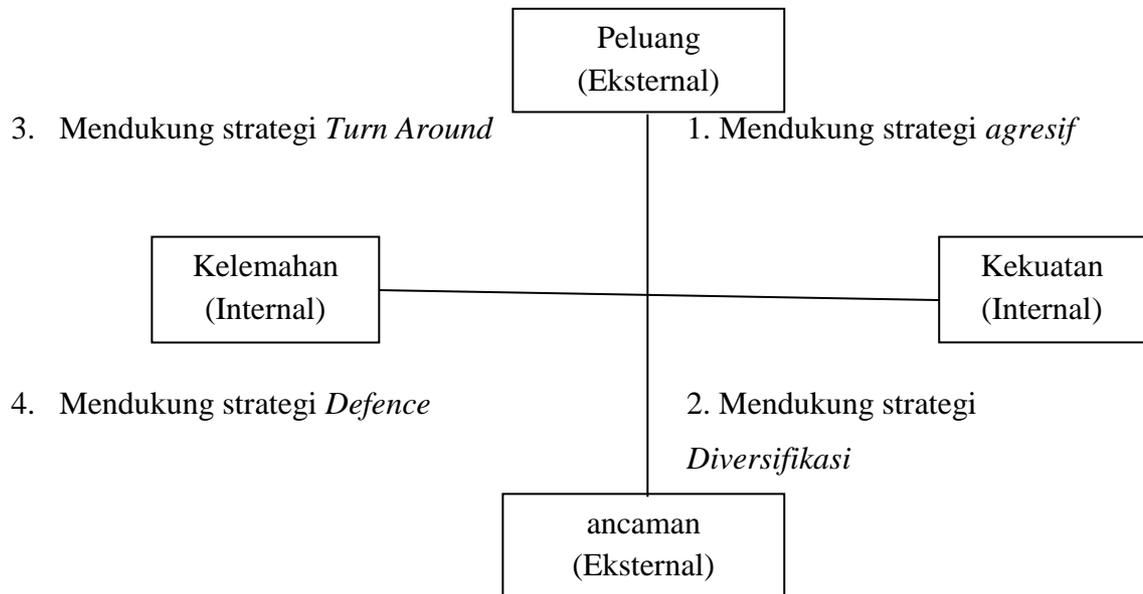
- a. Lingkungan internal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi/perusahaan mempunyai kemampuan untuk mengendalikannya.
- b. Lingkungan eksternal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi/perusahaan tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhinya

---

<sup>7</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010. h. 133.

<sup>8</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006. h. 18.

Gambar 2.1  
Diagram Analisis SWOT



Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara *strategi diversifikasi* (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi berbagai peluang pasar yang sangat besar tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4:Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

### C. Pengertian KPR Syariah Bersubsidi

#### 1. Pengertian KPR Syariah

Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) termasuk pembiayaan yang bersifat konsumtif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan yang bersifat kebutuhan konsumtif, seperti pembiayaan untuk pembelian rumah, kendaraan bermotor, pembiayaan pendidikan dan apapun yang bersifat konsumtif.<sup>9</sup>

KPR atau Kredit Pemilikan Rumah Syariah adalah fasilitas kredit atau pembiayaan yang diberikan lembaga keuangan syariah dalam hal ini bank syariah bagi seluruh lapisan masyarakat untuk membantu memiliki rumah beserta tanah dengan fasilitas cicilan tetap dengan margin keuntungan yang telah disepakati bersama antar bank dan nasabah, yang mewajibkan nasabah untuk mengembalikan dana tersebut sesuai jangka waktu yang telah ditentukan bersama.

Pada KPR Syariah bersubsidi tidak terdapat perbedaan yang jauh mengenai konsep dasar yang terkandung pada KPR syariah non subsidi. Pada KPR Syariah bersubsidi terdapat suatu keringanan yang diberikan oleh pemerintah dalam memenuhi kebutuhan rumah bagi masyarakat kelas ekonomi menengah. Pembiayaan KPR Syariah bersubsidi adalah pembiayaan yang diterbitkan oleh lembaga penerbit pembiayaan yang telah beroperasi dengan prinsip syariah dalam rangka pemilikan rumah sederhana sehat (RSH) yang dibeli dari pengembang.<sup>10</sup> Pembiayaan rumah ini dapat digunakan untuk membeli rumah (rumah, ruko, rukan, apartemen) baru maupun bekas,

---

<sup>9</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis*, h. 146.

<sup>10</sup>Kamus Istilah KEMENPERA, "Pengertian KPR Syariah Bersubsidi", *Pusat Pembiayaan Perumahan Kementerian Perumahan Republik Indonesia*, h. 7. Diakses Pada 21 Maret 2016 dari <http://www.kemenpera.go.id/?op=kamus&page=1&act=detail&kat=K&srch=&fld>

membangun atau merenovasi rumah, dan untuk pengalihan pembiayaan KPR dari bank lain.

Menurut Kementerian Perumahan Rakyat (KEMENPERA), kelompok sasaran yang dapat mengikuti Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) atau pembiayaan perumahan subsidi yaitu yang memiliki penghasilan tetap maupun tidak tetap paling banyak Rp 4.000.000 perbulan. Apabila memiliki penghasilan melebihi yang telah ditentukan maka tidak dapat dikatakan sebagai Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dan tidak diperbolehkan mengikuti program tersebut.

## 2. Akad dalam KPR Syariah

Menurut Deputi Gubernur Bank Indonesia, Maulana Ibrahim, prinsip yang digunakan untuk KPR syariah adalah *Murabahah*, *Istishna*, *Muadharabah*, dan juga *Musyarakah Mutanaqisah*.<sup>11</sup> Secara umum, akad yang sering digunakan dalam pembiayaan rumah ini antara lain adalah *murabahah* (jual beli dengan margin profit), terutama untuk rumah yang telah dibangun, dan akad *istishna*, yaitu pemesanan barang (rumah) dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati, serta pembayaran dengan nilai tertentu yang disepakati pula.

Bisa pula menggunakan akad *musyarakah mutanaqishoh*. Pada akad ini, bank syariah dan nasabah berkontribusi modal dengan prosentase tertentu, dan nasabah kemudian membeli “saham/bagian” yang menjadi milik bank secara bertahap, sampai kepemilikan rumah tersebut sepenuhnya berada di tangan nasabah. KPR syariah dengan akad *murabahah* adalah perjanjian jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli rumah yang diperlukan nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah sebesar harga beli ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati oleh bank dan nasabah. Ada juga yang menambahkan akad wakalah dalam KPR syariah ini (BTN Syariah).

---

<sup>11</sup> <http://affganiwordpress.com/ekonomi-islam-pembiayaan-bank-syariah-kpr-syariah>, diakses pada tanggal 21 Maret 2016.

Pembiayaan KPR syariah sebagaimana pembiayaan pada produk-produk perbankan syariah lain didalamnya terdapat akad tertulis yang merupakan perjanjian kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai produk pembiayaan yang diinginkan termasuk juga didalamnya jumlah nominal, persyaratan peminjaman, waktu pembayaran dan cara pembayaran dalam pembiayaan. Konsep pembiayaan murabahah pada KPR syariah di perbankan Islam mencoba membantu masyarakat yang berpenghasilan rendah ataupun terbatas untuk mendapatkan sebuah rumah hunian tempat tinggal yang layak. Jangka waktu pembayaran KPR syariah yang ditawarkan perbankan syariah umumnya sangat panjang sekitar 10-15 tahun.

### 3. Manfaat KPR Syariah

Keuntungan nasabah yang diperoleh dari KPR syariah, sebagai berikut:

- a. Nasabah tidak harus menyediakan dana secara tunai untuk membeli rumah. Nasabah cukup menyediakan uang muka.
- b. Karena KPR memiliki jangka waktu yang panjang, angsuran yang dibayar dapat diiringi dengan ekspektasi peningkatan penghasilan.
- c. Skim pembiayaan adalah jual beli (*Murabahah*), adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh Bank dan Nasabah (*fixed margin*).
- d. Cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu, serta tidak ada unsur spekulatif.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **BANK TABUNGAN NEGARA (BTN) KANTOR CABANG SYARIAH SEMARANG**

##### **A. Sejarah Singkat Perusahaan<sup>1</sup>**

PT. Bank Tabungan Negara Syariah merupakan *Strategic Bussiness Unit (SBU)* dari Bank BTN yang menjalankan Bisnis dengan prinsip syariah, mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta. Selanjutnya pembukaan BTN Kantor Cabang Syariah yang kedua di Bandung tanggal 28 Februari 2005, dan ketiga di Surabaya tanggal 17 Maret 2005, serta berikutnya Kantor Cabang Syariah keempat di Yogyakarta pada tanggal 4 April 2005, kelima di Makassar pada tanggal 11 April 2005. Selanjutnya PT BTN (Persero) Kantor Cabang Syariah Semarang yang berlokasi di Jalan M. T. Haryono No. 717 Semarang pada tanggal 3 April 2008 atau yang bertepatan pada tanggal 26 Rabiul Awal 1428 H oleh Direktur Utama Iqbal Latanro. Hingga 2015 telah dibuka 22 kantor cabang syariah, 21 kantor cabang pembantu syariah, 7 kantor kas syariah di beberapa kota di Indonesia dengan 240 Kantor Layanan Syariah (KLS).

Tujuan Pembukaan SBU ini guna melayani tingginya minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan Syariah dan memperhatikan keunggulan prinsip Perbankan Syariah, adanya Fatwa MUI tentang bunga bank, serta melaksanakan hasil RUPS tahun 2004. Dan untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan produk dan layanan perbankan sesuai dengan prinsip syariah. PT. Bank Tabungan Negara Syariah yang merupakan bagian dari Bank BTN konvensional yang merupakan bank BUMN, BTN Syariah menjalankan fungsi intermediasi dengan menghimpun dana masyarakat melalui produk-produk giro,

---

<sup>1</sup><http://www.bt.co.id/Syariah/> diakses pada tanggal 22 Maret 2016.

tabungan dan deposito serta menyalurkannya kembali ke sektor rill melalui berbagai produk pembiayaan KPR, Bangun rumah, Kendaraan bermotor, Multijasa, Multimanfaat, Tunai emas, Talangan Haji, Konstruksi, Investasi, KUR dan Modal Kerja. Sesuai dengan mottonya: **“Maju dan Sejahtera Bersama”**, maka BTN Syariah mengutamakan prinsip keadilan dan kesetaraan dalam penerapan imbalan bagi hasil antara nasabah dan bank. BTN syariah membuka Unit Usaha Syariah di Semarang pada tanggal 03 April 2008. BTN Kantor Cabang Syariah (KCS) Semarang merupakan KCS ke-14 yang berlokasi di Jl. A. Yani, No. 195 C, Kelurahan Wonodri, Kec. Semarang Selatan, Semarang, Jawa Tengah.

Meskipun relative muda, namun BTN Kantor Cabang Syariah Semarang telah di *manage* dengan baik, hal ini terbukti dengan adanya visi dan misi perusahaan, tujuan pendirian serta adanya pedoman pegawai yang menjadi acuan etika bagi para pegawainya dalam memberikan pelayanan bagi para nasabah. Semua hal ini merupakan konsep yang ideal yang ingin dicapai oleh perusahaan, yaitu menjadi salah satu perusahaan yang unggul.

## B. Logo Perusahaan

Gambar 3.1  
Logo BTN Syariah



### **C. Tujuan Pendirian Perusahaan**

Setiap perusahaan harus memiliki visi dan misi yang jelas sebagai dasar pencapaian tujuan perusahaan. Adapun visi, misi, Etika dan Budaya Kerja Perusahaan PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang dijabarkan sebagai berikut:

Tujuan Pendirian PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang:

1. Untuk memenuhi kebutuhan Bank dalam memberikan pelayanan jasa keuangan syariah.
2. Mendukung pencapaian sasaran laba usaha Bank.
3. Meningkatkan ketahanan Bank dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha.
4. Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap nasabah dan pegawai.

### **D. Visi dan Misi PT BTN (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang**

#### **1. Visi**

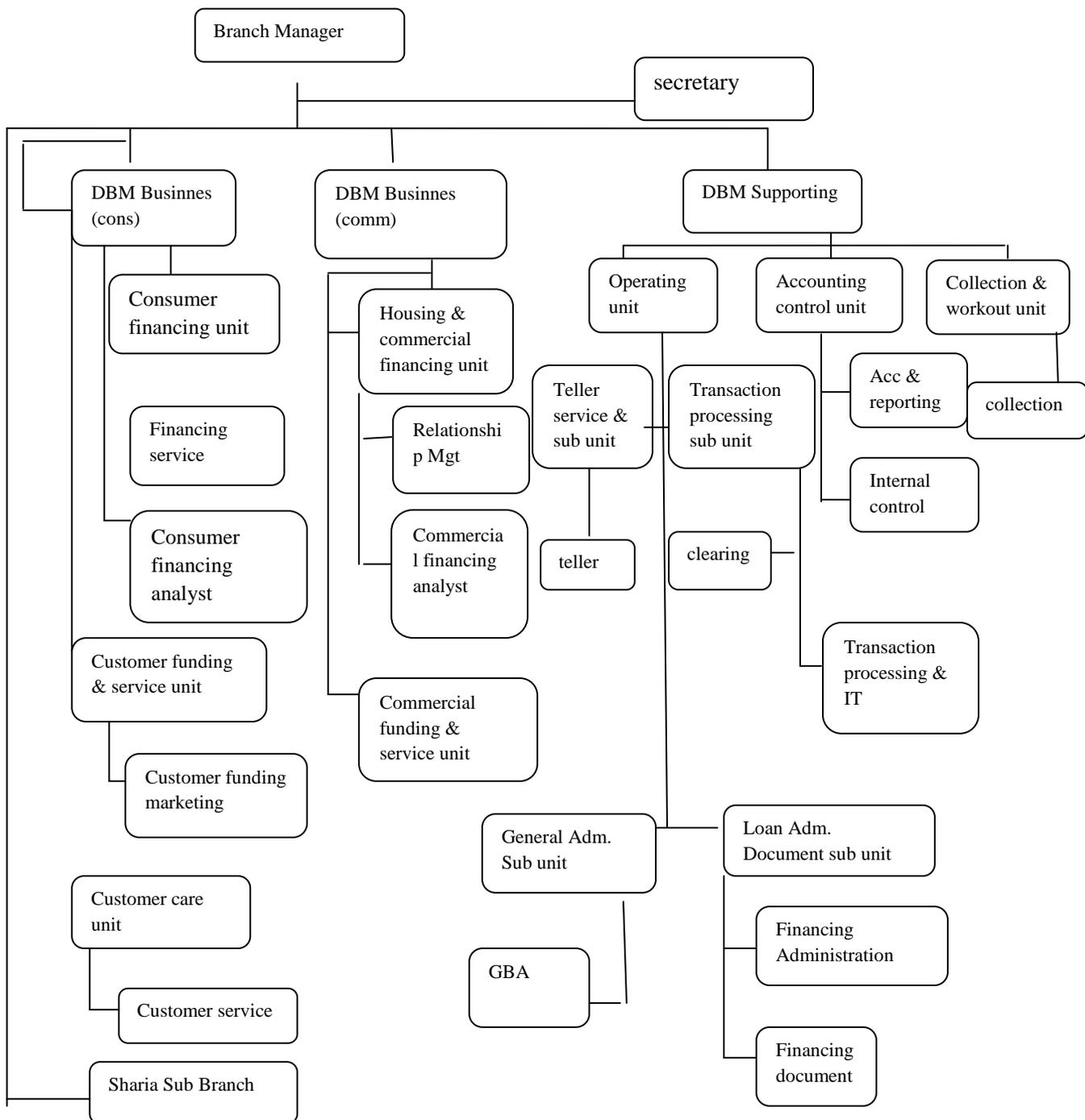
"Menjadi *Strategic Business Unit* BTN yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama."

#### **2. Misi**

1. Mendukung pencapaian sasaran laba usaha BTN.
2. Memberikan pelayanan jasa keuangan Syariah yang unggul dalam pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan Syariah terkait sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.
3. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah sehingga dapat meningkatkan ketahanan BTN dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha serta meningkatkan *shareholders value*.

4. Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders* serta memberikan kenyamanan pada karyawan dan nasabah.

**E. Struktur Organisasi PT BTN (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang**



Keterangan:

1. Branch Manager : Indro Setiadji
2. Secretary : Dyah Ayu Saputri
3. DBM Supporting : Achmad Komari
4. Operation Branch Manager : Yuane Setyo Palupi
5. Teller : Suci Triana, Woro Hari S
6. Financing Administration : Maria Ulfa
7. Financing Documen : Bagus Dwi Bramantiyo
8. Document Admin : Ahmat Sukoco
9. Clearing : Diaztyo Adi Seputra
10. Transaction Processing & IT Support : Gunawan Hari Murti
11. Human Capital Suport : Iwan Feby Pradana
12. Accounting Control Unit : Chandra Ristiana Irawati
13. Accounting & Reporting : Kartika Setyawan Jodi
14. Collection : Rizky Kusmaryono , Tika Putri Pratiwi
15. DBM Commercial :Aris Supriyadi
16. Relationship Management : Sunarto
17. Junior Commercial Financing Analyst : Ayesha Ismail, Adnan Suryo P
18. Commercial Funding Marketing : Naily Fissilmi
19. Mortgage dan Consumer Financing Unit : Merwanto
20. Consumer Financing Service :Mukhlisin Ali Akhmadi ,Betty Indah Dwi
21. Junior Consumer Financing Analyst : Hadziq Jauhary, Muhammad Taufik
22. Financing Data Entry : Joko Giswoyo
23. Custumer Service : Rifki Ristavia F , Maya Dwi Astuti

## **F. Produk- Produk PT. BTN (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang<sup>2</sup>**

PT Bank Tabungan Negara (persero) Kantor Cabang Syariah Semarang dalam melakukan kegiatan dan bidang usaha secara garis besar meliputi produk pendanaan dan pembiayaan.

### **1. PRODUK PENDANAAN (FUNDING)**

#### **a. GIRO BTN iB**

Giro BTN iB adalah produk penyimpanan dana dengan akad titipan (Wadiah), yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan maupun perusahaan/lembaga untuk menunjang kelancaran lalu lintas pembayaran dengan perantara cek dan bilyet giro maupun media perintah pembayaran lainnya.

Keunggulan :

- a) Sarana penitipan uang yang aman dan terpercaya
- b) Menunjang aktivitas usaha dalam pembayaran dan penerimaan.
- c) Memeudahkan aktivitas kebutuhan transaksi keluarga /pribadi /usaha.
- d) Giro perorangan mendapatkan Kartu ATM.

Saldo Minimal :

- a) Perorangan hanya Rp 250.000,-
- b) Lembaga hanya Rp 500.000,-
- c) Joint Account Perorangan hanya Rp 500.000,-

---

<sup>2</sup>Diambil dari Brosur Produk Tabungan Bank BTN Cabang Syariah Semarang 25 Januari 2016.

Tabel 3.1  
Tata Cara Menjadi Nasabah Giro BTN iB :

Nasabah Perorangan	Nasabah Lembaga
Usia 18 tahun keatas atau sudah menikah	Melampirkan foto copy Akte Pendirian Perusahaan/Anggaran Dasar dan Izin Usaha
Melampirkan foto copy KTP atau kartu identitas lainnya.	Melampirkan Surat Kuasa khusus untuk bertidak atas nama perusahaan
Penyetoran pertama minimal Rp 500.000,-	Penyetoran pertama minimal Rp 1.000.000,-
Melampirkan Surat Referensi	
Tidak termasuk dalam daftar hitam BI	
Memiliki NPWP	

Sumber : Brosur BTN Syariah Semarang

#### b. Giro Investa BTN iB

Giro Investa BTN iB adalah Giro yang bersifat investasi atau berjangka dengan akad “Mudharabah” yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu melalui perantara cek dan bilyet giro untuk mendukung kemudahan transaksi.

Keunggulan :

- a) Mendapatkan bahi hasil yang bersaing
- b) Untuk saldo tertentu mendapatkan nisbah tambahan

Persyaratan untuk :

1. Perorangan :

- a) 21 tahun keatas atau telah menikah
- b) Mengisi dan menandatangani formulir permohonan beserta pendukungnya

- c) Menyerahkan foto copy identitas diri (KTP/Paspor dan KIMS/KITAS), dan NPWP
- d) 1 lembar pas foto 4 x 6
- e) Dikenakan biaya administrasi bulanan sesuai ketentuan bank
- f) Menyerahkan surat referensi

2. Lembaga :

- a) Mengisi dan menandatangani formulir permohonan beserta pendukungnya
- b) Menyerahkan foto copy identitas diri (KTP/Paspor dan KIMS/KITAS pejabat yang berwenang), dan NPWP, TDP, SIUP, dan Akte Pendirian Perusahaan
- c) Dikenakan biaya administrasi bulanan sesuai ketentuan bank
- d) Menyerahkan surat referensi

**c. Deposito BTN iB**

Deposito BTN iB adalah produk penyimpanan dana dalam bentuk deposito dengan akad Mudharabah, untuk tujuan investasi dalam jangka waktu tertentu sesuai pilihan dan kebutuhan nasabah. Nasabah Deposito BTN iB, baik perorangan maupun perusahaan/lembaga, akan mendapatkan manfaat dan keuntungan sebagai berikut :

- a) Sarana investasi dana yang aman dan terpercaya
- b) Bagi hasil yang menarik dan dapat diakumulasikan ke dalam pokok deposito
- c) Bebas memilih cara perpanjangan, Automatic Roll Over (ARO) atau Non ARO
- d) Pencairan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan pinalti
- e) Dapat digunakan sebagai sarana penyaluran zakat, infak dan sadaqah

- f) Jangka waktu penempatan cukup fleksibel, yaitu 1, 3, 6, 12, dan 24 bulan
- g) Nominal penempatan cukup terjangkau yaitu minimal Rp 500.000,- untuk perorangan dan Rp 2.500.000,- untuk perusahaan/lembaga

Perhitungan Bagi Hasil :

- a) Menggunakan metode proporsional harian berdasarkan bagi hasil bulan sebelumnya
- b) Bagi hasil diberikan setiap tanggal jatuh tempo dan dihitung berdasarkan saldo rata-rata harian yang mengendap selama 1 (satu) bulan sesuai nisbah yang disepakati

Pencairan Sebelum Jatuh Tempo :

Terhadap pencairan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan inalti, namun Deposan tidak mendapatkan bagi hasil untuk periode bulan berjalan

#### **d. Tabungan BTN Batara iB**

Tabungan BTN Batara iB merupakan produk simpanan dana dengan akad Wadiah Yad Dhamanah (titipan) serta memiliki berbagai macam fitur dan manfaat.

Manfaat :

- a) Mendapatkan bonus menarik (sesuai dengan kebijakan Bank)
- b) Dapat dipotong (fasilitas autodebet) dalam perencanaan beribadaha seperti Haji & Umroh, Qurban, Zakat, Infaq dan Shadaqah
- c) Peyetoran dan penarikan dapat dilakukan diseluruh outlet BTN Syariah maupun BTN Konvensional yang menjadi Kantor Layanan Syariah di seluruh wilayah Indonesia

- d) Mendapatkan Kartu Debet BTN Syariah VISA yang dapat digunakan bertransaksi diseluruh mesin ATM Bersama, Link dan Prima di seluruh Indonesia serta Menrchant berlog VISA di seluruh dunia

Persyaratan :

- a) WNI atau WNA
- b) Untuk perorangan : KTP/SIM/Paspor/KITAS/KIMS yang masih berlaku, atau surat keterangan domisili/kerja, beneficiary owner untuk usia dibawah 17 tahun
- c) Untuk lembaga : KTP pejabat berwenang, akta pendirian perusahaan, NPWP, SIUP, TDP atau surat ijin usaha lainnya
- d) Minimal setoran awal Rp 100.000,-

**e. Tabungan BTN Prima iB**

Tabungan BTN Prima iB merupakan produk simpanan dana dengan akad mudharabah Mutlaqah (investasi) degan berbagai fitur dan manfaat :

Manfaat :

- a) Mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif sehingga nasabah dapat berinvestasi dengan kentungan yang lebih baik dari produk tabungan yang lain
- b) Biaya administrasi ringan ikut program special dengan hadiah yang menarik
- c) Dapat dipotong (fasilitas autodebet) dalam perencanaan beribadaha seperti Haji & Umroh, Qurban, Zakat, Infaq dan Shadaqah
- d) Peyetoran dan penarikan dapat dilakukan diseluruh outlet BTN Syariah maupun BTN Konvensional yang menjadi Kantor Layanan Syariah di seluruh wilayah Indonesia

- e) Mendapatkan Kartu Debet BTN Syariah VISA yang dapat digunakan bertransaksi diseluruh mesin ATM Bersama, Link dan Prima di seluruh Indonesia serta Menrchant berlog VISA di seluruh dunia

Persyaratan :

- a) WNI atau WNA
- b) Untuk perorangan : KTP/SIM/Paspor/KITAS/KIMS yang masih berlaku, atau surat keterangan domisili/kerja, beneficiary owner untuk usia dibawah 17 tahun
- c) Untuk lembaga : KTP pejabat berwenang, akta pendirian perusahaan, NPWP, SIUP, TDP atau surat ijin usaha lainnya
- d) Setoran minimal awal Rp 250.000,-

#### **f. Tabungan BTN Simpel iB**

Tabungan BTN Simpel iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh Bank-Bank di Indonesia, dengan syarat yang mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Persyaratan :

- a) Diperuntukkan bagi siswa PAUD,TK, SD, SMP, SMA, Madrasah (MI, MTs, MA) atau sederajat, yang berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP
- b) Rekening atas nama siswa
- c) Pembukaan rekening dilakukan melalui kerjasama antara sekolah dengan Bank
- d) Menabung bisa dilakukan disekolah
- e) Tidak diperkenankan untuk rekening bersama (joint account)

Tabel 3.2

Fitur Tabungan BTN Sempel iB :

Setoran Awal Pembukaan Minimal	Rp 1000,-
Setoran Lanjutann	Rp 1000,-
Biaya Administrasi	Bebas
Saldo Minimum	Rp 1000,-
Saldo Maksimal	Tidak dibatasi
Biaya Penutupan Rekening	Rp 1000,-
Mendapatkan Kartu ATM	

Sumber : Brosur BTN Syariah Semarang

**g. Tabungan BTN Haji iB**

Ketentuan :

- a) Membantu Anda mempersiapkan biaya Ibadah Haji melalui penempatan dana pada Tabungan BTN Haji iB dengan prinsip investasi (mudharabah)
- b) Bagi hasil yang diperoleh dapat mempercepat pengumpulan dana BPIH Anda
- c) Setelah mencapai saldo nominal tertentu, Anda dapat mendaftarkan diri menjadi calon jamaah haji melalui SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Departemen Agama di Kantor Cabang Syariah (KCS) atau Outlet Layanan Syariah Bank BTN tempat membuka rekening.
- d) Nasabah tidak dikenakan biaya pengelolaan rekening

Kemudahan :

- a) Pembukaan rekening dan penyetoran dapat dilakukan di Kantor Cabang Syariah (KCS) dan seluruh Outlet Layanan Syariah Bank BTN

- b) Penyetoran dapat dilakukan secara tunai, pemindahbukuan dan kliring
- c) Penyetoran dana ataupun investasi Anda akan didokumentasikan dalam Buku Tabungan BTN Haji iB

Persyaratan :

- a) Mengisi formulir pembukaan rekening di jaringan Kantor Cabang Syariah (KCS) dan Outlet Layanan Syariah Bank BTN terdekat serta menunjukkan identitas asli yang masih berlaku (KTP/SIM/Paspor/KITAS)
- b) Setoran pertama sebesar Rp 100.000,- (Seratus ribu rupiah). Setoran selanjutnya minimal sebesar Rp 100.000,- (Seratus ribu rupiah)
- c) Bersedia tidak menarik tabungannya baik secara tunai, pemindahbukuan maupun ATM sampai dengan waktu yang ditetapkan untuk pembayaran Setoran BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji) ke Departemen Agama
- d) Alamat nasabah pada kartu identitas harus satu wilayah dengan Kantor Cabang Syariah (KCS) dan Outlet Layanan Syariah Bank BTN tempat pembukaan rekening, hal ini merupakan salah satu persyaratan dari Departemen Agama.

## **2. PRODUK PEMBIAYAAN (FINANCING)<sup>3</sup>**

### **a. Produk Sejuta Rumah**

Bank BTN siap mendukung program pembiayaan kepemilikan rumah bagi rakyat Indonesia melalui produk KPR BTN Platinum iB & KPR BTN Sejahtera iB dengan angsuran yang murah, proses dan pelayanan yang cepat serta keunggulan sebagai berikut :

---

<sup>3</sup>Diambil dari Brosur Produk Tabungan Bank BTN Cabang Syariah Semarang 25 Januari 2016.

- a) Uang muka mulai dari 1%
- b) Margin mulai dari 5%
- c) Jangka waktu sampai dengan 20 tahun

Syarat dan ketentuan :

- a) WNI berusia 21 tahun atau telah menikah, pada saat pembiayaan lunas usia tidak melebihi 65 tahun atau usia saat pensiun
- b) Minimum masa kerja /usaha 1 (satu) tahun
- c) Berpenghasilan dan mampu mengangsur setiap bulan sampai dengan lunas
- d) Biaya yang muncul adalah sebagai berikut : Biaya Administrasi, Asuransi Jiwa & Kebakaran, Notaris Serta Aprasial.

#### **b. Multimanfaat BTN iB**

Multi manfaat BTN iB merupakan pembiayaan konsumtif perorangan yang ditunjukkan khusus bagi para pegawai dan pensiunan yang manfaat pensiunnya dibayarkan melalui jasa payroll BTN Syariah. Multimanfaat BTN iB digunakan pembelian berbagai jenis barang yang bermanfaat sesuai kebutuhan dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, seperti barang elektronik, furniture dan alat rumah tangga, serta barang kebutuhan lainnya

Proses Akad: Akad yang digunakan adalah jual beli (murabahah)

Jangka Waktu: Jangka waktu pembiayaan maksimal adalah 60 (enam puluh) bulan

Persyaratan dan Kelengkapan :

- a) Warga Negara Indonesia yang berusia minimal 21 tahun atau telah menikah dan berwenang melakukan tindakan hukum
- b) Karyawan/pegawai minimal 1 tahun

- c) Melengkapi aplikasi Permohonan Pembiayaan dan data yang diperlukan seperti fotocopy kartu keluarga, fotocopy surat nikah/cerai, pasfoto, fotocopy rekening bank 3 bulan terakhir serta data lainnya yang dibutuhkan sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku.

### **c. Multijasa BTN iB**

Multijasa BTN Ib merupakan pembiayaan yang dapat digunakan untuk keperluan menandai berbagai kebutuhan pembiayaan yang dapat digunakan untuk keperluan paket biaya pernikahan, paket biaya traveling (perjalanan wisata), paket biaya umroh/haji plus, paket biaya kesehatan, paket biaya jasa lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Proses Akad : Menggunakan Akad Kafalah dengan konsep Bank sebagai penanggung/ penjamin jasa layanan yang diselenggarakan penyelenggara layanan jasa atau pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban yang ditanggung sesuai kebutuhan atas manfaat dari layanan jasa yang dipilih. Nasabah membayar ujroh (fee) sesuai ketentuan bank.

### **d. Pembiayaan Bangun Rumah BTN iB**

Bangun Rumah BTN iB adalah fasilitas pembiayaan berdasarkan akad Murabahah (jual beli), yang diperuntukan bagi pemohon yang memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh bank untuk membiayai pembangunan atau renovasi rumah, ruko, atau bangunan lain diatas tanah yang sudah dimiliki baik untuk dipakai sendiri maupun untuk disewakan.

Keuntungan Bagi Nasabah :

- a) Angsuran tetap sampai lunas
- b) Nasabah bebas merencanakan pembangunan atau renovasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya

- c) Maksimum pembiayaan yang diberikan 100% dari RAB
- d) Jangka waktu hingga 15 tahun
- e) Margin bersaing
- f) Persyaratan mudah dan fleksibel
- g) Pelunasan dipercepat tidak dikenakan pinalty
- h) berdasarkan prinsip syariah

Persyaratan :

- a) Mengisi formulir permohonan
- b) Menyerahkan copy identitas diri (KTP, KK, Akta Nikah),
- c) Menyerahkan copy slip/keterangan gaji atau keterangan penghasilan.
- d) Menyerahkan copy SK Pegawai atau Keterangan Kerja dari Perusahaan.
- e) Menyerahkan copy Ijin Usaha untuk wiraswasta (Akte Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUPP, NPWP, dll)
- f) Menyampaikan rencana pembangunan dan RAB

Persyaratan Jaminan :Sertifikat SHM atau SHGB, IMB, dan PBB.

### 3. JASA DAN LAYANAN

Jasa dan Layanan adalah Fasilitas yang diberikan Bank BTN Syariah untuk memenuhi kebutuhan dan memudahkan segala transaksi nasabah.

Tabel 3.3

#### Jasa dan Layanan

Kartu Debit BTN Syariah	Fasilitas layanan kartu yang memberikan kemudahan bagi nasabah melalui ATM seperti tarik tunai dan transfer, dapat dilakukan di seluruh jaringan ATM Bank BTN, Link, ATM Bersama, Prima, Visa dan Plus serta
-------------------------	--

	berbelanja di toko-toko berlogo Visa di dalam dan luar negeri
Kiriman Uang	Fasilitas layanan pengiriman uang secara real time ke sesama Bank BTN dan BTN Syariah serta pengiriman uang ke Bank lain menggunakan fasilitas SKN, RTGS, Link, ATM Bersama dan Prima.
iCash Management System (iCMS)	Layanan berbasis internet dengan menggunakan aplikasi browser yang berguna untuk membantu nasabah dalam mengelola kegiatan perbankan secara mandiri, efektif dan efisien.
Payment Point BTN iB	Layanan bagi perusahaan, lembaga atau perorangan dalam mengelola pembayaran gaji, THR, bonus dan kebutuhan finansial lainnya yang bersifat rutin bagi karyawan.
Payroll BTN iB	Layanan bagi perusahaan, lembaga atau perorangan dalam mengelola pembayaran gaji, THR, bonus dan kebutuhan finansial lainnya yang bersifat rutin bagi karyawan.

Sumber : Brosur BTN Syariah Semarang

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Realisasi Distribusi Produk Pembiayaan KPR BTN Syariah iB Sejahtera

Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Semarang merupakan unit usaha syariah BTN konvensional memegang *market share* KPR terbesar di Indonesia dan menjadi kontributor utama dalam program perumahan rakyat yang ditujukan dengan penyalur KPR FLPP tertinggi.

Meskipun sebagai penyalur KPR Sejahtera terbesar di Indonesia, BTN Syariah juga pernah mengalami penurunan dalam mendistribusikan produk KPR BTN Syariah.

Selama periode lima tahun BTN Syariah telah menunjukkan perkembangan yang lumayan baik dalam memasarkan produk KPR BTN Sejahtera iB. Berikut ini adalah tabel perkembangan distribusi KPR BTN Sejahtera iB pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Semarang.

Tabel 4.1

Realisasi distribusi KPR BTN Sejahtera periode 2010-2015

Tahun	Unit
2010	333
2011	564
2012	164
2013	303
2014	752
2015	501

Sumber :Laporan Perkembangan KPR BTN Sejahtera BTN Syariah Semarang

Dari data diatas dapat dilihat bahwa distribusi produk KPR BTN Sejahtera pada tahun 2010 telah menyalurkan produk KPR sebanyak 333 Unit, pada tahun berikutnya yaitu tahun 2011

mengalami peningkatan yaitu sebesar 564 Unit. Tahun selanjutnya yaitu 2012 BTN Syariah mengalami penurunan dalam penyaluran KPR yaitu 164 Unit, tapi pada tahun 2013 sampai tahun 2014 mengalami peningkatan yang cukup memuaskan yaitu mulai dari 303 Unit hingga 752 Unit. Pada tahun berikutnya BTN Syariah mengalami penurunan dalam pendistribusian produk KPR Sejahtera iB pada tahun 2015 yaitu sebesar 501 Unit. Hal ini mungkin disebabkan oleh menurunnya strategi pemasaran yang dipakai oleh Bank BTN Syariah Semarang.

Pada 2012 BTN Syariah mengalami penurunan penyaluran produk KPR, hal ini disebabkan karena 2012 terjadi perubahan kebijakan pemerintah, yang mana untuk program FLPP Juli 2012, pemerintah memberikan 70% dari total pendanaan Bank untuk KPR subsidi, sementara bank membiayai sisa 30% dari kebutuhan dana. Dana tersebut kemudian diberikan kepada nasabah yang memenuhi syarat dalam bentuk KPR dengan tingkat bunga sebesar 7,25% pertahun dan jangka waktu sampai 20 tahun.<sup>1</sup>

Kebijakan pemerintah lain yang menyebabkan BTN Kantor Cabang Syariah Semarang mengalami penurunan dalam menyalurkan produk KPR Subsidi adalah pemerintah menetapkan harga jual maksimal untuk rumah atau rumah susun, sehingga hal ini membuat masyarakat tidak mau mengambil pembiayaan KPR di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang.

Pada tahun 2015 juga mengalami penurunan dikarenakan adanya kebijakan pemerintah yang baru dimana pemerintah mengganti format KPR Sejahtera menjadi KPR Sejahtera Uang Muka 5%, sehingga menurunkan minat masyarakat dalam pengambilan KPR Sejahtera.

---

<sup>1</sup> KPR-FLPP Tahun 2012, *Pusat Pembiayaan Perumahan Kementerian Perumahan Republik Indonesia*.

## **B. Strategi Pemasaran Terhadap Produk Pembiayaan KPR BTN Sejahtera iB Ditinjau Dari Analisis SWOT**

Setelah penulis meneliti strategi pemasaran produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang, penulis menganalisis dengan analisis SWOT yang berisi Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threatts*).

### 1) Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan Strategi Pemasaran Produk KPR BTN Sejahtera iB adalah :

- a. Karena BTN Syariah telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai penyalur KPR terbaik, hal ini membuat BTN Syariah mudah untuk memasarkan produk KPRnya.
- b. Dalam memasarkan produk KPR, BTN Syariah melakukan Gathering setiap tahun dan ikut dalam event-event pameran property sehingga masyarakat dapat lebih mengenali produk KPR BTN Sejahtera yang ada pada BTN Syariah Semarang.
- c. Menggunakan tradisi “Gethuk Tular” antara nasabah yang telah mengambil pembiayaan KPR di BTN dengan masyarakat
- d. Dari segi layanan, BTN Syariah Semarang memberikan pelayan yang baik saat memberitahu kepada calon nasabah yang ingin melakukan pembiayaan terhadap produk KPR Sejahtera sehingga masyarakat tertarik untuk mengambil pembiayaan di BTN Syariah Semarang.

### 2) Kelemahan (*Weakness*)

- a. BTN Syariah lemah dalam memasarkan karena kurang adanya SDM yang mencukupi yaitu tidak adanya marketing yang memasarkan produk KPR Syariah.
- b. Promosi BTN Syariah kadang kurang dipahami oleh masyarakat sehingga masyarakat yang ingin mengambil KPR Sejahtera menjadi ragu.

- c. Kurang adanya komunikasi yang tepat kepada masyarakat tentang kelebihan-kelebihan produk KPR Sejahtera di BTN Syariah Semarang.

### 3) Peluang (*Opportunities*)

- a. Karena masyarakat Indonesia khususnya masyarakat di Semarang masih banyak yang membutuhkan rumah sebagai hunian, hal ini memberikan peluang kepada BTN Syariah Semarang dalam menjual produk KPRnya.
- b. Seperti disebutkan diatas, karena Bank BTN Syariah telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai penyalur KPR terbaik, maka peluang BTN Syariah memiliki peluang besar untuk mendapatkan nasabah pembiayaan KPR.
- c. Mengikuti event pameran property juga merupakan peluang yang baik untuk BTN Syariah mendapatkan nasabah pembiayaan KPR.
- d. Dengan adanya tradisi “Gethuk Tular” antara nasabah yang telah mengambil pembiayaan KPR di BTN dengan masyarakat sehingga membuat masyarakat ikut serta mengambil pembiayaan KPR Sejahtera di BTN Syariah Semarang.

### 4) Ancaman (*Threats*)

- a. Banyaknya bank lain yang sekarang juga memiliki produk KPR membuat BTN Syariah Semarang terancam untuk kehilangan nasabahnya.
- b. Adanya pemberian kemudahan dalam pembiayaan KPR di Bank lain yang dapat memberi ancaman terhadap perkembangan produk KPR Sejahtera yang dimiliki oleh Bank BTN.
- c. Bank lain juga menggunakan strategi yang kurang lebih sama dengan BTN Syariah dalam memasarkan produk KPR nya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan data realisasi pembiayaan KPR Sejahtera dapat dilihat 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.
2. Setelah penulis meneliti strategi pemasaran produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang, penulis menganalisis dengan analisis SWOT yang berisi Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threatts*).

##### 1) Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan Strategi Pemasaran Produk KPR BTN Sejahtera iB adalah :

- a. Karena BTN Syariah telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai penyalur KPR terbaik, hal ini membuat BTN Syariah mudah untuk memasarkan produk KPRnya.
- b. Dalam memasarkan produk KPR, BTN Syariah melakukan Gathering setiap tahun dan ikut dalam event-event pameran property sehingga masyarakat dapat lebih mengenali produk KPR BTN Sejahtera yang ada pada BTN Syariah Semarang.
- c. Menggunakan tradisi “Gethuk Tular” antara nasabah yang telah mengambil pembiayaan KPR di BTN dengan masyarakat

- d. Dari segi layanan, BTN Syariah Semarang memberikan pelayanan yang baik saat memberitahu kepada calon nasabah yang ingin melakukan pembiayaan terhadap produk KPR Sejahtera sehingga masyarakat tertarik untuk mengambil pembiayaan di BTN Syariah Semarang.
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
    - a. BTN Syariah lemah dalam memasarkan karena kurang adanya SDM yang mencukupi yaitu tidak adanya marketing yang memasarkan produk KPR Syariah.
    - b. Promosi BTN Syariah kadang kurang dipahami oleh masyarakat sehingga masyarakat yang ingin mengambil KPR Sejahtera menjadi ragu.
    - c. Kurang adanya komunikasi yang tepat kepada masyarakat tentang kelebihan-kelebihan produk KPR Sejahtera di BTN Syariah Semarang.
  - 3) Peluang (*Opportunities*)
    - a. Karena masyarakat Indonesia khususnya masyarakat di Semarang masih banyak yang membutuhkan rumah sebagai hunian, hal ini memberikan peluang kepada BTN Syariah Semarang dalam menjual produk KPRnya.
    - b. Seperti disebutkan diatas, karena Bank BTN Syariah telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai penyalur KPR terbaik, maka peluang BTN Syariah memiliki peluang besar untuk mendapatkan nasabah pembiayaan KPR.
    - c. Mengikuti event pameran property juga merupakan peluang yang baik untuk BTN Syariah mendapatkan nasabah pembiayaan KPR.
    - d. Dengan adanya tradisi “Gethuk Tular” antara nasabah yang telah mengambil pembiayaan KPR di BTN dengan masyarakat sehingga membuat masyarakat ikut serta mengambil pembiayaan KPR Sejahtera di BTN Syariah Semarang.

#### 4) Ancaman (*Threats*)

- a. Banyaknya bank lain yang sekarang juga memiliki produk KPR membuat BTN Syariah Semarang terancam untuk kehilangan nasabahnya.
- b. Adanya pemberian kemudahan dalam pembiayaan KPR di Bank lain yang dapat memberi ancaman terhadap perkembangan produk KPR Sejahtera yang dimiliki oleh Bank BTN.
- c. Bank lain juga menggunakan strategi yang kurang lebih sama dengan BTN Syariah dalam memasarkan produk KPR nya.

### **B. Saran/Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dari pembahasan sebelumnya, maka diajukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan distribusi penyaluran KPR Sejahtera di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang, maka perlu adanya marketing yang sesuai dan pandai dalam memasarkan produk KPR BTN Sejahtera di BTN Kantor Cabang Syariah agar mampu menarik lebih banyak nasabah pembiayaan KPR Sejahtera.
2. Dengan adanya kekuatan sebagai Bank penyalur KPR terbesar di Indonesia, maka BTN Syariah disarankan mampu mempertahankan nama baik BTN sebagai penyalur KPR terbesar serta mempertahankan nasabah yang telah melakukan pembiayaan KPR di BTN Kantor Cabang Syariah Semarang.

### **C. Penutup**

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, rasa syukur penulis ucapkan sedalam dalamnya kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, Tugas Akhir yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK KPR BTN SEJAHTERA IB DITINJAU DARI ANALISIS SWOT DI BTN SYARIAH (Studi Kasus Pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)” ini dapat penulis selesaikan. Penulis

menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah dan ketidaksempurnaan banyak terdapat pada Tugas Akhir ini, hal tersebut terjadi semata-mata karena keterbatasan penulis. Maka dari itu kritik serta saran sangat penulis harapkan guna untuk memperbaiki Tugas Akhir ini.

Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca sekalian. Akhirnya hanya kepada Allah penulis berserah diri, mudah-mudahan mendapatkan syafa'at serta hidayah-Nya.  
*Amin, amin Ya Rabbal alamin.*

## DAFTAR PUSTAKA

Aji , Cipta Kurnia,2008. *Pendekatan Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Haji Arafah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia)*, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta : Fakultas Syariah Dan Hukum.

Al Arif , M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis*.

Anam , Khoirul,2015. *Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Taharah Di PT. BPRS PNM BINAMA Semarang*, TA Universitas Islam Negeri Walisongo : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

Asikin, Zainal dan Amiruddin,2004. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Brosur Produk Tabungan Bank BTN Cabang Syariah Semarang 25 Januari 2016.

BTN, *Laporan Tahunan Annual Report 2013*.

Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*.

Fathoni, Abdurrahmat,2011. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta : Rineka Cipta.

Hamdani ,A. dan Rambat Lupiyodi, 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta:Salemba Empat.

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

Kamus Istilah KEMENPERA,“Pengertian KPR Syariah Bersubsidi”,*Pusat Pembiayaan Perumahan Kementrian Perumahan Republik Indonesia*.

Kasmir, 2012.*Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, ed.Rev 11, 2012.

Kasmirudin, dan Hendry Yadi, 2014. *Program Analisis SWOT Manajemen Pemasaran Bisnis Developer (Studi : Perumusan Strategi Pemasaran PT. Sinar Mulya Sejahtera Pekanbaru)*, Jurnal FISIP Volume 1 No. 2, Pekanbaru.

KPR-FLPP Tahun 2012, *Pusat Pembiayaan Perumahan Kementrian Perumahan Republik Indonesia*.

Kinerja KPR-FLPP Tahun 2013, *Pusat Pembiayaan Perumahan Kementerian Perumahan Republik Indonesia*.

Lestari , Endah Prapti, 2011. *Pemasaran Strategik, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

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

Rangkuti , Freddy, 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rizki, Lutfi T dan Agustinto M, 2010. *Fiqh Perencanaan Keuangan Syariah*, Depok : Mudamapan, Publishing.

Widjajakusuma , Muhammad Karebet dan Muhammad Ismail Yusanto, 2002.*Mengagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Pers.

<http://affganiwordpress.com/ekonomi-islam-pembiayaan-bank-syariah-kpr-syariah>, diakses pada tanggal 21 Maret 2016.

<http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/penegertian-definisi-pemasaran.html> diakses pada 21 Maret 2016.

<http://www.kemenpera.go.id/?op=kamus&page=1&act=detail&kat=K&srch=&fid> Diakses Pada 21 Maret 2016

<http://www.bt.co.id/Syariah/> diakses pada tanggal 22 Maret 2016.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Metty Novianti  
TTL : Pemalang, 03 November 1994  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Desa Ambowetan , RT/RW 04/01 Kec. Ulujami Kab. Pemalang  
No. Telp : 085640940226  
E-mail : [mettynovianti32@gmail.com](mailto:mettynovianti32@gmail.com)  
Nama Orang Tua : Ayah : Slamet , Ibu : Tuti Murni  
Anak ke Dari : 3 dari 4 bersaudara  
Pendidikan : SD N 01 Ambowetan  
SMP N 1 Ulujami  
MAN 3 Pekalongan

Semarang , 11 Mei 2016

Metty Novianti

## Hasil wawancara dengan Financing Service (mbak Betty Indah P)

Metty : ” Assalamu’alaikum Wr. Wb., maaf Mbak mengganggu waktunya sebentar, ini saya Metty Novianti dari Jurusan D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.terimakasih sebelumnya Mbak telah meluangkan waktunya untuk diwawancara. Begini mbak, saya kan sedang menyusun Tugas akhir untuk mendapatkan gelar Diploma Tiga, kebetulan Tugas Akhir yang saya susun mengenai Pembiayaan KPR Bersubsidi yang kebetulan ada di BTN Syariah Semarang tempat magang dulu.”

Financing Service : “Wa’alaikumsalam, owh iya dek saya Betty Indah panggil saja Mbak Betty. Baik, apa yang bisa saya bantu dek ?”

Metty : “Begini Mbak, BTN Syariah kan terkenal dengan KPR nya, terutama KPR bersubsidi. Bagaiman sih Mbak strategi yang dilakukan oleh BTN Syariah ?”

Financing Service :” Oh iya dek benar sekali BTN Syariah memang terkenal dengan produk KPR nya, jadi kita biasanya pake strategi macem-macem dek, bisa lewat media cetak, online, banner, spanduk dan sebagainya. Malah kebanyakan dari kita mendapat nasabah pembiayaan KPR dari mulut ke mulut dek (gethuk tular) dari nasabah yang sudah melakukan Pembiayaan KPR terus ngomong ke tetangga, saudara maupun kerabatnya jadi nanti mereka ikut melakukan pembiayaan KPR disini. Gitu dek.”

Metty : “Oh gitu ya Mbak, oh iya Mbak.. Tuga Akhir saya kan menganalisis SWOT Strategi Pemasaran KPR Sejahtera Bersubsidi di BTN Syariah ini, dimana SWOT itu meliputi Strenight (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threatts (Ancaman). Lha bagaimana SWOT pemasaran KPR di BTN Syariah ya Mbak ?”

Financing Service : “Emmm.. gini dek, kalau kekuatannya itu BTN kan memang pemasar KPR terbesar di Indonesia, jadi BTN menang dalam memasarkan produk KPR dibandingkan dengan bank-bank lain. Terus biasanya kita (BTN Syariah Semarang) melakukan Gathering setiap tahun agar masyarakat itu lebih mengenal produk KPR yang kita miliki. Terus juga kita memberikan layanan terbaik kepada para calon nasabah. Kalau kelemahannya itu di kita tidak ada SDM (Marketing) yang memasarkan produk KPR ini sehingga walaupun sudah terkenal dengan KPRnya tapi masih kurang maksimal dalam memasarkannya. Kemudian, dalam mempromosikan kita juga lemah karena itu tadi kita tidak memiliki marketing, jadi kita hanya mempromosikan lewat media secara singkat saja tidak secara langsung sehingga kelebihan-kelebihan yang dimiliki produk KPR bersubsidi di BTN kurang diketahui masyarakat. Terus tadi peluang ya dek.. kalau peluang si kita mempunyai peluang yang besar dan banyak sekali dek, karena BTN sudah dikenal sebagai penyalur KPR jadi kita lebih banyak memiliki peluang untuk mendapatkan nasabah pembiayaan KPR, terus juga karena masyarakat khususnya masyarakat Semarang masih banyak yang butuh rumah jadi kita menggunakan kesempatan tersebut sebagai peluang kita. Gitu si dek, terus tadi ya karena kita juga sering melakukan event-event property itu juga menjadi peluang buat kita mendapatkan nasabah pembiayaan KPR. Terakhir tadi ancaman, ancaman buat kita adalah adanya bank lain yang memberikan kemudahan dalam pembiayaan KPR sehingga itu mengancam produk KPR Sejahtera yang dimiliki oleh bank kita. Kemudian ancaman yang paling menakutkan itu dibank lain sekarang juga memiliki produk pembiayaan KPR yang dipasarkan oleh marketing khusus pemasaran dibanding kita yang tidak punya marketing. Gitu dek, ada lagi ?”

Metty : “Oh iyaa Mbak, sudah cukup Mbak, itu yang saat ini Metty butuhkan. Terimakasih banyak Mbak atas waktunya. Maaf juga sudah meminta waktunya buat ttak wawancara.”

Financing Service : "Iyaa dek gak papa santai aja, sama sama nanti kalau ada yang perlu dintayakan lagi bisa langsung ditanyain aja ke saya, bisa dateng kesini (BTN Syariah Semarang) lagi atau bisa lewat Whatsapp. Sukses ya dek buat Tugas Akhirnya. Oh iya nanti itu dikembangkan sendiri ya dek jawabanku."

Metty : "Hehe iya Mbak. Terimakasih banyak Mbak, Amiiinn... Kalau begitu Metty pamit ya Mbak.. Assalamu'alaikum Wr. Wb."

Financing Service : "Iya hati-hati Wassalamu'alaikum Wr. Wb."