



Strategi Pemasaran Bank BTN Syariah Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Terhadap Produk KPR Pada BTN Syariah KCP Setiabudi Menggunakan Analisis Soar

Ibnu Syawali Manurung

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email : syawaliibnu48@gmail.com

Abstract The high demand for new houses combined with the large number of marriages has led to an increase in demand for livable houses. The role of BTN as a housing credit (KPR) provider entrusted by the state takes an important role as the main capital in Indonesia. BTNS SETIA BUDI is one of the BTN banks located in the city of Medan, it contains sharia principles, providing the best service to attract mortgage loan customers using sharia principles. Therefore, BTNS Setia Budi must improve its marketing strategy as an important capital to support mortgage financing. The author took the title of this research to determine the effectiveness of BTNS's marketing strategy using SOAR analysis with a qualitative method taking sources of information from existing journals and direct interviews with BTNS Setia Budi staff.

Keywords : KPR, BTNS, SOAR

Abstrak Tingginya angka Permintaan atas rumah baru disertakan banyaknya angka pernikahan membuat naiknya permintaan atas rumah layak huni, peran BTN Sebagai penyedia kredit perumahan (KPR) yang di percayakan oleh negara mengambil peran penting sebagai kapital utama di indonesia, BTNS SETIA BUDI salah satu bank BTN yang terletak di kota medan mengandung prinsip syariah memberikan pelayanan terbaik untuk menarik hati nasabah peminjaman KPR dengan prinsip syariah Oleh karena itu BTNS Setia budi harus meningkatkan strategi pemasarannya sebagai kapital penting mensupport pembiayaan KPR. Penulis mengambil judul penelitian ini untuk mengetahui keefektifitas strategi pemasaran BTNS menggunakan analisis SOAR dengan metode kualitatif mengambil sumber informasi dari jurnal yang ada dan wawancara langsung oleh staff BTNS Setia budi

Kata kunci :KPR , BTNS, SOAR

LATAR BELAKANG

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia semakin pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Salah satu produk perbankan syariah yang semakin diminati oleh masyarakat adalah KPR (Kredit Pemilikan Rumah). Bank BTN Syariah merupakan salah satu bank syariah yang menawarkan produk KPR dengan berbagai keunggulan dan kemudahan bagi nasabahnya.

Dilansir dari bisnis.com menteri bumh pak Eric tohir berkata bahwa, Bukti-bukti menunjukkan bahwa 81 juta orang muda dewasa belum memiliki rumah, dan tadi pakar Direktur Jenderal menyatakan bahwa kekurangan rumah sudah mencapai 12,7 juta. Oleh karena itu, satu-satunya solusi adalah kerjasama antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, dan swasta."

Masyarakat menghadapi tantangan dikarenakan harga rumah yang tinggi, terutama bagi mereka yang berpenghasilan tergolong rendah ingin mempunyai rumah di perkotaan.

Fungsi Bank sebagai lembaga penghimpun uang dan penyaluran uang menjadi sumber kepercayaan masyarakat terhadap bisanya mereka mempunyai rumah

Dengan tingginya inflasi yang sedang terjadi di Indonesia saat ini Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), laju inflasi pada bulan Desember 2022 sebesar 0,66 persen (mtm), artinya laju inflasi pada tahun 2022 sebesar 5,51 persen (yoy). Angka ini lebih tinggi dibandingkan laju inflasi tahun 2021 yang sebesar 1,87 persen (yoy), dan lebih rendah dari perkiraan sebesar 3,0 persen. Penyebab utama kenaikan ini adalah dampak penurunan harga bahan baku (BBM) yang diterapkan pada September 2022. Hal ini membuat masyarakat agak naif jika mengira bisa memiliki rumah pendaatang.

Selain itu, tingkat inflasi juga mempengaruhi harga rumah yang disebabkan oleh munculnya perusahaan atau asosiasi yang menyediakan sumber daya bagi masyarakat untuk memungkinkan mereka membeli rumah, seperti bank. Bank merupakan perusahaan keuangan yang berfungsi sebagai perantara antara pihak yang mempunyai uang dan pihak yang membutuhkan. Untuk meningkatkan taraf hidup rata-rata masyarakat, bank mengambil simpanan masyarakat dalam bentuk rekening tabungan dan mentransfernya ke masyarakat umum dalam bentuk kredit. Oleh karena itu, usaha utama bank adalah penyaluran kredit kepada masyarakat umum, yaitu kredit KTA, kredit perumahan, KPR untuk tanah kosong, kredit kendaraan bermotor, dan kredit usaha.PT. Bank BTN adalah bank yang bergerak dalam sektor real estate Bank berkomitmen untuk menyediakan layanan pembiayaan dan dukungan untuk sektor perumahan.

Salah satu jenis pembiayaan dari bank btn itu sendiri ialah pembiayaan KPR (kepemilikan rumah). Ada beragam pembiayaan KPR yang pada umumnya di tawarkan oleh bank BTN kepada calon nasabah yaitu KPR BTN Subsidi, Mikro, platinum, kepemilikan apartmen.

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah jenis kredit yang diberikan oleh bank kepada nasabah perorangan dan bisnis yang sedang bersiap untuk membeli atau memperbaiki rumah. Pembiayaan KPR merupakan pembiayaan konsumen jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah. M KPR merupakan salah satu jenis kredit yang ditawarkan bank kepada nasabahnya. Ini adalah jenis kredit yang dijamin dengan properti yang dibeli. Tujuan KPR adalah membantu nasabah yang ingin membeli rumah namun tidak memiliki cukup dana untuk melakukannya. Bank menyediakan dana yang dibutuhkan untuk membeli properti, dan pelanggan membayar kembali pinjamannya selama jangka waktu tertentu. Jangka waktu pelunasannya bisa pendek, menengah, atau panjang, tergantung kesepakatan antara bank dan nasabah.

Lalu, apa perbedaannya dengan KPR BTN Syariah? Perbedaan terletak pada karakteristik KPR BTN Syariah sebagai suatu produk pembiayaan perumahan yang dipersembahkan oleh Bank Tabungan Negara (BTN) dengan berlandaskan prinsip Syariah. BTN, sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, berkomitmen untuk mendukung kebutuhan perumahan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, skema pembiayaan yang diterapkan dalam produk KPR bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam memiliki rumah dengan biaya yang terjangkau dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Pada bank BTN syariah setia budi melayani KPR ib , Platinum iB adalah salah satu produk Bank BTN Syariah yang menawarkan pembiayaan kepemilikan rumah dengan mekanisme dan proses yang cepat serta tanggungan angsuran yang tetap selama jangka waktu pembiayaan. Produk ini menawarkan berbagai keuntungan bagi nasabah, seperti suku bunga yang kompetitif, jangka waktu pembiayaan yang fleksibel, dan kemudahan dalam proses pengajuan. Selain itu, KPR Platinum iB juga menawarkan berbagai fitur tambahan, seperti asuransi jiwa dan asuransi kebakaran, yang memberikan perlindungan bagi nasabah. Dengan menawarkan produk yang kompetitif dan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, Bank BTN Syariah diharapkan dapat memperoleh lebih banyak nasabah untuk produk KPR Platinum iB

Keberhasilan suatu perbankan atas laba yang di dapat dari keuntungan bisnis bank tidak jauh dari keberhasilan dari menarik nasabah untuk bisa memakai produk produk yang tersedia di bank ? perusahaan tersebut dan pada hakikatnya Konsep pemasaran menekankan pada orientasi terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, didukung dengan kegiatan pemasaran terpadu yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan sebagai kunci pencapaian tujuan perusahaan. filosofi konsep pemasaran adalah memusatkan perhatian pada kepentingan pelanggan atau kepuasan konsumen. Konsep pemasaran adalah strategi yang digunakan Bank untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan suatu produk atau jasa, pemasaran merupakan hal yang penting. Pemasaran menjadi semakin penting seiring dengan semakin sadarnya masyarakat. Pemasar juga dapat melakukan pemasaran untuk melawan semakin banyaknya pesaing yang memasarkan produknya. Semakin banyak pesaing yang memasarkan produknya, maka semakin sulit bagi pemasar untuk menarik pelanggan

Dengan semakin banyaknya kompetitor seperti Bank BSI Dan juga lembaga lembaga lembaga pembiayaan kepemilikan rumah lainnya yang membuat bank BTN harus Siap tempur dengan kompetitor yang ada, dengan adanya konsep pemaaran oleh btn terebut lah yang di teliti

Tujuan utama dari strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan baik kuantitas maupun kualitas. Kuantitas mengacu pada peningkatan bertahap dalam jumlah nasabah dari waktu ke waktu, sedangkan kualitas mengacu pada nasabah produktif yang mendatangkan keuntungan bagi bank. Untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat berbagai cara, salah satunya adalah dengan menawarkan kepuasan pelanggan. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat berharga bagi bank maka dari itu peneliti ingin mengangkat judul ini sebagai penelitian saya yang berjudul **"STARATEGI PEMASARAN BANK BTN SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TERHADAP PRODUK KPR PADA KCP Bank BTN SYARIAH SETIABUDI"**

KAJIAN TEORITIS

Bagian ini menjabarkan teori teori yang sefrekuensi berdasarkan dengan topik penelitian ini

Strategi

Menurut Alfred Chandler, strategi memiliki pengertian sebagai berikut: Strategi adalah penetapan sasaran dan arah tindakan serta alokasi sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan, Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak langsung, dan kebijakan yang diperlukan ,Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya ,Strategi merupakan rencana besar dan rencana penting ,Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit, Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh, dan terpadu yang mengaitkan antara keunggulan strategik perusahaan (faktor intern) dengan tantangan eksternal yang dihadapi

Pemasaran

Menurut Sofyan Assauri, pemasaran adalah suatu jenis kegiatan yang melibatkan analisis, penelitian, implementasi, dan pengembangan program yang dimaksudkan untuk mengembangkan, membangun, dan memperkuat strategi bisnis yang memperoleh manfaat dari penjualan sponsorship dengan tujuan mencapai tujuan sponsorship bagi organisasi. Manajemen penjualan juga melibatkan penyesuaian dan analisis proses penjualan strategis perusahaan atau organisasi mana pun. Dalam hal ini, manajemen pemasaran sangat penting bagi bisnis atau organisasi karena memungkinkan mereka mencapai pangsa pasar yang diinginkan dan menarik basis pelanggan yang lebih besar.

Pemasaran Bank

Dr. H. Rudy Haryanto, MM dalam bukunya "Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)" menjelaskan tentang pemasaran bank sebagai suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Menurut Dr. H. Rudy Haryanto, MM, strategi pemasaran syariah adalah sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah Strategi pemasaran syariah melibatkan riset pemasaran, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan strategi pemasaran

Strategi Pemasaran

Dalam jurnal (Anah Furyanah, 2019), menurut Sofjan Assauri (2013) dalam R. Halim (2016), "manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui target pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang

Marketing Mix (4P)

Dalam jurnal (Ida Hidayah, 2021) Bauran pemasaran merupakan elemen penting yang dibutuhkan perusahaan atau pengusaha untuk menciptakan pangsa pasar yang sesuai seperti yang perusahaan harapkan. Bauran pemasaran mencakup "empat P", yakni: price, product, place serta promotion. Dalam jurnal (Felisa Windy Mamonto, 2021) yang dijelaskan oleh Buchari Alma (2016:205), memberikan definisi tentang bauran pemasaran (marketing mix) sebagai suatu strategi mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan

Analisis Soar

Menurut Stavern dan Hinrich, Analisis SOAR adalah suatu pendekatan dalam analisis bisnis yang menitikberatkan pada Strengths (Kekuatan), Opportunities (Peluang), Aspirations (Aspirasi), dan Results (Hasil). Pendekatan ini lebih fokus pada identifikasi dan pembangunan peluang serta kekuatan, daripada memusatkan perhatian pada kelemahan, masalah, dan ancaman. Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis SOAR terdiri dari kerangka kerja kekuatan (Strengths), peluang (Opportunities), aspirasi (Aspirations), dan hasil (Results). Tujuan dari analisis SOAR adalah untuk mengukur kapasitas individu dalam merancang strategi terkait empat elemen tersebut, yang berfungsi dalam dinamika orientasi masa depan pada abad ke-21. Melalui Analisis SOAR,

perusahaan dapat memanfaatkan lebih efektif kekuatan internal dan peluang eksternal yang ada. Dengan berfokus pada aspek positif, perusahaan dapat mengoptimalkan potensi yang dimilikinya dan menciptakan keunggulan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan dengan wawancara salah satu staf finncing di BTN KCP syariah setia budi dan dengan literasi menggabungkan data data yang di ambil dari nasabah. unit analisis dalam penelitian ini adalah kepala cabang dan staf atau bidang yang berkesinambungan dalam proses pembiayaan produk KPR di Bank BTN Kantor Cabang Setiabudi . Ada beberapa metode yang dapat dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Magang

Selama 4 minggu magang, penulis mencari sumber informasi untuk mencari data dari penelitian ini yang di perlukan agar menyelesaikan tugas akhir magang ini. Pada masa magang penulis ditempatkan di posisi *devition financing* dengan membantu tugas / *assitans support* dari pembimbing magang saya dan juga pemimpin cabang pembantu pada KCP tersebut, di hari pertama penulis di sungguhin dengan peraturan dan SOP kerja di kantor cabang bank BTN Medan , Seperti waktu kedatangan, waktu kepulangan, dan juga penempatan kerja. Pada awal mula penulis di tempatkan di Marketing office atau tim pemasaran lebih tepatnya Tim pemasaran Pembukaan rekening baru, penulis di berikan tugas untuk mengisi data data nasabah pada *Formulir CIF* untuk pembukaan akun baru naabah yang akan menabung ataupun menerim pembiayaan dari Bank BTN, Pada hari ke 2 minggu pertama penulis di pindah tugas kan ke kantor cabang pembantu yang ada di setia budi , dan penulis di tetapkann sebagai staff pembantu dari *financing officer* , saat penulis di tempatkan di bagian tersebut penulis meneliti tentang KPR BTN SYARIAH / juga BTN IB subsidi maupun yang platinum mulai dari Regulasi, Pelengkapan berkas, pengecekan sslk ojk, hingga Pelaksanaan akad yang di lakukan oleh pihak peremuhan/pemilik rumah kepada pihak peminjam kredit KPR/ pembeli tersebut

Penerapan analisis SOAR Terhadap strategi Pemasaran produk KPR BTN Di Kantor Cabang pembantu setia budi

Strenght (kekuatan)

Berdasarkan analisis SOAR yang telah dilakukan oleh penulis terhadap lingkungan internal, dan juga berasal dari data hasil wawancara salah satu staff financing officer diketahui bahwa Bank BTN syariah KCP setia budi memiliki beberapa hal positif (kekuatan) yaitu

1. Pendekatan kepada nasabah dengan staff marketing yang menghasilkan kejelasan informasi nasabah untuk melengkapi data pribadi nasabah jadi lebih mudah
2. Persyaratan untuk mengajukan *KPR BTN* yang struktural dan lengkap membuat minimnya resiko dalam memilih nasabah yang menerima peminjaman dalam keadaan gagal bayar
3. Follow up antara nasabah dan juga staff manajemen terhadap perkembangan lanjutan dari nasabah terhadap pengajuan KPR BTN KCP Setia budi menjadi lebih cepat dan jelas
Disaat penulis Sedang melakukan magang penulis mengambil data yang ingin mengajukan KPR yang tidak sampai terlalu lama untuk melengkapi data data persyaratan di karenakan follow up yang terus berkelanjutan Sehingga cepat untuk pemeriksaan ke bidang audit
4. Pelayanan yang Rama dan tamah kepada nasabah
5. Kerja sama antara pihak perumahan dalam aplikasi *Sikumbang* (sistem informasi Kumpulan pengembang) membuat mudahnya developer mendaftarkan nasabah yang ingin membeli perumahan/rumah dengan pengajuan KPR BTN Ib subsidi maupun yang platinum
6. Memiliki Brand image yang kuat dan juga terkenal

Berdasarkan wawancara antara Staff financing di kantor BTN KCP Setia budi

”Sendari dari tahun tahu nyang dulu BTN sudah melekat ciri khas nya produk KPRnya. Bank btn sudah berkecimpung lebih dari 30 tahun di sektor pembiayaan real asset / KPR. Masyarakat yang ingin membeli rumah ya larinya ke BTN, dengan menjamin kemanan penuh untuk nasabah” BTN sendiri merupakan bank di indonesia yang terdepan dalam pembiayaan rumah di indonesia

7. Penulis ikut langsung untuk turun melakukan wawancara calon penerima KPR BTN Ib subsidi bersama salah satu staff financing dari Bank BTN Syariah ”Wawancara merupakan hal penting dalam proses peminjaman KPR, untuk memvalidkan data yang telah di terima dengan ke calon peminjam” Kata staff financing tersebut wawancara juga bisa untuk membandingkan *data pribadi, pekerjaan, maupun agunan* sesuai dengan apa yang telah di serahkan kepada pihak financing officer

Opportunities (Peluang)

Melihat faktor internal dan eksternal BANK BTN, peluang peluang yang di miliki Bank btn dalam mempromosikan dan mencari nasabah pengajuan KPR yaitu

1. Faktor eksternal yang menurunkan kualitas dan kuantitas adalah banyaknya perusahaan patungan, seperti dilansir dari website BTN (btn.co.id) pada 3 Januari 2020. Pada awal tahun 2021, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) kembali diberikan kepada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. izin penerbitan skema Kredit Pemilikan Rumah Bantuan Pembiayaan Perumahan Berbasis Tabungan (KPR BP2BT). Kerjasama ini ditandatangani dengan perandatanganan Perjanjian Kerja Sama tentang Penyaluran BP2BT Tahun 2021 beragam Satuan Kerja Pembiayaan Infrastruktur Pekerjaan Umum dan Perumahan, Direktorat Jenderal Pembiayaan Infrastruktur Pekerjaan Umum dan Perumahan, Kementerian PUPR, dan Bank BTN di Jakarta, pekan ini. Kolaborasi Bank BTN dengan lembaga jual beli ini membuat Bank BTN tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat kelas bawah yang ingin memiliki rumah.
2. Faktor internal yang mempengaruhi ialah Pelayanan yang baik dan membuat nasabah yang mengajukan pinjaman merasa nyaman untuk mengambil Pinjaman KPR Di BANK BTN . Dilansir dari percakapan antara penulis dengan salah satu staff financing di BANK BTN Syaiah KCP Setiabudi "Bank BTN Itu mengutamakan kenyamanan nasabah, dan waktu nasbah adalah hal yang penting, jadi Tidak etis jika kita melayani nasabah terlalu lama dan tindak ramah yang ada orang ga akan mau mengambil KPR Disini, yang paling peenting mungkin Persyaratan pengajuan KPR di sini yang memudahkan nasabah, untuk bisa mengajukan KPR disini mudah sebenarnya jika semua dokumen yang di minta itu sudah di penuhi mau itu data pribadi, data pekerjaan, data agunan sampai rekening koran dan pemeriksaan slik ojk, jika Riwayat peminjaman kreditnya baik baik saja tidak masalah tapi jika ada yang macet aja Call 2 maupun Call 1 itu bisa kemungkinan terjadinya penolakan, tapi jika semua itu terpenuhi dan tidak di temukannya alasan penolakan dari pihak audit dan pemeriksaaan lainya maka bisa jadi approvment bisa terjadi pada hari itu juga.
3. Latar tempat (lokasi)
Lokasi kantor yang strategis yang berlokasi Jl. Setia Budi, Kompleks Setia Budi Centre No.5, Tj. Rejo, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20122 membuat BANK BTN KCP SETIABUDI Yang berada di sekitaran kantor komersil yang lainya dan Bank ini berlokasi strategis sebab berada di pusat komersial serta di tengah kota, dan akses transportasi yang mudah (pribadi ataupun umum). Ditinjau berdasarkan letak geografisnya, Di sekitaran Daerah setia budi adalah Daerah yang maju dengan banyaknya penduduk dan pendatang yang bekerja atau belajar di Kota medan serta adanya univeritas negeri USU (universitas sumatera utara) yang berada di sekitarnya.

Aspiration (Aspirasi)

1. Aspira yang ingin di tuju oleh bank BTN ialah ;

Membuat lebih mudahnya akses keuangan nasabah Terutama dalam Keterbatasan Fasilitas ATM, ATM BANK BTN Terutama bank BTN Syariah Sangat sedikit mendekati tidak ada kecuali ATM Yang di sediakan di dekat bank tersebut, Dengan kurangnya fasilitas ATM membuat lemahnya mengaet nasabah oleh bank BTN Tersebut, Kemudahan bertransaksi Seperti Transfer antar bank dan penarikan tunai menjadi daya tarik yang bisa membuat nasabah untuk memilih bank.

2. Membuat lebih banyaknya Masyarakat tahu taentnag KPR BTN SYARIAH Kurangnya pemahaman masyarakat tentang apa itu KPR Dari bank Btn

Kurangnya pemahaman dari produk KPR BTN SYARIAH membuat bank BTN harus mempersiapkan SDM yang pandai dan mengerti untuk menjelaskan tentang KPR itu sendiri bisa tersampaikan dengan jelas kepada nasabah atau pun masyarakat yang hendak mengajukan KPR.

Result (Hasil)

Manurut hasil peneleitian, yang merupakan indicator Tingkat supaya bisanya bank btn syariah bisa meningkatkan lagi nasabah yang mengajukan KPR ke BTN SYARIAH adalah sebagai berikut

1. Peningkatan jumlah Atm yang bisa menunjang lagi kenyamanan dan kemudahan nasabah menarik ataupun menyetor uang ke Bank btn yang bersangkutan dengan KPR maupun yang tidak.
2. Kemudahan untuk mengakses ilmu / informasi yang bersangkutan dengan How to / bagaimana untuk meminjam ataupun mengajukan peminjaman tersebut

Penerapan Marketing Mix Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kpr Di Btn Syariah Kcp Setia Budi

Penulis juga ingin mengaitkan pengaruh marketing mix terhadap strategi pemasarann di BTNS, marketing mix juga merupakan strategi yang dilakan bank untuk menaikkan strategi pemasaran guna memasarkan produk produk yang tersedia di BTN terutama pada Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) dengan menggunakan Marketing mix untuk menunjang pembangunan dan keberhasilan perusahaan. Marketing mix yang berfokus hanya tiga yaitu Promotion, price, dan juga promotion / marketing mix 3P yaitu :

1 Promotion

Ialah yang bersangkutan dengan promosi atau pemasaran produk atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan. Hal ini mencakup Iklan promosi penjualan, hubungan masyarakat,

tujuan utama dari promosi ini ialah untuk meningkatkan kesadaran konsumen untuk memilih produk atau jasa tersebut. Produk yang di bentuk di promosi kan sehingga masyarakat/orang mengetahui produk yang di promosikan

Setelah melakukan wawancara oleh staff dari BTNS ada beberapa media promosi yang diperuntukkan untuk menunjang promosi oleh BTN ialah membagikan brousur ke istanssi pemerintahan ataupun ke perusahaan perusahaan, Radio web internet dan juga televisi, ada juga dari media social media seperti Instagram,Facebook, dan juga twitter, serta adanya kerja sama antara developer dan juga bank BTN

2. Price

Berdasarkan wawancara dan mengambil refreni dari web ressmi dari bank BTN berikut merupakan suku bunga yang di berikan oleh bank BTNS ialah sebesar 6,75% dengan biaya administrasi di awal sebesar Rp 5.000.000 rupiah

"Sebagai contoh kasus pengajuan KPR di Bank BTN Syariah, Pak Ardi berniat membeli rumah senilai 700 juta rupiah. Dia sudah memiliki dana untuk uang muka sebesar 30% dari harga rumah. Rencananya, Pak Ardi akan melunasi dalam jangka waktu 25 tahun. Bank BTN Syariah menawarkan suku bunga tahunan sebesar 6,75% dan biaya administrasi awal sebesar 5 juta rupiah.

Dengan demikian, jumlah yang dibutuhkan adalah 500 juta rupiah, yaitu harga rumah dikurangi uang muka. Pokok pinjaman dapat dihitung sebagai berikut: Harga rumah - DP = Rp 700 juta - (30% x 700 juta) = Rp 580 juta, dengan rincian sebagai berikut:

- Bagian pokok: Rp 580 juta
- Bagian bagi hasil (profit sharing): 40% dari laba bersih bank, diasumsikan 20% dari total cicilan selama masa pembiayaan.

Dengan perhitungan cicilan perbulan selama 25 tahun, didapatkan: Cicilan perbulan = (Pokok pinjaman x suku bunga x tenor) / jumlah bulan = Rp 580 juta x 6,75% x 25 / 300 = Rp 3.262.500.

Total jumlah pembayaran selama masa pembiayaan mencapai Rp 978.750.000. Selain itu, produk KPR ini juga memiliki syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon nasabah BTN sendiri.

a. Kriteria Calon Peminjam

1. Warga Negara Indonesia (WNI) dengan umur minimal 21 tahun atau sudah siap menikah, dan maksimal 65 tahun saat jatuh tempo kredit.
2. Harus menjadi dari bank BTN.

3. Penghasilan maksimal tidak boleh melebihi limit tertentu.
4. Saat mengajukan Pemohon dan pasangan tidak boleh memiliki rumah.
5. Dan Belum pernah menerima subsidi perumahan dari pemerintah.
6. Wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) Pajak Penghasilan (PPh) orang pribadi.
7. Harus Memiliki e-KTP dan terdaftar di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil).
8. Tidak boleh adanya kredit macet di historik peminjamannya

b. Dokumen yang Diperlukan

1. Kartu Tanda Penduduk (KTP) untuk pemohon dan pasangan (jika sudah menikah).
2. Kartu Keluarga (KK).
3. NPWP.
4. Buku atau Akta Nikah untuk yang sudah menikah, atau Surat/Akta Cerai untuk yang sudah bercerai.
5. Slip Gaji 3 bulan terakhir.
6. Surat keterangan bekerja dari perusahaan, dengan minimal masa kerja 1 tahun."

3. Product

Produk merupakan salah satu komponen esensial dalam strategi pemasaran dan dapat didefinisikan sebagai suatu barang atau jasa yang memiliki nilai dan kegunaan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pasar target. Produk dapat berupa karya kreativitas manusia, termasuk produk, layanan, atau komoditas.

Dalam konteks ini, Bank BTN menawarkan produk pembiayaan KPR sebagai salah satu dari berbagai produknya. Sebuah produk yang efektif harus memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, memiliki kualitas yang unggul, desain menarik, dan merek yang kuat. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan penetapan harga agar sejalan dengan nilai yang diberikan oleh produk tersebut. Distribusi produk juga harus dilakukan dengan efisien melalui saluran distribusi yang tepat agar dapat dijangkau oleh konsumen.

Selain distribusi, kegiatan promosi juga merupakan faktor penting untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dan mempengaruhi mereka dalam memilih produk tersebut. Promosi dapat dilaksanakan melalui berbagai media seperti iklan, promosi penjualan, dan public relations.

Kendala Kendala Yang Dihadapi Dan Solusi Dalam Proses Pemasaran Kpr Bank Btms

Berdasarkan hasil riet dan juga wawancara dengan salah satayu staf di temukan lah beberapa kelemahan dan juga hambatan dari kesimpulan di atas, adapun hambatan trebut sebagai berikut :

1. Adanya pesaing atau kompetitor lain yang memiliki keamaan produk dengan KPR BTNS
2. Kurangnya pemahaman dan belum tahunya masyarakat terkit produk KPR bank BTNS itu sendiri

Terkait dengan kendala kendala di atas penulis yang sudah melakukan wawancara dengan salah satu staff financing bank BTN diharuskan lebih gencar untuk membuat sosialisasi dan promosi dan juga lebih variatif untuk memasarkan prroduk KPR, agar nasabah semakin teratarik untuk mengajukan pembiayaan produk KPR BTN.

Perbedaan Kpr Btn Konvensional Dan Juga Syariah

Perbedaan antara KPR BTN Syariah dan KPR BTN konvensional dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti suku bunga, penghitungan bunga, dan prinsip pembiayaan. Berikut adalah perbedaan terperinci antara KPR BTN Syariah dan KPR BTN konvensional:

Suku Bunga:

KPR BTN konvensional menerapkan suku bunga konvensional, yang dapat berupa bunga flat atau bunga anuitas. Sementara itu, KPR BTN Syariah tidak membebankan bunga kepada calon nasabah

Penghitungan Bunga:

Pada KPR BTN konvensional, terdapat penghitungan bunga berdasarkan suku bunga konvensional yang ditetapkan oleh bank. Di sisi lain, KPR BTN Syariah tidak melibatkan konsep bunga dalam pembiayaannya, melainkan menggunakan prinsip bagi hasil atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah

Prinsip Pembiayaan:

Perbedaan antara KPR BTN Syariah (KPRS) dan KPR BTN konvensional terletak pada prinsip akad yang mendasari pembiayaan. Berdasarkan informasi yang ditemukan, berikut adalah perbedaan secara terperinci:

Prinsip Akad:

KPR BTN Syariah (KPRS) didasarkan pada prinsip syariah, yang melibatkan akad-akad seperti murabahah dan istishna Akad murabahah merupakan akad jual beli antara bank dan nasabah dengan keuntungan yang disepakati sebelumnya. Sementara itu, akad istishna merupakan akad pemesanan barang dengan spesifikasi tertentu untuk kemudian dijual kembali kepada pemesan dengan harga yang telah disepakati Di sisi lain, KPR BTN konvensional

didasarkan pada prinsip konvensional dengan penerapan suku bunga dan kontrak kredit yang didasarkan pada suku bunga tertentu Dengan demikian, perbedaan utama antara KPR BTN Syariah dan KPR BTN konvensional terletak pada prinsip akad yang mendasari pembiayaan, di mana KPRS didasarkan pada prinsip syariah dengan melibatkan akad-akad tertentu, sementara KPR BTN konvensional didasarkan pada prinsip konvensional dengan penerapan suku bunga dan kontrak kredit berdasarkan suku bunga tertentu.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan juga pembahasan yang sudah di paparkan tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh BANK BTN SYARIAH KCP SETIA BUDI maka dapat di simpulan bahwa

1. Jika Bank BTNS KCP Setia budi dengan menggunakan analisis SOAR Kita bisa tahu bagaimana hal ataupun aspek aspek yang harus di perhatikan oleh pihak bank agar bisa meningkatkan Pengguna dan pengaju KPR BTN Subsidi secara signifikan yang bisa berpengaruh positif terhadap pendapatan dari bank tersebut
2. Berdasarkan hasil riet dan juga wawancara dengan salah satayu staf di temukan lah beberapa kelemahan dan juga hambatan dari kesimpulan di atas, adapun hambatan trebut sebagai berikut:
 1. Adanya pesaing atau kompetitor lain yang memiliki keamaan produk dengan KPR BTNS
 2. Kurangnya pemahaman dan belum tahunya masyarakat terkit produk KPR bank BTNS itu sendiri

Dan dari hambatan di atas adapun solusi yang di buat oleh bank BTNS itu sendiri ialah :

Terkait dengan kendala kendala di atas penulis yang sudah melakukan wawancara dengan salah satu staff financing bank BTN diharuskan lebih gencar untuk membuat sosialisasi dan promosi dan juga lebih variatif untuk memasarkan prroduk KPR, agar nasabah semakin tertarik untuk mengajukan pembiayaan produk KPR BTN.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M. A. (2015). Strategi Pemasaran Terhadap Produk Kpr Btn Syariah Bersubsidi Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah Di Btn Syariah . *Institusional Repository Uin Syarif Hidayatukkah Jakarta* .
- M Aliyuddin Al Musawwa, L. H. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Dan Umroh Ib Pada Btn Syariah Kcps Gresik. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking And Finance*.

- Muliyana, N. (2023). Strategi Pemasaran Jemput Bola Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Kpr Bersubsidi Pada Btn Syariah Banjarmasin . *Perpustakaan Uin Antarsari Banjarmasin* .
- Novianti, M. (2016). Strategi Pemasaran Terhadap Produk Kpr Btn Sejahtera Ib Di Btn Syariah Di Tinjau Dari Analisis Swot . *Universitas Islma Negeri Walisongo Semarang* .
- Novianty, M. (2020). Strategi Pemasaran Terhadap Produk Kpr Btn Sejahtera Ib Di Btn Syariah Ditinjau Dari Analisis Swot . *Electrobic Thesee Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* .
- Rachmat Tri Yuli Yanto, A. L. (2020). Pengaruh Personal Selling terhadap Pencapaian Penjualan Pada Produk Pembiayaan Kpr Bersubsidi Di Bank Btn Syariah Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* .