



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BANK
BSI KCP TANGERANG CIKUPA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

DINDA REZA SHOLEHA

2110101068

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BANK
BSI KCP TANGERANG CIKUPA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Ahli Madya**

DINDA REZA SHOLEHA

2110101068

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : DINDA REZA SHOLEHA

NIM : 2110101068

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

Jakarta, 24-06-2024

Yang menyatakan,

Mate



Dinda Reza Sholeha

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

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

Nama : Dinda Reza Sholeha
NIM : 2110101068
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Perbankan Dan Keuangan
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir

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

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BANK BSI
KCP TANGERANG CIKUPA**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Tangerang.....

Pada tanggal : 24/06/2024.....

Yang menyatakan,



Dinda Reza Sholeha

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BANK BSI KCP
CIKUPA TANGERANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**DINDA REZA SHOLEHA
2110101068**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 26 Juni 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Tri Wardhani, SE., MM., P.hD
Ketua penguji



Suharvati, SE., MM.
Penguji I




Jenji Gunaedi Argo, SE., MM.
Penguji II



Dr. Yudi Nur Supriadi, Sós.I, MM

Ketua Jurusan



Kery Utami, SE., M.Si

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 26 Juni 2024



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR
PERBANKAN DAN KEUANGAN D-III
SEMESTER GENAP TA. 2023/2024**

Hari ini Rabu , tanggal 26 Juni 2024, telah dilaksanakan Ujian Tugas Akhir bagi mahasiswa :

Nama : Dinda Reza Sholeha

No.Pokok Mahasiswa : 2110101068

Program : Perbankan dan Keuangan D-III

Dengan judul tugas akhir sebagai berikut :
Strategi Pemasaran Produk KPR Bank BSI KCP Tangerang Cikupa
Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / Tidak Lulus*)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Ketua	1.
2	Suharyati, S.E., M.M	Anggota I	2.
3	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM.,CLIP	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- ***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 26 Juni 2024
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Perbankan dan Keuangan D-III

Kery Utami, SE., M.Si.

STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BANK BSI KCP TANGERANG CIKUPA

Oleh :
Dinda Reza Sholeha

ABSTRAK

Pada zaman sekarang, banyak masyarakat yang sedang membutuhkan pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan fasilitas yang terjangkau dan dengan angsuran yang ringan. Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah menjadi salah satu alternatif untuk nasabah yang ingin membeli rumah dengan metode kredit. KPR merupakan produk andalan BSI yang membantu masyarakat memiliki rumah dengan pembiayaan syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, menggunakan analisa atau deskriptif dan mengumpulkan data melalui wawancara dengan staf pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI KCP Tangerang Cikupa menggunakan berbagai strategi pemasaran seperti penggunaan 4P Marketing mix, dimana disebutkan terdapat Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat) and Promotion (Promosi). Dan Strategi yang dinilai paling ampuh dalam menarik minat nasabah yaitu strategi pemasaran Promotion (Promosi) yaitu dengan menyebar brosur dan bekerjasama dengan developer dan agent property. Namun, tantangan yang dihadapi termasuk persaingan ketat dengan bank konvensional dan Brand Image pada BSI masih tergolong baru dan kurang familiar sehingga kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan sosialisasi tentang keunggulan produk KPR syariah, memperkuat kerjasama dengan developer dan juga pendekatan dengan developer supaya dapat merekomendasikan Bank BSI kepada calon konsumen dari developer tersebut.

Kata Kunci: KPR, Strategi, Bank Syariah Indonesia

**MARKETING STRATEGY OF KPR PRODUCTS OF
BANK BSI KCP TANGERANG CIKUPA**

By :
Dinda Reza Sholeha

ABSTRACT

These days, many people are in need of home ownership financing (KPR) with guaranteed facilities and with light installments. Sharia Home Ownership Credit (KPR) is one of the alternatives for customers who want to buy a house with a credit method. KPR is BSI's flagship product that helps people own a house with sharia financing. This research uses a qualitative method with a case study approach, using analysis or descriptive and collecting data through interviews with marketing staff. The results showed that BSI KCP Tangerang Cikupa uses various marketing strategies such as the use of 4P Marketing mix, where it is mentioned that there are Product, Price, Place and Promotion. And the strategy that is considered the most effective in attracting customers is the Promotion marketing strategy, namely by distributing brochures and collaborating with property developers and agents. However, the challenges faced include fierce competition with conventional banks and Brand Image at BSI is still relatively new and less familiar so that the lack of public understanding of Islamic banking. This research recommends increasing socialization about the advantages of Islamic mortgage products, strengthening cooperation with developers and also approaching developers so that they can recommend Bank BSI to prospective customers from the developer.

Keywords: *Mortgage, Strategy, Bank syariah Indonesia*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia- Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Laporan Tugas Akhir (TA) ini dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan Mei 2024 dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BANK BSI KCP TANGERANG

CIKUPA". Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I., MM., CRA.,CRP selaku Ketua Jurusan Manajemen, Ibu Kerry Utami, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Diploma III. Dan Bapak Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ibu serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seseorang yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluhan penulis serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan usulan penelitian ini. Semoga Laporan Tugas Akhir (TA) ini bermanfaat.

Jakarta, 26 Juni 2024

Dinda Reza Sholeha

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2. Tujuan	4
I.3. Manfaat	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
II.1 Perbankan.....	5
II.1.1 Pengertian Bank	5
II.1.2 Fungsi Bank	6
II.1.3 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	6
II.2 Kredit.....	7
II.2.1 Pengertian Kredit.....	7
II.2.2 Jenis Kredit	8
II.2.3 Unsur – Unsur Kredit	12
II.3 Pemasaran.....	12
II.3.1 Pengertian Pemasaran.....	12
II.3.2 Tujuan pemasaran.....	13
II.3.3 Bauran Pemasaran	13
BAB III METODE PENULISAN	15
III.1 Teknik Pengumpulan Data dan Informasi.....	15
III.1.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	15
III.1.2 Jenis dan Sumber Data	15

III.1.3 Teknik Pengumpulan Data	15
BAB IV PEMBAHASAN	17
IV.1 Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bank Syariah Indonesia.....	17
IV.2 Strategi Pemasaran Produk KPR Bank Syariah Indonesia	20
IV.3 Tantangan Utama Bank Syariah Indoneisa.....	24
BAB V PENUTUP	27
V.1 Simpulan.....	27
V.2 Saran.....	27
DAFTAR PUSTAKA	29
RIWAYAT HIDUP.....	31
LAMPIRAN.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbedaan KPR Syariah dan KPR Konvensional	11
Tabel 2. Jenis-Jenis Akad Pembiayaan KPR Syariah	17

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Perkembangan Aset Perbankan Syariah	1
Gambar 2. Grafik Pertumbuhan Pembiayaan Perbankan Syariah.....	3

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Judul Tugas Akhir
- Lampiran 2. Kartu Monitoring
- Lampiran 3. Tabel Angsuran KPR BSI Griya Hasanah
- Lampiran 4. Tabel Angsuran KPR BSI Griya Simuda
- Lampiran 5. . Contoh simulasi perhitungan KPR BSI Griya Simuda
- Lampiran 6. . Contoh simulasi perhitungan KPR BSI Griya Simuda