ANALISIS IMPLEMENTASI PEMASARAN DAN PENETAPAN MARGIN KEUNTUNGAN PADA PEMBIAYAAN *MURABAHAH* KPR SYARIAH (STUDI PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP AHMAD YANI 1 PRINGSEWU LAMPUNG)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

M.Akbar Nur Fajar

NPM : 1851020132

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag

Pembimbing II : Anas Malik M. E. Sy

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1443H/2022

ANALISIS IMPLEMENTASI PEMASARAN DAN PENETAPAN MARGIN KEUNTUNGAN PADA PEMBIAYAAN *MURABAHAH* KPR SYARIAH (STUDI PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP AHMAD YANI 1 PRINGSEWU LAMPUNG)

Skripsi
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

M. Akbar Nur Fajar
NPM. 1851020132
Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag

Pembimbing II : Anas Malik M. E. Sy

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443H/2022

BAB I
PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum pembahasan lebih lanjut tentang skripsi ini terlebih dahulu penulis akan menjelaskan pengertian judul. Karena judul merupakan kerangka didalam sebuah penelitian ilmiah. Hal ini bertujuan untuk menghindari penafsiran yang berada dikalangan pembaca. Oleh sebab itu yang terkandung dalam skripsi ini yang berjudul **" Analisis Implementasi Pemasaran Dan Penetapan Margin Keuntungan Pada Pembiayaan *Murabahah* KPR Syariah(Studi Pada PT. Bank Syariah Indnesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung)".** Untuk itu perlunya penguraian istilah-istilah tersebut sebagai berikut :

1. **Analisis**

   Suatu kegiatan dalam upaya mencari informasi atau data seperti : wawancara, observasi, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang apa yang ingin diteliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain.[2]

2. **Implementasi**

   Peneraan atau pelaksanaan kegiataan yang terencana dalam upaya mencapai suatu tujuan atau sasaran yang telah ditentukan[3]

3. **Pemasaran**

   Kegiataan tahap-tahap aktivitas perencanaan dalam mempromosikan barang atau jasa yang telah

---

[2] Hamzah Ahmad and Nanda Santoso, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia* (Surabaya: Fajar Mulya, 1996), 73.

[3] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pisah Bahasa,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), 352.

dihasilkan dengan mempengaruhi atau menawarkan kepada konsumen sehingga konsumen memilih barang dan jasa yang telah ditawarkan..[4]

4. **Penetapan**

   Proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan pokoknya.[5]

5. **Margin Keuntungan**

   Penetapan margin keuntungan adalah proses menentukan harga jual dengan jumlah tertentu dengan mempertimbangkan keuntungan yang akan diambil dari harga jual suatu produk atau jasa[6]

6. **Pembiayaan**

   Pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.[7]

7. ***Murabahah***

   Murabahah adalah transaksi jual beli suatu barang sebsar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakti oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.[8]

---

[4] Wanawir Satriadi, Eka Hendrayani, and Leonita Siwiyanti, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021), 69.

[5] Peter Salim, Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern English Press, 2002), 54.

[6] Sutan Remi Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya* (Jakarta: Kencana, 2014), 88.

[7] Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, Islamic Banking (Sistem Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadapi Krisis Namun Solusi dalam Menghadapi Berbagai Persoalan Perbankan dan Ekonomi Global), (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 687,

[8] Muhammad, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Lainnya* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2020), 426.

8. KPR Syariah

KPR Syariah adalah produk pembiayaan yang memberikan kemudahan atau alternative bagi nasabah yang ingin memiliki hunian. Dengan pembayaran secara angsuran atau cicilan dan jumlah angsuran serta margin keuntungan yang telah ditetapkan dari awal sehingga tidak adanya penambahan bunga karna nangsuran serta margin sudah diberitahu antara nasabah dan bank sejak dari awal. Dengan itu nasabah tidak perlu khawatir semisalnya ditengah jalan adanya penaikan harga atau penambahan tidak sesuai kontrak yang telah disetujui sejak awal.[9]

Berdasarkan pengertian dari istilah yang telah di uraikan maka dapat disimpulkan sebuah kejelasan terkait judul skripsi ini, yaitu pada pemasaran yang dilakukan oleh bank Syariah selaku pihak yang mengeluarkan produk KPR syariah dapat membantu generasi-generasi yang ingin memiliki rumah atau hunian dengan penetapan margin keuntungan yang sesuai sehingga masyarakat yang ingin mempunyai rumah dapat memiliki rumah dengan cara yang mudah. Dari istilah pengertian diatas diatas juga maka judul skripsi ini untuk membahas dan menganalisis secara lebih mendalam dan tertuju mengenai Analisis Implementasi Pemasaran Dan Penetapan Margin Keuntungan Pada Pembiayaan *Murabahah* KPR Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung).

---

[9] Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah : Konsep Dan Praktek Di Beberapa Negara* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 78.

B. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan adalah badan yang melakukan kegiatn-kegiatan dibidang keuangan dalam transaksi menyimpan dana masyarakat dan menyalurkan dana untuk masyarakat. Sebagai lembaga keuangan, bank mempunyai usaha pokok berupa penghimpun dana dari masyarakat untuk kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk simpanan atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang bagi masyarakat yang membutuhkannya. Berdasarkan prinsipnya jenis bank di Indonesia dibagi menjadi dua yaitu : bank konvensional dan bank syariah.[10]

Salah satu kegiataan ekonomi islam di Indonesia maupun dunia adalah bank Syariah adalah Lembaga keuangan Syariah yang berlandaskan Al-quran dan hadist dengan prinsip Syariah memiliki kegiataan menyimpan dan menyalurkan pembiayaan untuk membantu mobilitas aliran dana agar meningkatnya perekonomian masyarakat. Bank Syariah juuga telah diatur oleh pemerintah yang dicantumkan pada undang-undang no 21 tahun 2008, tidak hanya undang-undang bank syraiah juga diatur oleh MUI yang dicantumkan dalam fatwa 111/DSN-MUI/2017.[11]Implementasi atas aturan POJK Nomor. 11.POJK.03/2022 pada perbank Syariah yaitu meberikan kemudahan dalam bentuk pelayanan serta

---

[10] Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), 42.

[11] Abdul Hadi, *Hukum Perbankan Syariah Akad-Akad Dan Dasar Hukumnya* (Malang: Setara Press, 2018), 89.

memberikan keringan margin dengan waktu dan syarat sesuai dengan sector perekonomian, kriteria dan kondisi nasabah dengan berpedoman pada POJK[12]

Bank syariah disambut suka cita oleh kalangan umat Islam, dukungan itu dibuktikan dengan hadirnya lembaga keuangan syariah baik yang berbentuk bank maupun non-bank. Mulai saat itu, meningkatnya kebutuhan masyarakat dengan adanya sistem bank yang menggunakan prinsip syariah mendapat sambutan baik oleh pemerintah dengan diterbitkannya UU No. 7 tahun 1992 mengenai perbankan yang menetapkan bahwa bank di Indonesia harus menggunakan dua banking sistem yaitu bank konvensional dan bank syariah. Selanjutnya dirubah menjadi UU No. 10 tahun 1998 utuk memberikan ketetapan hukum yang jelas bagi oprasional bank syariah nasional. Dari masalah tersebut yang akhirnya melatarbelakangi munculnya UU No. 21 tahun 2008 mengenai bank syariah, diubah dari UU No. 8 tahun 1998 yang masih kurang dalam memenuhi karakteristik oprasional karena disisi lain peningkatan usaha bank syariah yang semakin meningkat.[13]

Pada saat ini seiring dengan perkembangan jaman dan perkembangan teknologi serta peningkatan taraf hidup masyarakat dan juga semakin bertambah pula kebutuhan hidup manusia, terutama dalam memenuhi kebutuhan akan tempat tinggal sebagai kebutuhan papan. Maka dari itu, tidak heran jika memiliki rumah

---

[12] Anas Malik, Dela Zefa and Ani Nurul Imtihanah, "Dampak Covid 19 Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia Analisis Pendekatan Syariah Maqasid Indeks (SMI)," 2020, 110–18.

[13] Redaksi Sinar Grafika, *Undang-Undang Perbankan Syariah 2008* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 5.

merupakan impian semua orang. Rumah merupakan kebutuhan papan manusia yang harus dipenuhi, peraturan tentang rumah tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1992 bahwa Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.[14]

Masyarakat usia produktif terutama masyarakat milenial berkontribusi cukup besar pergerakan perekonomian. Jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 270,20 juta jiwa, sementara populasi generasi milenial yaitu generasi yang lahir 1980- 2000 mencapai 25,87% dari total jumlah menjadi target pasar pada suatu produk karena daya beli yang tinggi. Bagi Sebagian besar masyarakat milenial ataupun masyarakat keseluruhan di Indonesia rumah merupakan pencerminan kepribadian seseorang. Permaslahan hunian ini menjadi isu utama yang selalu menjadi perhatian seiring dengan peningkatan dan pertumbuhan penduduk serta tuntutan ekonomi sosial yang makin lama makin berkembang.[15] Generasi milenial masih memiliki keinginan dan niat untuk memiliki rumah. Generasi milenial mulai sadar bahwa kemampuan untuk membeli rumah sangatlah terbatas sehingga banyak dari generasi milenial membeli rumah menggunkan mekanisme pembelian kredit (50,2%) dibandingkan tunai (49,8%).[16]

---

[14] Fitrian B, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* Kredit Pemilikian Rumah (KPR) Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Sungkono)," *Jurnal Ilmiah* 10, no. 2 (2017): 1–94.

[15] M. Heykal, "Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah Pada Bank Syariah Di Indonesia: Studi Pendahuluan," *Binus Business Review* 5, no. 2 (2014): 519.

[16] Dickerson A.M, "Milennials, Affordable Housing, And The Future Of Homeownership," *Jurnal Of Affordable Housing*, no. 3 (2016): 435–465.

Di sisi lain, dengan potensi yang besar tersebut untuk mampu membeli hunian atau rumah sendiri bukanlah suatu hal yang mudah dikarenakan ketidak seimbangan antara kenaikan pendapatan dengan harga hunian yang diinginkan. Generasi milenial juga sering dihadapkan dengan biaya hidup yang lebih tinggi dari pada generasi-generasi sebelumnya, kontrak kerja dengan gaji yang rendah serta seringnya memiliki hutang membuat kesulitan generasi milenial untuk mendapatkan hunian. Harga rumah dan hunian yang semakin mahal menjadikan masyarakat kurang memprioritaskan untuk memiliki hunian sendiri dan dengan harga hurnian yang mahal masayarakat milenial mengalami kendala dan kesusahan untuk mendapakan huniannya pribadi, sehingga lebih memilih tinggal bersama orang tua ataupun menyewa rumah.[17]

Disini pemasaran menjadi suatu aspek yang sangat penting dalam memasarkan suatu produk perbankan Syariah yang bisa dikatakan sebagai suatu proses yang teru menrus. Sehingga pemasaran yang tepat dan efektif akan menghasilkan keberhasilan produk himpunan dan penyaluran dana yang mana berpotensial menjadikan nasabah yang loyal pada nasabah,

Salah satu solusi dari permasalahan bagi masyarakat dan generasi milenial yang ingin memiliki hunian sendiri adalah dengan cara mengangsur atau menyewa rumah. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh banyak lembaga pembiayaan dan perbankan untuk menawarkan produk konsumtif yang banyak dikenal

---

[17] Hoolachan J and Mckee K, "Inter-Generational Haousing Inequalities: ' Baby Boomers' Versus The Millenials," *Urban Studies*, no. 1 (2019): 210–225, https://doi.org/10.1177/0042098018775363.

dengan Pembiayaan Kepemilikan Rumah Syariah (KRS) bagi Perbankan Syariah.

Segmen milenial merupakan generasi yang sangat potensial bagi perbankan syariah. Sehingga produk dan layanan mengikuti kebutuhan generasi milenial yang berkembang dengan cepat,mobile dan terus berubah. Bank Syariah Indonesia merupakan Lembaga keuangan yang berjalan dibidang jasa perbankan yang telah menyediakan banyak produk, layanan dan fasilitas untuk memberikan kemudahan nasabah dalam pelayanan transaksi dan jasa. Beberapa layanan yang berapa di Bank Indonesia Syariah(BSI) diantaranya ada layanan kredit kepemilikan rumah berbasis Syariah adalah satu diantara pilihan bagi generasi milenial yang ingin memiliki hunian.

Produk KPR syariah Bank Syariah Indonesia selaku bank Syariah yang memberikan produk KPR syariah untuk menarik dan memberikan pemahaman secara umum kepada nasabah milenial agar tertarik akan produk KPR syariah, maka bank Syariah menggunakan pemsaran dengan 7 unsur yang terdapat pada bauran pemasaran atau marketingmix yakti strategi produk,strategi harga,strategi distribusi dan strategi promosi selain itu startegi digital marketing, startegi mounth to mounth, strategi relationship juga digunakan dimana generasi muda dapat lebih mudah mengakses produk KPR syariah.

Sebagaimana Lembaga perbankan Syariah BSI KCP Ahmad Yani Pringsewu Lampung menawarkan produk penghimpunan dan penyaluran dana dari nasabah ke nasabah dengan menggunakan prinsip Syariah dengan sesuai syariat agama islam. BSI KCP Ahmad Yani 1

Lampung merupakan kantor cabang pembantu BSI Lampung yang terletak di JL. Ahmad Yani No 2, Kelurahan Pringsewu Timur, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu. Kantor BSI Ahmad Yani 1 berada dilokasi yang strategis dimana lokasi kantorberada dijalan utama kota, berdekatan dengan petokoan, pusat perbelanjaan, dan juga dekat dengan perumahan warga, sehingga mudah dijangkau nasabah atau pun calon nasabah.

Dengan adanya pembiayaan KPRS menjadi salah satu solusi yang merupakan produk pembiayaan bank syariah untuk dapat memiliki rumah. Pada pembiayaan KPRS angsuran serta penetepan keuntungan ditetapkan secara bersama-sama antara pihak bank dan nasabah. Sehingga bank-bank yang berada diindonesia berlomba-lomba untuk mendorong generasi milenial agar memiliki rumah.[18]

Produk KPR Syariah yang diberikan Bank BSI kepada nasabah ataupun nasabah menggunakan akad musyarakah mutanaqisoh dan *Murabahah*. Akad pembiayaan yang banyak digunakan dalam bank syariah ialah *Murabahah*. *Murabahah* merupakan sistem jual beli untuk barang dan jasa dengan kesepakatan keuntungan dan jangka waktu tertentu. Dalam akad *Murabahah*, Bank Syariah bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli, dengan harga jual dari bank di tambah keuntungan dalam persentase tertentu bagi Bank Syariah sesuai dengan kesepakatan. Pembayaran bisa dilakukan

[18] Qarizah and Prabowo S, "Pengaruh Pemasaran Teradap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2019): 149–61.

dengan cara cicilan tetap yang besarnya sesuai kesepakatan sampai dengan pelunasan.[19]

Tabel 1.1

Nasabah Murbahah Kpr Syariah

No	Akad	2021	2022		Tahun	Jumlah Nasbah	Total Pembiayaan
1	*Murabahah*	248	300	**Kpr Syariah**	2021	5	Rp.1.550.000.000
2	Musyarakah	12	24		2022	6	Rp.2.790.000.000
3	Ijarah	1	1		Total	11	Rp.4.340.000.000

Sumber data Bank BSI KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung 2021-2022

Berdasarkan Tabel diatas menunjukan bahwa pembiayaan akad *Murabahah* pada tahun 2021-2022 menjadi akad yang banyak digunakan oleh nasabah. dengan banyak pengguna akad pembiayaan *Murabahah* salah satu produk yang bergerak dibidang penjualan kepemilikan rumah Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa pada tahun 2021 jumlah pembiayaan KPR Syariah BSI berjumlah 2 nasabah dengan total pembiayaan sebesar Rp 475,000,000,00. Pada tahun 2022 mengalami peningkatan berjumlah 3 nasabah dengan totdal pembiayaan sebesar RP 910,000,000,00. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dari tahun 2021-2022 nasabah BSI KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung berjumlah 11 nasabah

Dengan banyak nya pengguna akad murabahah idak diiring dengan besarnya pengguna produk kpr Syariah. Kurang berminatnya pada produk KPR Syariah

[19]Bambang Rianto Rustan, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Inddonesia*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013), 23.

diantaranya ketidak tauannya adanya produk tersebut, kurangnya promosi seperti tidak ada benner ditempat-tempat strategis seperti pusat perbelanjaan atau satuan kerja kedinasan ataupun swasta. Tidak aktifnya di media social pada zaman sekarang. Tidak hanya kunjungan kesatuan kerja dinas tetapi juga promosi yang dilakukan bisa diberikan pada pengusaha-pengusaha dikarenakan generasi milenial yang berada di Pringsewu lebih dominan adalah pengusaha atau pun petani sehingga bank bisa melebarkan sayap kepada pengusaha dan petani dengan memberikan pembiayaan kepemilikan rumah kepada para pengusaha dan paetani tidak hanyan ikatan dinas. Dari berbagai macam hal ini menunjukan bahwa kurangnya promosi pada produk KPR Syariah pada BSI KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu.

Permasalahan promosi pemasaran menjadi salah factor dalam memasarkan produk kpr Syariah. kurangnya promosi dalam produk kpr Syariah membuat banyak masyarakat dari segala segmen banyak yang tidak mengetahui dan lebih condong kearah bank konvensional, dengan kurangnya promosi berdampak kurangnya minat dan pengetahuan tentang produk kpr Syariah

Faktor lain yang mempengaruhi permaslaahn pada pembiayaan murabahah selain promosi dari pihak marketing. Penawaran harga serta margin yang diberikan sebisa mungkin dapat terjangkau oleh segala pihak masyarakat baik masyarakat milenial atau masyarakat lain sehingga dapat dikatakan masyarakat dapat menggunakan produk tersebut. factor lokasi juga menjadi permasalahan yang dimana rumah yang ditawarkan haruslah sesuai dengan keinginan

masyarakat yang membuat masyarakat dapat menjalankan kegiataannya

Berikut data margin keuntungan di Bank BSI Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung tahun 2021-2022:

Tabel 1.2

Margin Keunutungan

No	Tahun	Pembiayaan Implan	Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Griya)	Pembiayaan Mikro	Pembiayaan Pensiuin
1	2021	11,05%	10,00%-9.5%	18,5%	11,05%
2	2022	12.00%	8,5%	6%(KUR)	11,00%

Sumber data Bank BSI KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung 2021-2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pembiayaan kepemilikan rumah adalah pembiayaan *Murabahah* yang memiliki pembiayaan investasi jangka pendek dan jangka panjang. Margin keuntungan yang ditetapkan dalam pembiayaan kepemilikan rumah dapat ditetapkan sedemikian rupa sehingga dapat dipastikan bahwa bank syariah memperoleh margin yang sesuai dengan bank yang telah diperhitungan dari resiko,karena bank tidak mengambil keuntungan yang sangat minimun dikarenakan banyak resiko yang akan terjadi.

Berkaitan dengan pemasaran penawaran margin menjadi permasalahan yang dimana penawaran harus lah sesuai dengan penetapan yang ditetapkan oleh bank Syariah Indonesia serta margin yang ditawarkan haruslah bisa dijangkau oleh masyarakat sehingga produk kpr Syariah dapat digunakan berbagai pihak.

Indikasi pembiayaan *Murabahah* sebagai pembiayaan utama dalam perbankan syariah dipengaruhi

oleh beberapa faktor yaitu *mark-up/*margin (keuntungan) dengan system cicilan margin menurun *(sliding)*. Margin dalam pembiayaan *Murabahah* adalah keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak atas pembelian suatu barang dalam transaksi *Murabahah* tersebut.[20]

Dalam system pembiayaan *Murabahah* perhitungan margin keuntungan yang tepat dapat memaksimal laba yang didapat oleh pihak bank tetapi bank Syariah juga tidak melupakan tentang kemanusiaan yang dimana margin yang diberikan tidak akan memberatkan nasabah dalam membayarnya secara tunai,ditangguhkan maupun cicilan. Disisi lain nasabah dan calon nasabah tidak ingin dipersulitkan dengan perhitungan margin yang rumit , mereka ingin tahu bebarapa cicilan pada jangka waktu yang harus mereka bayarkan setiap bulannya secara pasti.

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian,maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Implementasi Pemasaran Dan Penetapan Margin Keuntungan Pada Pembiayaan *Murabahah* KPR Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung)"**

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas agar penelitian ini lebih terarah, fokus, dan mendalam maka fokus pada penelitian ini adalah produk KPR Syariah. Penelitian ini

---

[20] Yusro Rahma, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Margin Murabahah Bank Syariah Di Indonesia*, Jurnal Ilmu Akuntansi, Vol 9 (1), April 2016, 45.

dilaksanakan atau dilakukan di BSI KCP Ahmad Yani 1 Lampung merupakan kantor cabang pembantu BSI Lampung yang terletak di JL. Ahmad Yani No 2, Kelurahan Pringsewu Timur, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu.

Peneliti juga menentukan tinjauan pada penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi pemasaran pada produk pembiaayn KPR Syariah.
2. Ketepatan streategi pemasaran dalam menarik minat segmen milenial yang besar dalam menggunakan produk KPR Syariah.
3. Penelitiani ini dilakukan untuk mengetahui penetapan margin keuntungan pada produk pembiayaan KPR Syariah.
4. Sumber data yang didapatkan dalam penelitian ini didapatkan dari narasumber di PT Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung.

D. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang maslah diatas, maka secara lebih rinci masalah yang dapat diteliti sebagai berikut:

1. Pada masalah yang terjadi di pembiayaan kepemilikan rumah pada Bank Syariah Indonesia Indonesia kcp Pringsewu dengan segmentasi pasar generasi milenial dengan rata-rata umur 24-34 tahun yaitu masih banyaknya generasi milenial yang belum berminat dan belum memikirkan ingin mempunyai rumah sendiri.

Dikarenakan generasi milenial masih berfikir untuk tetap tinggal dirumah orangtua dan masih banyak mengandalkan prangtua untuk meminta membangunkan rumah, selain itu gaya hidup yang tinggi tdak diiringin dengan pendapatan yang tinggi juga sehingga membuat generasi milenial mencari alternative yaitu hutang. Dengan memiliki hutang diberbagai macam platform online atau offlne membuat generasi milenial kurang berminat untuk mengambil pembiayaan kepemilikan rumah .

2. Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung terdapat masalah yang dimana dalam memasarkan produk pembiayaan kepemilikan rumah kurangnya promosi yang dilakukan pihak bank Syariah dalam memasarkan produk pembiayaan kepemilikan rumah sehingga membuat masyarakat tidak memiliki pengetahuan tentang pembiayaan kepemilikan rumah. Dengan kurang promosi dalam bentuk benner yang seharusnya dipasang ditempat yang strategis maupun kurangnya menggerakkan media social membuat masyarakat belum mengetahui pembiayaan kepemilikanrumah.
3. Dengan besarnya minat nasabah terhadap pembiayaan *Murabahah* tercantum berapa angsuran dan margin yang telah ditentukan tetapi masyarakat tidak memperoleh informasi yang mendalam tentang margin keuntungan dan cicilan yang telah ditetapkan oleh pihak bank syariah sehingga membuat nasabah masih bertanya-tanya

dan kebingungan dengan system cicilan dan margin keuntungan yang telah ditetapkan tersebut.

4. Dalam pembiayaan *Murabahah* KPR Syariah telah dijelaskan syarat-syarat sampai berapa margin keuntungan yang telah ditetapkan oleh bank syaraih . selain kebingunan masyarakat terhadap system penetapan margin dan cicilan, masyarakat masih banyak yang belum mengetahui bagaimana cara metode perhitungan mulai dari penetapan harga jual, margin keuntungan yang didapat sampai system angsuran yang akan dibayarkan oleh nasabah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih terarah. fokus, dan mendalam, makaa penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan dalam penelitian akan tercapai. Penelitian ini hanya berfokus pada Analisis Implementasi Pemasaran Dan Penetapan Margin Keuntungan Pada Pembiayaan *Murabahah* KPR Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung)..

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang msalah diatas , maka dapat dirumuskan msalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi pemasaran pada pembiyaan *Murabahah* KPR syariah(pada PT.

Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung).

2. Bagaimana penetapan margin keuntungan pada Bank Syariah Indonesia pada pembiayaan *Murabahah* KPR syariah (pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung).

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui implementasi pemasaran pada pembiyaan *Murabahah* KPR syariah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 PringsewuLampung.
2. Untuk mengetahui penetapan margin keuntungan pada pembiayaan *Murabahah* KPR syariah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung.

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan, keterampilan dan cakrawala cara berfikir peneliti, dan juga memberikan wawasan mengenai Implementasi Pemasaran Dan Penetapan Margin Keuntungan Pada Pembiayaan *Murabahah* KPR Syariah, juga memberikan sumbangan pikiran dan pengetahuan khususnya bagi lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Manfaat Praktis penelitian ini adalah dapat bermanfaat bagi masyarakat umum,dapat menambah wawasan mengenai Implementasi

Pemasaran Dan Penetapan Margin Keuntunngan Pada Pembiayaan *Murabahah* KPR Syariah, sehingga menjadi susmber referensi agar mengetahui secara jelas tentang Implementasi Pemasaran Dan Penetapan Margin Keuntungan Pada Pembiayaan *Murabahah* KPR Syariah.

H. Kajian Penelitian Yang Relevan

Tabel 1.3

Penelitian Terdahulu

No	Nama	Tahun	Judul Penelitian	Hasil
1	Sheila Annisa, Nurdin Sobari, dan Hardinus Usman	2021	Intensi Generasi Milenial Dalam Memiliki Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah Pada Bank Syariah Di Indonesia	Dari Hasil Penelitian didapatkan bahwa tiga variable independent yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap terbentuknya *Attidue* seseorang yaitu, *Product Choice, Institunioal Compliance on Maqashid dan Social Influrnce.* Selain itu *Attiude* sendiri memengaruhi terhadap intensi generasi milenial dalam memilih KPR di bank Syariah
2	Putri Pithaloka Kennedy, Juliana Juliana, Suci Aprilliani Utami	2020	Efektivitas penyaluran pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada PT Bank BTN Syariah Cirebon	Dari hasil penelitianmengukur tingkat efektivitas pembiayaan menggunkan ukuran indicator efektifitas keguanan, ketepatan sasarn, ruang lingkup, efektivitas biaya, ketepatan waktu. Dapat disimpulan kan bahwa efektivitas pembiayaan KPR Syariah pada PT Bank BTN Syariah Cirebon adalah sangat efektif
3	Hadija Hadija, Nuriatullah Nuriatullah, Nurfitriani Nurfitriani	2019	Pengaruh Religiiusitas dan lokasi terhadap keputusan nasabah memilih BRI Syarah dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah	Dari hasil penelitian ini religiusitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifkan terhadap keputusan nasabah dalam memilih KPR Syariah.
4	Ridwan Nurdin & Sri Ainun Jariah	2021	Analisis *Rate Margin Murabahah* Pada Transaksi Jual Beli Rumah Subsidi KPR BTN Syariah Dalam Perspektif Hukum Islam	Dari hasil penelitain yang diperoleh bahwa rate margin murabahah paada transaksi rumah bersubsidi KPR btn Syariah bersifat fixed (tetap)dan KPR ini dihitung menggunakan kalkulasi anuitas. Rate margin murabahah pada transaksi jual beli rumah subsidi KPR btn Syariah tidak ada unsur riba, karena pada sema pembiayaan murabahah perumahaan KPR ini sudah jelas berapa harga pokok rumah ditambah margin keuntungan bank serta disepakati antara kedua belah pihak serta margin dalam pembiayaan murabahah ini tetap tidak naik turun seperti bank konvensional.

5	Ikhsan Nendi	2016	Implementasi Strategi Pemasaran Kredit Kepemilikan Rumah(KPR)	Dari hasil penenlitian ini diperoleh bahwa dalam memasarkan produk kredit kepemilikan rumah adalah melalui promosi berbagai media, bekerja sama dengen developer-developer. ustadz dan mengikuti berbagai masam event tertentu pada sebuah perkenatoran, mall dan acara kemasyarakatan ditiap waktu dan berbagai tempat.
6	Dea Oktaviani, Miranda Febby Utami, Novita Sari, Novy Wahyuni	2022	Strategi Pemasaran Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah(KPR) Griya Hasanah Dibank Syariah Indoensia	Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa dalam memasarkan produk bank Syariah Indonesia menggunakan metode bauran pemasaran 7p, lalu setelah itu tahap pertumbuhan yang meliputi meningkatkan kualitas produk dan ciri baru produk dan bank Syariah juga selalu bersaingan tentang margin dengan bank lain dan memasuki segmen pasar baru dengn melihat potensi pasar tersebut
7	Fathurahman Ansori, Nurul Aniyah	2022	Prosedur Pemasaran kredit Kepemilikan Rumah Fasilitas Likuiditas Pembiaayan Perumahan (FLPP):Studi Kasus PT. Bank Sumut Cabang Syariah Kisaran	Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa startegi pemasaran, bauran pemasaran, dan marketing mix pada produk pembiayaan KPR FLPP yang dilakukan PT bank sumut KCPSy Kisaran tersebut masih belum efektif, dan perkembangan masih belum sesuai yang diharapkan
8	Khozainul ulum	2020	Mekanisme Penetuan Margin Pada Transaski Pembiayaan Murabahah	Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa kegiataan bank Syariah menyalurkan dengan prinsip murabahah harus melakukan transaksi dengn ketentu berlaku sesuai dengan fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000 dan kesepati margin keuntungan yang telah disepakti diawal. Dengan menurut PBI No. 7/46/PBI/2005 kesepatan margin harus ditentukan diawal satu kali pada awal akad dan tidak berubah selama periode akad. Hal ini menunjukan bahwa tidak aka nada perubahah angsuran selama jangka waktu pembayaran dengan skema murabahah.

9	Hayatul Mullar, Nur Hayati	2021	Implementasi Metode Perhitungan Margin Pada Akad Pembiayaan Murabahah	Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa besaran presentase margin murabahah ditentukan sesuai dengan banyaknya plafon pembiayaan yang diajukan oleh nasabah, dalam menentukan perhitungan margin keuntungan menggunakan metode perhitungan pokok
10	Awin Rahma Zulvia, Nawirah	2021	Impelemtasi Akad Murabahah Berbasis Margin Pada Masa Pandemic Covid-19	Berdasarkan hasil penenlitian in bahwa pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan yang paling diminati masyarakat pada masa pandemic dan margin murabahah yang paling efektif digunakan pada masa pandemic covid yaitu metode anuitas. Penentuan margin ini sesuai dengan Fatwa DSN No: 84/DSN-MUI/XII/2012 tentang penentuan keuntungan pembiayaan murabahah.

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang variable pemasaran penetapan margin keuntungan yaitu :

1. Berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Sheila Annisa, Nurdin Sobari, dan Hardinus Usman pada agustus 2021, Volume 1, Nomor 8 yang berjudul: " *Intensi Generasi Milenial Dalam Memiliki Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah Pada Bank Syariah Di Indonesia* "Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sheila annisa dan nurdin sobari dengan penelitian ini adalah menggunakan produk pembiayaan KPR yang di bank Syariah dan membahas generasi milenial. perbedaannya. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Sheila annisa dan nurdin sobari dengan penelitian ini adalah tempat penelitian lebih spesifik yang berada di PT Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung sedangkan penelitian yang dilakukan Sheila dan nurdin kurang mendalam dan spesifik pada tempat penelitian, lalu perbedaannya penelitian ini membahas tentang

pemasaran, startegi pemasaran, dan penetpan margin pada KPR syariah.[21]

2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri Pithaloka Kennedy, dkk pada 2020, Volume 12, Nomor 2 jurnal yang berjudul " Efektivitas penyaluran pembiayaan KPR Syariah bersubsidi pada PT Bank BTN Syariah Cirebon ". Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Putri Pithaloka Kennedy dkk dengan penelitian ini adalah membahas tentang pembiayaan KPR Syariah. Perbedannya adalah penelitian ini membahas tentang penerapan pemasaran dan metode perhitung serta penetapan margin serta lokasi dan tempat yang berbeda penelitiann ini berlokasi dan tempat di PT Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung.[22]
3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hadija, H., dkk pada 2020. Volume 1, Nomor 2 jurnal yang berjudul " Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah ". Persamaan penelitian yang dilakukan Hadija, H., dkk dengan penelitian ini adalah pembahasannya tentang Kredit Kepemilikan Rumah (KPR). Perbedannya adalah penelitian ini membahasa tentang pemasaran dan penetapan margin keuntungan

---

[21] Annisa S, Sobari N, and Usman H, "Intensi Generasi Milenial Dalam Memilih Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah Pada Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Social Dan Sains* 1, no. 8 (2021): 854–866.

[22] Kennedy Putri Pithaloka, Juliana Juliana, and Suci Aprilliani Utami, "Efektivitas Penyaluran Pembiayaan Kpr Syariah Bersubsidi Pada PT Bank BTN Syariah Cirebon," *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi* 12, no. 2 (2020): 209–223, https://doi.org/10.35313/ekspansi.v12i2.2224.

terhadap segmentasi pesar generasi milenial dan lokasi dan tempatnya berbeda penelitian bereada di PT Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung .[23]

4. Berdasarkan penelitaian yang dilakukan oleh Ridwan Nurdin dan Sri Ainun Jariah pada 2021. Volume 3, Edisi 1 jurnal yang berjudul" Analisis *Rate Margin Murabahah* Pada Transaksi Jual Beli Rumah Subsidi KPR Btn Syariah Dalam Perspektif Hukum Islam". Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ridan Nurdin dan Sri Ainun Jariah pada penelitian ini adalah membahas tetang margin keuntungan pada KPR Syariah pada bank Syariah. Perbedaannya adalah penelitian ini tidak hanyan membahas tentang margin keuntungan tetapi membahas tentang penerapan dan ketepatan pemasaran pada KPR Syariah Syariah dengan segmentasi pasar Generasi Milenial.[24]
5. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan Nendi pada 2016. Volume 1, Nomor 1 jurnal yang berjudul " *Implementasi Strategi Pemasaran Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Di Bank Muamalat Cabang Cirebon "*. Persamaan penenlitian ini adalah membahas tentang implementasi, penerapan dan perencanaan terhadap kredit kepemilikan rumah

---

[23] Hadija Hadija, Nuriatulla, and Nurfitriani, "Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2019): 37–55, https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i2.10.37-55.

[24] Nurdin Ridwan and Siri Ainun Jariah, "Analisis Rate Margin *Murabahah* Pada Transaksi Jual Beli Rumah Subsidi KPR BTN SYARIAH Dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Al-Mudharabah* 13, no. 1 (2021): 67–81.

syariah. Perbedaan penelitian ini adalah segmentasi pasar yang dipakai penelitian ini adalah generasi milenial dan perbedaanya selanjutnya penelitian ini membahas metode perhitungan dan penerapan pada margin keuntungan dan harga jual terhadap pembiayaan kepemilikan rumah syariah.[25]

6. Berdasarkan penelitian yang dilkukan Dea Oktaviani *dkk* pada 2022. Volume 2. Nomor 1 jurnal yang berjudul " *Strategi Pemasaran Pembiayaan Kredit Kepemilika Rumah (KPR) Griya Hasanah Di Bank Syariah Indonesia Kcp Demang Pada Masa Pandemic Covid-19 "*. Persamaan penelitian ini adalah membahsa strategi pemasaran pada pembiayaan produk *Murabahah* pembiayaan kepemilikan rumah dengan menggunakan strategi marketing mix 7P. Perbedaan penelitian ini adalah metode perhitungan margin keuntungan dan penerapan margin keuntungan serta penentuan harga.[26]
7. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fathurahman Ansori, Nurul Aniyah pada 2022,Volume 4, Nomor 1 jurnal yang berjudul, " *Prosedur Pemasaran kredit Kepemilikan Rumah Fasilitas Likuiditas Pembiaayan Perumahan (FLPP) PT, Bank Sumut Cabang Syariah Kisaran* " . Persamaan penelitian yang dilakukan oleh

---

[25] Ikhsan Nendi, "Implementasi Strategi Pemasaran Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Di Bank Muamalat Cirebon," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 1, no. 1 (2016): 80–91, ISSN 2541-0849.

[26] Dea Okta Viani et al., "Strategi Pemasaran Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Griya Hasanah Di Bank Syariah Indonesia KCP Demang Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Imiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri* 2, no. 1 (2022): 11–22, https://doi.org/10.36908/jimpa.

Fathurahman Ansori dengan penelitian ini adalah membahas tentang pemasaran pada kredit kepmilikan rumah. Perbedannya adalah penelitian ini membahasa tentang implementasi terhadap pemasaran dengan segmentasi pasar generasi milenial sedangkan penelitian fatur membahas konsep dan prosedur pemasaran, tidak hanya pemasaran perbedaan penelitian ini adalah membahas metode perhitungan margin keuntungan pada pembiayaan *Murabahah* pembiayaan keperumahan rumah .[27]

8. Berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Khoizainul Ulum pada 2020. Volume 8. Nomor 2 jurnal yang berjudul *" Mekanisme Penentuan Margin Pada Transaksi Pembiayaan Murabahah ".* Persamaan penelitian ini adalah memmbahasa margin pada pembiayaan *Murabahah*. Perbadaan penelitian ini adalah penelitian ini membahas implementasi pemasaran pada produk *Murabahah* yaitu KPR Syariah dengan segmentasi pasar generasi milenial dan dengan objek penelitian yang yaitu Bank Syariah Indonesia kcp Ahmad Yani 1 Pringsewu lampung.[28]
9. Berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Hayatul Millah dan Nur Hayati pada 2021. Volume 2. Nomor 1 yang berjudul *" Implementasi Metode Perhitungan Margin Pada Pembiayaan Murabahah Bmt Ugt Sidogiri "*. Persamaan penelitian ini adalah

---

[27] Ansori F and Inayah N, "Prosedure Pemasaraan Kepemlikan Rumah Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP): Studi Kasus PT. Bank Sumut Cabang Syariah Kisaran," *Jurnal Ekonomi & Bisnis Syariah* 3, no. 3 (2022): 24–32, https://doi.org/10.47476/alkharaj.v4i1.391.

[28] Khozianul Ulum, "Mekanisme Penentuan Margin Pada Transaksi Pembiayaan *Murabahah*," *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2020): 020–036, ISSN 2745-8512.

membahsa tentang metode perhitungan dan penetapan margin pembiayaan *Murabahah*. Perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian ini tidak hanya membahas tetntang margin keuntungan saja melainkan mebahas juga tentang implementasi pasar pada produk pembiayaaan *Murabahah* pada produk KPR Syariah dengan segmentasi generasi milenial dan perbedaan selanjutnya penelitian membahas metode perhitungan margin keuntungan dan penerapannya yang ada di Bank Syariah Indonesia.[29]

10. Berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Awin Rahman Zulvia dan Nawirah pada 2021. Volume 9. Nomor 2 yang berjudul *" Implementasi Akad Murabahah Berbasis Margin Pada Masa Pandemic Covid-19 "*. Persamaan penelitian ini adalah sama membahas *Murabahah* dalam penerapan margin keuntungan. Perbedaan penelitian ini adalah implementasi pemasaran pada produk pembiayaaan *Murabahah* pada produk KPR Syariah dengan segmentasi generasi milenial pada objek penelitian Bank Syariah Indonesia kcp Ahmad Yani 1 Pringsewu lampung.[30]

---

[29] Hayatul Millah and Nur Hayati, "Implementasi Metode Perhitungan Margin Pada Akad Pembiayaan *Murabahah* BMT UGT Sidogiri," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2021): 51–60, ISSN 2798-1142.

[30] Awin Rahma Zulvia and Nawirah, "Implementasi Akad *Murabahah* Margin Pada Masa Pandemi Covid-19," *El Dinar: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 9, no. 2 (2021): 152–64, ISSN 2622-0038.

I. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara untuk memmahami objek suasana atau tujuan peneliitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode penelitian.[31]

2. Jenis Penelitian

Dalam suatu penelitian agar mempermudah maksud penelitian dan untuk menjelaskan sasaran yang ingin di capai dalam penelitian ini, sehingga apa yang menjadi tujuan dalam penelitian ini dapat tercapai sesuai yang di harapkan oleh peneliti. Oleh karena itu penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif untuk mengidentifikasikan rumusan masalah mengenai Analisis Implementasi Pemasaran Dan Penetapan Margin Keuntungan Pada Pembiayaan *Murabahah* KPR Syariah(Studi Pada PT. Bank Syariah Indnesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung). Skripsi ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research)* yaitu penelitian yang mempelajari tentang latar belakang, keadaan sekarang, dan interaksi suatu social, individu maupun kelompok. Dimana penulis atau peneliti akan mengumpulkan data yang diperoleh dengan cara penelitian akan mendatangi langsung tempat penelitian yaitu PT Bank Indoneisa Syariah KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung.[32]

3. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif adalah menggambarkan situasi atau kejadian-kejadian, sifat

---

[31] Sugiyono, *Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2011), 69.

[32] Husnaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006) , 6.

populasi atau daerah tertentu dengan mengumpulkan informasasi factual, justifikasi keadaan, membuat evaluasi, agar mendapatkan gambaran yang jelas.[33]

4. Varibel Penelitian

Variable penelitian merupakan objek penelitia yang menjadi fokus perhatian pada penelitian. Variable penelitian digunakan dalam penelitian ini adalah :Pemasaran sebagai variable X1 (variable independent), penetapan margin keuntungan variable X2 (variable independent) dan pembiayaan KPR syariah variable Y (variable dependen).

5. Sumber Data Penelitian

a. Data primer

Data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber pertama baik dari peorangan atau individu seperti hasil wawancara.[34] Dan yang menjadi sumber primer pada penelitian ini adalah Branch Manager, Manager Maketing Consumer, Manager Marketing MRM TL dan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari catatan, buku, maupun sumber tertulis lainnya, yang berupa laporan keuangan publikasi suatu perusahaan, laporan pemerintahan, artikel, buku-buku, dan lainnya sebagainya.[35] Data sekunder didapat dari

---

[33] Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis?*, ed. Wibi Hardani, 4th ed. (Jakarta: Erlangga, 2013), 105.

[34] Husein Umar, *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997), 43.

[35] Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 136.

penelitian bersumber dari jurnal, buku-buku, data laporan jumlah nasabah dan data laporan jumlah nominal pembiayaan pada kpr syariah dipergunakan untuk memperkuat dan melengkapi penelitian mengenai implementasi pemasaran dan penetapan margin pada pembiayaan murabahah kpr Syariah. Data yang diambil berasal dari Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 P Lampung.

c. Spardley (*Social Situation)* dan Sampel

Spardley *(social situation)* aktivitas sosial yang objek penelitian berdasarkan "apa yang terjadi" disuatu tempat yang melalukan aktivitas yang dilakukan banyak orang, yang terdiri dari 3 elemen: aktivitas *(activity)*,orang-orang *(actors)*, tempat *(place)*. Sehingga peneliiti dapat mengamti secara mendalam objek peneliitiannya. Sampel yang digunakan penelitian ini menggunakan *purposive sampling* adalah Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut yang dianggep palinng tahu tentang apa yang harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajah objek yang diteliti.[36]

6. Metode Pengumpulan data

a. Observasi Terus-Terang

Peneliti dalam melalukan pengumpulan data menyatakan teru-terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melalukan penelitian. Jadi mereka yang

[36] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2018), 285.

diteliti mengetahui jejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu peneliti juga tidak terus terang. Hal ini untuk menghindari kalua suatu data yang dicari merupakan data yang dirahasiakan.[37] Pada penelitian ini peneliti menjadi partisipan dalam memasarkan serta mengetahu penetapan margin keuntungan yang telah ditetapkan pada objek penelitian dan mengamati obek penlitian pemasaran dan penentapan margin pada produkk KPR Syariah.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini merupakan metode pengumpulan data yang berupa dokumen, laporan atau yang lainnya. Informasi yang didapat dari metode ini dapat berupa dokumen yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dan dapat dijadikan sebagai sumber.[38] Yang menjadi sumber dalam peneltian ini adalah dokumen-dokumen, laporan keuangan serta laporan jumlah data pembiayaan kpr syariah, dan lain sebagainya pada Bank Syariah Indoensia KCP Ahmad Yani 1 PringsewuLampung.

c. Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara ini dalam pelaksanaannya lebih bebas bertujuan untuk menemukan permasalahn secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melalukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan

---

[37] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 120.

[38] Robert K. Yin, *Studi Kasus Desain Metode* (Jakarta: Rajawali Press, 1996), 109.

secara teliti dan mencatat apa yang dikemukan oleh informan.[39]

7. **Metode Analisis Data**

a. **Deskripsii Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunkan metode peneliti kualitatif deskriptif. Peneliti akan memaparkan, menggambarkan, dan menympaikan data-data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi langsung dari lapangan sebagaimana adanya.

b. **Reduksi data**

Reduksi data adalah proses penggolongan, pemusatan dan pemilihan data dari lapangan. Penelitian juga melakukan kerangka konseptual, permasalahn, dan pendekatan dalam pengumpulan data. Selama proses pengumpulan data penelitian melakukan membuat ringkasan atau memo yang menganalisis untuk menamjamkan, menggolongkan, mengarahkan sehingga dapat ditarik kesimpulan dengan menggunakan data yang benar-benar valid.

c. **Penyajian data**

Penyajian data adalah kumpulan informasi yang tersusun yang diperoleh dari data yang telah didapatkan untuk kemungkinan dalam menarik kesimpulan dan pengambilan suatu tindakan. Bentuk penyajian data berupa teks naratif, matriks, grafik, bagan, jaringan agar memudahkan membacanya dan manarik kesimpulan dengan menggunakan Bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca.

---

[39] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: ALFABETA, 2014), 73.

d. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Menarik kesimpulan adalah suatu kegiataan meyimpulkan data yang didapatkan dari hasil wawancara, observasi, wawancara yang diajukan kepada narasumber. Data yang diperoleh harus diuji kebenarannya dan kesesuainnya sehingga validitasnya terjamin. Proses pengumpulan data dan penyajian data menggunakan bahsa yang mudah dimengerti oleh pembaca, maka hasil dari data tersebut dapat melakukan penarikan kesimpulan.

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan merupakan struktur dari pembahasan penelitian atau gambaran umum alur dari suatu penelitian. Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan skripsi ini, maka penyusun menyusunnya dengan sistematis yang terdiri dari V bab dengan uraian sebagai berikut :

Pada bab pertama yaitu memuat tentang pendahuluan dimana sub bab yang akan dibahas sajikan yaitu penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub-fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, kajian terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Pada bab kedua memuat mengenai landasan teori yang memuat uraian tentang pengertian Pemasaran perbankan syariah, indikator pemasaran 7P, pengertian pemasaran dan bauran pemasaran pemasaran 7P, unsur-unsur bauran pemasaran, margin keuntungan, indicator margin keuntungan, kebijakan dalam penetapan margin dan metode perhitungan angsuran, pengertian bank Syariah dan kpr syariah, akad yang digunakan pada kpr syariah, pengertian bank syariah, dasar hukum bank

syariah, fungsi bank syariah, manfaat penggunaan bank syariah.

Pada bab ketiga ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yang terdiri dari Profil PT. Bank Syariah Indonesia, visi dan misi, logo, produk dan layanan, struktur organisasi serta pengajian dan data penelitian

Pada bab keempat ini menjelaskan tentang analisa hasil dan pembahasan serta temuan penelitian mengenai implementasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran 7P pada produk pembiayaan murabahah kepemilikan rumah Syariah dan penerapan margin keuntungan pada produk pembiayaan murabahah kepemilikan rumah Syariah dan metode perhitungan angsuran di PT. Bank Syariah Indonesia Kcp Pringsewu A.Yani 1.

Pada bab kelima memuat kesimpulan yang berisi jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukkan dalam rumusan masalah dan saran-saran yang dimaksudkan sebagai rekomendasi untuk kajian lebih lanjut.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan pengumpulan data yang digunakan kemudian dianalisis dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya, selanjutnya penulis menarik kesimpulan, yaitu:

1. **Implementasi pemasaran pada pembiyaan *Murabahah* KPR syariah(pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung).**

   Dari hasil penelitian dan analisis penelitian bahwa implementasi pemasaran menggunakan indicator bauran pemasaran 7P pada Bank Syariah Indonesia Kcp Ahmad Yani 1 Pringsewu yang terdiri dari 7P yaitu :*product, promotion, place, price, people, process, physical evidence.* Strategi bauran pemasaran 7P tersebut telah membuat Bank Syariah Indonesia Ahmad Yani 1 Pringsewu menghadapi persaiangan yang ketat dengan kompetitor lainnya dalam memasarkan produk *Murabahah* pembiayaan kepemilikan rumah Syariah. indicator yang ada didalam bauran pemasaran sudah berjalan baik terutama pasca pandemic yang dimana eknomi mulai terbangun kembali. Namun terdapat sesuatu yang kurang dalam memasarkan kepada segmentasi generasi milenial yaitu promosi pada media social atau *digital marketing*, diubahnya peraturan yang hanya kantor pusat Bank Syariah Indonesia yang

diperbolehkan memiliki media sosial dalam bentuk apapun. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan bahwasan kantor cabang yang tidak memiliki media social untuk memasarkan produk kesegmentasi pasar yang lebih luas mengakibatkan kurang gencarnya Bank Syariah Indonesia Ahmad Yani 1 Pringsewu menjangkau segmentasi pasar kaula muda, sehingga banyak kaula muda tidak mengetahui produk pembiayaan kepemilikan rumah Syariah. Faktor lain yang membuat nasabah tidak menggunakan produk BSI Pembiayaan kepemilikan rumah Syariah karna factor finansial pada generasi milenial yang masih rendah atau antara pendapatn perbulan dengan kebutuhan sama sehingga membuat generasi milenial takut mengambil pembiayaan kepemilikan rumah Syariah dan lebih memilih tinggal dirumah orangtua. Pelaksanaan aktivitas yang dilakukan Bank Syariah Indonesia Kcp Ahmad Yani 1Pringsewu telah sesuai dengan pringsip pemasaran Syariah yaitu Teitis *(Rabbaniyyah)*, Etis*(Akhlaqiyyah)*, Realitis*(Al-waqiyyah)*, Humanistis*(Insaniyah)*. Dalam kegiataan pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kcp Ahmad Yani 1 Pringsewu tidak diperbolehkan meninggalkan empat karakteristik tersebut dalam proses pelayanan yang diberikan oleh nasabah atau pun calon nasabah baik didalam kantor maupun diluar kantor.

2. **Penetapan margin keuntungan pada Bank Syariah Indonesia pada pembiayaan *Murabahah* KPR syariah (pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani 1 Pringsewu Lampung**).

   Dari hasil penelitian dan analisis penelitian bahwa penerapan margin keuntungaan menggunakan indicator risiko pembiayaan, tingkat persaingan, biaya produksi pada Bank Syariah Indonesia Kcp Ahmad Yani 1 Pringsewu telah berjalan dengan baik sehingga membantu Bank Syariah Indonesia dalam menentukan persentase margin keuntungan serta membuat Bank Syariah Indonesia Ahmad Yani 1 Pringsewu menghadapi persiangan dengan kompetitor lain. Metode perhitungan angsuran yang dipakai dalam produk *Murabahah* pembiayaan kepemilikan rumah syariah yaitu metode angsuran *flat* (datar) dana metode angsuran *sliding*(menurun) dua metode ini digunakan agar tida terlalu membebani nasabah serta membuat nasabah nyaman dan tidak menggunakan produk pada kompetitor lain ketika mengambil produk *Murabahah* pembiayaan kepemilikan rumah Syariah di Bank Syariah Indonesia Kcp Ahmad Yani 1 Pringsewu

B. Rekomendasi

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini. Seperti dengan menambahkan rumusan masalah agar bisa menjawab tujuan penelitian yang lebih luas sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.
2. Disarankan kepada pihak Bank Syariah Indonesia Kcp A.Yani 1 diharapkan mam meningkatkan kegiataan dalam hal promosi personal selling dengan

memanfaatkan teknologi digital dan media social yang ada. Sehingga dapat mencakup pemasaran yang semakin meluas serta masyarakat menjadi mengetahui adanya produk BSI Pembiayaan Kepemilikan Rumah Syariah. Peningkatan pengetahuan karyawan terhadap perhitungan margin keuntungan sehingga masyarakat tidak lagi bingung terhadap persentase margin yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

A. Karim, Adiwarna. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008.

A.M, Dickerson. "Milennials, Affordable Housing, And The Future Of Homeownership." *Jurnal Of Affordable Housing*, no. 3 (2016): 435–65.

Adisaputro, Gunawan. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010.

Ahmad, Hamzah, and Nanda Santoso. *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*. Surabaya: Fajar Mulya, 1996.

Al, Satriadi et. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2021.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah : Konsep Dan Praktek Di Beberapa Negara*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

B, Fitrian. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Kredit Pemilikian Rumah (KPR) Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Sungkono)." *Jurnal Ilmiah* 10, no. 2 (2017): 1–94.

F, Ansori, and Inayah N. "Prosedure Pemasaraan Kepemlikan Rumah Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP): Studi Kasus PT. Bank Sumut Cabang Syariah Kisaran." *Jurnal Ekonomi & Bisnis Syariah* 3, no. 3 (2022): 24–32. https://doi.org/10.47476/alkharaj.v4i1.391.

Fauzan. *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: CV Bildung Nusantara, 2019.

H, Haris. "Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syari'ah)." *La Riba: Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2007): 113–125.

Hadi, Abdul. *Hukum Perbankan Syariah Akad-Akad Dan Dasar Hukumnya*. Malang: Setara Press, 2018.

Hadi, Abu Azam Al. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Depok: Rajawali Press, 2017.

Hadi, Sutrisno. *Metodelogi Research*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.

Hadija, Hadija, Nuriatulla, and Nurfitriani. "Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2019): 37–55. https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i2.10.37-55.

Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2002.

Heykal, M. "Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah Pada Bank Syariah Di Indonesia: Studi Pendahuluan." *Binus Business Review* 5, no. 2 (2014): 519.

Ilham, Ahmad. *Ini Loh KPR Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017.

J, Hoolachan, and Mckee K. "Inter-Generational Haousing Inequalities: ' Baby Boomers' Versus The Millenials." *Urban Studies*, no. 1 (2019): 210–25. https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0042098018775363.

Karim, Djamaluddin, Jantje L. Sepang, and Bode Lumanauw. "MARKETING MIX PENGARUHNYA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. MANADO SEJATI PERKASA GROUP." *Jurnal EMBA* 2, no. 1 (2014): 421–30.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Jakarta: Pehalindo, 2002.

Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis?* Edited by Wibi Hardani. 4th ed. Jakarta: Erlangga, 2013.

Layantara, Sofiany. "EVALUASI PERKEMBANGAN BBQ STREET MENGGUNAKAN TEORI MARKETING MIX 7P TERHADAP FENOMENA FOOD TRUCK DI SURABAYA." *Jurnal Manajemen* 1, no. 2 (2016): 242–50.

Lupiyoadi, Rambat, and A Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.

M. R, Satria. “Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (Kpr) Pada Bank Syariah.” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2018): 105–18. https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.2880.

Mardian, Endang. “Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online.” *Jurnal Ekonomi* 4 (2013): 153.

Millah, Hayatul, and Nur Hayati. “Implementasi Metode Perhitungan Margin Pada Akad Pembiayaan Murabahah BMT UGT Sidogiri.” *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2021): 51–60. ISSN 2798-1142.

Mohamad, Roni, Perspektif Syariah, Roni Mohamad, Endang Rahim, Marketing Mix, and Marketing Mix. “STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM,” n.d., 15–26.

Muhammad. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Lainnya*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2020.

———. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, 2002.

Nasir, S. M, and S Sululing. “Penerapan Akuntansi Murabahah Terhadap Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Luwuk.” *Jurnal Akuntansi* 1, no. 19 (2017): 109. https://doi.org/10.24912/ja.v19i1.117.

Nendi, Ikhsan. “Implementasi Strategi Pemasaran Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Di Bank Muamalat Cirebon.” *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 1, no. 1 (2016): 80–91. ISSN 2541-0849.

Noor, R. Zulkifli. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2010.

Putri Pithaloka, Kennedy, Juliana Juliana, and Suci Aprilliani Utami. “Efektivitas Penyaluran Pembiayaan Kpr Syariah Bersubsidi Pada Pt Bank Btn Syariah Cirebon.” *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi* 12, no. 2 (2020): 209–223. https://doi.org/10.35313/ekspansi.v12i2.2224.

Qarizah, and Prabowo S. “Pengaruh Pemasaran Teradap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim

Syariah Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2019): 149–61.

Rachmawati, Rina. “Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran).” *Kompetensi Teknik* 2, no. 2 (2011): 143–57.

Ridwan, Nurdin, and Siri Ainun Jariah. “Analisis Rate Margin Murabahah Pada Transaksi Jual Beli Rumah Subsidi KPR BTN SYARIAH Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Jurnal Al-Mudharabah* 13, no. 1 (2021): 67–81.

S, Annisa, Sobari N, and Usman H. “Intensi Generasi Milenial Dalam Memilih Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah Pada Bank Syariah Indonesia.” *Jurnal Social Dan Sains* 1, no. 8 (2021): 854–66.

Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, and Leonita Siwiyanti. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021.

Sefti Adhaghassani, Fakhriyan, and Sutriyati Purwanti. “STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) 7P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE) DI CHERRYKA BAKERY.” *Jurnal Pendidikan Teknik Boga* 2, no. 1 (2016): 1–10.

Sjahdeini, Sutan Remi. *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana, 2014.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA, 2014.

———. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2018.

———. *Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Sukotjo, Hendri, and Sumanto Radix A. “Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, Dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta Di Surabaya.” *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 1, no. 2 (2010): 216–28.

Syukur, Patah Abdul, and Fahmi Syahbudin. “KONSEP MARKETING MIX SYARIAH.” *Jurnal Ekonomi Dan*

Perbankan Syariah 5, no. 1 (2017): 71–94.

Ulum, Khozianul. "Mekanisme Penentuan Margin Pada Transaksi Pembiayaan Murabahah." *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2020): 020–036. ISSN 2745-8512.

Umar, Husein. *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997.

Usman, Husnaini. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.

Usmara, Usi. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books, 2008.

Viani, Dea Okta, Miranda Febby Utami, Novita Sari, and Novy Wahyuni. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Griya Hasanah Di Bank Syariah Indonesia KCP Demang Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Imiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri* 2, no. 1 (2022): 11–22. https://doi.org/10.36908/jimpa.

Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, and Aniek Indrawati. *Digital Marketing*. Malang: Edulitera, 2019.

Widjaja, Wangsa. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Yin, Robert K. *Studi Kasus Desain Metode*. Jakarta: Rajawali Press, 1996.

Zefa, Dela, and Ani Nurul Imtihanah. "Dampak Covid 19 Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia Analisis Pendekatan Syariah Maqasid Indeks (SMI)," 2020, 110–18.

Zulvia, Awin Rahma, and Nawirah. "Implementasi Akad Murabahah Margin Pada Masa Pandemi Covid-19." *El Dinar: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 9, no. 2 (2021): 152–64. ISSN 2622-0038.