

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan terhadap manusia bertambah, oleh karena itu ekonomi secara terus-menerus mengalami pertumbuhan dan perubahan. Perubahan yang secara umum terjadi pada perekonomian yang dialami suatu negara seperti inflasi, pengangguran, kesempatan kerja, hasil produksi, dan sebagainya.

Kesejahteraan dan kemajuan suatu perekonomian ditentukan oleh besarnya pertumbuhan yang ditunjukkan oleh perubahan output nasional. Menurut Adam Smith dalam Priana, pemerintah memiliki tiga fungsi utama dalam mendukung perekonomian yaitu: (i) memelihara keamanan dalam negeri dan pertahanan, (ii) menyelenggarakan peradilan, dan (iii) menyediakan barang-barang yang tidak disediakan pihak swasta, seperti infrastruktur dan fasilitas umum.¹ Menurut Todaro dalam Priana, pertumbuhan ekonomi suatu negara terdapat tiga komponen utama yaitu: (1) akumulasi modal yang meliputi semua bentuk atau jenis investasi baru yang ditanamkan pada tanah, peralatan fisik, dan sumber daya manusia, (2) pertumbuhan penduduk

¹ Wiwin Priana, "Prediksi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Setelah Ada Covid 19 Pada Tahun 2021", *Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan*, Vol.15,No.01, Tahun 2021

meningkat jumlah angkatan kerja di tahun-tahun mendatang, dan (3) kemajuan teknologi.²

Keberhasilan pembangunan suatu negara dapat dilihat dari beberapa indikator. Setidaknya ada tiga faktor indikator yang penting dalam keberhasilan pembangunan negara yaitu; pertumbuhan ekonomi, tingkat kemiskinan dan tingkat pengangguran. Dengan jumlah penduduk yang besar, diantara tiga komponen kebutuhan yaitu: primer, sekunder, dan tersier masih terdapat masyarakat yang belum tercukupi kebutuhan primernya, salah satunya yaitu papan atau rumah.

Setiap orang pasti menginginkan memiliki rumah atau tempat tinggal yang layak untuk dihuni sebagai tempat berteduh dikala hujan dan beristirahat dikala malam hari. Namun tingginya harga jual rumah di Indonesia menyebabkan sebagian besar masyarakat masih belum mampu untuk memilikinya. Permasalahan perumahan dan pemukiman merupakan salah satu faktor utama yang selalu terjadi sejak dulu hingga saat ini. Permasalahan perumahan dan pemukiman merupakan sebuah permasalahan yang berlanjut dan bahkan akan terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk, dinamika kependudukan, dan tuntutan-tuntutan sosial ekonomi yang makin berkembang.

² Ibid.

Meningkatnya harga rumah yang mahal diantaranya disebabkan karena adanya inflasi, jumlah permintaan, dan lokasi yang strategis. Melihat kondisi ini, pemerintah selaku stakeholder penentu kebijakan ekonomi saat ini telah melakukan beberapa kebijakan untuk membantu masyarakat dalam mempermudah memiliki tempat tinggal. Salah satu bentuk kebijakan yang dijalankan adalah Subsidi Kredit Pemilikan Rumah.

KPR Subsidi ialah suatu kredit yang diperuntukkan masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) yang disubsidi khusus oleh pemerintah melalui Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) dalam rangka memenuhi kebutuhan perumahan. Berdasarkan Peraturan Menteri yaitu Nomor 21/ PRT/ M/ 2016 tentang perumahan dan kawasan pemukiman, masyarakat yang berpenghasilan rendah mendapatkan dukungan kepemilikan atas rumah melalui kebijakan kemudahan, bantuan pembangunan dan perolehan rumah.³

Adapun regulasi yang berlaku dan menjelaskan soal masyarakat berpenghasilan rendah tertera dalam peraturan menteri PUPR Nomor 1 Tahun 2021 tentang kriteria masyarakat berpenghasilan rendah yaitu pada pasal 1 masyarakat yang mempunyai keterbatasan daya beli, sehingga perlu mendapat dukungan pemerintah untuk memperoleh rumah. Lalu di dalam pasal 2 dijelaskan, kriteria masyarakat berpenghasilan rendah berlandaskan pada besaran penghasilan masyarakat. Baik itu penghasilan perorangan yang belum menikah maupun sudah menikah. Secara umum, batasan maksimal besaran penghasilan MBR yang belum menikah sebesar Rp. 6.000.000 perbulan sementara yang telah menikah maksimal sebesar Rp. 8.000.000.⁴

³ Putri Pithaloka Kennedy, Juliana Juliana, dan Suci Aprilliani Utami, “Efektivitas Penyaluran Pembiayaan KPR Bersubsidi Pada PT. Bank BTN Syariah Cirebon”, *Jurnal Ekonomi Keuangan Perbankan dan Akutansi*, Vol. 12, No. 2 (November 2020)

⁴ Akbar Satio Putra, dan Asnawi Manaf, “Perencanaan Perumahan Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah Di Kecamatan Banyumangi Kota Semarang” *Jurnal Teknik PWK*, Vol. 3, No. 4 2017

Kelompok sasarannya ialah keluarga atau perorangan baik yang berpenghasilan tetap maupun tidak tetap, tidak memiliki rumah yang dibuktikan dengan surat pernyataan dari bersangkutan dan diketahui oleh kepala desa/ lurah setempat, belum pernah menerima subsidi KPR dari pemerintah, memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dalam hal ini pemerintah tidak berjalan sendiri dalam memberikan pembiayaan KPR subsidi tersebut, dan melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan yang salah satunya adalah bank syariah.

Bank syariah ialah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan dengan prinsip syariah dan memiliki fungsi yaitu: 1.) menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan atau dana pihak ketiga (DPK), 2.) menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk-bentuk lainnya dan, 3.) memberikan jasa dalam bertransaksi pembayaran atau sebagainya berdasarkan prinsip syariah.⁵ Selain berfungsi sebagai penghimpun dana, Bank Syariah juga melayani dalam penyaluran dana/pembiayaan. Salah satu Bank Syariah yang melayani pembiayaan kepemilikan rumah adalah Bank Tabungan Negara Syariah.

Bank BTN Syariah melayani nasabah dengan memfokuskan kepada produk pembiayaan terutama produk KPR. Tujuannya adalah untuk memberikan alternatif pembiayaan kepada masyarakat yang memiliki keterbatasan kemampuan dalam membeli rumah. Salah satu daerah di Jawa Barat yaitu Karawang, yang dijuluki sebagai Kota Industri karena di daerah tersebut banyak sekali pabrik atau perusahaan yang didirikan. Sebagian besar masyarakat Karawang mata pencahariannya menjadi buruh, petani, dan wirausaha.

⁵ Agus Marimin, Abdul Haris R, Tira Nur f, Perkembangan Bank Syariah di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.01, No. 02, Juli 2015.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan *Sub Branch Manager* Bank BTN KCPS Karawang, pada tahun 2021 Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah (BTN KCPS) Karawang merealisasikan produk KPR Bersubsidi IB sebesar Rp. 90.200.000.000,- (Sembilan puluh milyar dua ratus juta rupiah). KPR bersubsidi BTN Syariah setiap tahun jumlah pembiayaan yang diberikan mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena masyarakat banyak yang berminat menggunakan fasilitas KPR bersubsidi ini dan merupakan bagian dari program pemerintah⁶.

Bank Tabungan Negara Syariah kantor cabang pembantu khususnya daerah Karawang memberikan pembiayaan kepada nasabah yang ingin dibiayainya khususnya pada produk KPR subsidi ini sudah menghabiskan dana sebesar Rp. 24.500.000.000,- untuk awal tahun ini. Berikut tabel Bank BTN memberikan pembiayaan perbulan untuk produk KPR Subsidi.

TABEL 1. 1 DANA PENYALURAN PEMBIAYAAN KPR SUBSIDI

No	Bulan	nominal (Rp)
1	Januari	3.500.000.000
2	Februari	3.500.000.000
3	Maret	3.500.000.000
4	April	3.500.000.000
5	Mei	3.500.000.000
6	Juni	3.500.000.000
7	Juli	3.500.000.000
8	Agustus	3.500.000.000

Pada tabel diatas bahwasanya Bank BTN Syariah kantor cabang pembantu cukup besar dengan memberikan pembiayaan untuk produk KPR Subsidi ini per setiap bulannya.

⁶ Bank BTN KCPS Karawang, Dokumentasi Internal Bank BTN KCPS Karawang, 2021

Tidak hanya itu saja Bank BTN Syariah kantor cabang pembantu syariah khususnya daerah Karawang sudah bekerja sama dengan beberapa developer perumahan subsidi yang terpercaya. Berikut tabel perumahan yang sudah bekerja sama dengan Bank BTN Syariah.

TABEL 1. 2 TABEL DATA PERUMAHAN BEKERJA SAMA DENGAN BANK BTN SYARIAH KARAWANG

NO	NAMA DEVELOPER	NAMA PERUMAHAN	JENIS PKS
1	Pt. Raka Investama Propertindo	Sofie Residence	Kpr Subsidi
2	Pt. Kreasi Citra Selaras	Klari Indah Permata	Kpr Subsidi
3	Pt. Budiman Inti Propertindo	Griya Budiman Asri Karawang	Kpr Subsidi
4	Pt. Arteo Ferdian Nahrum	Grand Mutiara Karawang	Kpr Subsidi
5	Pt. Shakti Sarana Bangun	Dhita Residence	Kpr Subsidi
6	Pt. Bangun Properti Indonesia	Arsa Residence	Kpr Subsidi
7	Pt. Cahaya Sakinah Village	Cahaya Sakinah Village	Kpr Subsidi
8	Pt. Dian Karya Estate	Padi Village	Kpr Subsidi
9	Pt. Axindo Realtindo	Kepuh Persada Residence	Kpr Subsidi
10	Pt. Bina Karya Bangun Persada	Green Village Residence	Kpr Subsidi
11	Pt. Sinar Indah Property	Taman Mutiara Indah	Kpr Subsidi
12	Pt. Berdikari Jaya Permai	Tegalsari Residence	Kpr Subsidi

Dengan adanya kerja sama dengan Bank BTN syariah kantor cabang pembantu syariah agar calon nasabah bisa mengetahui perumahan mana saja yang sudah bekerja sama dengan Bank BTN Syariah. Lalu langkah selanjutnya Bank BTN Syariah bisa memasarkan produk KPR subsidi ini dengan baik dan tepat pada sasarannya.

Namun dengan dinamika bisnis dan kondisi masyarakat sebagai potensi pasar, maka strategi pemasaran untuk KPR Subsidi ini harus tetap diterapkan dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan daerah tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran yang dilakukan bank BTN Syariah harus memberikan gambaran yang jelas dan terarah, serta menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada sasaran pasar yang dituju. Strategi sendiri adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.⁷ Sedangkan strategi pemasaran merupakan proses pemasaran yang mencakup beberapa hal analisis atas kesempatan-kesempatan, pemilihan sasaran-sasaran, pengembangan strategi, perumusan rencana, implementasi serta pengawasan.⁸

Strategi perusahaan, khususnya strategi pemasaran pada dasarnya ialah suatu pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuannya, strategi pemasaran kini dilakukan secara terpadu sebagai usaha untuk memuaskan keinginan nasabah. Secara umum strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan suatu target pasar dan suatu bauran pemasaran (*marketing mix*).⁹ Perusahaan yang berhasil ialah perusahaan yang melaksanakan konsep pemasaran yang berorientasi kepada konsumen. Beberapa cara dalam pemasaran jasa menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk menentukan karakteristik yang ditawarkan kepada nasabah.

⁷ J. Stanton, William. (1991). Prinsip Pemasaran. In *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

⁸ Ibid.

⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, PT. Raja Grafindo Persada, edisi revisi (Jakarta, 2012), hal. 486

Bauran pemasaran dinilai sangat menentukan keberhasilan dalam merebut persaingan pasar, dalam teori pemasaran, bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari: *product, price, promotion, place, people, process*, dan *physical evidence*.¹⁰

Pada penelitian terdahulu oleh R. Ajeng Entaresmen dan Desy Putri Dewi tentang Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di Pt. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X menyimpulkan bahwa Bank BNI Syariah menggunakan dua pola dalam melaksanakan strategi pemasaran yaitu, intensifikasi bagi nasabah yang telah memiliki produk BNI Syariah dan pola perluasan bagi calon nasabah pada bank lain yang belum menggunakan produk di Bank BNI Syariah.¹¹

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fatimah dan Elisabeth Yansye Metekohy dengan judul Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan menyimpulkan bahwa dari hasil analisis didapatkan strategi pertumbuhan atau growth strategy. Strategi ini dipilih dari hasil perhitungan berada pada kuadran 1 dimana total *weighted score* peluang-ancaman sebesar 3,21 sedangkan total *weighted score* kekuatan-kelemahan sebesar 3,31. Posisi pada kuadran ini sangat menguntungkan dan dapat dipasarkan secara maksimal dengan menerapkan kebijakan bauran pemasaran.¹²

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah peneliti mencoba menganalisis strategi pemasaran produk Kepemilikan Pembiayaan Rumah (KPR) Bersubsidi menggunakan Marketing Mix atau Bauran Pemasaran dan obyek penelitian ini adalah Bank

¹⁰ Setyorini Hanny, dan Fadilah Abdilah, Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada PT. Panin Bank Syariah, Kantor Cabang Malang, *Jurnal Modernisasi*, 10 (2014), 77-95

¹¹ R. Ajeng Entarsemen, Desy Putri Dewi, "Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Pt. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X" Tahun 2016, Vol.09

¹² Fatimah, dan Elisabeth Yansye Metekohy " Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank X Syariah Cabang Tangerang" Tahun 2012, Vol 11

BTN Kantor Cabang Pembantu Syariah (KCPS) Karawang. Penelitian yang telah dilakukan di atas memotivasi penulis untuk lebih jauh mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang diterapkan BTN Syariah agar KPR bersubsidi dapat tersalurkan serta dapat dinikmati dengan baik oleh masyarakat berpenghasilan rendah. Dari pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah Bersubsidi Terhadap Masyarakat Berpenghasilan Rendah Di PT. BTN Syariah Kantor Cabang Pembantu Karawang.**”

1.2 Batasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perlu dilakukan pembahasan terhadap masalah yang akan diteliti untuk menghadapi ruang lingkup yang terlalu luas. Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang akan diteliti adalah PT Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Kantor Cabang Pembantu Karawang. Alasan peneliti memilih Bank BTN Syariah KCP Karawang sebagai objek penelitian karena Bank BTN Syariah KCP Karawang merupakan salah satu Bank Syariah yang mempunyai produk KPR subsidi sebab masyarakat disana rata – rata bekerja sebagai buruh, petani dan wirausaha. Peneliti tertarik untuk mendalami produk KPR Subsidi dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*)^{7P}.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi pemasaran produk Kepemilikan Pembiayaan Rumah (KPR) Subsidi iB Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Karawang ?

- b. Bagaimana analisis strategi pemasaran produk Kepemilikan Pembiayaan Rumah (KPR) Subsidi iB Kantor Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Karawang?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini berjudul “Strategi pemasaran produk kepemilikan pembiayaan rumah terhadap masyarakat berpenghasilan rendah” (Studi Kasus PT. Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Karawang) adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk Kepemilikan Pembiayaan Rumah (KPR) Subsidi iB pada Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Syariah (KCPS) Karawang dan implementasinya.
- b. Untuk mengetahui analisis strategi pemasaran produk Kepemilikan Pembiayaan Rumah (KPR) Subsidi iB Kantor Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Karawang

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi penulis mengenai bagaimana menganalisis minat nasabah terhadap produk Kepemilikan Pembiayaan Rumah Bersubsidi pada Bank Tabungan Negara Syariah.

- b. Bagi BTN Syariah KCP Karawang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan tinjauan bagi instansi terkait yaitu PT. Bank Tabungan Negara Syariah dan juga sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kinerja dalam operasional bank.

c. Bagi Akademi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbang pikiran bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan pengetahuan bagi pembaca dan kepustakaan bagi pihak yang berkepentingan.

1.4 Sistematika Penelitian

Agar lebih mempermudah pembahasan dalam proses penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika penelitian skripsi yang terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai pengertian bank syariah, pengertian strategi pemasaran, marketing mix, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti, serta memberitahukan tempat dan waktu penelitian, data dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DARI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai hasil penelitian melalui pembahasan terkait dengan Strategi Pemasaran produk Kepemilikan Pembiayaan Rumah Bersubsidi di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Karawang, Prosedur pengajuan Pembiayaan, dan Marketing Mix Pada produk Kepemilikan Pembiayaan Rumah (KPR) Bersubsidi di Bank Tabungan Negara KCP Karawang.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan yaitu menjawab dari rumusan masalah terkait penelitian tentang Strategi Pemasaran Produk Kepemilikan Pembiayaan Rumah (KPR) Bersubsidi terhadap masyarakat berpenghasilan rendah di Bank Tabungan Negara Syariah KCP Karawang serta saran dan masukan sebagai penunjang dalam perbaikan penulisan skripsi ini.