

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam bisnis perbankan perusahaan dituntut untuk tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan yang baik akan tetapi juga perlu memperhatikan peningkatan pada jumlah nasabah. Jumlah nasabah yang mengalami peningkatan akan berpengaruh pada perkembangan bisnis perbankan karena peningkatan jumlah nasabah akan meningkatkan pula pendapatan perusahaan dan kebutuhan akan jasa perbankan sebagai sarana penunjang perumahan di masyarakat.

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang mana berlandaskan sistem ekonomi Islam, dan dalam melakukan transaksi perbankan tersebut, mengacu pada prinsip *Profit Loss Sharing* (Pembagian keuntungan dan kerugian). Di Indonesia, sedangkan bank syariah sendiri sudah mulai berkembang dengan pesat, apalagi saat bank syariah terbukti tidak terpengaruh dampak krisis ekonomi. Selain itu, penduduk di Indonesia mayoritas penganut agama Islam dan hal ini juga merupakan salah satu faktor kemajuan bank syariah di Indonesia, karena memang beberapa dari mereka pun sudah tidak menggunakan fasilitas kredit bank konvensional yang berlandaskan sistem bunga dan beralih ke sistem syariah.

Perkembangan bank syariah ini diawali dengan terbitnya undang-undang perbankan No. 10 tahun 1998, yang berisi tentang terbaginya industri perbankan di Indonesia menjadi 2 (dua), yaitu bank yang berlandaskan sistem bunga atau bank konvensional, dan yang kedua adalah bank yang berlandaskan sistem bagi hasil atau bank syariah. Perkembangan bank syariah tersebut juga tampak dari adanya beberapa bank yang melakukan konversi dari sistem konvensional menjadi sistem syariah. Ada juga bank konvensional yang mendirikan cabang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dari produk yang ditawarkan pun, bank syariah harus memiliki produk yang sesuai dengan syariat Islam.

Secara bahasa, KPR merupakan kredit kepemilikan rumah. Sedangkan secara istilah, KPR merupakan kredit jangka panjang yang diberikan oleh lembaga keuangan

kepada debiturnya untuk mendirikan atau memiliki rumah di atas sebuah lahan dengan jaminan sertifikat kepemilikan atas rumah dan lahan itu sendiri.

Produk pembiayaan KPR yang digunakan dalam perbankan syariah memiliki berbagai macam perbedaan dengan KPR di perbankan konvensional. Hal ini merupakan implikasi dari perbedaan prinsip yang diterapkan perbankan syariah dan perbankan konvensional, yaitu konsep bagi hasil dan kerugian (*profit and loss sharing*) sebagai pengganti sistem bunga perbankan konvensional. Dalam produk pembiayaan kepemilikan rumah ini, terdapat beberapa perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional, diantaranya adalah pemberlakuan sistem kredit dan sistem *mark up* (Peningkatan Harga), kebolehan dan ketidakbolehan tawar-menawar antara nasabah dengan Bank, prosedur pembiayaan dan lain sebagainya.

Berbicara perihal masalah KPR, sudah pasti tidak bisa lepas dari peran Bank Tabungan Negara (BTN). Bank milik pemerintah ini memang sudah lama memfokuskan layanan jasa dan produknya kepada masyarakat dalam pemberian KPR, juga membuka layanan yang sama pada BTN Syariah dengan produk unggulannya yaitu produk KPR Syariah.

Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah) KCPS Ruko Kalimas Bekasi Timur menawarkan berbagai macam produk, salah satunya produk KPR BTN iB. Bank milik pemerintah ini mempunyai layanan kredit KPR BTN iB, yang memiliki fasilitas kredit dalam rangka nasabah membeli rumah dengan cara diangsur atau dengan cara dicicil dalam jangka waktu tertentu.

Dalam perkembangannya terlihat data nasabah bank tabungan negara syariah kantor cabang syariah kalimas sebagai berikut

**Tabel 1.1. Data Jumlah Nasabah KPR periode 2019-2022**

<b>NO.</b>	<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH UNIT</b>
1	2019	2.122
2	2020	1.074
3	2021	315
4	2022	300

Sumber : Bank Tabungan Negara Kcps Kalimas dan Situs Resmi BTN, data tidak dipublikasikan.

Dari data diatas menunjukkan bahwa mulai tahun 2019 – 2022 BTN syariah telah berhasil menyalurkan produk KPR BTN iB melalui pemasaran secara baik. Meskipun sebagai penyalur KPR Bersubsidi terbesar di Indonesia, BTN Syariah juga pernah mengalami penurunan dalam mendistribusikan produk KPR BTN Syariah.

Untuk meningkatkan minat dan pengetahuan masyarakat mengenai pembiayaan KPR maka bank perlu melakukan beberapa cara antara lain, mengencarkan iklan maupun promosi terhadap masyarakat, memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing, menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan bagi nasabah, memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah mengenai pembiayaan KPR di BTN Syariah KCPS Kalimas.

**Tabel 2.1. Data Biaya Promosi periode 2019-2022**

<b>No.</b>	<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH (Dalam Jutaan Rupiah )</b>
1.	2019	455.318.000
2.	2020	268.326.000
3.	2021	340.301.000
4.	2022	469.580.000

Sumber : btn.co.id

Pada tabel biaya promosi dan jumlah nasabah KPR pada BTN kcps ruko kalimas 4 tahun terakhir : tahun 2019 BTN kcps kalimas mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp. 455.318.000 dan mendapatkan nasabah KPR sebanyak 2.122 nasabah, tahun 2020 BTN kcps ruko kalimas mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp. 268.326.000 dan mendapatkan nasabah KPR sebanyak 1.074 nasabah, tahun 2021 BTN kcps ruko kalimas mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp.340.301.000 dan mendapatkan nasabah KPR sebanyak 315 nasabah dan tahun 2022 BTN kcps ruko kalimas mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp.469.580.000 dan mendapatkan nasabah KPR sebanyak 300 nasabah. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya promosi mengalami peningkatan yang signifikan pada 4 periode, akan tetapi pada jumlah nasabah KPR mengalami penurunan signifikan dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah maka dalam menyusun laporan Tugas akhir ini penulis mengambil judul **“PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH KPR PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) KCPS KALIMAS”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh, penulis sebagai berikut :

1. Adanya Pandemi Covid-19 yang mengakibatkan pembatasan mobilitas masyarakat sehingga minat masyarakat dalam membeli rumah menurun.
2. Banyaknya Program diskon yang diberikan oleh pihak Bank BTN namun informasi program tidak sampai ke calon nasabah KPR
3. Banyak Bank lain (pesaing) yang membuat program sejenis dan lebih menarik.
4. Banyaknya calon nasabah KPR yang terkendala pada masalah Bi- *Checking* atau data pribadi.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian yang dilakukan lebih terfokus maka perlu adanya pembatasan masalah. Dimana penelitian ini hanya berfokus di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) KCPS Kalimas dan variabel penelitian ini hanya dibatasi pada biaya Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) KCPS Kalimas. sampel ini hanya dibatasi untuk nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) KCPS Kalimas.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Dalam latar belakang permasalahan ini, maka rumusan masalah penelitian dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk promosi yang diterapkan pada Bank BTN KCPS Kalimas
2. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) KCPS Kalimas.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah KPR pada Bank Tabungan Negara (Persero) KCPS Kalimas.
2. Untuk mengetahui dan analisis faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) KCPS Kalimas.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis  
penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai ilmu perbankan syariah dan sebagai pengetahuan bagi semua pihak yang ingin memahami dan mendalami ilmu seputar ilmu ekonomi syariah. Dan khususnya pada bidang Manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan Manajemen pemasaran.
2. Bagi Akademik  
Diharapkan dapat menambah informasi dan sebagai bahan perbandingan serta penyempurnaan bagi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti lain dengan tema yang terkait.
3. Bagi BTN Kcps Kalimas  
Membantu untuk lebih mengembangkan usaha dan bisnis perbankan syariah dan untuk mendorong masyarakat agar lebih tertarik kepada bank syariah dalam KPR di BTN KCPS Kalimas.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan mejadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III : METODOLGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang bebagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.