

Research Article

**Marketing Strategy for Home Ownership Financing (PPR)
Products at Bank BJB Syariah KCP Indramayu****Meida Tisnawati Putri**

Prodi Perbankan Syariah Universitas Wiralodra Indramayu

E-mail: meidaaput@gmail.com

Copyright © 2025 by Authors, Published by Kawakib: Journal of Multidisciplinary Research.

Received : May 25, 2025

Revised : June 22, 2025

Accepted : July 12, 2025

Available online : July 24, 2025

How to Cite: Meida Tisnawati Putri. (2025). Marketing Strategy for Home Ownership Financing (PPR) Products at Bank BJB Syariah KCP Indramayu. *Kawakib: Journal of Multidisciplinary Research*, 1(4), 110-115. <https://doi.org/10.63738/kawakib.v1i4.17>**Abstract**

Financial services are an essential part of the modern economy, including the banking sector, which plays a vital role in supporting economic development. In the Islamic economic system, the significance of Islamic banking has grown rapidly along with increasing public awareness of Sharia-based financial principles. Bank BJB Syariah KCP Indramayu, one of the Islamic banks in Indonesia, supports government programs through subsidized Sharia-based Home Financing (PPR) products. These products aim to assist low-income communities (MBR) in obtaining proper housing through Sharia contracts such as Murabaha, Musharakah Mutanaqisah, and Ijarah Muntahiyah Bi Tamlik. This study aims to explore the marketing strategies employed by Bank BJB Syariah KCP Indramayu to increase public interest in subsidized Sharia-based PPR products. A qualitative approach was used to collect data through interviews and direct observations at the research site. The results indicate that the marketing strategies implemented include utilizing customer data for personalized offers, conducting the "Grebek Pasar" program, distributing brochures as an information medium, and more. The main challenges identified include the lack of Sharia literacy in finance, competition from conventional banks, and the limited purchasing power of the local community.

Keywords: Home Financing (PPR), Marketing Strategy, Subsidized Housing Program.**Strategi Marketing pada Produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di Bank BJB Syariah KCP Indramayu****Abstrak**

Layanan keuangan merupakan bagian penting dari ekonomi modern. Ini termasuk sektor perbankan, yang memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi. Dalam sistem ekonomi Islam, pentingnya perbankan Islam tumbuh pesat seiring bertambahnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip keuangan berbasis Syariah. Bank BJB Syariah KCP Indramayu, salah satu bank syariah di Indonesia, mendukung program pemerintah melalui produk Pembiayaan

Pemilikan Rumah (PPR) berbasis syariah bersubsidi. Produk ini bertujuan untuk membantu masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) memperoleh perumahan yang layak melalui kontrak Syariah seperti Murabaha, Musharakah Mutanakisa dan Ijarah Muntahiyah Bi Tamriq. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Bank BJB Syariah KCP Indramayu dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk PPR bersubsidi berbasis syariah. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan antara lain adalah pemanfaatan data pelanggan untuk penawaran yang bersifat personal, pelaksanaan program Grebek Pasar, penyebaran brosur sebagai media penyampaian informasi, dan lain sebagainya. Tantangan terbesarnya meliputi kurangnya kompetensi Syariah dalam keuangan, persaingan dari bank konvensional, dan terbatasnya daya beli masyarakat lokal.

Kata Kunci: Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR), Strategi Pemasaran, Program Rumah Bersubsidi.

PENDAHULUAN

Dalam Undang-undang No 10 Tahun 1998, perekonomian disebutkan tidak bisa jauh dari jasa keuangan di zaman modern ini. Salah satu jasa keuangan yaitu perbankan yang memiliki peran sangat vital dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Bank, sebagai lembaga keuangan, berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan.

Dalam sistem ekonomi islam, perbankan syariah terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan berbasis syariah yang lebih etis dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Sistem ekonomi islam ini bertujuan untuk menciptakan keadaan yang lebih baik bagi umat manusia dalam kehidupan. Yaitu dengan cara memahami Al-Qur'an dan Hadist serta mengaplikasikannya dalam praktik kehidupan sehari-hari (Irham Fahmi, 2019). Melalui prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan pada keadilan, transparansi, dan kemitraan, bank syariah melaksanakan tugasnya dengan profesionalisme. Bank syariah menghindari praktik yang bertentangan dengan prinsip Islam, seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi).

Salah satu fungsi bank adalah memberikan pembiayaan dengan cara menyalurkan dana kepada nasabah yang membutuhkan dana baik untuk keperluan produktif maupun konsumtif. Adapun tujuan dari pembiayaan tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan pihak yang kekurangan dana.

Untuk menjalani kehidupan yang layak, rumah adalah kebutuhan dasar setiap orang. Namun, karena keterbatasan pendapatan dan kenaikan harga properti yang terus-menerus, beberapa orang tidak dapat memiliki rumah. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah memulai program rumah bersubsidi untuk memberi orang berpenghasilan rendah (MBR) hunian yang baik dan murah. Program KPR Bersubsidi pemerintah bertujuan untuk membantu orang berpenghasilan rendah (MBR) mendapatkan rumah yang layak huni dengan harga yang lebih murah. Pemerintah bekerja sama dengan lembaga keuangan seperti bank konvensional dan syariah untuk menjalankan program ini. Tujuan utamanya adalah untuk mempermudah akses ke pembiayaan perumahan, meningkatkan kepemilikan rumah bagi mereka yang belum memiliki hunian, dan mendukung pembangunan perumahan rakyat yang layak dan berkelanjutan.

Program rumah bersubsidi ini melibatkan lembaga keuangan sebagai penyedia pembiayaan dan pengembang sebagai penyedia properti, salah satunya adalah bank BJB Syariah KCP Indramayu. Bank BJB Syariah KCP Indramayu berkomitmen menjalin kerjasama dengan pemerintah dalam program Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Subsidi berdasarkan prinsip Syariah untuk menunjang kebutuhan masyarakat yang kekurangan perumahan terjangkau mencerminkan sinergi antara perbankan syariah dan pemerintah dalam Dalam kerjasama ini, Bank BJB Syariah akan menerapkan prinsip-prinsip syariah seperti akad Murabaha (akad penjualan), Musharakah Mutanakisah (kemitraan kepemilikan), atau Ijarah muntahiya bi tamriq (perjanjian sewa dengan opsi kepemilikan) sesuai dengan hukum Islam. Hal ini memastikan transaksi tidak melibatkan riba, gharar (ketidakamanan), atau unsur-unsur yang dilarang Islam.

Sebagai wujud keterlibatannya, Bank BJB Syariah KCP Indramayu memberikan layanan keuangan yang transparan, adil dan fokus pada kemaslahatan masyarakat. Dengan bermitra dengan pemerintah dalam program hibah, bank ini membantu meringankan beban perumahan yang layak bagi masyarakat berpenghasilan rendah melalui program pinjaman margin yang kompetitif dan terjangkau. Program tersebut tidak hanya memberikan manfaat kepada pelanggan, namun juga mendukung visi pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kemudahan akses terhadap perumahan.

Kemitraan ini merupakan wujud nyata nilai-nilai syariah yang diterapkan pada industri perbankan dan mendukung program pemerintah dalam memberikan solusi perumahan berkualitas yang memenuhi kebutuhan masyarakat muslim Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana Bank BJB Syariah KCP Indramayu dalam melakukan strategi marketing untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap pembiayaan pemilikan rumah bersubdi dengan akad dan prinsip syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis data bersumber dari data primer dan sekunder untuk menunjang penelitian dengan tujuan untuk menggali secara mendalam strategi marketing pembiayaan pemilikan rumah bersubsidi dengan akad Murabahah pada Bank BJB Syariah KCP Indramayu. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks khusus yang alamiah. Penelitian ini lebih fokus pada proses daripada hasil dan lebih menekankan pada makna daripada pengukuran (Moleong, L. J., 2018).

Lokasi penelitian bertempat di bank BJB Syariah KCP Indramayu, Jl. Jendral Sudirman No. 85, Lemahabang, Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45212. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi dengan dating langsung ke kantor bank BJB Syariah KCP Indramayu. Di mana peneliti berkomunikasi langsung dengan salah satu pegawai untuk memperoleh informasi melalui percakapan, hal ini bertujuan untuk

menggali informasi mengenai strategi, tantangan, dan efektivitas yang diterapkan oleh bank mengenai strategi marketing pembiayaan pemilikan rumah bersubsidi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dan Persyaratan Pengajuan

Pembiayaan Pemilikan Rumah iB Masalah merupakan Fasilitas Pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk membeli, membangun dan atau renovasi (termasuk ruko, rukan, apartemen dan sejenisnya).

Persyaratan Nasabah:

- a. Warga Negara Indonesia (WNI), berdomisili di Indonesia
- b. Usia Minimum pada saat pengajuan pembiayaan 21 Tahun
- c. Usia Maksimum pada saat Jatuh Tempo Pembiayaan:
 1. Karyawan: Maks. 60 tahun
 2. Professional dan pengusaha: Maks. 65 tahun.
 3. Pegawai Negeri Sipil: sesuai dengan peraturan yang berlaku mengenai usia pensiun Pegawai Negeri Sipil
- d. Memiliki pengalaman kerja minimum:
 1. Karyawan: 2 tahun (termasuk pekerjaan sebelumnya)
 2. Profesional / Pengusaha: 3 tahun dalam bidang yang sama.

Strategi Marketing

Berdasarkan hasil wawancara dengan Account Officer (AO) yang menangani produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) Bank BJB Syariah KCP Indramayu, penulis mengidentifikasi strategi pemasaran yang digunakan dalam melakukan promosi untuk menggugah minat masyarakat yang telah penulis pahami secara garis besar. Strategi ini menggabungkan penggunaan data nasabah yang ada, komunikasi langsung, dan penerapan program marketing berbasis komunitas.

a. Pemanfaatan data nasabah

Bank BJB Syariah KCP Indramayu memanfaatkan data nasabah yang tersimpan di sistem internal bank sebagai salah satu landasan strategi pemasarannya. Data ini mencakup informasi tentang kontrak Syariah dan transaksi masa lalu yang dilakukan nasabah dengan bank. Dengan mempelajari pola perdagangan, kebutuhan dan riwayat nasabahnya, bank dapat menawarkan produk yang sesuai, termasuk pembiayaan rumah. Penawaran ini akan dilakukan secara pribadi, baik secara langsung maupun melalui telepon. Pendekatan berbasis data ini tidak hanya meningkatkan efisiensi pemasaran tetapi juga memberi pelanggan pengalaman layanan yang lebih personal.

b. Melalui mini event

Salah satu strategi inovatif yang diterapkan adalah program "Grebek Pasar". Program tersebut merupakan kegiatan promosi yang dilakukan di pasar, yang merupakan jantung kegiatan masyarakat sehari-hari. Sebagai bagian dari ini, Bank menyelenggarakan acara mini untuk menarik masyarakat, termasuk memberikan informasi langsung dan nasihat keuangan tentang produk pinjaman dan membagikan brosur. Grebek Pasar merupakan

kesempatan bagi bank untuk memperkenalkan produknya secara langsung kepada calon nasabah dalam suasana yang santai dan ramah.

c. Penyebaran brosur dan informasi

Selain berinteraksi langsung dengan masyarakat, Bank BJB Syariah KCP Indramayu juga membagikan brosur yang berisi informasi lengkap mengenai produk-produk salah satunya adalah pembiayaan perumahan. Brosur ini bertujuan untuk memberikan penjelasan ringkas dan informatif tentang manfaat produk, model pembiayaan dan kepatuhan terhadap prinsip Syariah.

Tantangan dan Solusi mengenai Produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR)

Bank BJB Syariah KCP Indramayu menghadapi banyak tantangan dalam menjual produk pembiayaan kepemilikan rumah (PPR) berbasis syariah. Salah satu tantangan terbesarnya adalah rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di masyarakat. Banyak orang yang belum memahami perbedaan antara keuangan syariah dan konvensional, terutama dalam akad seperti Murabahah dan Musyarakah Mutanakisah. Karena kurangnya pemahaman ini, produk syariah seringkali dianggap rumit atau mahal, padahal sebenarnya produk tersebut memiliki manfaat seperti transparansi dan bebas dari riba.

Persaingan dari bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya juga merupakan tantangan besar. Bank konvensional sering menawarkan suku bunga yang lebih rendah dan program subsidi yang lebih menarik, sementara lembaga nonperbankan menawarkan opsi pinjaman yang lebih fleksibel. Selain itu, persaingan antar bank Islam juga semakin ketat karena banyaknya produk serupa yang ditawarkan di pasar. Tantangan lainnya adalah terbatasnya daya beli warga Indramayu yang bergantung pada situasi ekonomi setempat. Program bantuan keuangan pemerintah memang membantu, tetapi banyak orang masih merasa kesulitan memenuhi persyaratan awal seperti uang muka dan cicilan bulanan. Hal ini diperparah dengan stigma bahwa produk Syariah lebih mahal dan prosesnya lebih rumit.

Untuk menjawab tantangan tersebut, Bank BJB Syariah KCP Indramayu harus meningkatkan literasi keuangan syariah melalui edukasi yang intensif, mengembangkan strategi pemasaran digital, dan menawarkan program promosi yang kompetitif. Langkah-langkah ini akan memungkinkan bank untuk memperkuat posisi pasar mereka dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk Syariah.

KESIMPULAN

Bank BJB Syariah KCP Indramayu memainkan peran strategis dalam mendukung program pemerintah untuk menyediakan akses perumahan yang layak bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) melalui produk pembiayaan pemilikan rumah (PPR) bersubsidi berbasis syariah. Dengan menggunakan akad syariah seperti Murabahah, Musyarakah Mutanaqisah, dan Ijarah Muntahiyah Bi Tamlik, bank ini menjalankan prinsip-prinsip Islam dalam proses pembiayaan, sehingga transaksi yang dilakukan bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir.

Strategi pemasaran yang diterapkan, seperti pemanfaatan data nasabah, pelaksanaan program “Grebek Pasar,” dan penyebaran brosur, menunjukkan komitmen bank untuk mendekatkan produk syariah kepada masyarakat secara langsung dan efektif. Namun, bank menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi keuangan syariah, persaingan dengan bank konvensional, dan keterbatasan daya beli masyarakat. Tantangan ini diperparah dengan adanya stigma bahwa produk syariah lebih mahal dan rumit.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, Bank BJB Syariah KCP Indramayu perlu mengoptimalkan edukasi literasi keuangan syariah, memanfaatkan pemasaran digital, serta menawarkan program promosi yang kompetitif. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap produk PPR berbasis syariah, sekaligus memperkuat posisi bank sebagai lembaga keuangan yang mendukung pembangunan ekonomi berbasis syariah di Indonesia. Kemitraan dengan pemerintah dalam program perumahan bersubsidi ini juga mencerminkan sinergi yang positif antara sektor perbankan syariah dan kebijakan publik untuk menciptakan solusi perumahan yang berkelanjutan dan berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Irham Fahmi, Dasar-Dasar Perekonomian Indonesia, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019), hlm20.
- Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pemilikan Rumah Bank BJB Syariah <https://www.bjbsyariah.co.id/pemilikan-rumah> (diakses pada 28 Desember 2024)
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Pasal 1 Ayat 2.
- Wawancara bersama AO PPR Bank BJB Syariah KCP Indramayu pada 6 November 2024