

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS LAYANAN KPR DI BANK MUAMALAT
KOTA PAREPARE**



OLEH :

**ALVAREZA NAJAMUDDIN
18.2300.118**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS LAYANAN KPR DI BANK MUAMALAT
KOTA PAREPARE**



OLEH :

**ALVAREZA NAJAMUDDIN
18.2300.118**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Program Studi Hukum Pidana Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Kualitas layanan KPR di Bank Muamalat Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Alvareza Najamuddin

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.118

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Keputusan Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.3086/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.

NIP : 197110208 200112 2 002

Pembimbing Pendamping : Nurfitriani, M.M.

NIP : 19910403 201903 2 025

(.....)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP: 19710308 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Kualitas layanan KPR di Bank Muamalat Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Alvareza Najamuddin

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.118

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.3086/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024

Tanggal Kelulusan : 30 Juli 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji :

Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. (Ketua)

Nurfitriani, M.M. (Sekretaris)

Dr. Damirah, S.E., M.M. (Anggota)

Ismayanti, M.M. (Anggota)

Mengetahui:

Dekan,

Delegasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP: 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. Berkat hidayahnya, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Bapak Najamuddin dan Ibunda Almarhuma ibu Ratnawati tercinta, yang telah mengandung, melahirkan, merawat, dan telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang dan cinta dimana dengan pembinaan, pengorbanan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. dan Ibu Nurfitriani, M.M , selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terima kasih..

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan Ibu dosen program studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare

4. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama studi di IAIN Parepare terutama dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta staff yang telah memberikan pelayanan mulai dari proses mahasiswa baru hingga pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
6. Kedua orang tua yang tercinta bapak Najamuddin dan Almarhuma ibu Ratnawati yang telah memberikan motivasi dan kasih sayang yang serta doa yang tulus, sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. Berkenan menilai kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Parepare, 03 Januari 2024
21 Jumadil Akhir 1445

Penulis,



Alvareza Najamuddin
NIM.18.2300.118

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Alvareza Najamuddin

NIM : 18.2300.118

Tempat/Tgl. Lahir : Makassar, 06 Februari 2000

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Kualitas layanan
KPR di Bank Muamalat Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 03 Januari 2024
21 Jumadil Akhir 1445

Penulis,



Alvareza Najamuddin
NIM.18.2300.118

ABSTRAK

Alvareza Najamuddin. NIM: 18.2300.118, Strategi Pemasaran dalam meningkatkan kualitas layanan KPR di Bank Muamalat Kota Parepare (Dibimbing oleh Andi Bahri dan Nurfitriani).

Penelitian ini bertujuan mengetahui kualitas layanan pembiayaan KPR di Bank Muamalat dan Strategi pemasaran KPR yang dikembangkan oleh Bank Muamalat, diharapkan dapat memberikan pandangan dan masukan konstruktif bagi Bank Muamalat dalam menetapkan bagaimana kualitas layanan pembiayaan di Bank Muamalat.

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Muamalat Kota Parepare menggunakan wawancara yang bersifat terbuka dan analisis data yang dilakukan dengan metode kualitatif dan deskriptif dengan mengkaji dan meneliti secara langsung dengan pihak atau instansi yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.

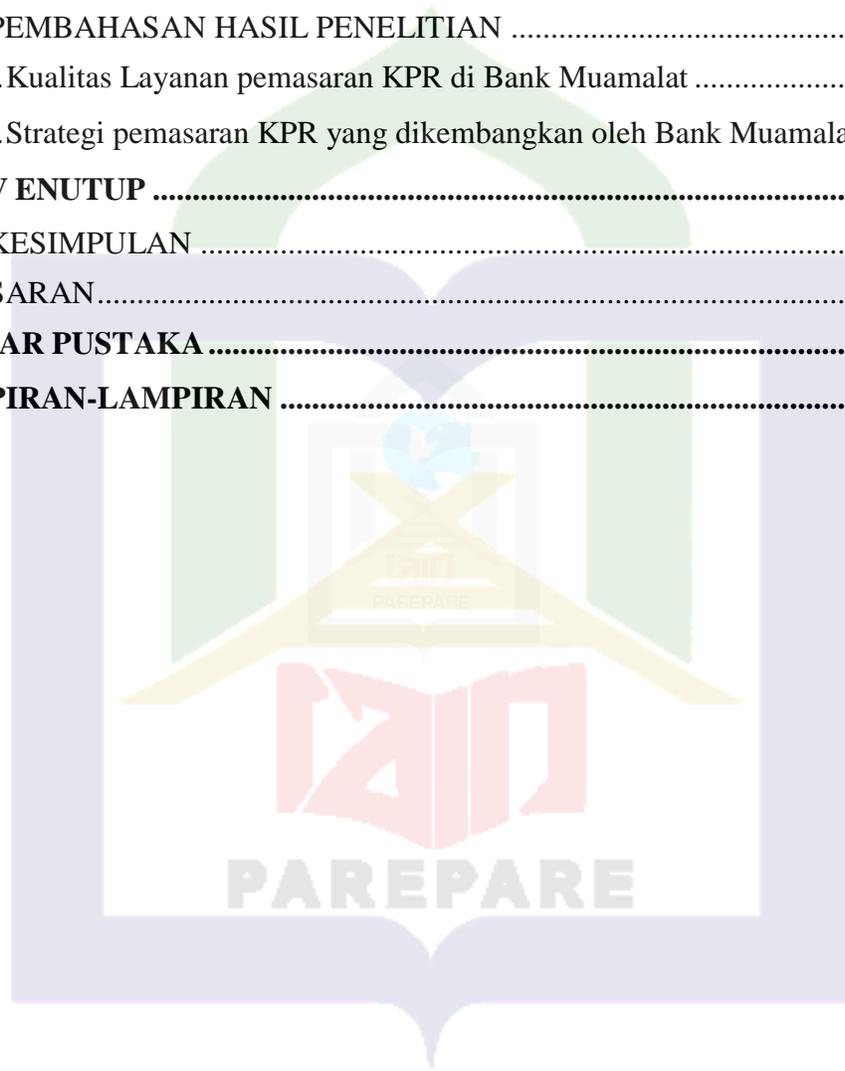
Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, Kualitas Layanan pemasarannya menurut nasabah cukup baik, Proses pengajuan KPR yang mudah dan lancar, terkait pelayanan Layanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional akan meningkatkan tetapi pihak nasabah mengharapkan staf bank untuk memberikan pelayanan yang baik, menjawab pertanyaan saya dengan jelas, dan memberikan solusi jika ada masalah atau kekhawatiran yang saya hadapi, dan akan lebih baik jika bank muamalat kota parepare menyediakan proses aplikasi yang sederhana, jelas, dan efisien, serta memberikan bantuan jika diperlukan selama proses tersebut. Strategi pemasaran yang dikembangkan oleh Bank Muamalat dengan melakukan aktivitas pemasaran antara lain adalah pemasangan iklan korporat (Logo Baru Muamalat dan Selamat Idul Fitri). Penempatannya dilakukan diberbagai media massa, baik cetak (surat kabar harian dan majalah) maupun elektronik (radio dan televisi).

Kata Kunci : Kualitas layanan, KPR, Bank Muamalat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan penelitian Relevan	9
B. Landasan Teori	11
1.Strategi Pemasaran	11
2.Kualitas Layanan.....	20
C. Tinjauan Konseptual.....	24
1.Strategi Pemasaran	24
2.Kualitas Layanan.....	25
3.Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)	26
D. Kerangka pikir	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan pendekatan penelitian.....	32
B. Lokasi dan waktu penelitian	32

C. Jenis dan sumber data	33
D. Teknik pengumpulan data dan Pengelolaan Data.....	33
E. Teknik Analisis data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. HASIL PENELITIAN	36
B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	55
1. Kualitas Layanan pemasaran KPR di Bank Muamalat	55
2. Strategi pemasaran KPR yang dikembangkan oleh Bank Muamalat.....	60
BAB V ENUTUP	65
A. KESIMPULAN	65
B. SARAN.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Dokumentasi	76
2	Biodata Penulis	80



PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Transliterasi Arab – Latin

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda. Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof

ي	Ya	Y	Ya
---	----	---	----

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda ("").

a. Vokal

Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	i	I
أ	Dhomma	u	U

Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ئِي	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
ئُو	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : Kaifa

حَوْلَ : Haula

b. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نَا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُو	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مات : māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : yamūtu

c. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- 1) ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

d. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمٌ : *nu‘ima*

عَدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

e. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *Alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

أَلْبِلَادُ : *al-bilādu*

f. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

سَيِّئٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *Umirtu*

g. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an (dar Qur’an)*, *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī ḡilāl al-qur’an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi ‘umum al-lafḡ lā bi khusus al-sabab

h. *Lafḡ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاِللّٰه *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمَّ فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ *Hum fī rahmatillāh*

i. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahrū Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم

ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).
 Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*).
 Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era sesudah berlakunya kebijakan perbankan 1998, perbankan syariah semakin luas. Hal ini disebabkan berlakunya UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 1992 tentang perbankan yang lebih memperjelas landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga diberikan arahan bank-bank konvensional untuk membuka cabang-cabang syariah atau bahkan mengonversi diri secara total menjadi bank syariah¹. Banyak perbankan di Indonesia yang memiliki sistem dan cara tersendiri untuk menghimpun dana, dan mengalokasikannya secara tepat, agar menghasilkan keuntungan bagi pihak bank khususnya secara nasional pada umumnya sebagaimana menurut UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumennya yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan di

¹ Amir Machmud dan Rukmana, Bank Syariah, Erlangga : 2010, h.14

anggap bertele-tele sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya agar dapat merubah citra buruk menjadi lebih baik. Seperti yang kita ketahui, masalah adalah ketidak sesuaian suatu keadaan dengan apa yang diinginkan. Begitu juga halnya dalam dunia perbankan, perkembangan teknologi yang semakin maju membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah untuk ditiru. Untuk itulah pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan kualitas sesuai yang diinginkan serta diharapkan oleh para nasabahnya agar dapat membuat nasabah merasa nyaman dan puas. Sebagaimana kita ketahui bahwa produk ataupun pelayanan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin berjalan dengan sendirinya tanpa adanya konsumen².

Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Baik Bank syari'ah dan bank konvensional sebagai lembaga keuangan

² atan Bankir Indonesia, Mengelola Kualitas Layanan Perbankan, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama,2014, h.75

yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaik (service excellent) untuk memenangkan persaingan dalam situasi yang semakin kompetitif. Untuk menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat, masing-masing bank mau tidak mau memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah.

Perbankan sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, maka kualitas pelayanan haruslah diutamakan. Kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Jadi untuk memenuhi kualitas pelayanan seperti yang diharapkan nasabah, pihak bank harus memberikan pelayanan yang prima dan unggul. Maka, bank Muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Dalam hal ini, meningkatkan loyalitas nasabah, maka sangatlah penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Bank berbasis syariah muncul akibat perdebatan yang panjang mengenai kontroversi pemberlakuan bunga yang berindikasi pada riba, sebagai sikap kehati-hatian yang dilakukan adalah dengan menghindari

Ulama besar Mesir Asy-Syahid Hasan Al Banna berkata :

“Risalah Islam mempunyai jangkauan yang sangat lebar sehingga berlaku bagi seluruh umat, dan jangkauan yang sangat dalam sehingga mencakup seluruh urusan dunia dan akhirat”³.

³ Thoyib I. M., Sugiyanto, Islam & Pranata Sosial Kemasyarakatan, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), h.23

Ajarannya yang demikian komprehensif, sempurna, lengkap tanpa kekurangan dan bersih dari segala cacat dan noda. Kesempurnaan Islam ini ditandai dengan syumuliyatuz zaman (sepanjang masa), syumuliyatul minhaj (mencakup semuanya) dan syumuliyatul makan (semua tempat).

Hal ini dapat kita lihat pada firman Allah SWT :

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذُكِّرْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ
وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ۚ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَيسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا
تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ ۗ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ
الْإِسْلَامَ دِينًا ۚ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ ۖ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣﴾

Artinya : “Hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu. dan telah Aku ridhai Islam sebagai agamamu. Tetapi barangsiapa terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampun dan Maha Penyayang .” (QS. Al-Maidah : 3)⁴.

Ayat di atas menunjukkan bahwa Islam mencakup seluruh peraturan dan segala aspek kehidupan, dari aturan hubungan makhluk (manusia) dengan tuhan, hubungan manusia dengan manusia sampai aturan hubungan manusia dengan alam/lingkungannya.

⁴ Lajnah Pentashih Al-Qur'an Kementerian Agama RI., Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta : Insan Media, 2009), h.107

Produk KPR Syariah termasuk ke dalam pembiayaan konsumtif, pembiayaan konsumtif masih menjadi andalan dalam Bank Syariah, hal ini dibuktikan berdasarkan data statistik Perbankan Syariah per Desember 2017 dimana pertumbuhan pembiayaan konsumsi mencapai 18,3% secara year on year (yoy) dan didominasi oleh pembiayaan KPR Syariah. Sedangkan untuk pembiayaan lainnya seperti modal kerja dan investasi tumbuh sebesar 11,33% dan 14,26 % di tahun 2016. Produk pembiayaan KPR Syariah adalah produk pembiayaan dengan sistem murabahah.

Produk KPR Syariah merupakan salah satu produk yang banyak diminati masyarakat, maka dari itu lembaga bisnis seperti perbankan syariah harus memiliki daya tarik tersendiri untuk memasarkan produk KPR Syariah. Dalam menghadapi persaingan yang kian semakin ketat maka Bank Syariah perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif guna memahami keinginan dan kebutuhan nasabah. Bank Muamalat adalah salah satu Bank Syariah yang menawarkan produk pembiayaan KPR Hijrah, produk ini dinamakan dengan KPR Muamalat iB.

Bank Muamalat sebagai Islamic Banking Partner membantu memberikan kesempatan kepada siapapun yang ingin memiliki rumah pribadi. KPR iB Hijrah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat yang ingin membeli, membangun, merenovasi rumah dan membeli tanah kavling. Dari semua fasilitas yang ditawarkan pada produk KPR Muamalat iB, pembiayaan yang paling diminati adalah pembiayaan rumah.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat krusial bagi suatu perbankan syariah termasuk Bank Muamalat cabang Kota Parepare. Strategi pemasaran dianggap sebagai garda terdepan yang menjadi kunci sukses suatu perbankan syariah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Pada Bank Muamalat Indonesia, produk KPR Muamalat Kongsi (Musyarakah) lebih banyak diminati daripada KPR Muamalat Pembelian (Murabahah). Padahal diantara kedua jenis KPR Muamalat tersebut, masing-masing jenis akad mempunyai kelemahan dan kelebihan. Biasanya untuk sistem pembiayaan dengan akad murabahah, cicilannya akan lebih mahal daripada cicilan pembiayaan dengan akad musyarakah, namun pembiayaan akad murabahah cicilannya akan tetap selama pembayaran angsuran berjalan

Berdasarkan hasil wawancara salah satu warga masyarakat kota parepare bahwa masyarakat pada dasarnya menginginkan pembiayaan pemilikan rumah yang lebih murah dan juga efisien. Hal ini tentunya memicu persaingan baik antar bank syariah sendiri maupun bank syariah dengan bank konvensional. Oleh karena hal itu juga, Bank Muamalat Indonesia Cabang Kota Parepare memerlukan strategi pemasaran yang efisien dan efektif untuk meningkatkan keuntungan dan penyaluran produk pembiayaan kredit pemilikan rumah syariah. Adapun situasi perkembangan kondisi global yang tidak menentu dan berubah-ubah setiap waktu dapat menjadikan peluang peningkatan keuntungan atau bahkan menjadi ancaman bagi Bank Muamalat Indonesia Cabang Kota Parepare.

Berdasarkan uraian di atas, penulis akan melakukan penelitian mengenai “Strategi Pembiayaan dalam meningkatkan Kualitas layanan di Bank Muamalat”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian, ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Kualitas Layanan pemasaran KPR di Bank Muamalat ?
2. Bagaimanakah Strategi pemasaran KPR yang dikembangkan oleh Bank Muamalat ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan pokok permasalahan sebagaimana yang telah dikemukakan diatas , maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui kualitas layanan pembiayaan KPR di Bank Muamalat
2. Untuk mengetahui Strategi pemasaran KPR yang dikembangkan oleh Bank Muamalat

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan Manfaat penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam teoritis maupun praktis baik secara langsung maupun tidak langsung :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan dan masukan konstruktif bagi Bank Muamalat dalam menetapkan bagaimana kualitas layanan pembiayaan di Bank Muamalat ,serta Strategi yang dikembangkan oleh Bank Muamalat.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan ini dapat menjadi sumbangsih pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi syariah serta sebagai tambahan referensi bagi riset-riset sejenis, khususnya riset di bidang perbankan syariah, yang pada akhirnya berguna bagi pengembangan bank syariah di Indonesia.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan penelitian Relevan

Penelitian terdahulu dapat dijadikan referensi atau dasar dari penelitian yang akan di lakukan oleh penulisan, berikut merupakan penelitian terdahulu:

1. Wahyuni Nada Fatmawati dengan judul “Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam Complain Handling Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Madiun“ pada tahun 2021, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis strategi pelayanan prima terhadap penanganan complain nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun dan mengetahui analisis kepuasan Bank Muamalat KCP Madiun dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah. Sehingga sumber data utama adalah Bank Muamalat KCP Madiun, sumber kedua adalah nasabah Bank Muamalat KCP Madiun, dari sumber yang diperoleh nasabah secara mendetail menceritakan hal yang melatarbelakangi complaint pada pihak Bank Muamalat KCP Madiun. Persamaan penelitian dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, Perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah mengkaji tentang pelayanan prima dalam complain handling sebagai upaya meningkatkan kepuasan nasabah⁵.

⁵ Wahyuni Nada Fatmawati, Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam Complain Handling Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah, 2021, h. 5-42

2. Ahmad Riad dengan judul “Strategi Frontliner Dalam Mengoptimalkan Muamalat DIN (Digital Islamic Network) Pada Bank Muamalat Kc Palangka Raya” Skripsi dengan rumusan masalah bagaimana strategi frontliners dalam mengoptimalkan Muamalat DIN (Digital Islamic Network) pada Bank Muamalat KC Palangka Raya dan apa saja kendala dan kemudahan yang dirasakan nasabah menggunakan Muamalat DIN (Digital Islamic Network). Metode penelitian ini yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pihak Bank Muamalat KC Palangka Raya khususnya di bagian Pelayanan atau frontliner 3 orang dan ditambah dengan 3 nasabah di Bank Muamalat Kota Palangka Raya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu pengumpulan data dari informasi sejenis dari berbagai sumber yang berbeda⁶. Sedangkan persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah metode yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, adapun perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah mengkaji tentang strategi pelayanan dari seorang frontliner.

⁶ Ahmad Riad, Strategi Frontliner Dalam Mengoptimalkan Muamalat DIN (Digital Islamic Network) Pada Bank Muamalat Kc Palangka Raya, Skripsi Sarjana, Palangkara Raya:Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2020.

B. Landasan Teori

1. Strategi Pemasaran

Menurut Kotler strategi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis. Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi merupakan suatu cara untuk memenangkan persaingan, meskipun syarat strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara batil, tidak melakukan kebohongan atau penipuan, dan tidak menzalimi pihak lain. Strategi harus terbebas dari tipu daya.

Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan hal-hal yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Sudaryono pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif. Menurut Assauri pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen.⁷

⁷ Holfian Daulat Tambun Saribu dan Euodia Grace Maranatha, "Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan," *Jurnal Manajemen*, 6.1 (2020), 1–6.

Bank Muamalat, sebagai bank syariah pertama di Indonesia, memiliki strategi pemasaran yang unik untuk menjangkau target pasarnya dan bersaing dengan bank konvensional. Strategi pemasaran Bank Muamalat didasarkan pada beberapa teori utama, antara lain:

a. Segmentasi Pasar

Bank Muamalat membagi pasarnya menjadi beberapa segmen berdasarkan faktor-faktor seperti demografi, gaya hidup, dan kebutuhan keuangan. Segmentasi pasar ini membantu Bank Muamalat dalam merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif untuk setiap segmen.

Beberapa segmen pasar utama Bank Muamalat antara lain:

Individu: Bank Muamalat menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan syariah untuk individu, seperti tabungan, deposito, pembiayaan, dan asuransi.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Bank Muamalat menyediakan pembiayaan syariah dan produk perbankan lainnya untuk membantu UKM dalam mengembangkan bisnis mereka.

Korporasi: Bank Muamalat menawarkan solusi perbankan syariah untuk perusahaan besar, termasuk pembiayaan proyek, layanan trade finance, dan treasury.

Filantropi: Bank Muamalat menyediakan layanan zakat, wakaf, dan sedekah untuk membantu nasabah dalam menjalankan ibadah mereka.

b. Penentuan Posisi

Bank Muamalat memposisikan dirinya sebagai bank syariah terpercaya yang menawarkan produk dan layanan inovatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Bank Muamalat menekankan pada nilai-nilai Islam seperti keadilan, transparansi, dan kemurahan hati dalam komunikasinya dengan nasabah.

Beberapa elemen kunci dari positioning Bank Muamalat:

Kepercayaan: Bank Muamalat memiliki sejarah panjang dalam perbankan syariah dan diawasi oleh Dewan Syariah Nasional.

Inovasi: Bank Muamalat terus berinovasi untuk mengembangkan produk dan layanan syariah baru yang memenuhi kebutuhan nasabah.

Kepatuhan Syariah: Bank Muamalat berkomitmen untuk menjalankan semua produk dan layanannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Kemudahan: Bank Muamalat menyediakan berbagai saluran layanan yang mudah diakses oleh nasabah, seperti ATM, internet banking, dan mobile banking.

c. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bank Muamalat menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 4P:

Produk (Product): Bank Muamalat menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan syariah yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Harga (Price): Bank Muamalat menawarkan harga yang kompetitif untuk produk dan layanannya.

Tempat (Place): Bank Muamalat memiliki jaringan kantor cabang yang luas di seluruh Indonesia dan menyediakan berbagai saluran layanan digital.

Promosi (Promotion): Bank Muamalat menggunakan berbagai strategi promosi untuk menjangkau target pasarnya, seperti iklan, public relations, dan sponsorship.

d. Pemasaran Syariah

Bank Muamalat menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasarannya. Hal ini berarti bahwa Bank Muamalat menghindari praktik pemasaran yang haram, seperti riba, gharar, dan maysir. Bank Muamalat juga fokus pada membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah berdasarkan kepercayaan dan saling menghormati.

e. Pemasaran Digital

Bank Muamalat memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau target pasarnya dan meningkatkan layanannya kepada nasabah. Bank Muamalat memiliki website, mobile banking, dan berbagai platform media sosial yang aktif. Bank Muamalat juga menggunakan strategi pemasaran digital seperti content marketing, social media marketing, dan search engine optimization (SEO) untuk meningkatkan visibilitasnya di dunia digital.

f. Pemasaran Berkelanjutan

Bank Muamalat berkomitmen untuk menjalankan bisnisnya secara berkelanjutan. Bank Muamalat menerapkan praktik-praktik ramah lingkungan dan sosial dalam operasionalnya. Bank Muamalat juga mendukung berbagai program pengembangan masyarakat dan pelestarian lingkungan.⁸

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai akan tetapi juga untuk mempertahankan keberlangsungan. Jadi, perencanaan strategis memberikan dasar bagi perencanaan lanjutan untuk pengembangan perusahaan. Peran pemasaran bagi perencanaan strategis, dan keseluruhan rencana menunjukkan peranan besar dari pemasaran dalam perusahaan⁹. Perlu dipahami dalam arti yang luas, definisi pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain¹⁰.

Pemasaran dalam islam merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari dan mengarahkan proses perencanaan dalam penciptaan,

⁸ Saribu dan Maranatha.

⁹ Husni Muharram Ritonga Dkk, Manajemen Pemasaran. (Medan: CV.Manhaji, 2018), h. 20.

¹⁰ Muhammad Yusuf dan Miah Said, Konsep dan Strategi Pemasaran, (Makassar: CV Sah Media, 2019), h. 1.

penawaran, dan penyampaian nilai produk (idea, barang, jasa) dengan tingkat harga dan saluran yang dapat memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan (individu atau organisasi) serta promosi yang sesuai dengan kebenaran wahyu Allah SWT., Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW¹¹. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi¹².

b. Konsep Dasar Strategi Pemasaran

Konsep yang mendasari dari suatu strategi pemasaran, yaitu Segmentasi Pasar Segmentasi pasar yaitu mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin meminta produk dan bauran pemasaran tersendiri¹³. Segmentasi pasar penting dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya dan setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri.

¹¹ R. Ajeng Entaresmen, Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, vol. 9, no. 1 (2016), h.67.

¹² H. Muhammad Yusuf Saleh Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV. Sah Media, 2019), h. 55.

¹³ Nurul Mubarak, Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista, *Jurnal Ekonomi Islam*, vol. 3, no. 1 (2017), h. 78.

c. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran

Strategi Kebutuhan Primer Strategi kebutuhan primer dirancang terutama untuk kenaikan tingkat permintaan akan bentuk atau kelas produk bukan dari pemakaian yang sekarang dan dari pemakaian yang sekarang.

- ii. Strategi menarik pengguna baru (bukan pengguna), perusahaan harus mampu meningkatkan kesediaan (willingness) atau kemampuan (ability) konsumen untuk membeli produk.
- iii. Strategi menaikkan tingkat pembelian dari pengguna saat ini, perusahaan harus mengarahkan strategi pemasarannya pada kesediaan konsumen untuk membeli lebih sering atau dalam volume pembelian yang lebih banyak.

Strategi Kebutuhan Selektif

- iv. Strategi Mempertahankan Konsumen (Retention Strategies) Strategi mempertahankan konsumen yaitu, memelihara kepuasan pelanggan terhadap prestasi produk, menyederhanakan proses pembelian pembeli, dan mengurangi daya tarik atau peluang untuk beralih ke pesaing.

- v. Strategi Menjaring Pelanggan (Acquisition Strategies) Strategi menjaring pelanggan yaitu posisi berhadapan dan posisi berbeda¹⁴.

d. Tahapan Strategi Pemasaran

Tahapan-tahapan dalam strategi pemasaran yang dapat mendukung mewujudkan visi suatu perusahaan, adalah :

- 1) Tahap Perkenalan Dalam meluncurkan produk baru, manajemen pemasaran dapat menetapkan tingkat yang tinggi atau rendah untuk setiap variabel pemasaran, seperti harga, promosi dan kualitas produk¹⁵. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Tujuan dari penentuan harga ini untuk menjadikan produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran dan juga dengan penentuan harga ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah. Produk yang dikeluarkan dan penetapan harga yang telah ditentukan agar dapat diterima masyarakat atau nasabah dan dirasakan manfaatnya serta kelebihan produk dari produk pesaing tentu harus dilakukan promosi

¹⁴ Josep P. Guiltinan, dkk, Strategi dan Program Manajemen Pemasaran. (Jakarta:PT. Gelora Aksara Pratama, 1990), h. 158.

¹⁵ Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan lainnya, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada), h. 135

dan sosialisasi. Pada umumnya bauran promosi (promotion mix) terdiri dari :¹⁶

- a) Periklanan (advertising) Sarana promosi yang paling sering dilakukan oleh bank dalam rangka mengomunikasikan produk dan jasa bank.
 - b) Promosi Penjualan (Sales Promotion) Kegiatan promosi yang dilakukan dengan menjual secara langsung kepada pelanggan. Kegiatan promosi penjualan bisa berupa pemberian diskon, pemberian voucher belanja produk, pemberian hadiah langsung, sample (contoh produk) atau dengan kegiatan kontes perusahaan melalui sponsorship atau melalui kegiatan-kegiatan amala dan sosial.
 - c) Penjualan Pribadi (Personal Selling) Kegiatan promosi yang dilakukan dengan melakukan penjualan secara pribadi kepada pelanggan.
- 2) Tahap Pertumbuhan Tahap pertumbuhan ditandai dengan lonjakan cepat dalam penjualan. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan dan perkembangan bank yang semakin banyak diminati oleh nasabah. Dalam tahapan ini perusahaan harus dapat menahan secepat pertumbuhan pasar selama mungkin, yaitu:

¹⁶ Rambat Iupyoa, A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Bank, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 126

- a) Meningkatkan kualitas produk dan menambahkan ciri baru pada produk dan peningkatan gaya.
- b) Memasuki segmen pasar.
- c) Lebih meningkatkan sosialisasi atau promosi untuk memberikan pemahaman yang lebih pada nasabah dan calon nasabah

2. Kualitas Layanan

Teori ekspektasi-konfirmasi dikembangkan oleh Oliver dan menyatakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh seberapa besar perbedaan antara ekspektasi pelanggan dan kenyataan yang mereka rasakan. Jika kenyataan melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasa puas¹⁷. Jika kenyataan sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan merasa puas secara netral. Dan jika kenyataan di bawah ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. Bank Muamalat menerapkan teori ekspektasi-konfirmasi dalam pemasaran KPR dengan:

- 1) Menetapkan ekspektasi yang realistis: Bank Muamalat tidak membuat janji yang berlebihan kepada pelanggan tentang produk KPR.
- 2) Memberikan informasi yang lengkap dan akurat: Bank Muamalat memastikan bahwa semua informasi tentang produk KPR tersedia bagi pelanggan, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat.

¹⁷ Erlangga Dwi Putra, Salsabilla Athaullah, dan Abdul Yusuf, "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, dan Satisfaction terhadap Continued IT Usage Intention: Expected-Confirmation Model (ECM)," *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13.1 (2023), 1

- 3) Menjaga kualitas layanan: Bank Muamalat berusaha untuk memberikan layanan KPR terbaik kepada pelanggan, sehingga mereka merasa puas dengan pengalaman mereka.
- 4) Mengukur kepuasan pelanggan: Bank Muamalat secara berkala melakukan survei kepuasan pelanggan untuk mengetahui ekspektasi dan pengalaman pelanggan terhadap produk KPR.

a. **Pengertian Kualitas Layanan**

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyaltis Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan¹⁸.

b. **Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan**

Memberikan Kualitas Pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya, ada enam pokok prinsip pokok dalam Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra :

¹⁸ Andreas Widyo Kristantyo, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyaltis Pelanggan', *Bulletin of Management and Business*, 2.1 (2021), 1–11.

- 1) Kepemimpinan Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya
- 2) Pendidikan Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
- 3) Perencanaan Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

Berdasarkan pengertian diatas menurut peneliti dapat disimpulkan prinsip-prinsip yang harus diterapkan dalam melakukan Kualitas Pelayanan adalah:

- 1) Kepemimpinan Strategi
- 2) Pendidikan
- 3) Perencanaan Proses
- 4) Review Proses
- 5) Komunikasi Implementasi

- 6) Penghargaan dan
- 7) Variasi model Kualitas Pelayanan
- 8) Kualitas Pelayanan Pribadi
- 9) Kenyamanan¹⁹

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi Kualitas Pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh.

faktor penyebab buruknya Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan salah satu karakteristik unik jasa atau layanan adalah inseparability (tidak dapat dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi :

- a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan;

¹⁹ A. Wangsawidjaja Z, Pembiayaan Bank Syariah, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012, h, 1

- b. Cara berpakaian karyawan yang kurang sesuai konteks;
 - c. Tutar kata karyawan kurang sopan;
 - d. Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan;
 - e. Mimik muka karyawan selalu cemberut.
2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi keterlibatan karyawan secara insentif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas yang dihasilkan. Faktor-faktor yang biasa mempengaruhinya antara lain :
- a. Upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam suatu perusahaan);
 - b. Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi;
 - c. Tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi;
 - d. Motivasi kerja karyawan rendah²⁰.

C. Tinjauan Konseptual

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran dalam hubungannya

²⁰ Stanton, William, J, *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, 1986,h.34

dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dalam kondisi persaingan. Rencana strategi pemasaran perusahaan adalah suatu rencana pemasaran jangka panjang yang bersifat menyeluruh dan strategis, yang merumuskan berbagai strategi dan program pokok dibidang pemasaran perusahaan pada suatu jangka waktu tertentu dalam jangka panjang dimasa depan²¹.

2. Kualitas Layanan

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada

²¹ O. Winardi, *Manajemen Pemasaran*, Sinar Baru, Bandung, 1981.h.42

elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah²².

3. Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)

KPR merupakan salah satu jenis layanan yang diberikan oleh bank kepada para nasabah yang berharap mendapatkan pelayanan untuk mendapatkan pinjaman dalam pemberian kredit perumahan kepada nasabahnya. KPR muncul karena adanya kebutuhan yang tinggi di kalangan masyarakat untuk dapat memiliki rumah tanpa diimbangi dengan peningkatan daya beli di masyarakat. Produk KPR yang ada pada perbankan syariah pada dasarnya berbeda dengan KPR yang ada di perbankan konvensional. Perbedaan ini dapat terjadi karena terdapat perbedaan prinsip antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional²³.

a. Pembiayaan KPR

Terdapat beberapa penelitian yang berbicara tentang konsep pembiayaan perumahan secara syariah atau KPR Syariah bagi masyarakat yang memiliki

²² Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.2002,h.23

²³ Nabila Fatmasari, “Analisis Sistem Pembiayaan KPR Bank Konvensional dan Pembiayaan KPRS Bank Syariah (Studi Kasus Bank BTN dengan Bank Muamalat),” *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 1.3 (2013), 1–25.

kemampuan dalam keuangan, membeli sebuah rumah secara tunai bukanlah sebuah kendala. Namun bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan dalam keuangan, membeli rumah secara tunai menjadi sebuah kendala.

Produk KPR merupakan produk yang dikeluarkan oleh kalangan perbankan dalam rangka membantu masyarakat memenuhi kebutuhan perumahan mereka. Keikutsertaan kalangan perbankan dalam membantu pengadaan perumahan bagi masyarakat sangat penting karena merupakan bagian dari program pemerintah untuk membantu pengadaan perumahan bagi masyarakat. Sedemikian pentingnya masalah perumahan tersebut membuat pemerintah bersama DPR telah mengeluarkan UU No 4 tahun 1992 yang menegaskan dalam Bab 1 Pasal 1:

”Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.”

Dalam dunia perbankan, produk ini biasa dinamakan dengan Kredit Pemilikan Rumah atau biasa dikenal dengan nama KPR. Dalam KPR yang biasa dijalankan oleh perbankan konvensional produk tersebut dapat dipastikan tidak akan lepas dari bunga yang merupakan ciri utama dari bank konvensional.

KPR sendiri dibagi menjadi dua, yaitu KPR subsidi dan KPR non subsidi. Yang dimaksud dengan KPR subsidi adalah KPR yang diperuntukkan untuk masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi yang lemah. Sedangkan yang dimaksudkan dengan KPR non subsidi adalah KPR yang diperuntukkan bagi seluruh masyarakat tanpa adanya campur tangan dari pihak pemerintah.

Produk KPR yang ada pada perbankan syariah pada dasarnya berbeda dengan KPR yang ada di perbankan konvensional. Perbedaan ini dapat terjadi karena terdapat perbedaan prinsip antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional.²⁴

Sementara pada perbankan syariah dikenal sistem murabahah yang berbasis margin, musyarakah mutanaqisah yang memiliki ciri khas partisipasi kepemilikan. KPR syariah dapat juga menggunakan akad murabahah yang berbasis jual beli. Dalam kebiasaan yang ada pada perbankan syariah konsep murabahah merupakan konsep perdagangan berbasis jual beli yang pembayarannya dilakukan secara tangguh atau cicilan. Dalam akad ini pihak bank syariah bertindak sebagai penjual yang akan melakukan penjualan aset kepada nasabahnya secara tangguh atau dengan cicilan.

Ketika bank umum syariah memutuskan menggunakan akad murabahah, maka terdapat beberapa hal yang harus dipenuhi oleh bank syariah tersebut, yaitu:

1. Pihak yang berakad, terdiri dari pihak penjual dan pembeli;
2. Objek yang diakadkan, terdiri dari barang yang dijadikan objek perdagangan dan juga harga jual barang yang disepakati akan dipakai;

²⁴ Al Rahsyid, Syahrial, Analisis Sistem Pembiayaan Konsep Bagi Hasil Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Medan, 2012, h.23

3. Akad harus terdiri dari ijab dan qabul dari kedua belah pihak. Berdasarkan konsep dari akad murabahah, maka terdapat beberapa hal yang harus dipenuhi dalam KPR syariah berbasis murabahah, yaitu:
- a. Pihak bank syariah harus memberitahukan akad yang digunakan dalam KPR syariah kepada para nasabahnya,
 - b. Kontrak yang ada dalam transaksi KPR syariah harus dipastikan sah,
 - c. Harus terdapat kejelasan akan transaksi yang dilakukan antara pihak bank syariah dengan nasabah berkaitan dengan objek barang yang menjadi transaksi antara nasabah dengan bank syariah, bank syariah sebagai penjual harus menjelaskan semua hal berkaitan dengan aktivitas pembelian dan penjualan barang tersebut²⁵.

D. Kerangka pikir

Kerangka berpikir merupakan, model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal yang paling penting. Jadi, dengan demikian kerangka berpikir adalah pemahaman yang melandasi, pemahaman-pemahaman lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar yang menjadi pondasi setiap pemikiran atau suatu proses dari bentuk keseluruhan penelitian dan yang akan dilakukan. KPR Bank Muamalat Cabang kota Parepare memiliki margin yang lebih rendah dan bersifat transparan, dimana pihak

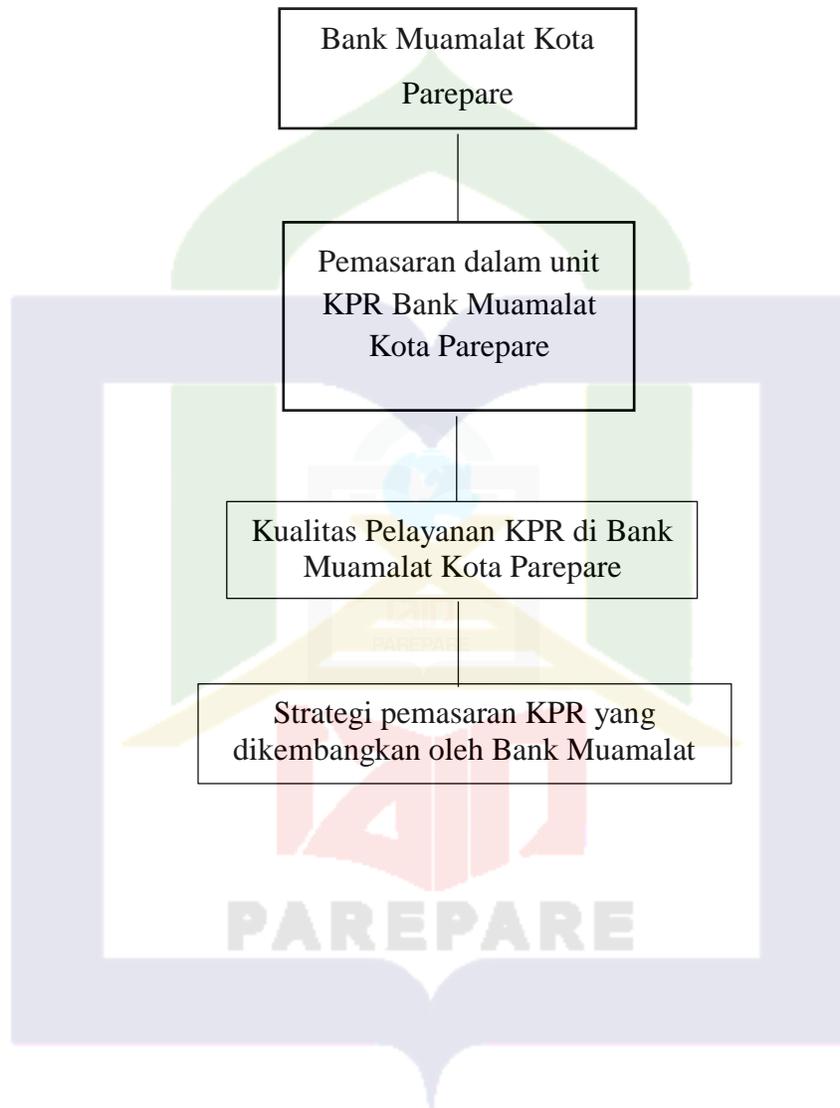
²⁵ M. AG Dr. Tedi Priatna, 'Scanned by CamScanner ىرازمك', *A Psicanalise Dos Contos de Fadas. Tradução Arlene Caetano*, 2015, 48.

bank memberitahukan kepada calon nasabah KPR tentang berapa margin yang diambil oleh bank dan bebaskan kepada nasabah. KPR Muamalat Cabang kota Parepare memiliki sifat flat, sehingga nasabah dalam membayar angsuran atau cicilan KPR perbulannya lebih pasti dan jumlahnya sama tiap bulannya, tidak mengalami perubahan harga cicilan kerana tidak tergantung dengan suku bunga yang fluktuasi sampai jatuh tempo pelunasan.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

Strategi Pembiayaan dalam meningkatkan Kualitas layanan di Bank Muamalat



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif, yaitu metode yang memberikan gambaran sebuah fenomena kemudian diuraikan/dijelaskan sesuai dengan data dan fakta serta bersifat subjektif. Dalam melakukan sebuah penelitian metode memiliki suatu peran yang sangat penting untuk merumuskan, menganalisa dan memecahkan masalah yang diteliti²⁶. Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang perilaku yang dapat diamati²⁷.

Peneliti akan memberikan gambaran secara rinci Strategi yang diterapkan dalam peningkatan kualitas pelayanan dalam meningkatkan pembiayaan KPR di Bank Muamalat Kota Parepare. Berbekal data-data yang ada yaitu data primer yang relevan dengan masalah yang ditemukan.

B. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Penelitian ini dilangsungkan pada Bank Muamalat Cabang Kota Parepare, Jl. Sultan Hasanuddin No.3, Ujung Sabbang, Kec. Ujung, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Lokasi penelitian ini dipilih karena

²⁶ Sugiono, Memahami Penelitian Kualitatif. (Bandung: Alfabeta,2014),h. 3

²⁷ Lexy Moleong, E.K., Metode Penelitian Kualitatif. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), h. 3.

berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, berdasarkan waktu penelitian yaitu dilakukan selama kurang lebih 1 bulan.

C. Jenis dan sumber data

Untuk memperoleh data yang diperlukan sebagai landasan dalam penelitian maka penulis melakukan pengumpulan data dari lapangan dengan menggunakan dua metode yaitu data yang digunakan adalah data yang meliputi bahan-bahan yang bersifat primer dan sekunder.

1. Bahan-bahan yang bersifat primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan responden terpilih melalui pengajuan wawancara tidak terstruktur. Data primer yang penulis gunakan adalah hasil wawancara dengan karyawan sebanyak 4 orang dan kepala cabang Bank Muamalat Kantor cabang Kota Parepare, dan 3 narasumber nasabah Bank Muamalat

2. Bahan-bahan yang bersifat sekunder

Data sekunder yaitu data tambahan berupa informasi yang akan melengkapi data primer yang bersumber dari dokumen, skripsi terdahulu, literatur dan karya tulis lainnya yang sudah diakui keabsahannya

D. Teknik pengumpulan data dan Pengelolaan Data

Data yang terkumpul dalam penelitian ini merupakan pengumpulan prosedur pengelolaan dan analisis data sesuai dengan pendekatan yang dilakukan. Karena

penelitian ini menggunakan metode kualitatif maka metode pengola data dilakukan menggunakan data dalam bentuk kalimat teratur runtun logis dan tidak tumpang tindih serta efektif sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi data dan informasi.

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi apabila jika peneliti ingin melakukan hal-hal dari responden yang lebih mendalam²⁸. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara, dengan menggunakan pedoman wawancara. Pedoman wawancara berfungsi sebagai pengendali agar proses wawancara tidak kehilangan arah. Pada proses wawancara penulis menggunakan pedoman wawancara penulis mengajukan pertanyaan terkait strategi dalam mengoptimalkan Muamalat .

2. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia

²⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2018), h.137.

dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu²⁹.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi, yakni penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Biasanya berupa data statistik, agenda kegiatan, produk keputusan atau kebijakan, sejarah dan hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian, adapun data yang berkaitan dengan data penelitian langsung berupa deskripsi atau gambaran umum lokasi penelitian atau sejarah³⁰. Dalam hal metode dokumentasi penelitian ini, dipergunakan untuk melengkapi data dari hasil wawancara dan hasil pengamatan atau observasi.

E. Teknik Analisis data

Proses analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan menelaah seluruh data yang diperoleh dari berbagai sumber. Kemudian data tersebut dianalisis berdasarkan fakta-fakta yang terjadi di lapangan dan disimpulkan hasil pemecahan masalahnya. Dalam ranah ini, data hasil penelitian dianalisis dengan bauran pemasaran guna mendapatkan hasil penelitian yang menggambarkan strategi pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Hijrahsecara keseluruhan dan mendalam

²⁹ Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Pustakabarupers, 2014) h.32.

³⁰ Mahi M.Hikmat, Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra EdisiPertama,(Yogyakarta:Graha Ilmu,2011), h. 83.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Kualitas Layanan pemasaran KPR di Bank Muamalat

Bank Muamalat didirikan pada tahun 1991 di Indonesia sebagai bank syariah pertama di negara ini. Sebagai bank yang berbasis syariah, Bank Muamalat menawarkan berbagai produk dan layanan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk produk pembiayaan rumah (KPR) yang juga diatur sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam mengadakan KPR, Bank Muamalat mengikuti prinsip-prinsip syariah seperti prinsip bagi hasil (mudharabah) atau prinsip jual-beli (murabahah). Dalam pembiayaan rumah, biasanya bank akan membeli rumah yang diinginkan oleh nasabah dan menjualnya kembali kepada nasabah dengan margin keuntungan yang telah disepakati. Nasabah membayar kembali dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan.

Seiring dengan perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia, Bank Muamalat terus mengembangkan produk dan layanannya, termasuk dalam hal pembiayaan rumah. Mereka terus melakukan inovasi dan penyesuaian agar dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah. Bank Muamalat, sebagai bank berbasis syariah, mengadakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan prinsip-prinsip keuangan syariah.

Akad KPR : Setelah persetujuan diberikan, Bank Muamalat akan mengatur proses akad KPR sesuai dengan prinsip syariah. Ini melibatkan perjanjian antara bank dan nasabah mengenai kepemilikan rumah dan pembayaran yang harus dilakukan.

1. Pencairan Dana : Setelah akad KPR selesai, Bank Muamalat akan mencairkan dana KPR kepada pihak penjual atau developer properti sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat.
2. Pembayaran dan Pelunasan : Nasabah akan mulai melakukan pembayaran angsuran sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dalam akad KPR. Proses ini akan terus berlanjut sampai keseluruhan pinjaman lunas dibayar

Seluruh proses ini dilakukan dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah, yang melibatkan transaksi tanpa riba, transparansi, dan keadilan bagi semua pihak yang terlibat.

Terkait program KPR di bank muamalat cabang kota parepare, program yang ditawarkan oleh Bank Muamalat yaitu ;

“Program KPR di Bank Muamalat dirancang untuk membantu masyarakat memiliki rumah impian mereka dengan prinsip syariah. Kami menawarkan berbagai jenis pembiayaan KPR, baik untuk pembelian rumah baru, rumah bekas, maupun untuk pembangunan rumah di atas tanah yang sudah dimiliki. Kami juga memiliki KPR untuk take-over dari bank lain, Salah satu keunggulan utama KPR di Bank Muamalat adalah penerapan prinsip syariah, yang berarti tidak ada bunga dan seluruh transaksi didasarkan pada akad yang sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, kami menawarkan tenor pembiayaan yang fleksibel hingga 20 tahun, proses persetujuan yang relatif cepat, dan margin keuntungan yang kompetitif.

Kami juga menyediakan asuransi jiwa dan kebakaran untuk melindungi nasabah dan properti mereka.”³¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Muhammad Kemal Mufti Faried kepala cabang Bank Muamalat kota parepare, menurut bapak KPR di Bank Muamalat dirancang untuk membantu masyarakat memiliki rumah impian mereka dengan prinsip syariah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Rezky nur Azizah dan Nurainun Najmah Pegawai Bank Muamlat Kota Parepare terkait persyaratan umum pengajuan KPR di Bank Mualamat :

“Persyaratan umum untuk pengajuan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bisa bervariasi tergantung pada kebijakan dan ketentuan yang diterapkan oleh masing-masing bank atau lembaga keuangan, termasuk Bank Muamalat, Jika ada seseorang yang ingin mengajukan KPR di bank muamalat seperti yang bapak amar katakan tadi mungkin melengkapi berkas-berkas administrasinya secara mneyeluruh, baik itu KTP, KK, dan juga beberapa dokumen-dokumen yang lain. Di Bank Muamalat, kami menggunakan istilah margin keuntungan sebagai pengganti suku bunga. Margin ini biasanya tetap selama masa pembiayaan dan ditentukan berdasarkan kesepakatan antara bank dan nasabah pada awal kontrak. Kisaran margin ini bervariasi tergantung pada profil risiko nasabah, jangka waktu pembiayaan, dan jenis produk KPR yang dipilih. Untuk informasi lebih rinci, nasabah dapat langsung menghubungi cabang terdekat atau melihat di situs resmi Bank Muamalat.”³²

Persyaratan tersebut dapat bervariasi dan bisa menjadi lebih detail tergantung pada kebijakan bank serta karakteristik individu dari aplikasi KPR. Sebaiknya, calon peminjam menghubungi bank atau lembaga keuangan terkait untuk informasi yang lebih spesifik”

Pembiayaan kepemilikan rumah yang memudahkan Anda mewujudkan rumah impian yang InshaAllah lebih berkah, mudah, nyaman dan sesuai syariah.

³¹ Muhammad Kemal Mufti Faried, Kepala Cabang Bank Muamalat , Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare, 10 Januari 2024

³² Rezky nur Azizah dan Nurainun Najmah, Pegawai Bank Muamalat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare, 10 Januari 2024

Selain untuk pembelian rumah, Anda dapat menggunakannya untuk fasilitas take over, renovasi, pembelian barang & kebutuhan konsumtif lainnya dengan mengagunkan rumah. Angsuran pasti dengan persyaratan yang mudah. Terkait pelayanan oleh pihak bank muamalat, menyediakan layanan yang ditawarkan sebagai berikut.

” Tentu, Bank Muamalat menawarkan berbagai produk KPR yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam memiliki rumah. Produk KPR kami mencakup pembiayaan untuk rumah baru, rumah bekas, serta pembiayaan untuk pembangunan rumah. Kami juga menyediakan opsi refinancing untuk nasabah yang ingin melakukan pembiayaan ulang atas rumah yang sudah dimiliki.”³³

Dikota parepare ada beberapa masyakat yang memiliki minat mengambil KPR namun tidak banyak juga masyarakat yang mengambil KPR melalui bank Muamalat tersebut. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Ilham Salim Coustemer Service Bank Muamalat Terkait dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan KPR di Kota Parepare

“Informasi terbaru tentang jumlah masyarakat yang menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank Muamalat mungkin hanya ada beberapa saja Data ini bisa mencakup jumlah aplikasi KPR yang diajukan, jumlah KPR yang disetujui, dan statistik terkait lainnya. Tapi , Bank Muamalat sebagai bank syariah yang memiliki fokus pada produk dan layanan keuangan berbasis syariah, umumnya menawarkan KPR dengan skema yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Jumlah masyarakat yang menggunakan KPR di Bank Muamalat bisa dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk kebijakan suku bunga, kemudahan akses, promosi produk, kondisi pasar properti, dan faktor-faktor ekonomi lainnya. Pertumbuhan sektor perbankan syariah secara umum telah menunjukkan peningkatan, dan semakin banyak masyarakat yang memilih produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, KPR di Bank Muamalat dapat menjadi pilihan yang menarik bagi sebagian masyarakat yang

³³ Abu Ali Farmadi, Pegawai Bank Muamalat , Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare, 10 Januari 2024

ingin memiliki rumah dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam”³⁴.

“Prosedur pengajuan KPR di Bank Muamalat cukup sederhana. Pertama, nasabah perlu mengisi formulir aplikasi dan melengkapi dokumen-dokumen pendukung seperti KTP, slip gaji, dan rekening koran. Setelah itu, kami akan melakukan penilaian kelayakan kredit, termasuk pengecekan riwayat kredit dan analisis kemampuan pembayaran. Jika disetujui, kami akan memberikan penawaran KPR yang mencakup jumlah pinjaman, tenor, dan cicilan bulanan. Cukup banyak masyarakat Parepare yang tertarik dengan KPR syariah karena sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Mereka merasa lebih tenang dan nyaman karena KPR di Bank Muamalat tidak melibatkan riba dan transparan dalam hal biaya dan bunga.”³⁵

“Kami selalu berusaha membantu nasabah yang mengalami kendala dengan memberikan panduan yang jelas tentang persyaratan dokumen dan proses pengajuan. Tim kami siap memberikan konsultasi untuk membantu nasabah mempersiapkan dokumen yang diperlukan. Selain itu, kami juga memberikan solusi alternatif seperti opsi pembiayaan yang lebih sesuai dengan kemampuan nasabah, dan Kami secara rutin melakukan survei kepuasan nasabah dan mendapatkan masukan dari mereka mengenai layanan KPR kami. Masukan tersebut sangat berharga bagi kami untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian layanan. Selain itu, kami juga selalu mengikuti perkembangan pasar dan kebutuhan nasabah untuk memastikan produk KPR yang kami tawarkan tetap kompetitif dan relevan.”³⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, KPR cukup banyak peminat didalamnya dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dapat mengambil KPR dibank muamalat tersebut.

Kendala pemasaran produk KPR yang di alami Bank Muamalat cabang kota parepare yaitu, Pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap bank syariah

³⁴ Ilham Salim, Coustemer Servicece Bank Muamalat , Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare, 10 Januari 2024

³⁵ Rezky nur Azizah B, Pegawai Bank Muamalat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare, 10 Januari 2024

³⁶ Abu Ali Farmadi, Pegawai Bank Muamalat , Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare, 10 Januari 2024

yang dalam hal ini adalah KPR. Dan solusinya yaitu, lebih mengenalkan produk KPR yang berlandaskan kepada prinsip syariah kepada masyarakat luas, dengan cara menggunakan media informasi seperti yang ada pada media cetak, media elektronik, brosur, spanduk- spanduk, dan lain-lain, terkait kendala dari pemasaran produk KPR Syariah yang kedua yaitu, banyaknya pesaing dari bank lain sehingga menjadikan nasabah lebih banyak pilihan.

“Jika ada nasabah yang mengalami kesulitan dalam pembayaran cicilan, kami menyarankan mereka untuk segera menghubungi kami. Kami akan mencoba mencari solusi bersama, seperti restrukturisasi pinjaman atau penyesuaian jadwal pembayaran. Tujuan kami adalah membantu nasabah tetap memiliki rumah mereka tanpa menambah beban keuangan yang terlalu berat. Saya ingin menyampaikan bahwa Bank Muamalat selalu berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dan solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kami berharap masyarakat Parepare dapat memanfaatkan produk KPR kami untuk memiliki rumah impian mereka dengan cara yang halal dan berkah. Jangan ragu untuk datang ke cabang kami dan berkonsultasi dengan tim kami. Kami siap membantu.”³⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Rezky nur Azizah B, menurutnya dalam hal ini solusinya yaitu, Memberikan kemudahan- kemudahan dalam proses kredit, Misalnya dengan persyaratan-persyaratan yang mudah dan biaya yang efektif sehingga pelayanan yang baik dan efisien akan menjadi tonggak bagi sistem Bank Muamalat. Dan solusinya yaitu, lebih mengenalkan produk KPR Syariah yang berlandaskan kepada prinsip syariah kepada masyarakat luas, dengan cara menggunakan media informasi seperti yang ada pada media cetak, media elektronik, brosur, spanduk-spanduk, dll. Pada dasarnya, sistem ekonomi islam telah jelas, yaitu

³⁷ Rezky nur Azizah B, Pegawai Bank Muamalat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare, 10 Januari 2024

melarang mempraktikkan riba serta akumulasi kekayaan hanya pada pihak tertentu secara tidak adil. Secara praktis, bentuk produk dan jasa pelayanan, prinsip-prinsip dasar hubungan antara bank dan nasabah, serta cara-cara berusaha yang halal dalam bank syariah masih sangat perlu disosialisasikan secara luas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Bank Muamalat Nurainun Najmah terkait kendala dalam pemberian pelayanan dalam bank muamalat ini dalam hal layanan KPR Bank muamalat tersebut cabang Kota Parepare :

“Terkait kendala dalam pelayanan, Tingginya volume pengajuan KPR seringkali membuat waktu tunggu untuk proses persetujuan menjadi lebih lama dari yang diharapkan oleh nasabah, dan Banyak nasabah yang kurang lengkap dalam menyerahkan dokumen yang diperlukan sehingga memperlambat proses verifikasi. Selain itu kendala yang di alami pihak bank dalam pemberian KPR kepada nasabah juga mengenai Koordinasi dengan pihak ketiga seperti notaris dan developer seringkali mengalami keterlambatan, yang mengakibatkan penundaan dalam proses pengajuan KPR, Banyak nasabah yang tidak sepenuhnya memahami syarat dan ketentuan KPR, yang menyebabkan banyak pertanyaan dan kebingungan selama proses pengajuan.”³⁸

Terkait upaya pemasaran dari bank muamalat akan menyediakan tawaran untuk membantu nasabah dalam pembiayaan KPR

“Ya, kami memiliki beberapa program khusus seperti subsidi margin untuk nasabah tertentu, serta program KPR dengan pembayaran awal yang lebih ringan. Selain itu, kami juga sering mengadakan promo-promo menarik, seperti diskon biaya administrasi dan appraisal, untuk meringankan beban nasabah.”³⁹

³⁸ Nurainun Najmah, Pegawai Bank Muamalat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare, 10 Januari 2024

³⁹ Muhammad Kemal Mufti Faried, Kepala Cabang Bank Muamalat , Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare, 10 Januari 2024

Hasil wawancara dengan pegawai Bank Muamalat cabang Kota Parepare mengungkap beberapa kendala utama dalam pemberian layanan KPR, seperti tingginya volume pengajuan, kurang lengkapnya dokumen dari nasabah, koordinasi dengan pihak ketiga, gangguan sistem teknologi, dan pemahaman nasabah tentang syarat dan ketentuan.

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, Bank Muamalat telah mengambil berbagai langkah, termasuk menambah jumlah staf, memberikan edukasi yang lebih baik kepada nasabah, meningkatkan kerjasama dengan pihak ketiga, meng-upgrade sistem teknologi, dan memperkenalkan sistem follow-up otomatis. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan KPR di cabang Kota Parepare.

Meskipun demikian, Bank Muamalat juga memiliki keunggulan dalam menyediakan KPR yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang dapat menjadi daya tarik bagi sebagian nasabah yang mencari produk keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak tersebut menurut saya Kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank Muamalat Cabang kota parepare yaitu kendala dari pemasaran produk KPR Syariah di Bank Muamalat Cabang kota parepare yaitu, pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap bank syariah dalam hal ini adalah KPR Syariah dan Banyaknya pesaing dari bank lain sehingga menjadikan nasabah lebih banyak pilihan.

Masyarakat kota parepare dapat mengetahui KPR di Bank Muamalat dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini secara konsisten, Bank Muamalat dapat meningkatkan kualitas layanan KPR mereka dan memperkuat posisinya di pasar perbankan syariah. Masyarakat mengetahui bahwa Bank Muamalat menawarkan Kredit Pemilikan Rumah (KPR), bank perlu melakukan berbagai upaya pemasaran dan komunikasi. Berikut adalah beberapa cara yang bisa dilakukan oleh Bank Muamalat untuk memberitahu masyarakat tentang KPR yang mereka tawarkan:

1. Promosi di Media Massa: Bank Muamalat dapat melakukan promosi KPR melalui iklan di media cetak seperti surat kabar, majalah, dan pamflet. Mereka juga dapat menggunakan media elektronik seperti radio dan televisi untuk menyampaikan informasi tentang produk KPR mereka.
2. Pemasaran Online: Bank Muamalat dapat memanfaatkan kehadiran mereka di platform online untuk mempromosikan KPR. Ini bisa meliputi pembuatan iklan online, kampanye media sosial, dan pengiriman email pemasaran kepada nasabah potensial.
3. Pameran Properti: Bank Muamalat dapat berpartisipasi dalam pameran properti sebagai sponsor atau peserta untuk memperkenalkan produk KPR mereka kepada calon pembeli rumah.
4. Kemitraan dengan Developer Properti: Bank Muamalat dapat menjalin kemitraan dengan developer properti untuk mempromosikan produk KPR mereka kepada calon pembeli rumah yang sedang mencari properti.

5. Website dan Materi Promosi: Bank Muamalat dapat menyediakan informasi lengkap tentang produk KPR mereka di situs web resmi dan materi promosi yang dibagikan di cabang-cabang mereka. Ini termasuk informasi tentang persyaratan, suku bunga, simulasi pembayaran, dan kontak untuk mendapatkan lebih banyak informasi.
6. Seminar dan Workshop: Bank Muamalat dapat menyelenggarakan seminar atau workshop tentang KPR syariah untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang konsep dan manfaat KPR berbasis syariah.
7. Rekomendasi dari Agen Properti: Bank Muamalat dapat bekerja sama dengan agen properti untuk merekomendasikan produk KPR mereka kepada calon pembeli yang mencari pembiayaan.
8. Pemasaran Berbasis Komunitas: Bank Muamalat dapat mengadakan kegiatan pemasaran di tingkat komunitas, seperti menghadiri acara-acara lokal atau menjadi sponsor untuk acara-acara komunitas.

Dengan melakukan berbagai upaya pemasaran yang efektif dan konsisten, Bank Muamalat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang KPR yang mereka tawarkan dan menarik minat calon nasabah potensial.

Berikut Hasil wawancara dengan nasabah Bank Muamalat cabang Kota Parepare Ibu Nurainun Najmah dan Rezky Nur Azizah, terkait pelayanan Bank Muamalat mengurus KPR :

“Sebagai nasabah, pendapat saya terhadap pelayanan Bank Muamalat dalam mengurus Kredit Pemilikan Rumah (KPR) saya akan tergantung pada pengalaman pribadi saya dengan bank tersebut, ada beberapa berkas dan dokumen yang banyak

yang harus disediakan, dalam hal itu saya memerlukan beberapa waktu untuk mengumpulkan berkas-berkas tersebut.”⁴⁰.

Terkait kepengurusan beberapa persiapan jumlah dokumen yang diperlukan untuk pengajuan KPR, nasabah merasa banyak berkas dan dokumen yang harus mereka persiapkan.

“Saya sebagai nasabah bank muamalat, merasa bahwa jumlah dokumen yang diperlukan cukup banyak, tetapi hal ini dipahami sebagai bagian dari prosedur standar perbankan, dan merasa cukup puas dengan kemudahan dalam melakukan pembayaran cicilan, baik melalui cabang bank, ATM, maupun internet banking, dan Pendapat saya terhadap pelayanan Bank Muamalat dalam mengurus KPR saya akan sangat dipengaruhi oleh bagaimana bank tersebut memenuhi atau tidak memenuhi harapan-harapan di atas. Jika bank dapat memberikan pengalaman yang positif dan memenuhi kebutuhan saya sebagai nasabah, saya akan merasa puas dengan layanan yang diberikan”⁴¹.

Hasil wawancara dengan Nasabah Bapak Rezky Nur Azizah yang menjelaskan terkait persiapan atau Jumlah dokumen yang diperlukan, nasabah tersebut merasa sedikit terbebani dengan banyaknya berkas yang harus mereka persiapkan dalam hal memenuhi administrasi tersebut. Nasabah juga menunjukkan bahwa mereka cukup puas dengan kualitas layanan KPR di Bank Muamalat. Kecepatan proses, profesionalisme petugas, dan kemudahan layanan purna jual merupakan faktor utama yang mendapatkan apresiasi dari nasabah. Namun, ada ruang untuk perbaikan dalam hal prosedur dokumentasi dan inovasi layanan digital.

⁴⁰ Rezky Nur Azizah , Nasabah Bank Muamalat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Kota Parepare, 12 Januari 2024

⁴¹ Amiruddin, Nasabah Bank Muamalat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Kota Parepare, 12 Januari 2024

Selanjutnya Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Bapak Amiruddin dari Bank Muamalat dalam mengambil KPR di bank tersebut yaitu :

Adapun beberapa kendala yang didapatkan oleh nasabah tersebut yaitu

“Sebagai nasabah, beberapa kendala yang mungkin saya hadapi dalam kepengurusan pemberian layanan oleh pihak bank termasuk: Kurangnya Ketersediaan Informasi: Salah satu kendala utama yang mungkin saya alami adalah kurangnya ketersediaan informasi yang jelas atau lengkap tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank. Ini dapat menyulitkan saya dalam membuat keputusan yang tepat atau memahami persyaratan yang diperlukan. Proses yang Lambat: Proses yang lambat dalam pengajuan atau pengolahan dokumen bisa menjadi kendala yang mengganggu, terutama jika saya membutuhkan keputusan atau penyelesaian dengan cepat. Hal ini dapat menciptakan ketidaknyamanan dan kekhawatiran terkait dengan penundaan atau ketidakpastian. Ketidakjelasan Persyaratan: Ketidakjelasan atau perubahan dalam persyaratan yang diperlukan untuk pengajuan atau pengelolaan layanan tertentu dapat menyebabkan kebingungan dan frustrasi. Ini dapat mengakibatkan pengulangan proses atau kebutuhan untuk mengumpulkan ulang dokumen-dokumen yang diperlukan. Kesulitan dalam Komunikasi: Kurangnya kemudahan akses atau kesulitan dalam berkomunikasi dengan pihak bank juga bisa menjadi kendala. Misalnya, sulitnya untuk menghubungi layanan pelanggan atau staf bank yang dapat memberikan bantuan atau informasi yang diperlukan. Ketidaksesuaian dengan Prinsip Syariah: Sebagai nasabah yang memilih produk keuangan berbasis syariah, ketidaksesuaian dengan prinsip-prinsip syariah dalam layanan atau produk yang ditawarkan oleh bank dapat menjadi kendala yang signifikan. Ini bisa mencakup masalah seperti kebingungan tentang struktur transaksi syariah atau ketidakcocokan dengan nilai-nilai agama. Ketidakmampuan Menyelesaikan Masalah: Jika saya menghadapi masalah atau kekhawatiran terkait dengan layanan yang diberikan oleh bank, ketidakmampuan bank untuk menyelesaikan masalah dengan cepat atau memenuhi kebutuhan saya sebagai nasabah bisa menjadi kendala yang signifikan. Kurangnya Fleksibilitas: Kurangnya fleksibilitas dalam penawaran produk atau layanan, seperti ketidakmampuan untuk menyesuaikan jadwal pembayaran atau memperoleh persetujuan tambahan, juga bisa menjadi kendala bagi saya sebagai nasabah. Dalam menghadapi kendala-kendala ini, penting bagi pihak bank untuk mendengarkan umpan balik dari nasabah, meningkatkan

transparansi dan komunikasi, serta berupaya untuk memperbaiki proses dan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan nasabah⁴².

“Terkait kendala yang saya alami, dalam proses persetujuan menurut saya dalam hal mengumpulkan semua dokumen yang diperlukan karena beberapa di antaranya memerlukan waktu untuk didapatkan, seperti surat keterangan kerja dan laporan keuangan pribadi, tetapi saya merasa terbantu dengan adanya intervensi dan dukungan dari petugas bank yang proaktif dalam memberikan solusi, menjelaskan informasi secara rinci, dan menawarkan bantuan teknis. Langkah-langkah ini membantu nasabah mengatasi kendala yang mereka hadapi dan meningkatkan pengalaman mereka dalam proses pengajuan KPR di Bank Muamalat.⁴³”

Hasil wawancara dengan Bapak Amiruddin dan Nasruddin menunjukkan bahwa beberapa kendala umum yang dihadapi nasabah dalam proses persetujuan KPR di Bank Muamalat termasuk verifikasi dokumen yang lama, pemahaman syarat dan ketentuan, kendala teknis dalam pembayaran cicilan, dan koordinasi dengan pihak ketiga seperti developer.

Untuk meningkatkan kualitas dalam pemberian layanan Kredit Pemilikan Rumah (KPR), Bank Muamalat dapat menerapkan berbagai strategi. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat digunakan oleh Bank Muamalat:

1. Pendidikan dan Pelatihan Karyawan
2. Teknologi dan Sistem Informasi.
3. Edukasi Nasabah.
4. Transparansi dan Komunikasi

⁴² Rezky Nur Azizah B.Palaloi, Nasabah Bank Muamalat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Kota Parepare, 12 Januari 2024

⁴³ Amiruddin, Nasabah Bank Muamalat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Wawancara di Kota Parepare, 12 Januari 2024

5. Peningkatan Layanan Pelanggan
6. Kualitas Produk
7. Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan

Dalam wawancara yang pernah dilakukan penulis bahwa salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis adalah sebuah pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan customer service harus sesuai dengan standarisasi yang telah ditentukan. Strategi pelayanan yang mendasar yang dilakukan oleh customer service pada Bank Muamalat cabang kota parepare adalah sebagai berikut:

- a. Bersikap ramah Setiap karyawan customer service harus melayani nasabahnya dengan sikap yang ramah agar nasabah tersebut merasakan kenyamanan ketika melakukan aktifitas yang berhubungan dengan perbankan seperti pembukaan rekening baru, konsultasi tentang produk, keluhan dan lain lain. Dan mengawali komunikasi dengan memberikan salam yang hangat kepada nasabah.
- b. Komunikatif Customer service harus memiliki keahlian dalam bidang komunikasi, keahlian tersebut merupakan salah satu keahlian yang harus diperhatikan karena karyawan pada bidang customer service berhadapan langsung oleh nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda beda. Selain itu penting juga diperhatikan gaya komunikasi yang jelas dan terarah agar tidak timbul kesalah pahaman.

- c. Name Tag yang selalu diperlihatkan Pada bagian ini merupakan hal yang kecil namun berdampak cukup besar bagi pelayanan yang diberikan. Tujuan seorang customer service memperlihatkan kartu identitas berupa name tag agar nasabah mengenali karyawan tersebut. Jika suatu saat pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang positif, maka nasabah bisa melaporkan karyawan customer service tersebut untuk mengevaluasi kinerjanya cukup dengan menyebutkan nama dari karyawan itu sendiri.

Diantara ketiga strategi dasar tersebut ada tujuh strategi utama guna meningkatkan pelayanan terhadap nasabah yang dilakukan oleh customer service pada Bank Muamalat cabang kota parepare diantaranya adalah :

1. Competence (Kompetensi) : Setiap karyawan customer service dituntut untuk meningkatkan keahlian sesuai tugas yang berikan dan tuntutan profesi banker.
2. Trusted & Trust (Percaya dan Dipercaya) : Mengembangkan perilaku yang dapat dipercaya oleh nasabah dan percaya kepada nasabah. Segala informasi yang diberikan kepada nasabah harus up to date sehingga nasabah bisa mempercayai untuk melakukan transaksi.
3. Contribution (Kontribusi) : Memberikan kontribusi yang positif berupa pemikiran dan tindakan yang bertujuan untuk mencapai pelayanan yang optimal.

4. Honesty (Kejujuran) : perilaku yang harus ditanamkan oleh semua karyawan perusahaan dan diaplikasikan di dunia pekerjaan. Pada bank syariah mandiri mengharamkan FRAUD atau korupsi yang dilakukan oleh karyawannya.
5. Service Excellent (Pelayanan Prima) : memberikan pelayanan yang terbaik untuk melampaui harapan dari nasabah serta memberikan kepuasan dan mendapatkan penilaian yang baik dari nasabah.
6. Social & Environment Care (Sosial dan peduli pada lingkungan) : memiliki kepedulian yang tulus terhadap lingkungan kerja sehingga menimbulkan kemajuan keseluruhan staff dan sosial
7. Innovation (Perubahan) : Mengembangkan proses, layanan, dan produk untuk melampaui harapan dari nasabah.

Kualitas layanan pemasaran KPR (Kredit Pemilikan Rumah) di Bank Muamalat dapat dinilai berdasarkan beberapa faktor, termasuk:

1. Ketersediaan Informasi: Seberapa mudahnya calon nasabah mendapatkan informasi tentang produk KPR yang ditawarkan oleh Bank Muamalat. Ini mencakup informasi tentang persyaratan, suku bunga, tenor, dan proses pengajuan.
2. Keterbukaan dan Transparansi : Seberapa jelasnya Bank Muamalat dalam menjelaskan kepada calon nasabah tentang semua biaya yang terkait dengan KPR, termasuk biaya administrasi, biaya notaris, dan biaya lainnya yang mungkin timbul

3. Proses Aplikasi yang Mudah: Seberapa cepat dan mudahnya proses pengajuan KPR di Bank Muamalat. Ini termasuk proses pengajuan secara online atau offline, persyaratan dokumen, dan kemudahan dalam mengisi formulir aplikasi.
4. Kemudahan Komunikasi: Kualitas layanan juga mencakup kemudahan dalam berkomunikasi dengan petugas Bank Muamalat, baik melalui telepon, email, atau layanan pesan langsung, untuk mendapatkan bantuan atau informasi tambahan tentang produk KPR.
5. Responsif terhadap Keluhan: Bagaimana Bank Muamalat menangani keluhan atau masalah yang mungkin timbul dari nasabah terkait dengan layanan pemasaran KPR. Respons yang cepat dan solutif dapat meningkatkan persepsi kualitas layanan.
6. Pelayanan dan Kesopanan: Kesopanan dan keramahan petugas bank juga memainkan peran penting dalam pengalaman nasabah. Pelayanan yang ramah dan membantu dapat membuat nasabah merasa dihargai dan nyaman.
7. Kualitas Produk : Kualitas produk KPR yang ditawarkan oleh Bank Muamalat, termasuk fleksibilitas tenor, suku bunga yang kompetitif, dan fitur tambahan seperti fasilitas pelunasan dipercepat atau penjadwalan ulang pembayaran.

Semua faktor ini berkontribusi pada keseluruhan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan pemasaran KPR di Bank Muamalat. Dengan memastikan

bahwa semua aspek ini diurus dengan baik, Bank Muamalat dapat memperkuat reputasinya sebagai penyedia layanan KPR yang berkualitas.

2. Strategi pemasaran KPR yang dikembangkan oleh Bank Muamalat

Bank Muamalat Kota Parepare dapat mengembangkan beragam strategi pemasaran untuk produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berikut beberapa strategi yang diterapkan oleh Bank Muamalat Kota Parepare mereka terapkan:

1. Pemasaran Melalui Media Sosial
2. Kerjasama dengan Developer Properti
3. Kampanye Edukasi KPR
4. Penawaran Promosi dan Diskon
5. Pemasaran Konten Berbasis Web.
6. Program Referral.

Bank Muamalat menjangkau lebih banyak calon nasabah dan memperkuat posisi mereka di Promosi pasar KPR. Salah satu target dari strategi pemasaran KPR yang dikembangkan oleh Bank Muamalat :

Nama: Nasrudin

Usia: 32 tahun

Pekerjaan: Nasrudin adalah seorang profesional muda yang bekerja sebagai manajer di sebuah perusahaan teknologi. Dia memiliki penghasilan yang stabil dan cukup untuk mempertimbangkan untuk membeli rumah.

Status Pernikahan: Nasrudin sudah menikah dan memiliki seorang anak kecil. Dia dan keluarganya tinggal di sebuah apartemen sewa saat ini, tetapi mereka merasa sudah saatnya untuk memiliki rumah sendiri yang lebih luas dan nyaman.

Kebutuhan: Nasrudin menginginkan rumah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah karena dia peduli dengan kepatuhan agama. Dia juga mencari kemudahan dalam proses pembiayaan rumah, serta suku bunga yang kompetitif dan fleksibel.

Sikap terhadap Risiko: Nasrudin cenderung konservatif dan tidak ingin terjebak dalam beban finansial yang berlebihan. Oleh karena itu, dia mencari produk KPR yang memiliki struktur pembayaran yang jelas dan terjangkau.

Media Preferensi: Nasrudin adalah pengguna aktif media sosial, terutama Instagram dan LinkedIn. Dia juga suka mencari informasi melalui situs web dan forum online terpercaya.

Kebutuhan Informasi: Ahmad menginginkan informasi yang jelas dan transparan tentang produk KPR syariah. Dia ingin memahami secara mendalam tentang bagaimana mekanisme pembiayaan syariah bekerja, serta manfaat dan risikonya.

Dengan memahami profil pengguna seperti Ahmad, Bank Muamalat dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik perhatiannya, seperti kampanye media sosial yang informatif, program kemitraan dengan agen properti yang terpercaya, dan kampanye edukasi syariah yang relevan.

Dari hasil wawancara dapat dianalisis bahwa promosi merupakan unsur yang paling efektif dalam meningkatkan jumlah pembiayaan KPR Bank Muamalat

Kota Parepare salah satunya adalah promo milad. Promo milad adalah salah satu bagian promosi yang berupaya untuk mendekatkan diri kepada masyarakat dengan cara bank memberikan potongan harga. Tujuannya diadakan promo milad adalah untuk memperingati milad bank muamalat dan juga untuk menarik perhatian masyarakat melalui potongan harga agar tertarik melakukan transaksi di bank muamalat. Promo-promo milad Bank Muamalat merupakan bagian dari bentuk promosi penjualan. Program promosi penjualan dan periklanan merupakan salah satu strategi pemasaran bank yang diharapkan mampu mendorong masyarakat untuk menggunakan pembiayaan KPR Muamalat Cabang Kota Parepare. Promo milad Bank Muamalat yang diselenggarakan dari tanggal 13 November 2023 sampai 23 November 2023.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kualitas Layanan pemasaran KPR di Bank Muamalat

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi, dan pertukaran atau perpindahan. Kepuasan pelanggan juga merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa dapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting,

kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan yang sebaliknya.

Pada tahun 2018 Bank Muamalat cabang kota Parepare memperoleh nasabah sebanyak 558. Kemudian pada tahun 2019 mengalami perubahan yaitu sebanyak 922 nasabah dengan peningkatan 364. Pada tahun 2020 memperoleh nasabah sebanyak 1.642 dengan peningkatan sebanyak 720 nasabah. Kemudian pada tahun 2021 mengalami perubahan menjadi 3.226 nasabah dengan peningkatan 1.584 nasabah. Jadi, setiap tahunnya di Bank Muamalat cabang kota Parepare mengalami peningkatan jumlah nasabah. Berikut adalah langkah-langkah yang biasanya dilakukan oleh Bank Muamalat dalam menyelenggarakan KPR :

1. Konsultasi dan Persiapan : Calon nasabah dapat menghubungi Bank Muamalat untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang produk KPR yang mereka tawarkan. Ini bisa dilakukan melalui situs web, langsung ke cabang bank, atau melalui layanan pelanggan.
2. Pengajuan : Calon nasabah yang memenuhi persyaratan dapat mengajukan permohonan KPR dengan mengisi formulir aplikasi dan menyertakan dokumen-dokumen yang diperlukan, seperti identitas, dokumen kepemilikan properti, dan dokumen keuangan.
3. Evaluasi Kelayakan : Bank Muamalat akan mengevaluasi kelayakan calon nasabah berdasarkan informasi yang diberikan dalam formulir aplikasi dan

dokumen yang diserahkan. Ini termasuk penilaian terhadap kemampuan pembayaran dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

4. Penawaran : Jika calon nasabah dinyatakan memenuhi persyaratan, Bank Muamalat akan menawarkan paket KPR yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka.
5. Persetujuan : Jika calon nasabah setuju dengan syarat dan ketentuan yang ditawarkan, Bank Muamalat akan memberikan persetujuan untuk pengajuan KPR tersebut.

Untuk meningkatkan kualitas layanan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Bank Muamalat, beberapa langkah yang dapat diambil termasuk:

1. Peningkatan Pendidikan dan Pelatihan: Bank Muamalat dapat memberikan pelatihan yang lebih intensif kepada stafnya tentang produk KPR syariah, prinsip-prinsip keuangan syariah, serta kemampuan komunikasi dan pelayanan pelanggan. Ini akan membantu staf menjadi lebih terampil dalam memberikan informasi yang akurat dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah.
2. Sistem Teknologi yang Canggih: Mengadopsi teknologi terbaru dalam proses pemberian layanan KPR dapat membantu meningkatkan efisiensi, mempercepat waktu respon, dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah. Sistem online dan aplikasi mobile yang user-friendly juga dapat memberikan kemudahan akses bagi nasabah dalam mengelola KPR mereka.

3. Peningkatan Transparansi: Bank Muamalat dapat meningkatkan transparansi dalam proses pemberian layanan KPR, termasuk penyampaian informasi yang jelas tentang persyaratan, biaya, dan risiko yang terkait dengan produk KPR. Ini akan membantu membangun kepercayaan nasabah dan mengurangi ketidakpastian.
4. Peningkatan Edukasi Nasabah: Bank Muamalat dapat meningkatkan program edukasi kepada nasabah tentang produk KPR syariah, prinsip-prinsip keuangan syariah, dan manfaat yang mereka dapatkan. Hal ini dapat dilakukan melalui seminar, workshop, materi edukasi online, dan lain sebagainya.
5. Menggali Umpan Balik Nasabah: Bank Muamalat dapat secara teratur mengumpulkan umpan balik dari nasabah tentang pengalaman mereka dalam menggunakan layanan KPR. Dengan memahami kebutuhan dan harapan nasabah, bank dapat melakukan perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan.
6. Inovasi Produk: Terus mengembangkan dan menghadirkan produk KPR yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar dapat membantu Bank Muamalat mempertahankan daya saingnya dan menarik minat nasabah baru.
7. Peningkatan Layanan Pelanggan: Memberikan layanan pelanggan yang responsif, ramah, dan berorientasi pada solusi dapat membantu menciptakan pengalaman positif bagi nasabah dalam mengajukan dan menggunakan layanan KPR.

Bank Muamalat menerapkan teori ekspektasi-konfirmasi dalam pemasaran KPR dengan Menetapkan ekspektasi yang realistis: Bank Muamalat tidak membuat janji yang berlebihan kepada pelanggan tentang produk KPR dan Memberikan informasi yang lengkap dan akurat: Bank Muamalat memastikan bahwa semua informasi tentang produk KPR tersedia bagi pelanggan, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat. Dalam penelitian sebelumnya sangat jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti penelitian relevan sebelumnya lebih membahas terkait strategi pelayanan dan ketidakpuasan nasabah sedangkan dalam penelitian yang dilakukan peneliti mengenai kualitas layanan pemasaran jadi dalam penelitian tersebut sangatlah jauh berbeda tidak ada kesamaan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil pembahasan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, yang dapat peneliti simpulkan bahwa Kualitas Layanan pemasarannya menurut nasabah cukup baik, Proses pengajuan KPR yang mudah dan lancar, terkait pelayanan Layanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional akan meningkatkan tetapi pihak nasabah mengharapkan staf bank untuk memberikan pelayanan yang baik, menjawab pertanyaan saya dengan jelas, dan memberikan solusi jika ada masalah atau kekhawatiran yang saya hadapi, dan akan lebih baik jika bank muamalat kota parepare t menyediakan proses aplikasi yang sederhana, jelas, dan efisien, serta memberikan bantuan jika diperlukan selama proses tersebut.

2. Strategi pemasaran KPR yang dikembangkan oleh Bank Muamalat

Strategi pemasaran yang dikembangkan oleh Bank Muamalat dengan melakukan aktivitas pemasaran antara lain adalah pemasangan iklan korporat dan promo diskon. Penempatannya dilakukan diberbagai media massa, baik cetak (surat kabar harian dan majalah) maupun elektronik (radio dan televisi). Bank Muamalat juga melakukan penempatan iklan pada media luar ruangan (billboard) yang dianggap cukup efektif dalam proses sosialisasi. Dengan demikian Bank Muamalat cabang kota parepare diharapkan mendapat citra positif dari masyarakat⁴⁴.

Bank Muamalat Cabang Kota Parepare telah membagi pasar menjadi beberapa segmen berdasarkan demografi, psikografi, dan kebutuhan finansial. Segmentasi ini meliputi:

- Demografi: Keluarga muda, pasangan baru menikah, dan individu yang mencari investasi properti.
- Psikografi: Nasabah yang mencari produk KPR sesuai dengan prinsip syariah, serta nasabah yang menginginkan produk dengan kemudahan dan fleksibilitas.
- Kebutuhan Finansial: Nasabah yang membutuhkan pembiayaan untuk pembelian rumah pertama, renovasi, atau investasi properti.

Setelah segmentasi, Bank Muamalat menargetkan segmen pasar yang potensial dengan menawarkan produk KPR yang sesuai dengan kebutuhan spesifik dari

⁴⁴ Devie Rasiantina, "Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah Pada BRI Syariah KCP Metro Lampung Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank", Jurnal Ilmiah FE-UMM, 2 (2018).

masing-masing segmen. Dalam hal ini, penulis telah melakukan penelitian pada bank Muamalat Cabang Kota Parepare dan telah melakukan wawancara kepada karyawan bank Muamalat terkait strategi pemasaran yang dilakukan pada produk pembiayaan KPR yaitu KPR. Strategi pemasaran yang dilakukan memiliki tujuan yang mendasar yaitu untuk menarik minat nasabah agar pembiayaan ini dapat terus bertahan dan meningkat setiap tahunnya. Kaitannya dengan penerapan Teori strategi pemasaran mencakup berbagai konsep dan pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Bank Muamalat cabang Kota Parepare mengembangkan strategi pemasaran yang selaras dengan teori-teori tersebut untuk meningkatkan layanan dan kepuasan nasabah, Strategi pemasaran yang dikembangkan oleh Bank Muamalat cabang Kota Parepare sangat berkaitan dengan teori-teori strategi pemasaran seperti STP, Marketing Mix, SWOT Analysis, dan Relationship Marketing, dengan menerapkan strategi-strategi ini, Bank Muamalat dapat meningkatkan daya saing, memenuhi kebutuhan nasabah, dan membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan pelanggan.

Strategi pemasaran Bank Muamalat didasarkan pada teori utama, termasuk segmentasi pasar, berdasarkan teori strategi pemasaran segmentasi pasar yang menjelaskan bahwa yang dilakukan Bank Muamalat Cabang Kota Parepare produk Pembiayaan KPR Bank Muamalat menggunakan marketing mix atau strategi bauran pemasaran. Bank Muamalat Cabang Kota Parepare. Terdapat dalam penelitian relevan yang peneliti bahas sangatlah jauh berbeda dikarenakan penelitian relevan

yang dibahas yaitu lebih mengarah terkait strategi frontliners dalam mengoptimalkan Bank Muamalat serta kendala dalam penggunaan aplikasi yang diterapkan oleh Muamalat DIN (Digital Islamic Network).

Bank Muamalat cabang Kota Parepare lebih mengedepankan produk kualitas untuk menghasilkan penjualan, pertahankan prinsip kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran yang digunakan Bank Muamalat Cabang Kota Parepare dalam memasarkan produk KPR adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran 4p yang terdiri dari Product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi).

Dari strategi-strategi yang dilakukan Bank Muamalat Cabang Kota Parepare strategi yang paling efektif adalah strategi promosi seperti promo milad. Promo milad adalah salah satu bagian promosi yang berupaya untuk mendekatkan diri kepada masyarakat dengan cara bank memberikan potongan harga. Tujuannya diadakan promo milad adalah untuk memperingati milad bank muamalat dan juga untuk menarik perhatian masyarakat melalui diskon atau potongan harga agar tertarik melakukan transaksi di bank muamalat.

Bank muamalat memanfaatkan milad sebagai moment memperkenalkan produk bank muamalat khususnya KPR dimana masyarakat lebih tertarik melakukan pembiayaan ketika diadakan acara. Karena banyak promo- promo yang ditawarkan oleh bank muamalat sebagai strategi untuk meningkatkan pembiayaan khususnya KPR. Pembiayaan KPR memberikan tawaran promo yaitu angsuran super ringan yakni setara 5% pertahun selama enam tahun pertama. Sebagaimana yang dijelaskan oleh

Bapak Amar bahwa strategi yang paling efektif ya promo milad, karena saat promo milad bank muamalat melakukan potongan harga. Khusus pembiayaan kredit kepemilikan rumah (KPR) ada angsuran super ringan 5% pertahun selama enam tahun pertama.

Sebagai bank yang berorientasi pada prinsip-prinsip syariah, Bank Muamalat mungkin memiliki strategi pemasaran KPR yang disesuaikan dengan nilai-nilai dan kebutuhan pasar yang mereka layani. Beberapa strategi yang mungkin mereka terapkan termasuk:

1. Penekanan pada Keberpihakan Syariah
2. Penawaran Produk yang Kompetitif
3. Pemberitahuan terkait promo-promo KPR
4. Edukasi tentang Produk Syariah

Pelayanan Pelanggan yang Ramah.

Strategi pemasaran KPR yang dikembangkan oleh Bank Muamalat Cabang Kota Parepare mencakup pendekatan STP, marketing mix, SWOT analysis, dan relationship marketing. Bank Muamalat berfokus pada penawaran produk yang sesuai dengan prinsip syariah, menggunakan saluran distribusi yang luas, dan menerapkan strategi promosi yang efektif. Dengan mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang, Bank Muamalat berusaha untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat posisi pasar di Kota Parepare. Strategi pemasaran KPR Bank Muamalat kemungkinan didasarkan pada kombinasi dari faktor-faktor tersebut, dengan tujuan

untuk memperluas pangsa pasar mereka dan memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari solusi kepemilikan rumah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah⁴⁵. Dengan strategi ini, Bank Muamalat berusaha untuk memperluas pangsa pasar mereka, memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari solusi kepemilikan rumah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dan membangun reputasi sebagai penyedia layanan keuangan syariah yang terpercaya.



⁴⁵ Wahyuni Nada Fatmawati, Analisis Strategi Pelayanan Prima Dalam Complain Handling Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah, 2021, h. 5-42

BAB V

PENUTUP

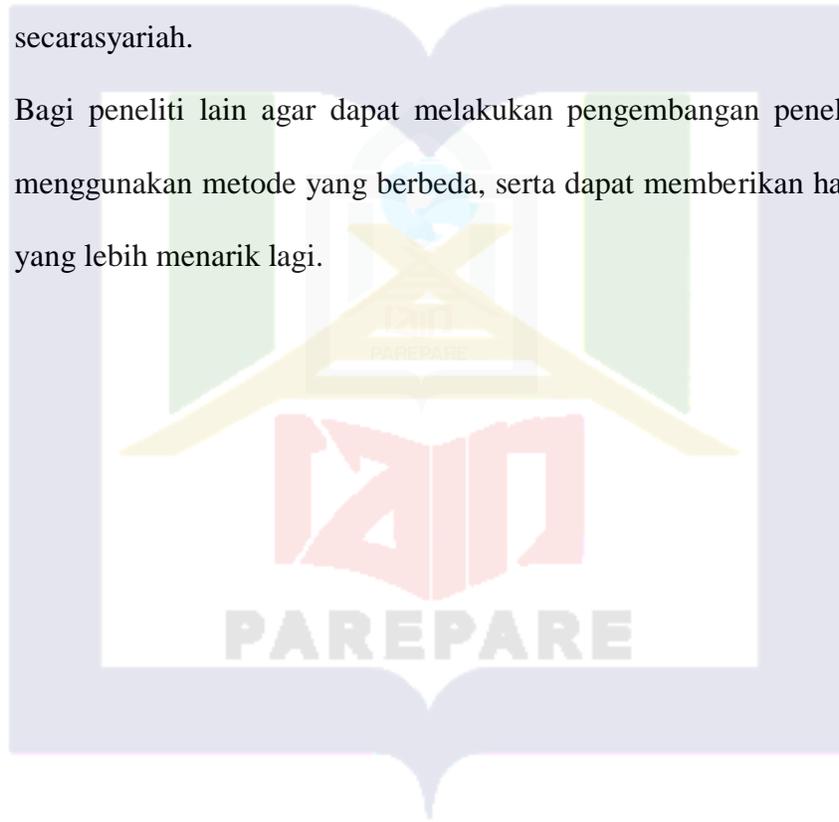
A. KESIMPULAN

1. Kualitas Layanan pemasarannya menurut nasabah cukup baik, Proses pengajuan KPR yang mudah dan lancar, terkait pelayanan Layanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional akan meningkatkan tetapi pihak nasabah mengharapkan staf bank untuk memberikan pelayanan yang baik, menjawab pertanyaan saya dengan jelas, dan memberikan solusi jika ada masalah atau kekhawatiran yang saya hadapi, dan akan lebih baik jika bank muamalat kota parepare t menyediakan proses aplikasi yang sederhana, jelas, dan efisien, serta memberikan bantuan jika diperlukan selama proses tersebut.
2. Strategi yang paling efektif dalam meningkatkan jumlah pembiayaan adalah strategi promosi yaitu unsur promo penjualan yaitu salah satunya promo milad Bank Muamalat, untuk mengembangkan dan memasarkan produk KPR Syariah dengan akad murabahah adalah dengan metode Marketing Mix yang meliputi Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi.

B. SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan, serta hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka selanjutnya dapat diberikan saran-saran sebagai bahan masukan bagi Bank Muamalat cabang kota parepare, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi lembaga diharapkan semakin aktif dalam memasarkan produknya terutama memperbanyak kegiatan promosi kepada masyarakat, penulis menyarankan tidak hanya dalam bentuk brosur namun juga aktif melalui media sosial mengingat zaman sekarang masyarakat selalu menggunakan smartphone untuk mencari informasi karena dianggap lebih mudah, bisa dimana saja dan kapan saja sehingga akan menambah keuntungan bagi perusahaan serta tetap teguh dalam menjalankan kegiatan operasional secara syariah.
2. Bagi peneliti lain agar dapat melakukan pengembangan penelitian dengan menggunakan metode yang berbeda, serta dapat memberikan hasil penelitian yang lebih menarik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Warson Munawir, *Kamus al-Munawir*, Yogyakarta: Pustaka Progesif, 1997
- Riad Ahmad , *Strategi Frontliner Dalam Mengoptimalkan Muamalat DIN (Digital Islamic Network Pada Bank Muamalat Kc Palangka Raya*, Skripsi Sarjana, Palangara Raya:Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2020.
- Al Arif, M. Nur Riyanto, *Dasar-dasar Pemasaran Perbankan Syariah*,Bandung : Alfabeta, 2010
- Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah Implementasi Teori dan Praktik*, Surabaya: CV Penerbit Qiara Media, 2019
- A. Karim, Adiwarman. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo, 2013
- Bloom, Nicholas, dan John Van Reenen, “Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia,” *NBER Working Papers*, November 1991, 2013, 89
- Dr. Tedi Priatna, M. AG, “Scanned by CamScanner عرازمك,” *A psicanalise dos contos de fadas. Tradução Arlene Caetano*, 2015, 48
- Devie Rasriantina, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Rumah Pada BRI Syariah KCP Metro Lampung Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank”, *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 2 (2018).
- Fatmasari, Nabila, “Analisis Sistem Pembiayaan KPR Bank Konvensional dan Pembiayaan KPRS Bank Syariah (Studi Kasus Bank BTN dengan Bank Muamalat),” *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 1.3 (2013), 1–25
- Husni Muharram Ritonga Dkk, *Manajemen Pemasaran*. Medan: CV.Manhaji, 2018
- H. Muhammad Yusuf Saleh Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV. Sah Media, 2019
- Josep P. Guiltinan, dkk, *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*, Jakarta:PT. Gelora Aksara Pratama, 1990
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kertajaya, Hermawan dan Sula, M. Syakir, *Syariah Marketing*,Bandung : Mizan, 2006
- Lexy Moleong, E.K., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002
- Lajnah Pentashih Al-Qur’an Kementerian Agama RI., *Al-Qur’an dan Terjemahannya* Jakarta : Insan Media, 2009
- Mahi M.Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra Edisi Pertama*,Yogyakarta:Graha Ilmu,2011
- Muhammad Yusuf dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV Sah Media, 2019

Nasruddin, Nasabah Bank Muamalat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan,
Wawancara di Kota Parepare, 12 Januari 2024



LAMPIRAN-LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-22/In.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2024

03 Januari 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : ALVA REZA NAJAMUDDIN
Tempat/Tgl. Lahir : MAKASSAR, 06 Pebruari 2000
NIM : 18.2300.118
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Semester : XI (Sebelas)
Alamat : JALAN LASINRANG, KELURAHAN LAKESSI, KECAMATAN SOREANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN KPR DI BANK MUAMALAT KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

1 dari 2



SRN IP0000019

**PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpisp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 19/IP/DPM-PTSP/1/2024

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **ALVA REZA NAJAMUDDIN**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **PERBANKAN SYARIAH**

ALAMAT : **JL. LASINRANG PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN KPR DI BANK MUAMALAT KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **BANK MUAMALAT KCP PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **08 Januari 2024 s.d 03 Pebruari 2024**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **07 Januari 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM

Pembina Tk. 1 (IV/b)

NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Parepare, 16 Januari 2024

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Amiin.

Manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Parepare, menyatakan bahwa:

Nama	: Alvarez Najamuddin
Nim	: 18.2300.118
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Pekerjaan	: Mahasiswa IAIN Parepare
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah

Benar telah melakukan kegiatan Penelitian dengan judul “ **Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Kualitas layanan KPR di Bank Muamalat Kota Parepare** “ di kantor kami PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Parepare sejak tanggal 18 Desember 2023 sampai 16 Januari 2024.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

**PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.
CAPEM PAREPARE**



Bank Muamalat
CABANG
Abu Ali Farmadi
Relationship Manager

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Amar
UMUR : 43 tahun
JENIS KELAMIN : Laki-laki
ALAMAT : soreang
PEKERJAAN : Wiraswasta

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **ALVAREZA NAJAMUDDIN** yang telah melakukan penelitian yang terkait dengan " **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN KPR DI BANK MUAMALAT KOTA PAREPARE** ".

Berdasarkan Surat Keterangan Ini Diberikan Untuk Digunakan Sebagaimana Mestinya.

Parepare, ^{06 Januari}..... 2024

Yang bersangkutan

(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Nasruddin
UMUR : 32 Tahun
JENIS KELAMIN : Laki- Laki
ALAMAT : Parepare
PEKERJAAN : Manajer

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara ALVAREZA NAJAMUDDIN yang telah melakukan penelitian yang terkait dengan " STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN KPR DI BANK MUAMALAT KOTA PAREPARE ".

Berdasarkan Surat Keterangan Ini Diberikan Untuk Digunakan Sebagaimana Mestinya.

Parepare, 03 Januari 2024

Yang bersangkutan

()

PAREPARE

DOKUMENTASI WAWANCARA







NAMA MAHASISWA : Alvareza Najamuddin
 NIM : 18.2300.118
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : PERBANKAN SYARIAH
 JUDUL : STRATEGI PEMASARAN DALAM
 MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN KPR
 DI BANK MUAMALAT KOTA PAREPARE

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara dengan pegawai bank Muamalat :

1. Bagaimana tahap atau persyaratan umum pengajuan berkas KPR di Bank Muamalat Kota Parepare?
2. Apakah peminat KPR di Bank muamalat sangat banyak ?
3. Adakah kendala yang di alami pada saat proses pemasaran KPR di Bank Muamalat ?
4. Kendala seperti apakah yang di Alami Pihak Bank Muamalat ?
5. Apakah ada program khusus yang ditawarkan Bank Muamalat untuk membantu nasabah yang kesulitan dalam pembiayaan KPR?

Nama Pegawai Bank Muamalat Cabang Kota Parepare :

1. Muhammad Kemal Mufti Faried (Kepala Cabang Bank Muamalat Kota Parepare)
2. Rezky nur Azizah B. palaloi

3. Nurainun Najmah
4. Abu Ali Farmadi
5. Ilham salim

Wawancara dengan Nasabah Bank Muamlat :

1. Menurut pendapat Bapak/Ibu Bagaimanakah pelayanan yang diberikan pihak Bank Muamalat terkait penawaran KPR nya ?
2. Apakah ada kendala yang anda dapatkan pada saat kepengurusan KPR di Bank Muamalat ?
3. Bagaimana pendapat Anda tentang jumlah dokumen yang diperlukan untuk pengajuan KPR? Apakah Anda merasa terbebani?
4. Apakah ada kendala atau kesulitan yang Anda hadapi selama proses persetujuan? Jika ada, bagaimana Bank Muamalat membantu Anda mengatasinya?

Nama Narasumber Nasabah Bank Muamalat cabang Kota Parepare :

1. Amriani Ilyas
2. Nasruddin
3. Amiruddin

BIODATA PENULIS



Alvareza Najamuddin lahir di Makassar pada tanggal 06 Februari 2000. Penulis merupakan anak ke empat pasangan Najamuddin dan Alm. Ratnawati Abdullah Penulis memulai pendidikan di SDN 34 Parepare Pada Tahun 2006 kemudian melanjutkan di SMPN 2 Parepare pada tahun 2012, setelah lulus SMP penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Parepare dengan jurusan IPS pada tahun 2015. Penulis melanjutkan Program Strata Satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah. Penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kecamatan Alla Desa Pana Kabupaten Enrekang dan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Bank BNI Cabang Parepare. Saat ini penulis telah menyelesaikan studi Program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah pada tahun 2024 dengan Judul Skripsi Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Kualitas Layanan KPR di Bank Muamalat Kota Parepare.