

## **Kajian Bauran Pemasaran Pembiayaan KPR Islamic Banking Menggunakan Analisis Swot**

(Studi Kasus pada BPRS Al Salaam Cabang Bandung)

Marketing Mix Study of Islamic Banking Financing Using Swot Analysis

(Case Studies on BPRS Al Salaam Branch Bandung)

<sup>1</sup>Salisa Dalfa, <sup>2</sup>Ratih Tresnati, <sup>3</sup>PoPON Srisusilawati

<sup>1,2,3</sup> Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: <sup>1</sup>salisadalfa@gmail.com, <sup>2</sup>ratihtresnati27@gmail.com, <sup>3</sup>po2nss@gmail.com

**Abstract.** This research is motivated by the growth of financing KPR sharia in 2018 reached 21,69% and total assets increased 24,2% compared to previous year. While the facts on the area are the opposites, this happens because in BPRS Al Salaam branch Bandung where the growth of KPR iB from the beginning formed in 2015 until the end of 2017 stagnant or only shows 22%, the condition is due to the marketing mix layout KPR iB financing less well seen by 7P. The authors use sociology research approach, qualitative research methods, data collection technique using library research, observation technique and interview, technique of data analysis by using descriptive method with analysis tool that is SWOT analysis. Data source are two that is primary and secondary data. This research is done to know implementation of marketing mix KPR iB financing BPRS Al Salaam branch Bandung using SWOT analysis. The results of the analysis performed by BPRS Al Salaam branch Bandung has a high chance in developing KPR iB financing products BPRS Al Salaam in the future, because BPRS Al Salaamis one of the pioneers who are able to provide KPR iB financing.

**Keywords:** Marketing Mix, KPR iB, SWOT Analysis.

**Abstrak.** Penelitian ini di latar belakang oleh pertumbuhan pembiayaan KPR syariah tahun 2018 mencapai angka 21,69% dan total aset meningkat 24,2% meningkat di banding tahun sebelumnya. Sedangkan fakta di lapangan kebalikannya, hal ini terjadi di BPRS Al Salaam cabang Bandung dimana pertumbuhan KPR iB BPRS Al Salaam dari awal di bentuk tahun 2015 sampai akhir 2017 stagnan atau hanya menunjukkan 22%, kondisi tersebut terjadi akibat rancangan bauran pemasaran pembiayaan KPR iB kurang baik di lihat dari 7P. Penulis menggunakan pendekatan sosiologis, metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan teknik keputakaan, observasi dan wawancara, teknik analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan alat analisis yaitu analisis SWOT. Sumber data ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam cabang Bandung dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari analisis yang dilakukan adalah BPRS Al Salaam cabang Bandung memiliki peluang yang tinggi dalam mengembangkan produk pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam kedepannya, karena BPRS Al Salaam merupakan salah satu pelopor BPRS yang mampu memberikan pembiayaan KPR iB.

**Kata Kunci :** Bauran Pemasaran, KPR iB, Analisis SWOT

### **A. Pendahuluan**

BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah) adalah salah satu lembaga keuangan perbankan syariah, yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah islam. BPRS berdiri berdasarkan UU no. 7 Tahun 1992 tentang perbankan & peraturan pemerintah (PP) No. 72 tahun 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil pada Pasal 1 (butir 4) UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, disebutkan bahwa BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Istilah BPR dikenalkan pertama kali oleh BRI pada akhir 1977, ketika BRI mulai menjalankan tugasnya sebagai Bank Pembina Lumbung Desa, Bank Pasar, bank Desa, dan Bank-bank lainnya. Sejalan dengan perkembangan tersebut, BPRS Al Salaam Cabang Bandung mulai merambah segmen baru dalam produk pembiayaan pembangunan

rumah. Baru-baru ini OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mencatat, per Agustus 2017, pertumbuhan pembiayaan KPR syariah mencapai angka 21,69% di bulan yang sama dan total aset meningkat 24,2% meningkat di banding tahun sebelumnya. Sedangkan fakta di lapangan kebalikannya, hal ini terjadi di BPRS Al Salaam Cabang Bandung dimana pertumbuhan KPR iB BPRS Al Salaam dari awal di bentuk tahun 2015 sampai akhir 2017 stagnan atau hanya menunjukkan 22%, kondisi tersebut terjadi akibat rancangan bauran pemasaran pembiayaan KPR iB kurang baik di lihat dari 7P.

Atas dasar pertimbangan diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “KAJIAN BAURAN PEMASARAN PEMBIAYAAN KPR ISLAMIC BANKING MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT (Studi Kasus Pada BPRS Al Salaam Cabang Bandung)” dengan pertanyaan Bagaimana implementasi bauran pemasaran pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam cabang Bandung dengan menggunakan analisis SWOT dan tujuan penelitian untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam cabang Bandung dengan menggunakan analisis SWOT.

## B. Landasan Teori

### Bauran Pemasaran KPR Syariah

Bauran pemasaran adalah strategi mencampur kegiatan-kegiatan pemasaran untuk mencari kombinasi-kombinasi maksimum sehingga mendapatkan hasil yang memuaskan. Bauran pemasaran memiliki 4 (variabel) yang dikenal dengan istilah 4P (*Product, Price, Promotion, dan Place*). Sedangkan dalam jasa ditambah menjadi 3P (*People, Process, dan Physical Evidence*) yang saling berkaitan satu sama lain.<sup>1</sup>

Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan rumah (tempat tinggal) dengan menggunakan prinsip jual beli (*Murabahah*) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan. Harga jualnya biasanya sudah ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan pembeli.<sup>2</sup>

Hukum jual beli dengan kredit adalah boleh berdasarkan beberapa dalil berikut:

#### 1. Firman Allah SWT

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَلَّيْتُمْ بِلَيْدِنِ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” (QS Al-Baqarah: 282)<sup>3</sup>

#### 2. Hadis ‘Aisyah radhiyallahu ‘anha, beliau mengatakan:

“Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam membeli sebagian bahan makanan dari seorang Yahudi dengan pembayaran dihutang dan beliau juga menggadaikan perisai kepadanya.” (HR. Bukhari no. 2096 dan Muslim no. 1603)

### Analisis SWOT (strength, Weakness, Opportunities, Threats)

Keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan disebut analisis SWOT. Analisis SWOT (*Strength, Weakness,*

<sup>1</sup> Popon Srisusilawati, *Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan*, Jurnal Amwaluna Vol. 1 No.1, 2017, Hlm. 4-5

<sup>2</sup>Affgani, “Ekonomi Islam Pembiayaan Syariah KPR”, dalam <https://affgani.wordpress.com/ekonomi-islam/pembiayaan-bank-syariah-kpr-syariah/>, diakses tanggal 1 Juni 2018.

<sup>3</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, Bandung : CV. Diponegoro, 2003, hlm.48

*Opportunities, Threat*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal).<sup>4</sup>

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Implementasi Bauran Pemasaran Pembiayaan KPR iB BPRS AL Salaam Cabang Bandung Menggunakan Analisis SWOT

##### a. Produk (*Product*)

Yang menjadi produk di BPRS Al Salaam cabang Bandung yaitu KPR iB dimana pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam adalah pembiayaan berjangka pendek yakni pengajuan antara 0-10 tahun cicilan, hal ini sangat berbeda dengan bank-bank syariah lainnya yang menggunakan jangka panjang yakni antara 15-20 tahun.

##### b. Harga (*Price*)

Yang menjadi harga di KPR iB adalah harga jual rumah secara kredit, penentuan harga BPRS Al Salaam cabang Bandung memberikan kesempatan kepada nasabah untuk memilih rumah yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan bayar nasabah.

##### c. Promosi (*Promotion*)

Dalam melakukan promosi KPR iB BPRS Al Salaam cabang Bandung menggunakan beberapa sarana promosi dalam memasarkan produk yaitu melalui sarana iklan seperti brosur dan media internet [www.bprsalsalaam.com](http://www.bprsalsalaam.com).

##### d. Tempat (*Place*)

Yang dimaksud dengan *place* di BPRS Al Salaam adalah lokasi kantor untuk pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam cabang Bandung. Dalam pemilihan lokasi, pelaksanaan pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam cabang Bandung bertempat di Jl. H. Kurdi I No.11a, RT.003/RW.006, Karasak, Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat.

##### e. Orang (*People*)

Yang dimaksud dengan *people* di BPRS Al Salaam cabang Bandung adalah karyawan bank. Mulai dari kepala cabang hingga staff bank yang telah di training selama 3 bulan dan berpenampilan sesuai syariah.

##### f. Proses (*Process*)

Dalam proses administrasi ada beberapa tahapan yang harus diikuti oleh calon nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam cabang Bandung.<sup>5</sup>

- a) Mengisi formulir permohonan pembiayaan dan disertai informasi dan kelengkapan rumah yang diinginkan untuk dijadikan KPR iB
- b) Melampirkan dokumen kelengkapan KPR iB dan surat pernyataan
- c) Verifikasi calon nasabah melalui *BI Checking*
- d) Wawancara awal calon nasabah
- e) Analisa kelayakan nasabah
- f) Pengadministrasian
- g) *Appraisal* (analisa harga pasar dari agunan)
- h) Peninjauan rumah yang akan dijadikan KPR
- i) Persetujuan pembiayaan oleh pihak pembiayaan
- j) Akad pembiayaan

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Ed).13, Jld.1, Terj.Bob Sarban MM, PT. Gelora Aksara Pratama, 2008, Hlm. 51

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ridwan, *Account Officer* BPRS Al Salaam cabang Bandung, di Bandung 27 Juni 2018

- k) Penentuan target (*dead line*) pembiayaan
- l) Serah terima rumah
- m) Nasabah wajib membayarkan cicilan sesuai *deadline* hingga selesai dan menerima dokumen akhir
- g. Sarana Fisik (Phisycal Evidence)

Sarana fisik berupa bangunan yang nyaman telah diberikan BPRS Al Salaam cabang Bandung, tata ruang kantor yang meliputi ruang tamu, ruang *costumer service*, ruang *back office*, ruang *photocopy*, toilet, terletak di lantai 1, sedangkan di lantai 2 terdapat ruang pembiayaan, ruang rapat, ruang kepala cabang, toilet, dapur, dan lantai 3 terdapat ruang *marketing*, toilet, dan mushola.

Melalui strategi bauran pemasaran BPRS Al Salaam cabang Bandung dalam mempromosikan produk pembiayaan KPR iB sudah cukup baik, yang mana produk KPR iB BPRS Al Salaam cabang Bandung merupakan pengembangan produk dalam rangka mengabdikan permintaan nasabah dalam hal pembiayaan kepemilikan rumah sebagai bentuk pelayanan jasa bank.

### **Analisis SWOT Bauran Pemasaran Pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam Cabang Bandung**

**Tabel 1.** Matrik Analisis SWOT Bauran Pemasaran Pembiayaan KPR iB BPRS Al Salaam Cabang Bandung

<b>IFAS</b> (Internal Factors Analysis Summary)	<b>STRENGTH</b> (KEKUATAN)	<b>WEAKNESS</b> (KELEMAHAN)
<b>EFAS</b>	a. BPRS Al Salaam menggunakan pembiayaan dengan sistem syariah. b. Memberikan rasa tenang dan kesejahteraan dengan pembiayaan bebas riba, maisir, dan gharar. c. Pelayanan yang baik. d. Produk yang sesuai syariah. e. Biaya angsuran flat. f. Uang muka ringan. g. Memiliki rumah sesuai keinginan h. Memiliki emosional yang kuat dengan nasabah	a. Jangka waktu pembiayaan yang pendek. b. Kurangnya promosi kepada masyarakat. c. Jaringan kantor yang terbatas. d. Modal yang terbatas.

(Eksternal factors Analysis Summary)		
<b>OPPORTUNITIES</b> <b>(PELUANG)</b>	<b>S-O</b>	<b>W-O</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pertumbuhan penduduk kota Bandung</li> <li>b. Mayoritas masyarakat beragama Islam</li> <li>c. Ikut pameran KPR</li> <li>d. Dukungan pemerintah</li> <li>e. KPR iB merupakan produk baru</li> <li>f. Bisnis properti yang menjanjikan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menjaga dan menambah tingkat kepercayaan masyarakat</li> <li>b. Membuat <i>brand image</i> yang kuat di mata masyarakat dengan memanfaatkan pameran KPR</li> <li>c. Melakukan strategi promosi melalui baliho dan media cetak secara besar-besaran</li> <li>d. BPRS Al Salaam cabang Bandung sebagai pelopor Pembiayaan KPR iB bisa Menjadi pelopor bagi BPRS Lainnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memperluas jaringan kantor agar memperluas jaringan pemasaran.</li> <li>b. Dengan mengikuti pameran atau <i>event</i> properti</li> <li>c. Strategi pemasaran akan tepat jika modal disalurkan pada nasabah menengah kebawah</li> <li>d. Dengan melakukan pembiayaan jangka pendek modal akan terus berputar dengan cepat</li> </ul>
<b>THREATS</b> <b>(ANCAMAN)</b>	<b>S-T</b>	<b>W-T</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tingkat persaingan yang tinggi</li> <li>b. Ketidak cukupan modal</li> <li>c. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang KPR syariah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dengan memiliki tingkat emosional yang baik kepada nasabah akan memudahkan strategi promosi KPR Ib</li> <li>b. Pelayanan yang baik membuat rasa nyaman dan nasabah yang tidak memiliki pengetahuan tentang sistem syariah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mengoptimalisasi strategi pemasaran dalam menghadapi pesaing</li> <li>b. Memberikan promosi-promosi atau cara yang menarik dalam mensosialisasikan produk KPR</li> </ul>

Dengan menggunakan analisis SWOT yang memetakan antara *Strength*, *Opportunities*, *Weakness*, dan *Threat* pada bauran pemasaran KPR iB BPRS AL Salaam cabang Bandung, maka dapat disimpulkan bahwa KPR iB BPRS AL Salaam cabang Bandung sangat memiliki peluang yang besar ditengah-tengah masyarakat karena memiliki *Strength* dan *Opportunities* yang lebih dominan jika dibandingkan dengan *Weakness* dan *Threat*.

## D. Simpulan

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa:

Bahwa KPR iB BPRS Al Salaam sudah mengimplementasikan bauran pemasaran jasa dengan baik sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh pakar pemasaran. Dalam menganalisis bauran pemasaran pembiayaan KPR iB menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, opportunities, Threats*) memiliki kekuatan antara lain memiliki prinsip syariah, yang bebas dari *riba, maysir*, dan *gharar*, membelikan pelayanan yang baik, biaya angsuran flat, uang muka ringan, rumah sesuai keinginan nasabah, memiliki hubungan yang kuat dengan nasabah. Kelemahannya antara lain jangka waktu pembiayaan pendek, memiliki keterbatasan jaringan kantor, modal terbatas. Peluang antara lain pertumbuhan penduduk kota Bandung yang tinggi, kesempatan mengikuti pameran KPR, dukungan pemerintah, merupakan bisnis properti menjanjikan. Ancaman antara lain tingkat persaingan yang tinggi, kekurangan modal, dan kurang pemahaman masyarakat tentang KPR iB.

## Daftar Pustaka

- Affgani, (1 Juni 2018). "Ekonomi Islam Pembiayaan Syariah KPR".  
[https://affgani.wordpress.com/ekonomi-islam/pembiayaan-bank-syariah-kpr-](https://affgani.wordpress.com/ekonomi-islam/pembiayaan-bank-syariah-kpr)  
 Departemen Agama RI. (2003). Al-Qur'an dan Terjemahan. Bandung: CV. Diponegoro
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, (Ed).13, Jld.1, (Terj).Bob Sarban MMPT. Gelora Aksara Pratama.
- Ridwan (27 Juni 2018). *Account Officer BPRS Al Salaam Cabang Bandung*. (Dalfa, Salisa, *Interviewer*).
- Srisusilawati, Popon. (2017). *Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan*. Jurnal Amwaluna Vol. 12 (1).