

**ANALISIS STRATEGI MARKETING KREDIT
PEMILIKAN RUMAH (KPR) DI BANK TABUNGAN NEGARA
KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian
syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E.)



Oleh:

EMILDA MEIFIRA GOMBO

NIM. 4218062

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**ANALISIS STRATEGI MARKETING KREDIT
PEMILIKAN RUMAH (KPR) DI BANK TABUNGAN NEGARA
KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian
syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E.)



Oleh:

EMILDA MEIFIRA GOMBO

NIM. 4218062

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : EMILDA MEIFIRA GOMBO

NIM : 4218062

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI MARKETING KREDIT PEMILIKAN
RUMAH (KPR) DI BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR
CABANG PEMBANTU SYARIAH PEKALONGAN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 Maret 2023

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'SEPULUH RIBU', 'METERAI', 'TEMPEL', and the serial number 'MEC4GAJX704391873'.

EMILDA MEIFIRA GOMBO
NIM. 4218062

NOTA PEMBIMBING

Dr. AM. M. Khafidz Ma'shum, M.Ag.

Jl. Perum Pisma Griya Asri Blok A No. 5 Denasri Kulon Batang

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Emilda Meifira Gombo

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Emilda Meifira Gombo

Nim : 4218062

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI MARKETING KREDIT PEMILIKAN
RUMAH (KPR) DI BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR
CABANG PEMBANTU SYARIAH PEKALONGAN

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqasahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

—

Pekalongan, 20 Maret 2023

Pembimbing,



Dr. AM.M. Khafidz Ma'shum, MA.g.

NIP. 197806162003121003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan, Kab Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email : febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : **EMILDA MEIFIRA GOMBO**
NIM : **4218062**
Judul : **ANALISIS STRATEGI MARKETING KREDIT
PEMILIKAN RUMAH (KPR) DI BANK TABUNGAN
NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH
PEKALONGAN**

Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Maret 2023 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Dr. Kuat Ismanto, M.Ag
NIP. 19791205 200912 1 001

M. Arif Kurniawan, M.M.
NIP. 19860618 202012 1 007

Pekalongan, 30 Maret 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”

(Q.S Al-Jumu'ah:10)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya maka penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari adanya keterbatasan saat penulisan skripsi ini. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat khususnya bidang perbankan. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan bantuan yang bersifat materil maupun non-materil dari berbagai pihak. Berikut beberapa persembahan sebagai ucapan terimakasih yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini :

1. Ayah saya Khaerudin Gombo (Alm), Ibu saya Hanifah, dan Nenek saya Khadijah (Alm) yang selalu memberikan motivasi dan telah banyak berkorban waktu, tenaga dan materi demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan saya di masa yang akan datang. Terimakasih atas doa yang senantiasa kalian panjatkan dan terimakasih yang tak terhingga untuk segalanya.
2. Seluruh kakak saya Belila Oktaviana Gombo, Chairiski Mella Yulisnaeni Gombo, Danang Fahrudin Gombo yang selalu mendukung saya.
3. Almamater saya jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dr. AM.M. Khafidz Ma'shum, MA.g selaku dosen pembimbing yang selalu memberi nasehat dan perhatiannya agar menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Wali Drajat Setiawan, M.Si yang memberikan bimbingan dan nasihat selama masa aktif studi.
6. Sahabat-sahabatku Irfa, Debita, salma, Rani, dan Rita yang telah menghibur dan memberi kritik serta saran yang konstruktif, semoga kita selalu dimudahkan dalam segala hal yang baik.

ABSTRAK

EMILDA MEIFIRA GOMBO. Analisis Strategi Marketing Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Pekalongan.

Sebagai Negara dengan populasi penduduk muslim terbanyak, Indonesia memiliki potensi yang besar dalam perkembangan keuangan syariah. Hal utama yang diperhatikan di bank syariah yaitu meningkatkan produk, layanan dan pengembangan jaringan. Ada banyak bank syariah di Indonesia yang memiliki produk KPR sejenis tidak hanya BTN KCPS Pekalongan, namun BTN KCPS Pekalongan termasuk bank yang sudah bekerjasama dengan pemerintah untuk program KPR bersubsidi inilah yang menjadi daya tarik masyarakatnya. BTN KCPS Pekalongan juga mampu bersaing dengan bank-bank syariah lain dalam segi harga, kualitas, dan layanan. Untuk menjadi produk unggulan tentunya diperlukan strategi marketing yang bagus. Penelitian ini bertujuan untuk membentuk pola marketing sebelum melakukan penjualan produk dan menentukan strategi marketing yang tepat dalam melakukan penjualan KPR.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Reseach*) dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan manager serta marketing BTN KCPS Pekalongan, observasi dengan mengamati lingkungan maupun cara kerja di BTN KCPS Pekalongan, dan dokumentasi tentang gambar di BTN KCPS Pekalongan.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa BTN KCPS Pekalongan sebelumnya membuat pola marketing terlebih dahulu sebelum melakukan penjualan. Yang perlu diperhatikan dalam membuat pola marketing yaitu menentukan visi dan misi, menentukan target pasar, menyusun strategi marketing, menentukan budget/anggaran, membuat daftar yang berisi hal-hal yang harus dikerjakan, dan melakukan evaluasi. Setelah membuat pola marketing dalam menjalankan bisnisnya menggunakan strategi *Direct Selling*, bauran pemasaran (*marketing mix*) atau 7P (*Product, Price, Promotion, People, Process* dan *Phisical Evidence*), strategi STP (*Segmentasi, Targetting*, dan *Positioning*).

Kata Kunci: Pola Marketing, Strategi Marketing.

ABSTRACT

EMILDA MEIFIRA GOMBO. Analysis of The Marketing Strategy For Home Ownership Loans (KPR) at The State Savings Bank Pekalongan Sharia Sub-Branch Office.

As a country with the largest muslim population, Indonesia has great potential in the development of Islamic finance. The main thing to pay attention to in Islamic banks is to improve service products and network development. There are many Islamic banks in Indonesia that have similar mortgage products, not only BTN KCPS Pekalongan, but BTN KCPS Pekalongan, including banks that have collaborated with the government for the subsidized mortgage program. Other Islamic banks in terms of price, quality and service. To become a superior product, of course, a good marketing strategy is needed. This study aims to establish a marketing pattern before selling product and determining the right marketing strategy in selling mortgages.

This type of research is field research (field research) with a qualitative descriptive method. Data collection techniques using interviews with managers and marketing of BTN KCPS Pekalongan bank observation by observing the environment and work methods at BTN KCPS Pekalongan, and documentation about pictures at BTN KCPS Pekalongan.

Based on the result of the study, BTN KCPS Pekalongan previously made a marketing pattern before making a sale. What needs to be considered in making a marketing pattern in determining the vision and mission, determining the target market, developing a marketing strategy, determining the budget, making a list of things that must be done and evaluating it. After making a marketing pattern in running the business using the direct selling strategy, the marketing mix (marketing mix) or 7P (Product, Price, Promotion, People, Process, and Physical Evidence), the STP strategy (Segmentation, Targeting and Positioning).

Keywords: Marketing Pattern, Marketing Strategy.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Alhamdulillah atas ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Marketing Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Pekalongan.”

Penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna menyelesaikan pendidikan pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat memberikan pemecahan untuk masalah pada bidang perbankan serta diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari beberapa pihak oleh karena itu, izinkan penulis untuk menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. M. Shulthoni, M.S.I., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

5. Drajat Setiawan, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, dan selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
6. Dr. AM.M. Khafidz Ma'shum, MA.g. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
7. Penguji skripsi
8. Pihak pengelola BTN KCPS Pekalongan yang telah membantu dalam memperoleh data penelitian yang saya perlukan.
9. Orang Tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan material dan moral.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan memberikan segala kebaikan semua pihak yang terlibat yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 20 Maret 2023



Emilda Meifira Gombo

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	1
A. Landasan Teori.....	1
B. Telaah Pustaka	31
C. Kerangka Berpikir.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Pendekatan Penelitian	48
C. Populasi dan Sampel	48
D. Subjek Penelitian.....	49
E. Sumber Data.....	49

F. Teknik Pengumpulan Data.....	50
G. Keabsahan Data.....	52
H. Metode Analisis Data.....	54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	56
B. Pola Marketing Di BTN Kantor Cabang Pembantu Syariah Pekalongan	72
C. Strategi Marketing Pada Kredit Pemilikan Rumah di BTN Kantor Cabang Pembantu Syariah Pekalongan.....	79
BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha

ء	hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh: نزل = *nazzala*

بهن = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o' _) ditulis a, *kasrah* (o _) ditulis I, dan *dammah* (o _ _) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل, ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شئىء ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti تآخذون ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفروع ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	40
Tabel 4.1 Data Jumlah Nasabah di Bank BTN KCPS Pekalongan	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	46
Gambar 3.1 Keabsahan Data.....	53
Gambar 4.1 Logo BTN Syariah	58
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan BTN KCPS Pekalongan.....	61
Gambar 4.3 Brosur Untuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BTN KCPS Pekalongan	64
Gambar 4.4 Proses Akad Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BTN KCPS Pekalongan	81
Gambar 4.5 Promosi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BTN KCPS Pekalongan Dengan Mengikuti Event/Expo.....	88
Gambar 4.6 Pelayanan Marketing BTN KCPS Pekalongan Kepada Para Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR)	90
Gambar 4.7 persyaratan untuk pengajuan KPR di BTN KCPS Pekalongan ...	91
Gambar 4.8 Lokasi BTN KCPS Pekalongan	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara.....	I
Lampiran 2 Data Mentah Penelitian	III
Lampiran 3 Surat Pengantar dari Kampus	XXIX
Lampiran 4 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	XXX
Lampiran 5 Dokumentasi Gambar	XXXI
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dari tahun ke tahun perkembangan ekonomi Islam di Indonesia berkembang secara bertahap dan cukup pesat dimana akan menjadi ekonomi Islam terbesar di dunia. Dalam membangun sistem ekonomi Islam lembaga keuangan saat ini menggunakan prinsip syariah sebagai prosesnya, baik dalam skala makro maupun mikro. Dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional lembaga keuangan syariah di Indonesia memiliki posisi dan peranan penting berdasarkan landasan hukum yang berperan dalam mengoptimalkan serta memberikan penawaran yang baik. (Umam, 2013)

Kerangka mekanisme sistem perbankan pada umumnya di perekonomian Indonesia memunculkan perbankan syariah yang berada di Indonesia pada tahun 1992. Adanya perbankan syariah dapat menjadi pilihan untuk sistem perbankan Islam dengan tujuan agar terpenuhi segala harapan yang menginginkan sistem keuangan syariah, bank syariah memiliki prinsip keuntungan yang bebas dari riba inilah yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional lainnya. Penerapan dan pelayanan dari perbankan syariah kedepannya diperkirakan akan semakin beragam dan kompleks, berbagai resiko tentunya akan semakin sulit dihadapi. Sejak perbankan syariah dan bank konvensional beroperasi di lingkungan yang sama mereka tentunya akan menjadi pesaing. Yang dikhawatirkan bagi perbankan syariah adalah persaingan dihadapi tidak hanya dengan bank konvensional saja, tetapi dengan bank konvensional yang

mempunyai unit syariah juga. Keadaan tersebut tentu menuntut perbankan syariah untuk meningkatkan kinerjanya. (Kusumaningtias, 2009)

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, menyatakan bahwa bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Sedangkan unit usaha syariah merupakan unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Prinsip syariah adalah prinsip hukum dalam islam dimana kegiatan sistem perbankan harus sesuai fatwa atau aturan yang sudah dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang dalam penetapan fatwa dibidang syariah. Fungsi utama bank syariah adalah mengumpulkan dan memberikan dana masyarakat. Penghimpunan dana harus didasari oleh akad *wadiah* (titipan) biasanya berbentuk tabungan, deposito dan giro, berdasarkan prinsip akad *mudharabah* dalam bentuk tabungan dan deposito maupun giro. Adapun peminjaman dana biasanya menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat berbentuk prinsip usaha patungan (*musyarakah*), memperoleh keuntungan dari menjual produk (*murabahah*) serta memesan produk yang pembiayaannya lewat cara menyetorkan angsuran(*istishna*), menggadaikan produk bernilai (*rahn*), menyewa (*ijarah/IMBT*) dan berbagai aktifitas usaha lainnya. (BTN, 2017)

Dewasa ini, sangat berperan penting lembaga keuangan syariah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat kita. Hal ini dikarenakan bank syariah

menggunakan prinsip-prinsip yang cukup menguntungkan bagi masyarakat, seperti prinsip keadilan, transparansi, responsibilitas, akuntabilitas, dan kemandirian. Kredit Pemilikan Rumah (KPR) merupakan salah satu produk pembiayaan yang telah dikembangkan oleh bank syariah. KPR syariah merupakan pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan rumah dengan menggunakan akad *murabahah* dimana pembayarannya telah ditetapkan di awal sesuai dengan kesepakatan antara bank syariah dengan nasabah. (Oktavianingrum, 2016)

Dari banyaknya perbankan syariah di kota Pekalongan waktu ini, BTN KCPS Pekalongan termasuk bank syariah yang sering digunakan untuk keperluan KPR (Kredit Pemilikan Rumah). Selain itu beberapa produknya juga mendukung untuk program KPR tersebut, seperti adanya beberapa produk pembiayaan diantaranya, pembiayaan KPR BTN bersubsidi iB, KPR BTN platinum iB, KPR BTN indent iB, serta pembiayaan lain serta berkaitan dengan konstruksi maupun hunian. Dimana dalam pelaksanaannya bank tersebut membutuhkan seseorang yang mampu mempromosikan salah satu program yaitu KPR yang nantinya mampu memberikan keuntungan untuk pihak bank dan seseorang itu biasanya bertugas sebagai marketing.

Marketing adalah seorang/karyawan yang bertanggung jawab untuk menjual jasa/produk yang sedang dipasarkan atau diperkenalkan dengan melakukan promosi ke berbagai tempat atau wilayah yang terdapat banyak peluang, distribusi, hingga menyusun strategi agar pada saat melakukan kegiatan secara langsung sudah mengetahui tujuan dan rencana yang akan dilakukan

nantinya hingga mampu melakukan pengembangan produk. Dalam praktiknya, marketing biasanya dimulai dengan riset pasar dan menganalisis kebutuhan konsumen berdasarkan personal pembeli. Menurut Kurtz (2008), pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix: *product, people, place, price, promotion, process*, dan *physical evidence*.

Strategi pemasaran pembiayaan kredit pemilikan rumah (KPR) syariah di bank tabungan Negara (BTN) syariah kantor cabang pembantu (KCP) Ciputat Tangerang Selatan adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik KPR bisa dikatakan cukup baik sebagai mana yang sudah dijelaskan oleh peneliti, strategi marketing campuran antara lain strategi barang, strategi menentukan tempat, strategi memasang harga, strategi mengenalkan produknya dalam memasarkan sebuah produk yang digunakan oleh pihak bank BTN Syariah. (Masturoh, 2019)

Analisis strategi promosi untuk meningkatkan produk kredit kepemilikan rumah (KPR) di bank BRI syariah kantor cabang jombang dimana pihak bank untuk mencapai target produk KPR nya dengan menggunakan strategi promosi melalui periklanan seperti contoh brosur, banner, media sosial, dan sebagainya. (Ambarsari, 2020)

Strategi marketing yang selama ini dilakukan di BTN Syariah dibuat jadwal dari kantor misalnya ada yang jaga kantor ada juga yang keliling di lapangan semua dilakukan secara bergantian setidaknya kita bisa menemui

konsumen secara langsung di lapangan dan ada juga yang *standby* di kantor untuk mengantisipasi jika ada konsumen yang datang ke kantor secara langsung. Selain itu setiap seminggu sekali para marketing berkumpul dan membagikan brosur secara *door to door* ke sekolahan, kantor dinas, atau kerumah-rumah warga, biasanya yang bertugas itu marketing bagian lapangan. Agar waktu menjadi efektif para marketing membuat jadwal sendiri untuk melakukan kunjungan ke wilayah-wilayah tertentu yang mereka anggap kuasai sehingga waktu kunjungan yang mereka lakukan menjadi teratur.

Dalam hal promosi biasanya para marketing melakukan *door to door*, membuat iklan di medsos (facebook dan instagram), membuat grup wa khusus untuk para pekerja *freelance* yang ingin bergabung memasarkan perumahan agar mempermudah komunikasi para marketing, dan membagi brosur. Biasanya pihak perusahaan perumahan KPR membuat promo khusus misalnya, potongan DP beberapa persen, gratis pajak pembeli, gratis pembuatan sertifikat dan balik nama, serta promo-promo lainnya yang membuat menarik para konsumen untuk mengambil KPR tersebut. Tentunya jika para konsumen jadi mengambil perumahan KPR tersebut akan menguntungkan pihak BTN Syariah Pekalongan yang ikut kerjasama dengan perumahan KPR tersebut.

Dalam melaksanakan strategi marketing tentunya akan ada kendala yang terjadi misalnya, banyak perusahaan KPR yang memasang potongan DP besar-besaran, lokasi perumahan biasanya juga menjadi pertimbangan berat untuk para konsumen mengambil keputusan dari situ strategi marketing harus benar-benar dilakukan untuk meyakinkan para konsumen agar tetap tertarik. Strategi yang

menjadi andalan para marketing yang dinilai paling efektif adalah media sosial disini para marketing dituntut harus memposting tentang perumahan setiap hari dengan jadwal tertentu misal sebelum jam 7 pagi, siang sebelum jam 12, dan malam setiap jam 8. Ketentuan tersebut sudah diatur oleh pihak perusahaan sehingga salah satu strategi tersebut harus dilakukan oleh para marketing.

Pola pemasaran yang biasa dilakukan para marketing dituntut setiap bulannya harus memenuhi target minimal yang ditentukan oleh pihak perusahaan untuk satu bulan atau dua bulan ada pemakluman jika tidak terjadi target namun, jika bulan ketiga tetap tidak memenuhi target biasanya ada sanksi khusus yang dilakukan oleh pihak perusahaan kepada marketing dan jika memenuhi target akan ada bonus khusus untuk marketing yang berhasil menjual perumahan KPR sehingga para marketing semangat untuk memenuhi target setiap bulannya. Terkadang para marketing memiliki cara khusus dalam menarik minat para konsumen agar tertarik membeli perumahan KPR dan mereka lebih sering melakukan promosi dilapangan karena hasilnya akan lebih banyak menarik perhatian para konsumen dan mereka bisa lebih leluasa untuk mempromosikan perumahan KPR.

Bersumber pada data yang diperoleh pihak BTN KCPS Pekalongan bahwa jumlah data nasabah pengambilan perumahan KPR di tahun 2021-2023 berjumlah 783 nasabah. Jumlah nasabah pada pengambilan KPR di BTN KCPS Pekalongan belum terjadinya kenaikan atau penurunan jumlah penjualan perumahan kredit pemilikan rumah (KPR).

Sementara itu perumahan KPR dikatakan bersubsidi artinya harganya murah karena dapat bantuan dari pemerintah untuk mengurangi beban masyarakat yang berpenghasilan rendah tetapi mengapa terkadang masih banyak tenaga marketing yang mengeluhkan sulitnya menjual perumahan KPR, maka dari itu saya ingin meriset strateginya. Apakah karena strateginya yang masih salah, apakah karena letak perumahan berpengaruh, apakah karena lingkungan atau kondisi sekitar berpengaruh. Sehingga sulit bagi marketing untuk menjual KPR tersebut. Sedangkan pihak perusahaan sudah melakukan semaksimal mungkin dengan banyak promosi, iklan serta banyak potongan-potongan harga agar pembeli tertarik. Apakah karena persaingan semakin banyak, sehingga sulit untuk menjualnya. Untuk itu maka perlu dianalisis kembali terkait strategi marketing KPR di BTN syariah cabang Pekalongan ini untuk mengetahui sejauh mana efektifitas strategi marketing tersebut dan kendalanya.

B. Rumusan Masalah

Uraian tersebut berlandaskan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang dibahas di dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana pola marketing pada kredit pemilikan rumah di BTN kantor cabang pembantu syariah Pekalongan?
2. Bagaiman strategi marketing pada kredit pemilikan rumah di BTN kantor cabang pembantu syariah Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Adanya rumusan masalah diatas oleh karena itu tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pola marketing pada kredit pemilikan rumah di BTN kantor cabang pembantu syariah Pekalongan.
2. Untuk mengetahui strategi marketing pada kredit pemilikan rumah di BTN kantor cabang pembantu syariah Pekalongan.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari ini dapat dijadikan landasan dalam pengembangan pada kinerja marketing kredit pemilikan rumah di suatu lembaga keuangan syariah. Pada penelitian itu bisa dijadikan nilai lebih di bidang keuangan syariah di Indonesia sebagai pengetahuan ilmiah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan peneliti dalam hal penulisan, dan menambah wawasan sekaligus memperoleh pengetahuan yang lebih mengenai kinerja marketing terhadap kepuasan nasabah yang terdapat dalam prinsip ekonomi syariah.

b. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan para pembaca dapat mengetahui dan menambah wawasan mengenai strategi marketing kredit pemilikan rumah (KPR) yang terdapat dalam prinsip ekonomi islam. Selain itu, untuk bidang akademis diharapkan dari hasil ini dapat dijadikan rujukan dan

sebagai referensi bagi para mahasiswa untuk melakukan penelitian yang sejenis.

E. Sistematika Pembahasan

Sistem pembahasan pada skripsi mempunyai tujuan untuk memudahkan penulis membuat sistematika dan memperoleh gambaran menyeluruh secara sederhana untuk mempermudah bahasan. Sistematika disajikan saling berkaitan antara bab satu dengan bab lainnya dalam skripsi ini. Berikut gambaran umum pembahasan:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas teori yang digunakan, telaah pustaka serta kerangka berpikir. Teori yang dibahas mengenai strategi, marketing, kepuasan nasabah dan KPR (Kredit Pemilikan Rumah). Hal ini terkait dengan tema penelitian ini. Kemudian telaah pustaka yang memuat tentang penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti beserta alasannya, jenis penelitian,

pendekatan penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data serta analisis data yang digunakan.

BAB IV : HASIL PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang analisis mengenai strategi marketing kredit pemilikan rumah (KPR) pada BTN kantor cabang pembantu syariah Pekalongan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dalam penelitian dan juga saran untuk pembaca.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan mengenai Analisis Strategi Marketing Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di BTN Kantor Cabang Pembantu Syariah Pekalongan, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Dalam penjualan perumahan KPR di BTN KCPS Pekalongan sebelum terjun ke konsumen perlu adanya terlebih dahulu rencana atau pola marketing sebelum melakukan penjualan. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan pada saat akan membuat pola marketing sebagai berikut :
 - a. Menentukan visi dan misi.
 - b. Menentukan target pasar.
 - c. Menyusun strategi marketing (*direct selling*, *marketing mix*, STP) dan strategi konten.
 - d. Menentukan budget/anggaran.
 - e. Membuat daftar berisi hal –hal yang harus dikerjakan.
 - f. Melakukan evaluasi.
2. Produk KPR yang ada di BTN KCPS Pekalongan tergolong produk baru namun sudah banyak peminatnya dengan nasabah dari tahun 2021 sampai dengan 2023 berjumlah 783 orang. Dengan adanya keberhasilan tersebut tidak luput dengan strategi marketing yang digunakan selama ini, strategi yang digunakan adalah *direct selling* atau tatap muka dimana marketing dan konsumen bertemu secara langsung. Tidak hanya itu saja strategi yang

digunakan juga ada cara khusus yang digunakan marketing yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*) berikut adalah aspek bauran pemasaran yang dilakukan di BTN KCPS Pekalongan diantaranya : *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), *Place* (tempat), *People* (orang), dan *Physical evidence* (bukti fisik) dan STP (*Segmentasi, Targetting, Positioning*).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada pihak BTN KCPS Pekalongan.

Diharapkan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk KPR dan layanan di BTN KCPS Pekalongan agar bisa maju lebih pesat dan mampu bersaing dengan kompetitor sejenis.

2. Bagi masyarakat umum dan nasabah BTN KCPS Pekalongan.

Diharapkan untuk selalu mempercayakan produk KPR dari BTN KCPS Pekalongan yang sudah bekerjasama dengan pemerintah serta mendukung upaya pembangunan nasional sehingga BTN KCPS Pekalongan bisa menjadi lebih besar dan unggul dari segi produknya.

3. Bagi peneliti selanjutnya.

Diharapkan pada peneliti selanjutnya bisa memperluas cakupan bahasan mengenai penjualan KPR di BTN KCPS Pekalongan untuk menghasilkan informasi yang lebih maksimal dan memberikan manfaat bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. (2011). Pengaruh Karakteristik Syari'ah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bprs Artha Mas Abadi Pati. *Iain Walisongo*.
- Aliah, H. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari'ah Terhadap Kepuasan Nasabah Kpr Di Bni Syari'ah Cabang Semarang. *Jurnal Iain Walisongo Semarang*.
- Ambarsari, D. A. (2020). *Analisis Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Produk Kredit Kepemilikan Rumah (Kpr) Di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Jombang*.
- Astuti, I. (1967). Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Medan Sudirman. *Gastronomia Ecuatoriana Y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Darmawan, A. M. (2018). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Btn Batara Haji Dan Umrah Ib Pada Pt. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang. *Universitas Islam Indonesia*, 3, 1–13. [Http://Dx.Doi.Org/10.1186/S13662-017-1121-6](http://Dx.Doi.Org/10.1186/S13662-017-1121-6)
- Dharmmesta, B. S. (2014). Peran Pemasaran Dalam Perusahaan Dan Masyarakat. *Universitas Terbuka*, 1–38.
- Ebila, Y. (2020). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Bersubsidi Pada Bank Tabungan Negara (Btn) Kcs Pekanbaru Jl Arif. *Artikel Universitas Kuantan Singingi, Vol 1(Vol 1 No 2 (2020))*, 603–609.
- Hanum, Z. (2020). Mekanisme Refinancing Pembiayaan Properti Dengan Akad Musyarakah Mutanaqisah Pada Pt. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru. *Uin Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*, 68.
- Hasanah, H. (2017). *Teknik-Teknik Observasi*. 8(1), 21. [Https://Doi.Org/10.21580/At.V8i1.1163](https://doi.org/10.21580/At.V8i1.1163)
- Hernando, Y., & Aravik, H. & F. (2022). Strategi Pemasaran Tabungan Btn Emas Ib Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Bank Btn Syariah Kc Kapten A . *Stebis Igm Palembang*, 2 No 2, 447–462.
- Iman, Much O. N. (2018). Perencanaan Strategi Sistem Dan Teknologi Informasi Pada Pt. Arion Indonesia Dengan Tahapan Anita Cassidy. *Tugas Akhir Teknologi Fti Stikom Surabaya*.
- Kurniawati, N. (2018). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Ib Pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta. *Universitas Islam Indonesia*, 3, 1–13. [Http://Dx.Doi.Org/10.1186/S13662-017-1121-6](http://Dx.Doi.Org/10.1186/S13662-017-1121-6)

- Kusumaningtias, R. (2009). Studi Komparatif Kinerja Bank Syariah Dan Bank Konvensional Dalam Menghadapi Krisis Global Berdasarkan Rasio Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 1(10), 1–13. [Http://Fe.Unesa.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Akrl](http://Fe.Unesa.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Akrl)
- Mahdallaena, A. (2020). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta. *Universitas Islam Indonesia*.
- Mardiyani, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Kpr Indent Ib Di Btn Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Madiun. *Skripsi Iain Ponorogo*. [Http://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/Id/Eprint/11718%0ahttp://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/11718/1/Skripsi Mira.Pdf](http://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/Id/Eprint/11718%0ahttp://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/11718/1/Skripsi%20Mira.Pdf)
- Maros, Fadlun, Elitair, Julian, Tambunan, Ardi, & K. E. (2016). Penelitian Lapangan (Field Research) Pada Metode Kualitatif. *Academia*.
- Masturoh. (2019). *Strategi Pemasaran Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Syariah Di Bank Tabungan Negara (Btn) Syariah Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Ciputat Tangerang Selatan*.
- Maulana, M. Y. (2018). Prosedur Pembiayaan Kendaraan Bermotor Menggunakan Akad Murabahah Pada Bank Tabungan Negara Kcps Magelang. *Universitas Islam Indonesia*.
- Mohamm, Afrien, Jainuri, & N. A. (2014). Strategi Pemengan Partai Amanat Nasional (Pan) Dalam Pemilu Legislatif 2014 (Studi Di Dpd Pan Kota Tarakan). *Uin Maulana Malik Ibrahim*, 39(1), 1–15. [Http://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Biochi.2015.03.025](http://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Biochi.2015.03.025)
- Murni, W. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Uin Maulana Malik Ibrahim Malang*, 8.5.2017, 1–16.
- Nafisah, J. (2016). Analisis Penanganan Pembiayaan Bermasalah Di Kjkbs Bmt Bus (Bina Umat Sejahtera) Cabang Bulakamba Brebes. *Tugas Akhir Uin Walisongo Semarang*, 152(3), 28. File:///Users/Andreataquez/Downloads/Guia-Plan-De-Mejora-Institucional.Pdf%0ahttp://Salud.Tabasco.Gob.Mx/Content/Revista%0ahttp://Www.Revistaalad.Com/Pdfs/Guias_Alad_11_Nov_2013.Pdf%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.15446/Revfacmed.V66n3.60060.%0ahttp://Www.Cenetec
- Nagri, T. S. P. (2018). Analisis Perlindungan Konsumen Pada Produk Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Di Bank Btn Tabungan Negara (Btn) Kantor Cabang Syariah Serang. *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, 12–26.

- Nasution, S. A. (2021). Strategi Pengembangan Produk Rahn Tasjily Pada Pt. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal. *Iain Padangsidempuan*.
- Ningsih, D. L. (2017). Analisis Pembiayaan Kpr Indensya Btn Ib Dengan Akad Istishna ' Pada Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciputat. *Journal Information*, (Oct), 86. [Http://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/38314](http://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/38314)
- Novianti, M. (2016). Strategi Pemasaran Terhadap Produk Kpr Btn Sejahtera Ib Di Btn Syariah Ditinjau Dari Analisis Swot (Studi Kasus Pada Btn Syariah Kantor Cabang Semarang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 11, 2013–2015.
- Noviarika, K. (2021). *Strategi Pemasaran Pembiayaan Kpr Di Bank Syariah Indonesia Kcp Magetan Pada Masa Pandemi Covid-19*.
- Nurdiana, A. (2022). Strategi Memtigasi Risiko Pembiayaan Bermasalah Di Masa Pandemi Covid- 19 Pada Bank Btn Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 27, 29–40.
- Nurudin, S., & Prabowo, N. A. (2010). Pembuatan Video Profile Tiga Dimensi (3d) Octrash Gemolong Kabupaten Sragen. *Jurnal Speed - Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 2(1), 59–61.
- Oktavianingrum, Y. (2016). Skripsi_Yesi.Pdf. *Skripsi Universitas Brawijaya*.
- Ramli, R. & S. (2018). Analisis Perlakuan Akuntansi Gadai Emas Syariah Pada Pt. Bank Syariah Cabang Makasar. *Ar-Ribh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Santika, M. (2019). Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Dan Mepertahankan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Btn Syariah Kc Medan). *Uin Sumatera Utara Medan*.
- Situmorang, Syafrizal Helmi & Lutfi, M. (2014). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis* (Ke 3). Usu Press.
- Wardianti, N. (2019). Pelaksanaan Pembiayaan Kpr Subsidi Ib Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Bandung. *Stie Ekuitas*.
- Wulansari, C. D. (2015). Pelaksanaan Tabunganku Ib Wadiah Berkaitan Dengan Prinsip Transparansi Produk Pada Bank Jatim Syariah Cabang Surabaya. *Stie Perbanas Surabaya*, 21, 13–36.
- Yuwanita, Luthfiyah. Afif, Mufti & Munawarah, S. (2014). *Penerapan Akad Wadiah Dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Di Perbankan Syariah*.

Zhafira F, D. (2016). Pengertian Pemasaran - Konsep, Fungsi, Tugas, Dan Jenis-Jenisnya. *Jurnal Academia*, 6(3), 11.
File:///C:/Users/User/Downloads/Jurnal2/Basu Dan Hani (2004).Pdf

(Ed), M. (2008). *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Pt Salemba Empat.

Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.

Assauri, S. (2012). *Strategi Marketing (Sustaining Lifetime Customer)*. Jakarta: Rajawali Pers.

Astuti, N. D. (2023, Maret 6). Cara Khusus Marketing Dalam Mengenalkan Produk Perumahan Kpr. (E. M. Gombo, Interviewer)

Astuti, N. D. (2023, Maret 6). Langkah Sistematis Pada Strategi Marketing. (E. M. Gombo, Interviewer)

Astuti, N. D. (2023, Maret 6). Persyaratan Pengajuan Kpr. (E. M. Gombo, Interviewer)

Astuti, N. D. (2023, Maret 6). Produk Btn Kcps Pekalongan. (E. M. Gombo, Interviewer)

Astuti, N. D. (2023, Maret 6). Promosi Harus Dilakukan Dalam Pembiayaan Kpr. (E. M. Gombo, Interviewer)

Astuti, N. D. (2023, Maret 6). Strategi Marketing Dalam Mempromosikan Produk Kpr. (E. M. Gombo, Interviewer)

Astuti, N. D. (2023, Maret 6). Strategi Pemasaran Kpr Di Btn Kcps Pekalongan. (E. M. Gombo, Interviewer)

Bank Btn, K. S. (2017). *Produk Dan Jasa Layanan*. Pekalongan: Edisi Semester 2.

Bungin, M. B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, Sunarsi, D., & Fawzi, M. G. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Banten: Pascal Books.

- Ismail, S. (2023, Maret 2). Harga Produk Kpr Di Btn Kcps Pekalongan. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Ismail, S. (2023, Maret 2). Jumlah Nasabah Kpr. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Ismail, S. (2023, Maret 2). Lokasi Promosi. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Ismail, S. (2023, Maret 2). Memasarkan Produk Agar Menarik Konsumen. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Ismail, S. (2023, Maret 2). Permasalahan Complaint. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Ismail, S. (2023, Maret 2). Target Yang Ditentukan Oleh Perusahaan. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Joantika. (2023, Maret 6). Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Marketing Dalam Produk Kpr. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Joantika. (2023, Maret 6). Menghadapi Pesaing Dari Perusahaan Sejenis. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Joantika. (2023, Maret 6). Pertimbangan Paling Penting Dalam Menentukan Strategi Marketing . (E. M. Gombo, Interviewer)
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana .
- Kusumaningtias, R. (2009). Studi Komparatif Kinerja Bank Syariah Dan Bank Konvensional Dalam Menghadapi Krisis Global Berdasarkan Rasio Keuangan. *Jurnal Akuntansi 1 (1)*, 1-2.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Munandar, D. (2016). *Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing* . Yogyakarta: Ekuilibria.
- Nita. (2023, Maret 6). Keunggulan Perumahan Kpr Di Btn Kcps Pekalongan. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Nita. (2023, Maret 6). Menjaga Hubungan Baik Dengan Konsumen. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Laksbang Pressindo.

- Pribadi, S. R. (2016). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Di Bank Bri Syariah Kc Purwokerto, Laporan Tugas Akhir*. Purwokerto: Perpustakaan Iain Purwokerto.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis Swot : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, R. T., & Aska, M. H. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia .
- Saifu. (2023, Maret 2). Kesalahan Yang Dilakukan Oleh Marketing Dalam Mempromosikan Produk. (M. G. Emilda, Interviewer)
- Saifu. (2023, Maret 2). Perbedaan Antara Strategi Marketing Syariah Dan Strategi Marketing Konvensional. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Saifu. (2023, Maret 2). Perusahaan Tidak Melalui Rencana Strategi. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Saifu. (2023, Maret 6). Strategi Marketing Harus Diubah Secara Berkala Atau Strategi Yang Sama Setiap Waktu. (E. M. Gombo, Interviewer)
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Cv Sah Media.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing..
- Sudarmanto. (2014). *Kinerja Dan Pengembangan Kompetensi Sdm*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Umam, H. S. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* . Bandung: Pustaka Setia.
- Wahjono, S. I. (2011). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.