

ANALISIS STRATEGI PROMOSI PRODUK PEMBIAYAAN
KPR FIX TO FIX PT. BANK MUAMALAT Tbk CABANG KENDARI



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Perbankan Syariah

OLEH:

MUH.SALIM
NIM. 14020106030

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

KENDARI

2017

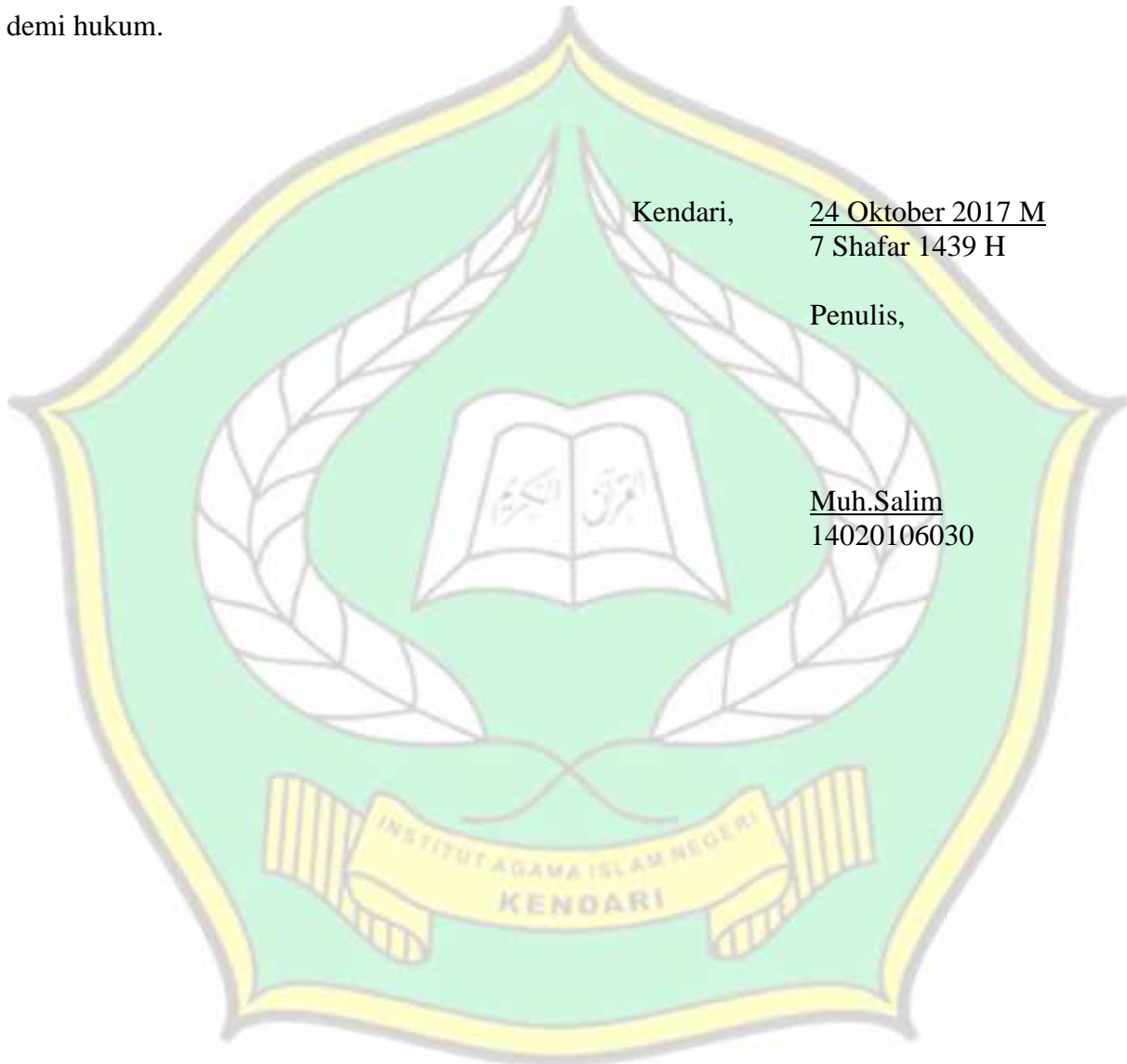
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar adalah hasil karya penulis sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, dibuatkan atau dibantu oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya, batal demi hukum.

Kendari, 24 Oktober 2017 M
7 Shafar 1439 H

Penulis,

Muh.Salim
14020106030



ABSTRAK

Muh.Salim. NIM 14020106030. “Analisis Strategi Promosi Produk Pembiayaan KPR Fix to Fix Bank Muamalat Cabang Kendari”. Melalui Bimbingan Dr. Muhammad Hadi, M.HI dan Nurjannah S.Kom, M.Pd.

Dalam meningkatkan citra Bank Muamalat sebagai bank syariah dan salah satu lembaga jasa keuangan syariah di Kota Kendari maka salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menawarkan produk yang dapat memenuhi kepuasan nasabah, sebab dengan produk yang sesuai dengan manfaat dan dapat memenuhi harapan nasabah, maka bank akan dapat meningkatkan nilai tambah dari produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat.

Seiring dengan perkembangan bank di Indonesia maka semakin tinggi pula tingkat persaingan yang dihadapi oleh Bank Muamalat, untuk menjadi bank syariah yang terdepan, pihak Bank Syariah harus menyusun strategi bauran pemasaran yang tepat yang terdiri dari strategi produk, strategi harga dan strategi promosi yang mempunyai pengaruh sangat besar dalam menentukan keberhasilan suatu usaha khususnya bidang jasa dan perbankan.

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Pada penelitian ini terfokus untuk melihat sisi pengetahuan dan pendapat masyarakat terkait Bank Muamalat dan juga terkait dengan penentuan strategi promosi produk pembiayaan KPR Fix to Fix Bank Muamalat.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi promosi yang tepat digunakan oleh Bank Muamalat Cabang Kendari dalam mempromosikan produk pembiayaan KPR Fix to Fix adalah dengan menggunakan sistem personal selling, personal selling ada yang langsung dilakukan oleh marketing pembiayaan KPR fix to fix, dan ada juga lewat para developer yang mempromosikannya. Sedangkan untuk strategi promosi yang tepat dan dibutuhkan oleh masyarakat untuk menjadi nasabah di bank muamalat yaitu melalui media personal selling berdasarkan beberapa pertanyaan yang diajukan peneliti yaitu persepsi responden pada saat membutuhkan dana, pencarian informasi terhadap kebutuha pembiayaan, dan daya tarik promosi produk pembiayaan bank muamalat.

Implikasi dari hasis penelitian ini adalah dapat memberikan masukan dan saran yang bermanfaat bagi Bank Muamalat Cabang Kendari dalam melakukan promosi produk pembiayaan khususnya KPR Fix to Fix dan khususnya masyarakat muslim di Kota Kendari akan lebih memahami tentang produk pembiayaan Bank Muamalat Cabag Kendari.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Sultan Qaimuddin No. 17 Telp. (0401) 3192081 Fax. (0401) 3193710

E-Mail: febi_ iain @yahoo.co.id Website: http://stain.ac.i

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul: "**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PRODUK PEMBIAYAAN KPR FIX TO FIX BANK MUAMALAT CABANG KENDARI**" yang ditulis oleh saudara Muli.Salim NIM. 14020106030, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah diselesaikan dan disetujui oleh pembimbing I dan pembimbing II dengan beberapa perbaikan selanjutnya siap diujikan dalam Ujian Skripsi.

Kendari, 24 Oktober 2017 M
7 Shafar 1439 H

Pembimbing I

Dr. Muhammad Hadi M.HI
NIP: 197508152009011011

Pembimbing II

Nurjannah S.Kom. M.Pd.i
NIP:19631231199203010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Sultan Qaimuddin No. 17 Telp. (0401) 3192081 Fax (0401) 3193710

E-Mail: febi_ iain @yahoo.co.id Website: http://stain.ac.i


PENGESAHAN SKRIPSI


Skripsi yang berjudul: "**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PRODUK PEMBIAYAAN KPR FIX TO FIX PT. BANK MUAMALAT Tbk CABANG KENDARI**" yang disusun oleh saudara **Muh.Salim** NIM. 14020106030, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam ujian skripsi yang diselenggarakan pada hari senin, 30 Oktober 2017. Dan selanjutnya dinyatakan lulus dan dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan beberapa perbaikan.

Kendari,


30 Oktober 2017 M
10 Shafar 1439 H

Dewan Penguji

Ketua : Dr. Muh. Hadi, M.HI ()

Sekretaris : Nurjannah, S.Kom, M. Pd ()

Anggota : H. Muh. Turmudi, S.Ag, MM ()

: Dr. Husain Insawan, M.Ag ()

Diketahui Oleh :

↳ Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dra. Beti Mulu, M.Pdi

NIP: 196312311992032010

Kata Pengantar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil ‘alamin puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpah rahmat, hidayah serta inayah-Nya. Shalawat serta salam selalu tecurahkan kepada sayyidina Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyyah menuju zaman yang penuh dengan cahaya Islam saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Promosi Produk Pembiayaan KPR Fix to Fix Pada Bank Muamalat Cabang Kendari”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan penyusunan penelitan ini sebaik-baiknya, namun penulis menyadari bahwa penelitian masih jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan ole kemampuan dan cakrawala berpikir penulis sendiri. Oleh karena itu dengan segala kerendaha hati, penulis mengharapakan kritik dan saran dari pihak yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan ini.

Di dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak , sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT. Pada kesempatan ini juga ingin mengucapkan terimah kasih yang sedalam-dalamnya dan setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapa dan Ibu yang tersayang yang telah mengorbankan tenaga dan waktu untuk membiayai perkuliahan penulis serta mendidik dan membimbing penulis hingga sampai pada perguruan tinggi.
2. Dr. H. Nur Alim M.Pd, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri
3. Dra. Beti Mulu, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Dr. Muhammad Hadi, M.HI, selaku dosen pembimbing, atas bantuan arahan dan waktu, dan kesabaran serta memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Nurjannah, S.Kom, M.Pd, selaku Ketua Komite Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus pembimbing skripsi. Terimah kasih atas arahan , waktu dan kesabaran yang telah diberikan kepada penulis selama kuliah maupun penyusunan skripsi ini.
6. Muhammad Turmudi S.Ag, MM selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah sekaligus penguji skripsi terimah kasih telah meluangkan waktunya dalam memberikan kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terimah kash banyak atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis, semoga dapat bermanfaat bagi penulis kedepannya.
8. Pihak PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari khususuya Ibu Lisa, Ibu Sulis dan Pak Chandra atas waktu, kesempatan, informasi dan dukungan yang diberikan.

9. Untuk sahabat dari Perbankan Syariah C angkatan 2014 terima kasih atas dukungan, motivasi dan kebersamaan dalam suka dan duka dalam menjalani tugas akhir kita.
10. Serta untuk teman-teman dari Forum Kajian Mahasiswa Islam (FKMI) dan juga Lembaga Kaligrafi terima kasih atas dukungan, motivasi dan kebersamaan dalam suka dan duka.

Semoga amal kebaikan mereka mendapat balasan dari Allah SWT. Dan penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan yang pernah penulis lakukan baik sengaja maupun tidak sengaja.

Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya, dan dapat memberikan sumbangan pikiran dalam pembangunan dunia pendidikan.

Kendari, 5 Oktober 2017

Penulis

Muh.Salim
14020106030

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Operasional.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Relevan	7
B. Kajian Teoritis.....	9
1. Konsep Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran.....	12
3. Segmentasi Pasar.....	13
4. Promosi	14
5. Bauran Promosi.....	17
a. Periklanan.....	18
b. Personal Selling.....	22
c. Publisitas	24
d. Promosi Penjualan.....	26
6. Konsep Manajemen Produk	27
7. Manajemen Pembiayaan	31
8. Pengertian Pembiayaan KPR Fix to Fix.....	32
9. Kerangka Pikir	34

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C. Subyek dan Obyek Penelitian	35
D. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	37
G. Tekhnik Pengecekan Keabsahan Data	38
BAB IV	39
A. Profil PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.....	39
B. Karakteristik Responden	43
C. Pengetahuan Masyarakat mengenai PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.....	48
D. Kebiasaan Masyarakat Dalam Pencarian Informasi	52
E. Strategi Promosi yang Tepat di Butuhkan dan di Inginkan Masyarakat	54
F. Strategi Promosi Produk Pembiayaan KPR Fix to Fix yang dilakukan Bank Muamalat Cabang Kendari	59
G. Kendala-Kendala yang di hadapi Bank Muamalat Cabang Kendari dalam mempromosikan produk Pembiayaan KPR Fix to Fix	67
BAB V.....	68
A. KESIMPULAN	68
B. SARAN	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Model Kerangka Pikir Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Tbk Cab. Kendari.....	40



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Pengambilan Keputusan Dalam Pertukaran.....	17
Tabel 2.2 Angsuran KPR Fix to Fix.....	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Klasifikasi Usia Responden.....	44
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia Terakhir.....	46
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	47
Tabel 4.5 Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	47
Tabel 4.6 Persepsi Responden Mengenai Produk-Produk PT. Bank Muamalat Tbk Cab. Kendari.....	49
Tabel 4.7 Persepsi Responden Mengenai Informasi yang di Dapatkan Tentang Produk PT. Bank Muamalat Tbk Cab. Kendari.....	49
Tabel 4.8 Kebiasaan Responden Dalam Pencarian Informasi.....	51
Tabel 4.9 Jenis Informasi yang Diminati Responden.....	52
Tabel 4.10 Frekuensi Keseringan Responden Menggunakan Media Informasi.....	53
Tabel 4.11 Persepsi Responden Mengenai Waktu Menggunakan Dana.....	55
Tabel 4.12 Media Informasi yang Sering digunakan Responden Dalam Pencarian Informasi Pembiayaan.....	56
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Informasi yang Mudah Dipahami.....	57
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Isi Informasi Promosi Pembiayaan yang Ingin diketahui.....	58
Tabel 4.15 Daya Tarik Promosi Pembiayaan PT. Bank Muamalat Tbk Cab. Kendari.....	59
Tabel 4.16 Data Nasabah Pembiayaan KPR PT. Bank Muamalat Tbk. Cab. Kendari.....	60
Tabel 4.17 Perhitungan KPR Bank yang ada di Kota Kendari.....	66