

## **BAB III**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Tabungan Negara Syari'ah Cabang Yogyakarta**

##### **1. Sejarah, Visi dan Misi Bank Tabungan Negara Syari'ah Cabang Yogyakarta**

Bank PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk KCP Yogyakarta berdiri sejak 4 April 2005. Bank BTN Syari'ah adalah suatu lembaga yang bergerak sebagai sarana penghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau kredit perumahan dalam rangka meningkatkan hidup masyarakat. Sejarah berdirinya Bank BTN pada masa pemerintahan Hindia Belanda tahun 1897 didirikan POSTAPAARBANK yang mempunyai empat (4) cabang yaitu: Jakarta, Surabaya, Medan dan Makasar.

Pada tahun 1940 kegiatan berhenti karena peyerbuan Jerman yang mengakibatkan penarikan tabungan besar-besaran, namun pada tahun 1941 kegiatan pulih kembali. Tahun 1942 Belanda menyerah tanpa syarat kepada Jepang. Jepang membekukan seluruh kegiatan POSTAPAARBANK dan menggantinya dengan Tyokin Kyoku sebuah bank yang bertujuan untuk menarik dana dari masyarakat melalui tabungan. Tyokin Kyoku mempunyai satu cabang yaitu di Yogyakarta. Proklamasi kemerdekaan RI pada 17 Agustus 1945 menimbulkan inspirasi untuk mengambil alih Tyokin Kyoku dari Jepang ke pemerintahan RI dengan nama Kantor Tabungan Pos dengan melakukan penukaran uang

Jepang dengan uang Republik Indonesia. Tetapi Kantor Tabungan Pos tidak berumur panjang karena terjadi agresi Belanda tahun 1946. Pada tahun 1949 kantor tabungan pos diBuka kembali dengan nama Bank Tabungan Pos. Pada tahun 9 Februari 1950 pemerintah mengeluarkan UU darurat No. 9 tahun 1950 yang mengubah nama POSTSPAARBANK IN INDONESIA menjadi Bank Tabungan Pos dan memindahkan induk kementerian dari Kementerian Perhubungan ke Kementerian Keuangan di bawah Menteri Urusan Bank Sentral.

Walaupun masih bernama Bank Tabungan Pos namun pada tanggal 9 Februari 1950 dijadikan sebagai hari lahirnya Bank Tabungan Negara. Tahun 1963 pemerintah mengeluarkan Perpu No. 4 tahun 1963 yang menyatakan penggantian nama Bank Tabungan Pos menjadi Bank Tabungan Negara. Tahun 1974 tugas Bank Tabungan Negara ditambah yaitu memberikan pelayanan KPR dan untuk pertama kalinya penyaluran KPR yaitu tanggal 10 Desember 1974, karena itulah tanggal 10 Desember diperingati sebagai hari KPR bagi BTN. Bentuk hukum BTN mengalami perubahan dengan disalurkan PP No. 24 tahun 1992 tanggal 29 April 1992 menjadi Perseroan. Sejak itu nama BTN menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) dengan *call name* Bank BTN, dan pemerintah menetapkan Bank BTN sebagai Bank Umum dengan fokus bisnis pembiayaan perumahan tanpa subsidi. Bank BTN Syari'ah merupakan cabang dari Unit Usaha Syari'ah (UUS) dari Bank BTN yang menjalankan bisnis dengan prinsip syari'ah. BTN Syari'ah mulai beroperasi pada

tanggal 14 Februari 2005 dengan memulai pembukaan. Ada 18 kantor cabang Syari'ah pertama di Jakarta. Hingga Agustus 2009 diBuka 22 kantor di beberapa kota di Indonesia, dengan 119 Kantor Layanan Syari'ah.

BTN Syari'ah merupakan *Strategic Bussiness Unit* (SBU) dari Bank BTN yang menjalankan bisnis dengan prinsip Syari'ah, mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan Kantor Cabang Syari'ah pertama di Jakarta. Pembukaan SBU ini guna melayani minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan Syari'ah dan memperhatikan keunggulan prinsip perbankan syari'ah. Adanya fatwa MUI tentang bunga bank serta melaksanakan hasil RUPS tahun 2004. (<http://www.btn.co.id/id/Syari'ah>)

## **2. Visi dan Misi BTN Syari'ah**

### **Visi :**

Menjadi *Strategic Business Unit* BTN yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan Syari'ah dan mengutamakan kemaslahatan bersama.

### **Misi :**

- a. Mendukung pencapaian sasaran laba usaha BTN.
- b. Memberikan pelayanan jasa keuangan Syari'ah yang unggul dalam pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan Syari'ah terkait sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.

- c. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip Syari'ah sehingga dapat meningkatkan ketahanan BTN dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha serta meningkatkan *shareholders value*.
- d. Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders* serta memberikan ketentraman pada karyawan dan nasabah.

### **3. Tujuan Pendirian**

- a. Untuk memenuhi kebutuhan Bank dalam memberikan pelayanan jasa keuangan Syari'ah.
- b. Mendukung pencapaian sasaran laba usaha Bank.
- c. Meningkatkan ketahanan Bank dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha.
- d. Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap nasabah dan pegawai.

### **4. Letak Geografis**

Lokasi Bank Tabungan Negara Syari'ah Yogyakarta berada di Jalan Faridan M Noto No. 10 Kota Baru, Yogyakarta 55283.

### **5. Jenis-Jenis Produk di BTN Syari'ah**

- a. *Funding* (Pendanaan)
  - 1) Giro Batara iB
  - 2) Giro BTN Investa iB
  - 3) Giro BTN Prima iB

- 4) Tabungan BTN Batara iB
- 5) Tabungan BTN Prima iB
- 6) Tabungan BTN Haji iB
- 7) Deposito BTN iB

b. *Financing* (Pembiayaan)

- 1) KPR BTN Platinum
- 2) KPR BTN Indent iB
- 3) Pembiayaan Kendaraan Bermotor BTN iB
- 4) Pembiayaan Modal Kerja BTN iB
- 5) Pembiayaan Konstruksi BTN iB
- 6) Pembiayaan Investasi BTN iB
- 7) Tunai Emas BTN iB
- 8) Pembiayaan Bangun Rumah BTN iB
- 9) KPR BTN Sejahtera iB (FLPP)
- 10) Multimanfaat BTN iB
- 11) Multijasa BTN iB
- 12) Talangan Haji BTN iB

**1. Produk KPR iB**

**a. KPR BTN Platinum**

Produk pembiayaan dalam rangka pembelian rumah, ruko, rukan, rusun/apartemen bagi nasabah perorangan dengan menggunakan prinsip akad *Murabahah* (*Jual Beli*).

- 1) Keuntungan Bagi Nasabah dan Ketersediaan Layanan

- a) Dengan akad berdasarkan prinsip *Murabahah*, maka kesepakatan harga akan tetap terjaga (*fixed*) pada nilai tertentu sampai akhir jangka waktu sehingga nilai angsuran tidak berubah sampai akhir.
- b) Jangka waktu pembiayaan maksimal 15 tahun.
- c) Maksimal pembiayaan Bank 80 persen dari Harga Beli rumah dari developer dan 20 persen sisanya merupakan kontribusi uang muka nasabah. Untuk pembayaran angsuran secara potong gaji, kontribusi uang muka cukup 10 persen.
- d) Rumah baru atau rumah *second*

## **2) Persyaratan Nasabah**

- a) Mengisi formulir permohonan
- b) Menyerahkan copy identitas diri (KTP, KK, Akta Nikah)
- c) Menyerahkan copy slip/keterangan gaji atau keterangan penghasilan.
- d) Menyerahkan copy SK Pegawai atau Keterangan Kerja dari Perusahaan.
- e) Menyerahkan copy Ijin Usaha untuk wiraswasta (Akte Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUPP, NPWP, dll)

## **3) Persyaratan Jaminan**

- a) Sertifikat SHM atau SHGB
- b) IMB
- c) PBB

**b. KPR BTN Sejahtera iB (FLPP)**

KPR Sejahtera iB adalah produk pembiayaan BTN Syari'ah guna pembelian rumah bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan menggunakan prinsip jual beli (akad *murabahah*).

- 1) Syarat dan Ketentuan
  - a) Pemohon merupakan WNI berusia 21 tahun atau telah menikah
  - b) Pemohon mempunyai NPWP dan SPT PPh Orang PriBadi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku
  - c) Pemohon telah bekerja / memiliki usaha minimal 1 (satu) tahun
  - d) Pemohon memiliki penghasilan yang cukup untuk pembayaran angsuran sampai dengan fasilitas pembayaran lunas
  - e) Pemohon dan pasangan belum memiliki rumah
  - f) Pemohon dan pasangan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah
  - g) Pemohon melengkapi persyaratan dokumen sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 : persyaratan dokumen untuk pembiayaan KPR BTN Sejahtera  
iB (FLPP)**

Dokumen		Pegawai/Karyawan	Wiraswasta
a.	Formulir aplikasi pembayaran dilengkapi dengan pas photo terbaru pemohon dan pasangan	V	V
b.	Fotokopi KTP pemohon dan pasangan, Fotokopi Kartu Keluarga dan Fotokopi Surat Nikah/Cerai	V	V
c.	Asli slip gaji 3 (tiga) bulan terakhir dan Fotokopi SK Pengangkatan Pegawai Tetap/Surat Keterangan Kerja	V	-
d.	Surat Keterangan Penghasilan dan Surat Ijin Usaha/Surat Keterangan Usaha dari pihak yang berwenang	-	V
e.	Fotokopi NPWP dan SPT PPh Orang PriBadi	V	V
f.	Fotokopi Rekening Tabungan / Giro 3 (tiga) bulan terakhir	V	V
g.	Surat pernyataan belum memiliki rumah dari pemohon dan pasangan	V	V
h.	Surat pernyataan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah dari pemohon dan pasangan	V	V

Sumber: <http://www.btn.co.id/id/Syari'ah>



- 2) Biaya-biaya:
  - a) Biaya administrasi
  - b) Biaya notaris
  - c) Biaya *appraisal*

### c. Pembiayaan KPR Indensya BTN iB

Produk pembiayaan dalam rangka pembelian rumah, ruko, rukan, rusun/apartemen secara inden (atas dasar pesanan), bagi nasabah perorangan dengan menggunakan prinsip akad *Istishna'* (*Jual Beli atas dasar pesanan*), dengan pengembalian secara tangguh (cicilan bulanan) dalam jangka waktu tertentu.

- 1) Keuntungan Bagi Nasabah dan Ketersediaan Layanan
  - a) Dengan akad berdasarkan prinsip *Istishna'*, maka kesepakatan harga akan tetap terjaga (*fixed*) pada nilai tertentu sampai akhir jangka waktu sehingga nilai angsuran tidak berubah sampai akhir.
  - b) Selama masa pembangunan, nasabah belum diwajibkan membayar angsuran (diberikan *grace period*/penundaan pembayaran).
  - c) Jangka waktu pembiayaan maksimal 15 tahun
  - d) Maksimal pembiayaan Bank 80 persen dari Harga Beli rumah dari developer dan 20 persen sisanya share uang muka

Nasabah. Untuk pembayaran angsuran secara potong gaji, kontribusi uang muka cukup 10 persen.

2) Persyaratan

- a) Mengisi formulir permohonan
- b) Menyerahkan copy identitas diri (KTP, KK, Akta Nikah)
- c) Menyerahkan copy slip/keterangan gaji atau keterangan penghasilan.
- d) Menyerahkan copy SK Pegawai atau Keterangan Kerja dari Perusahaan.
- e) Menyerahkan copy Ijin Usaha untuk wiraswasta (Akte Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUPP, NPWP, dll).

3) Persyaratan Jaminan

- a) Sertifikat SHM atau SHGB
- b) IMB
- c) PBB

Sumber: <http://www.btn.co.id/id/Syari'ah>

## **B. Pembahasan**

Dalam memasarkan produk KPR iB, BTN Syari'ah KC Yogyakarta melakukan berbagai macam promosi, seperti mengadakan expo di *mall* yang ada di Yogyakarta, brosur, baliho, kerja sama dengan pemerintah daerah, dan juga memasarkan kepada nasabah selain nasabah pembiayaan. Dalam melakukan pemasaran seperti di atas, BTN Syari'ah KC Yogyakarta memerlukan biaya yang tidak sedikit untuk memasarkan produk KPR iB miliknya. Agar dana yang telah dikeluarkan untuk melakukan promosi tidak sia-sia, BTN Syari'ah KC Yogyakarta harus memilih strategi pemasaran seperti apa yang paling tepat.

Berikut hasil wawancara dengan narasumber *Marketing* dan *Human Capital* mengenai Strategi pemasaran produk KPR iB pada BTN Syari'ah KC Yogyakarta:

### **1. Efisiensi Pemasaran Produk KPR iB pada BTN Syari'ah KC Yogyakarta**

#### **a. Deskripsi**

##### 1) Narasumber 1 (*Marketing*)

Biaya pembuatan bahan promosi masih dianggap *urgent* BTN Syari'ah KC Yogyakarta karna BTN Syari'ah KC Yogyakarta. BTN Syari'ah KC Yogyakarta juga masih terus gencar mempromosikan produk KPR iB walaupun branding dari BTN Syari'ah sendiri adalah Bank KPR. BTN Syari'ah KC Yogyakarta sadar, bahwa produk KPR tidak hanya dimiliki

oleh BTN Syari'ah KC Yogyakarta, namun sekarang seluruh Bank menyediakan layanan pembiayaan KPR. Persaingan yang kompetitif membuat bank bersaing] melalui layanan yang semakin maju dan *pricing* yang terjangkau. Maka dari itu, BTN Syari'ah KC Yogyakarta juga melakukan sistem jemput bola dalam mencari calon nasabah.

Walaupun yang bertanggung jawab dalam memasarkan produk KPR iB adalah *marketing*, tidak menjadikan pegawai yang lain tidak turut andil dalam memasarkan produk KPR iB. BTN Syari'ah KC Yogyakarta menerapkan bahwa seluruh pegawai dan staf juga bertanggung jawab dalam meningkatkan kinerja BTN Syari'ah KC Yogyakarta. Selain jemput bola, BTN Syari'ah KC Yogyakarta juga melakukan pemasaran dengan menggunakan media cetak dan elektronik seperti baliho, spanduki, brosur dan radio, namun untuk saat ini BTN Syari'ah KC Yogyakarta sedang tidak menggunakan radio untuk pemasaran. Efektifnya media cetak brosur membuat BTN Syari'ah KC Yogyakarta harus mencetak dengan jumlah yang cukup banyak. Bahkan pada acara pameran atau expo, BTN Syari'ah KC Yogyakarta bisa menghabiskan hampir 20 rim brosur. Dengan jumlah cetak yang cukup banyak, membuat BTN Syari'ah KC Yogyakarta harus menyiapkan dana yang tidak sedikit pula. Namun, karena

brosur termasuk dalam media yang efektif menurut BTN Syari'ah KC Yogyakarta, hal itu sebanding dengan keuntungan yang di dapat, yaitu banyaknya masyarakat yang tahu produk KPR iB pada BTN Syari'ah KC Yogyakarta dengan membaca brosur tersebut. BTN Syari'ah KC Yogyakarta juga mempertimbangkan media sesuai dengan segmentasinya. Selain keikutsertaan dalam pameran atau expo, BTN Syari'ah KC Yogyakarta juga memasarkan produk KPR iB dengan cara ikut serta sebagai *sponsorship* dan memasarkan ke sekolah-sekolah, KANWIL, DINAS, bahkan POLSEK. Cakupan wilayah pemasarannya pun tidak hanya di sekitar kota Yogyakarta saja, namun juga keseluruhan propinsi DIY dan Jawa Tengah. Dalam setahun BTN Syari'ah KC Yogyakarta gencar memasarkan produk KPR iB pada saat awal tahun dan pertengahan tahun. Kendala-kendala yang dihadapi BTN Syari'ah KC Yogyakarta dalam melakukan pemasaran produk KPR iB adalah banyaknya bank-bank lain yang juga menyediakan layanan KPR. Persaingan yang kompetitif membuat bank-bank saling berlomba-lomba meningkatkan kualitas layanan dan *pricing* yang terjangkau. Untuk menekan biaya yang keluar untuk kebutuhan promosi dengan cara mempertimbangkan acara mana yang pantas untuk di sponsori dan tidak.

## 2) Narasumber 2 (*Human Capital*)

Kebutuhan biaya bagi setiap media bervariasi, tergantung media apa yang akan di pakai dan target sasaran yang dituju. Sedangkan untuk pembagian porsi biaya promosi juga sesuai dengan kebutuhan unit terkait, sehingga dana yang di butuhkan sudah di sesuaikan bagi setiap unit. Karena anggaran sudah di sesuaikan dengan kebutuhan dan pasar masing-masing, maka dana yang tersedia dirasa sudah sesuai dengan kebutuhan promosi BTN Syari'ah KC Yogyakarta.

### **b. Analisis**

menurut Lupiyoadi (2001: 58) *marketing mix* jasa terdiri dari tujuh hal yaitu:

- 1) *Product*, merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Pembahasan tentang produk menjadi fokus yang paling utama adalah kualitas. Untuk jasa, kualitas sangat bergantung pada *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Menurut Sutanto Herry dan Khaerul Umam, pengertian produk secara perbankan Syari'ah sama saja dengan perbankan konvensional, yaitu produk yang dihasilkan dalam perbankan Syari'ah bukan berupa barang, melainkan berupa jasa. Jasa yang

dihasilkan harus mengacu pada nilai-nilai Syari'ah atau yang diperbolehkan dalam Al-Qur'an.

- 2) *Price*, merupakan strategi penentuan harga (*pricing*). Keputusan dalam *pricing* harus konsisten dengan strategi pemasara secara keseluruhan.
- 3) *Place*, merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.
- 4) *Promotion*, yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*). Yang perlu diperhatikan dalam bauran promosi adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*). *Promotion mix* terdiri dari:
  - a) *Advertising*
  - b) *Personel selling*
  - c) *Sales promotion*
  - d) *Public relation*
- 5) *People*, dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka *people* yang berfungsi sebagai *service provider* sangat mempengaruhi kualitas jasa yang di berikan
- 6) *Process*, merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme,

aktivitas dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

- 7) *Customer service*, meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pra-transaksi, saat transaksi dan paska transaksi (Lupiyoadi, 2001:58)

Strategi pemasaran yang dilakukan BTN Syari'ah KC Yogyakarta dalam memasarkan produk KPR iB yaitu dengan cara bauran pemasaran jasa (*marketing mix* jasa) yang terdiri dari tujuh komponen yaitu: *product, price, place, promotion, people, process*, dan *customer service*.

- 1) *Product*

Dalam strategi pemasaran produk, perusahaan harus mementingkan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu BTN Syariah KC Yogyakarta mengeluarkan produk KPR iB. Produk ini tentu saja bermanfaat untuk masyarakat dalam mempermudah masyarakat untuk memiliki hunian. Produk KPR iB sendiri juga lebih diminati karena fungsi dari rumah itu sendiri. Pembahasan tentang produk menjadi fokus yang paling utama adalah kualitas. Untuk mendapatkan produk yang berkualitas, BTN Syari'ah KC Yogyakarta lebih fokus bekerja sama dengan para *developer* terpercaya. Hal ini mempermudah BTN Syari'ah KC Yogyakarta dalam memasarkan produk KPR iB. Dan bekerja sama dengan



*developer* adalah untuk memudahkan bank mengadakan kerjasama dalam pemberian fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Dengan adanya perjanjian kerjasama tersebut, bank dapat mengetahui bagaimana reputasi *developer* tersebut dan dari sisi legal, diharapkan bank terlindungi karena adanya kerjasama tersebut, sehingga perlu adanya kerjasama dalam bentuk tertulis, yang biasanya di dasari oleh perjanjian kerjasama.

## 2) *Price*

Penentuan harga menjadi salah satu faktor penting dalam laku atau tidaknya sebuah produk. Pada BTN Syari'ah KC Yogyakarta produk KPR iB memiliki keunggulan dalam *pricing* adalah margin yang bersaing dan angsuran dijamin tetap sampai dengan lunas. Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis, penulis mendapatkan informasi bahwa uang muka yang di tetapkan BTN Syari'ah KC Yogyakarta adalah 30% dari harga rumah.

## 3) *Place*

Memilih lokasi yang strategis, memudahkan nasabah dalam menjangkau lokasi bank tersebut. Maka dari itu BTN Syari'ah KC Yogyakarta memilih lokasi di Jalan Faridan M Noto No. 10 Kota Baru, Yogyakarta 55283.

Kota Baru berada di tengah-tengah kota Yogyakarta, lokasinya pun berada di sekitar pusat perbankan dan pusat kuliner. Sehingga lokasi tersebut mudah di temukan dan strategis.

#### 4) *Promotion*

Promosi penjualan merupakan unsur utama dalam pemasaran. Melalui promosi akan mempercepat pencapaian tujuan strategi pemasaran kepada konsumen. Dengan promosi, konsumen dapat mengetahui informasi tentang produk yang sedang di promosikan, sehingga diharapkan dapat menarik banyak konsumen atau dalam hal ini menarik minat nasabah.

Strategi pemasaran promosi yang di lakukan BTN Syari'ah adalah dengan terus mempromosikan produknya menggunakan media-media yang tepat. Media yang digunakan oleh BTN Syari'ah KC Yogyakarta adalah media cetak seperti baliho, koran, dan brosur. Sedangkan untuk media elektronik, BTN Syari'ah KC Yogyakarta menggunakan media televisi (pusat) dan radio, namun untuk saat ini, BTN Syari'ah KC Yogyakarta sedang tidak menggunakan media elektronik radio karena radio membutuhkan biaya yang cukup besar, namun kurang tepat untuk segmentasi pasar yang dituju. Dengan tidak menggunakan radio BTN Syari'ah KC Yogyakarta dapat mengurangi pengeluaran karena media yang kurang efektif, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan efisiensi pada biaya produksi. BTN Syari'ah KC Yogyakarta juga

memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya. Media sosial yang di gunakan diantaranya *facebook*, *website*, serta *email*.

Dengan menggunakan media di atas agar memudahkan bank untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat serta mencapai sasaran yang dituju, karena setiap media memiliki sasaran pembaca tersendiri.

BTN Syari'ah KC Yogyakarta juga lebih banyak mencetak brosur di bandingkan dengan media cetak yang lain dengan alasan media cetak brosur lah yang lebih efektif. Banyak calon nasabah yang meminta atau membutuhkan brosur sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembiayaan. Bahkan pada saat BTN Syari'ah mengikuti pameran properti atau EXPO, BTN Syari'ah KC Yogyakarta bisa menghabiskan 20 rim. Walaupun brosur juga menghabiskan biaya yang tidak sedikit karena jumlah cetak yang banyak, namun hal itu bisa tertutupi dengan menyebarkan brosur ke banyak orang. Dengan menyebarkan brosur ke banyak orang, maka semakin banyak juga masyarakat yang mengenal produk KPR IB di BTN Syari'ah KC Yogyakarta. Dengan demikian, ketika masyarakat ingin melakukan pembiayaan KPR mereka sudah mengetahui bahwa BTN Syriah KC Yogyakarta menyediakan pembiayaan KPR.

Dengan pemilihan media yang tepat, selain lebih efisien hal tersebut juga menyesuaikan dan memfokuskan segmentasi pasar

yang dipilih. Menurut Swastha (2002: 349) *advertising* adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Agar iklan yang dijalankan dapat efektif dan efisien, maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. Langkah-langkah dalam periklanan yang efektif dan efisien adalah :

1. Identifikasi pasar sasaran yang akan dituju serta motif pembeli atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Menentukan misi, tujuan atau sasaran periklanan yang terkait dengan sasaran penjualan dari suatu produk (*mission*).
3. Menetapkan anggaran periklanan (*money*).
4. Merancang, menyusun serta menetapkan pesan yang akan disampaikan kepada pasar sasaran (*message*).
5. Menetapkan media yang harus digunakan yang sesuai dengan pasar sasaran yang dituju oleh perusahaan (*media*).
6. Melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai dari pemasaran suatu iklan (*measurement*) (Kasmir, 2004:177).

Menurut Rianto, Nur (2010:176) pertimbangan penggunaan media yang akan dipakai untuk pemasangan iklan di suatu media, antara lain:

1. Jangkauan media yang digunakan, bagi bank berskala nasional, maka media yang dipergunakan adalah media yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat di berbagai

pelosok Indonesia. Sementara bagi BPRS, media yang dipergunakan dapat berupa media lokal setempat karena jangkauan BPRS yang terbatas.

2. Sasaran atau konsumen yang dituju, karena setiap media memiliki sasaran pembaca tersendiri.
3. Biaya yang harus dikeluarkan bank untuk pemasangan iklan pada media yang dituju sebagai sarana promosi.

Selain menggunakan media elektronik, cetak, dan media sosial, BTN Syari'ah KC Yogyakarta juga melakukan promosi dengan cara *personal selling*, *cleaning service*, satpam, sampai dengan pejabat bank yang juga turut andil dalam memasarkan produk-produk BTN Syari'ah KC Yogyakarta seperti pemasaran secara langsung ataupun menggunakan media sosial pribadi yang mereka miliki. Melakukan promosi menggunakan *personal selling* dapat membantu BTN Syari'ah KC Yogyakarta menekan biaya untuk pemasaran, terutama biaya produksi. Dengan demikian, semakin rendah biaya biaya yang ditinggi efisiensi. Menurut Rianto, Nur (2010:180) keuntungan melakukan promosi menggunakan *personal selling* adalah:

- a. Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.

- b. Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk langsung dari nasabah.
- c. Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumentasi logis yang dimiliki oleh bank.
- d. memungkinkan hubungan terjalin akrab antara pihak bank yang diwakili oleh petugas pelayanan, dengan nasabah.
- e. Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang di berikan kepada nasabah apabila pelayanan yang di berikan baik dan memuaskan.
- f. Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi bank.

**Tabel 1.3: Data KPR iB di BTN Syari'ah KC Yogyakarta**

NO	2013	2014	2015
1	523 nasabah	587 nasabah	624 nasabah

Jika dilihat dari tabel di atas, pembiayaan KPR iB di BTN Syari'ah KC Yogyakarta mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun jika di hitung lebih lanjut, peningkatan pada tahun 2013 ke 2014 adalah 64, namun pada 2014 ke 2015 sejumlah 47. Hal ini tentu saja berhubungan dengan strategi pemasaran yang BTN Syari'ah KC Yogyakarta lakukan.

Untuk mengatasi hal tersebut BTN Syari'ah KC Yogyakarta harus lebih meningkatkan strategi promosi yang dilakukan.

5) *People*

Selain masyarakat umum, BTN Syari'ah KC Yogyakarta juga memasarkan produk KPR iB dilingkungan sekolah, Kanwil, Dinas, bahkan POLSEK. Lingkup daerah BTN Syari'ah KC Yogyakarta dalam memasarka produk KPR iB pun tidak hanya di kota Yogyakarta saja, namun di seluruh propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Tengah.

6) *Process*

Dalam memasarkan produk KPR iB, BTN Syari'ah KC Yogyakarta menawarkan proses yang cepat serta kemudahan dalam proses pembiayaan KPR iB. Sehingga nasabah dapat dengan mudah dalam mendapatkan hunian yang diinginkan.

7) *Customer service*

Pelayanan dalam bidang jasa adalah komponen yang sangat penting, oleh karena itu BTN Syari'ah KC Yogyakarta selalu mengutamakan keramahan dan kemudahan baik pra transaksi maupun setelah transaksi selesai.