



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH
PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

MUHAMMAD FADHIL ABDILLAH

1810101013

PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA TIGA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2021



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH
PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya

Muhammad Fadhil Abdillah

1810101013

PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA TIGA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Muhammad Fadhil Abdillah

NIM : 1810101013

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bekasi, 17 Juni 2021

Yang menyatakan,



Muhammad Fadhil Abdillah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Fadhil Abdillah
NIM : 1810101013
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Perbankan dan Keuangan D3
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalti Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi
Pada tanggal : 17 Juni 2021
Yang menyatakan,



Muhammad Fadhil Abdillah

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA

By:
Muhammad Fadhil Abdillah

ABSTRACT

Banking in Indonesia in the modern era today, has many types of business fields. One of them is to provide services to help people own a home by providing loans or financing. But the amount of competition requires banks to implement good marketing strategies to be able to attract people using their services. A well-planned marketing strategy, will make it easier for banks to reach a target. Banks must have the advantages of services offered to the public so that people choose to use the services of banks to own a home, including Bank Syariah Indonesia. As a bank that uses sharia principles, Bank Syariah Indonesia provides financing to people who want to own a home by using an agreement in accordance with sharia principles, namely murabahah agreement in a product called Griya Hasanah. This research aims to find out the marketing strategy conducted by Bank Syariah Indonesia in marketing Griya Hasanah products. The source used as analysis material is to use qualitative analysis method by conducting interviews to several employees of Bank Syariah Indonesia and collecting information from several sources. The result of this study is Bank Syariah Indonesia using 4P marketing mix strategy consisting of product, price, place, and promotion. The marketing strategy conducted by Bank Syariah Indonesia has a positive impact on the target of achieving Griya Hasanah products.

Keywords: *Marketing strategy, Financing, 4P (product, price, place, promotion)*

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA

Oleh:
Muhammad Fadhil Abdillah

ABSTRAK

Perbankan di Indonesia pada era modern saat ini, memiliki banyak jenis bidang usaha. Salah satunya yaitu memberikan jasa untuk membantu masyarakat memiliki rumah dengan memberikan pinjaman atau pembiayaan. Namun banyaknya persaingan mengharuskan bank untuk menerapkan strategi pemasaran yang baik untuk dapat menarik minat masyarakat menggunakan jasanya. Strategi pemasaran yang direncanakan secara matang, akan memudahkan bank untuk mencapai suatu target. Bank harus memiliki keunggulan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat agar masyarakat memilih menggunakan jasa dari bank untuk memiliki rumah, termasuk Bank Syariah Indonesia. Sebagai bank yang menggunakan prinsip syariah, Bank Syariah Indonesia memberikan pembiayaan kepada masyarakat yang ingin memiliki rumah dengan menggunakan akad yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu akad murabahah dalam produk yang bernama Griya Hasanah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia dalam memasarkan produk Griya Hasanah. Sumber yang digunakan sebagai bahan analisis yaitu menggunakan metode analisis kualitatif dengan melakukan wawancara kepada beberapa pegawai Bank Syariah Indonesia dan mengumpulkan informasi dari beberapa sumber. Hasil penelitian ini yaitu Bank Syariah Indonesia menggunakan strategi marketing mix 4P terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia memberikan dampak yang positif terhadap target pencapaian dari produk Griya Hasanah.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Pembiayaan, 4P (*product*, *price*, *place*, *promotion*)

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhammad Fadhil Abdillah
1810101013

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 21 Juni 2021
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Suharvati, S.E., M.M.
Penguji 1



Drs. Yul Tito Permadhy, M.M.
Penguji 2 (Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M.
Ketua Jurusan



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 30 Juni 2021



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP T.A 2020/2021**




Pada hari ini senin, tanggal 21 Juni 2021 telah dilaksanakan Ujian Tugas Akhir bagi mahasiswa :

Nama : Muhammad Fadhil Abdillah
Nomor Induk Mahasiswa 1810101013
Program Studi : Perbankan dan Keuangan Diploma
Dengan Judul Tugas Akhir sebagai berikut:

**“STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Siti Hidayati, S.E., M.M.	Ketua Penguji	1 
2	Suharyati, S.E., M.M.	Anggota I	2 
3	Drs. Yul Tito Permadhy, M.M.	Anggota II **)	3 

Catatan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

JAKARTA, 21 JUNI 2021
MENGESAHKAN
A.n DEKAN
KAPROG PERBANKAN & KEUANGAN D3



Siti Hidayati, S.E., M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK GRIYA HASANAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA”**.

Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE.,Ak.,M.Ak.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ibu Dr. Desmintari S.E.,M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku ketua program studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma dan bapak Drs. Yul Tito Permadhy, MM. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, arahan serta saran-saran yang sangat berguna bagi penulis.

Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada kedua orang tua penulis dan seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan doa dan semangat kepada penulis. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dan memberikan saran kepada penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir.

Penulis menyadari, Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangatdiharapkan dan diterima untuk peningkatan kualitas sesuai dengan perkembangan yang ada. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Bekasi, 17 Juni 2021

Muhammad Fadhil Abdillah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Tujuan	3
I.3 Manfaat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
II.1 Bank	5
II.1.1 Pengertian Bank.....	5
II.1.2 Jenis-Jenis Bank	5
II.1.3 Tugas Bank.....	7
II.1.4 Fungsi Bank.....	7
II.1.5 Kegiatan-Kegiatan Bank	8
II.1.6 Sumber Dana Bank.....	9
II.2 Pemasaran	10
II.2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
II.2.2 Tujuan Pemasaran.....	11
II.2.3 Fungsi Pemasaran	12
II.2.4 Konsep Pemasaran.....	13
II.3 Strategi Pemasaran	13
II.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran	14
II.3.2 Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	14
II.3.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	15

II.4	Pembiayaan	18
II.4.1	Pengertian Pembiayaan.....	18
II.4.2	Tujuan Pembiayaan	19
II.4.3	Fungsi Pembiayaan.....	21
II.4.4	Unsur-Unsur Pembiayaan.....	22
II.4.5	Jenis-Jenis Pembiayaan	23
II.5	BSI Griya Hasanah.....	23
II.5.1	Pengertian BSI Griya Hasanah	24
II.5.2	Fitur BSI Griya Hasanah	24
II.5.3	Syarat BSI Griya Hasanah.....	24
II.5.4	Mekanisme Pengajuan BSI Griya Hasanah	25
II.5.5	Akad Pada Produk BSI Griya Hasanah	25
BAB III PEMBAHASAN		31
III.1	Profil PT. Bank Syariah Indonesia	31
III.2	Strategi Pemasaran Produk Griya Hasanah di Bank Syariah Indonesia.....	32
III.3	Tantangan Yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia Dalam Memasarkan Produk Griya Hasanah dan Solusinya	36
III.4	Hasil Dari Strategi Pemasaran Griya Hasanah	37
BAB IV PENUTUP		39
IV.1	Kesimpulan	39
IV.2	Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA		42
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema Akad Murabahah	29
--------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Simulasi Angsuran	34
Tabel 2. Data Jumlah Nasabah	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Permohonan Pembiayaan (BSI Griya Hasanah)	44
Lampiran 2 Pengumpulan Data Dengan Cara Wawancara Terhadap Pegawai Bank Syariah Indonesia	45
Lampiran 3 Formulir Persetujuan Judul Tugas Akhir	48
Lampiran 4 Kartu Monitor Tugas Akhir	49