



**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN PENSIUN
BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG
PEMBANTU PANYABUNGAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**NINA YANTI
NIM 16 401 00169**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2020**



**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN PENSIUN
BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG
PEMBANTU PANYABUNGAN**

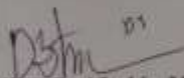
SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

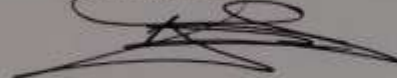
Oleh

**NINA YANTI
NIM 16 401 00196**

PEMBIMBING I


**Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002**

PEMBIMBING II


H. Ali Hardana, M. Si

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2020**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. NINA YANTI
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 09 Oktober 2020
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

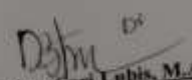
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. NINA YANTI yang berjudul "STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN PENSIUN BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU PANYABUNGAN", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

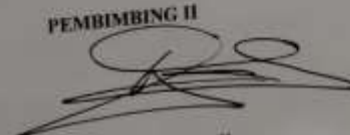
Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

PEMBIMBING II


H. Ali Hardana, M. Si

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **NINA YANTI**
NIM : 16 401 00169
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis-Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun Bank
Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu
Panyabungan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 09 Oktober 2020
Saya yang Menyatakan,



Nina Yanti
NINA YANTI
NIM. 16 401 00169

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Ramadani
NIM : 13 220 0007
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) Terhadap Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 29 Juni 2020

Yang menyatakan,



AYU RAMADANI
NIM. 13 220 0007

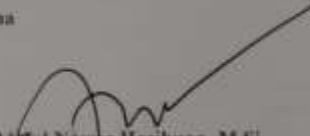


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan H.T. Rizal Nomor Km. 4,5 Sibolang Padangsidempuan, 22753
Telepon: (0634) 22080 Faksimile: (0634) 34032

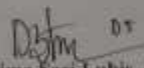
DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : NINA YANTI
NIM : 16 401 00169
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Strategi Pemasaran Pembiayaan Pension Bank
Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu
Panyabungan

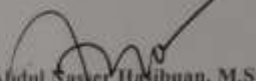
Ketua

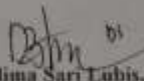

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

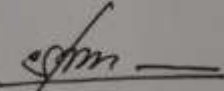
Sekretaris



Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004


Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002


Dr. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002


Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 27 Oktober 2020
Pukul : 09.00 WIB s/d 11.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 74,25 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,72
Predikat : CUMLAUDE



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihang 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

PENGESAHAN

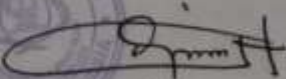
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN PENSIUN
BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG
PEMBANTU PANYABUNGAN

NAMA : NINA YANTI
NIM : 16 401 00169

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 10 November 2020
Dekan,




Dr. Darwis Harahap, S.Hi., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Nina Yanti

NIM : 16 401 00169

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan

Persaingan yang semakin ketat mendorong setiap bank harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cepat. Salah satu produk yang diluncurkan oleh Bank Syariah Mandiri adalah produk pembiayaan pensiun pada April 2016. Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen yang ditujukan kepada para pensiunan, pra pensiun dan janda pensiun dengan pembayaran angsuran yang dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Di Panyabungan bukan hanya Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan saja yang memiliki produk pembiayaan pensiun, produk ini juga ada pada Bank Sumut dan Kantor Pos. setiap lembaga keuangan harus mampu memadukan seluruh aspek yang terkandung dalam strategi pemasaran. Sejak diluncurkannya pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, jumlah nasabahnya berjumlah 99 Nasabah. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan beserta hambatan-hambatannya. Dari rumusan tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan beserta hambatan-hambatannya.

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun, sehingga pendekatan teori disesuaikan dengan ruang lingkup yang dibahas, yaitu pengertian strategi pemasaran, pembiayaan, pembiayaan pensiun dan nasabah.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan adalah bekerja sama dengan Badan Kepegawaian Daerah, Pengajian yang diadakan tiga bulan sekali dengan adanya pengecekan kesehatan gratis dan Angsuran per bulan yang lebih murah dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya. Adapun hambatan dalam pemasarannya adalah terkendala di waktu sehingga pihak dari Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan mempromosikan pembiayaan pensiun yaitu pada saat gaji di awal bulan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan, Pembiayaan Pensiun, Nasabah

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariahdi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku pembimbing I dan Bapak H. Ali Hardana, M. Si selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ibunda Derlina Siregar dan Ayahanda tercinta Rasidun Nasution, yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan moril dan

materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Keempat Abang saya Armadi Sali Nasution, Amriruddin Nasution, Azan Rafanna Nasution dan Rudi Ansyah Nasution yang tidak hentinya memberikan dukungan kepada peneliti karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.

8. Kepada sahabat dan teman-teman yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yaitu Refma Sari Hayana Nasution, Linda Nasution, Nurul Hamini Pohan, Nur Indah Permata Sari Hasibuan dan Era Mulyani Pulungan.
9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Perbankan Syariah-5 angkatan 2016 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Amin.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 09 September 2020

Peneliti,

NINA YANTI
NIM. 16 401 00169

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ya
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..?..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

HarkatdanHuruf	Nama	HurufdanTanda	Nama
	<i>fathah dan alifatauya</i>	ā	a dan garis atas

ي...و	<i>Kasrah</i> danya	ī	i dan garis di bawah
و...و	<i>ḍommah</i> danwau	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. *Syaddah (Tsaydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. *Hamzah*

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Batasan Istilah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan Penelitian.....	9
G. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	11
1. Strategi Pemasaran	11
a. Pengertian Strategi Pemasaran	11
b. Macam-macam Strategi Pemasaran.....	15
c. Konsep-konsep Pemasaran.....	18
d. Tujuan Pemasaran.....	20
e. Menentukan Bauran Pemasaran	21
2. Pembiayaan	30
a. Pengertian Pembiayaan	30
b. Unsur-unsur Pembiayaan	31
c. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan	33
d. Jenis-jenis Pembiayaan	35
e. Prinsip-prinsip Pemberian Pembiayaan	36
3. Pembiayaan Pensiun	37
4. Nasabah	40
B. Penelitian Terdahulu	41
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	58

B. Jenis Penelitian	58
C. Unit Analisis/Subjek Penelitian	49
D. Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.....	54
1. Visi, Misi dan Nilai-nilai Bank Syariah Mandiri	57
B. Hambatan-hambatan Pemasaran Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.....	58
C. Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan	59
1. Strategi Produk (<i>Product</i>)	60
2. Strategi Harga (<i>Price</i>).....	64
3. Strategi Tempat (<i>Place</i>)	67
4. Strategi Promosi (<i>Promotion</i>).....	70
5. Strategi Sumber Daya Manusia (<i>Orang/People</i>)	72
6. Strategi Proses (<i>Process</i>)	73
7. Strategi Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	75
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	78
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Jumlah Nasabah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan dan Jumlah Pegawai Pensiun Kabupaten Mandailing Natal.....	4
Tabel II.1	: Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel IV.1	: Daftar Jumlah Pegawai atau Karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.....	57
Tabel IV.2	: Biaya Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan masa yang akan datang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan.¹

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pada Bab 1 Pasal 1 dan ayat 7 di sebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.² Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW.³

Dalam hal pelaksanaan operasional sistem perbankan syariah akan tercermin prinsip ekonomi syariah dalam bentuk nilai-nilai yang secara umum dapat dibagi dua perspektif, yaitu mikro dan makro. Nilai-nilai syariah dalam perspektif mikro menekankan aspek kompetensi/profesionalisme dan sikap amanah. Sedangkan dalam perspektif makro nilai-nilai syariah menekankan aspek distribusi,

¹Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 3.

²Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

³Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2010), hlm. 9.

pelarangan riba dan kegiatan ekonomi yang tidak memberikan manfaat secara nyata kepada sistem perekonomian. Oleh karena itu dapat dilihat secara jelas potensi manfaat keberadaan sistem perbankan syariah yang ditujukan bukan hanya untuk warga masyarakat Islam, melainkan kepada seluruh umat manusia.⁴ Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa bank syariah dilarang melakukan transaksi yang melanggar agama.

Bank syariah maupun bank konvensional dituntut agar mampu membuat inovasi dan produknya. Bank yang mampu *survive* adalah bank yang dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya dengan cepat dan memuaskan. PT. Bank Syariah Mandiri sebagai bank yang selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat membuat inovasi dalam produknya dengan meluncurkan produk pembiayaan pensiun. Produk ini diluncurkan karena pensiunan merupakan pasar potensial dalam mendukung pertumbuhan pembiayaan konsumen bank syariah mandiri mengingat jumlah pensiun pegawai negeri maupun pegawai swasta tiap tahun mengalami peningkatan, pensiunan tersebut masih perlu memenuhi kebutuhan pribadi maupun keluarganya sehingga produk pembiayaan pensiun merupakan peluang untuk menghasilkan keuntungan bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

Pembiayaan kepada pensiun merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada pensiunan, pra pensiun dan janda pensiun dengan pembayaran angsuran

⁴Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 20-21.

dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan).⁵ Pensiunan adalah pegawai negeri sipil pusat/daerah yang telah pensiun, pra pensiun yaitu pegawai negeri sipil pusat/daerah yang enam bulan lagi akan pensiun, dan janda pensiun adalah istri almarhum pensiun yang menerima manfaat dana pensiun setiap bulannya yang ditentukan oleh pengelola pensiun.

Pembiayaan pensiun dapat menggunakan akad *murabahah* dan *ijarah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.⁶ Akad *ijarah* adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa di ikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.⁷ Jenis transaksi yang menggunakan akad *murabahah* adalah pembelian atau renovasi rumah dan pembelian barang untuk usaha sedangkan jenis transaksi yang menggunakan akad *ijarah* adalah biaya sekolah/pendidikan anak dan lain-lain.

Pembiayaan pensiun tergolong produk penyaluran dana yang masih baru, di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu

⁵ Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 228.

⁶ Adiwarman A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 113.

⁷ Adiwarman A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, hlm. 138.

Penyabungan pembiayaan ini hadir sejak tahun 2018. Jumlah nasabah pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Penyabungan dari tahun 2018 sampai 2020 berjumlah 99 nasabah sedangkan jumlah pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kabupaten Mandailing Natal dari tahun 2018 sampai 2020 berjumlah 527 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah
Mandiri KCP Penyabungan dan Pensiunan Pegawai
Negeri Sipil Kabupaten Mandailing Natal
Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Nasabah Pembiayaan Pensiun	Jumlah Pensiunan Pegawai Negeri Sipil
2018	51	189
2019	33	201
2020	15	137

Sumber:Konter layanan Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Penyabungan dan Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Mandailing Natal.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Penyabungan pada tahun 2018 adalah 51 nasabah, pada tahun 2019 sebanyak 33 nasabah dan tahun 2020 sebanyak 15 nasabah. Tahun 2019 mengalami penurunan nasabah sebanyak 18 nasabah dan tahun 2020 juga mengalami penurunan sebanyak 18 nasabah dari tahun 2019. Sedangkan jika dilihat jumlah pegawai pensiun dari tahun 2018 sampai 2020 adalah 527 pegawai pensiun, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Penyabungan hanya mampu menarik 51 nasabah dari 189 pegawai pensiun pada tahun 2018, pada tahun 2019 hanya mampu menarik 33 nasabah dari 201 pegawai pensiun dan tahun 2020 hanya mampu menarik nasabah sebanyak 15 nasabah dari

137 pegawai pensiun. Dalam hal ini jumlah nasabah pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan mengalami penurunan setiap tahunnya sehingga strategi pemasaran perlu di organisasikan dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun agar jumlah nasabahnya semakin bertambah.

Penurunan jumlah nasabah ini terjadi karena persaingan yang cukup ketat, dimana banyak lembaga sejenis yang menawarkan pembiayaan serupa dengan lokasi antar bank yang berdekatan, seperti Bank Sumut, BTPN dan Kantor Pos. sehingga hal ini berdampak pada penurunan jumlah nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan bank dalam penghimpunan, penyaluran dana atau pembiayaan adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah penetapan kebijakan pemasaran dengan mengendalikan faktor yang dapat dikuasai serta faktor diluar kekuasaan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemuasan konsumen (*marketing signature*).⁸ Dalam melakukan strategi pemasaran perusahaan jasa harus bisa memadukan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu, artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix*

⁸Sri Rezeki Hartono, *Kamus Hukum Ekonomi* (Semarang: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 171.

itu sendiri. Dalam dunia perbankan bauran pemasaran dilakukan dengan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam prakteknya konsep bauran pemasaran dalam perbankan adalah produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Untuk memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan dalam menarik nasabah tidaklah mudah, karena masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui mengenai produk pembiayaan pensiun dan masih menganggap Bank Syariah sama dengan Bank Konvensional. Dengan mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan, nasabah akan mendapati proses yang mudah dan tepat serta angsuran ringan dan tetap hingga lunas yang diharapkan dapat memperbanyak jumlah nasabah pembiayaan pensiunan.

Setiap produk yang ditawarkan pada setiap nasabah harus mempunyai strategi untuk mendukung kesesuaian dengan kebutuhannya, atau dengan kata lain untuk mencapai tujuan perusahaan jasa harus mampu memahami seperti apa yang diinginkan oleh nasabah. Untuk itu strategi pemasaran sangatlah berperan penting bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun.

Dari latar belakang diatas, maka dapat diketahui bahwa strategi pemasaran sangat diperlukan oleh suatu perusahaan, untuk menimbulkan

perbedaan serta keunikan masing-masing produk, sehingga timbul ciri khas perusahaan dan kepuasan konsumen semakin meningkat. Hal tersebut juga dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan di atas, maka peneliti membatasi permasalahan yang disajikan dalam penelitian ini hanya membahas tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) beserta hambatan-hambatan dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi istilah sebagai berikut.

1. Strategi pemasaran adalah penetapan kebijakan pemasaran dengan mengendalikan faktor yang dapat dikuasai serta faktor diluar kekuasaan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemuasan konsumen (*Marketing Signature*). Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi yang digunakan Bank Syariah

Mandiri KCP Panyabungan untuk mempengaruhi calon nasabah sehingga tertarik melakukan pembiayaan pensiun.

2. Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah.
3. Pembiayaan pensiun adalah pembiayaan yang diberikan kepada para pensiun atau pegawai yang lebih kurang 6 bulan lagi akan pensiun (pra pensiun) atau janda pensiun yang telah menerima SK pensiun.
4. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah dan/atau UUS. Nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah calon nasabah pensiun, pra pensiun dan janda pensiun.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah di kemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja hambatan-hambatan dalam pemasaran pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan?
2. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui hambatan-hambatan dalam pemasaran pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa tambahan pengalaman, pengetahuan dan wawasan dalam menyalurkan teori-teori yang diperoleh peneliti dibangku kuliah.
2. Bagi dunia akademis diharapkan berguna sebagai pengembangan keilmuan dan juga diharapkan berguna sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya khususnya yang membahas hal yang sama dengan judul penelitian ini.
3. Bagi pihak manajemen bank syariah penelitian ini diharapkan menjadi bentuk kontribusi yang positif dalam membentuk strategi pemasaran sesuai dengan perspektif bauran pemasaran syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih mudah memahami dalam penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan. Bab ini mengurai tentang latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka. Bab ini mengurai tentang landasan teori yang berisi strategi pemasaran, pembiayaan, pembiayaan pensiun dan nasabah, selain itu juga terdiri dari tinjauan penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini mengurai tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, unit/analisis/subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan/analisis data, serta teknik pengecekan keabsahan data.

Bab IV Hasil Penelitian. Bab ini mengurai tentang gambaran umum perusahaan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan dan dekskripsi hasil penelitian.

Bab V Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan saran, kesimpulan merupakan jawaban-jawaban terhadap pertanyaan pada rumusan masalah, saran memuat pokok-pokok pikiran penelitian kepada pihak-pihak yang terkait dengan objek penelitian untuk menjadi bahan pertimbangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan dengan keunggulan, kelemahan perusahaan, yang dikaitkan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan dan strategi yang tepat adalah suatu pola tanggapan pribadi atau suatu organisasi.⁹

Strategi didisain dan dilakukan untuk mencapai tujuan suatu organisasi baik yang berjangka pendek maupun jangka panjang. Oleh sebab itu, strategi dapat diartikan sebagai alat (*means*) untuk mencapai tujuan (*ends*). Tujuan adalah keadaan yang diharapkan dimasa depan.¹⁰

Menurut Kolter, pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa

⁹ M Manullang, *Manajemen Strategi* (Medan: Perdana Publishing, 2016), hlm. 17.

¹⁰ M Manullang, *Manajemen Strategi*, hlm. 24.

yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan , penawaran dan pertukaran (*exchange*).¹¹

Tujuan dari setiap pemasaran ialah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang tersebut atau terhadap pelayanan toko tersebut maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas maka dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarganya, sahabatnya, sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan.¹²

Bagi lembaga keuangan, pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya akan terpenuhi. Karena itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan manajemen pemasaran dengan baik. Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli

¹¹ Herry Sutanto dan Khoirul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 37.

¹² Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 180.

sasaran (*target buyers*) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Dalam hal ini yang di manajemen adalah strategi pemasaran agar perusahaan mendapatkan hasil yang maksimal.

Kegiatan Pemasaran meliputi hal-hal seperti:

- 1) Menetapkan apa yang dikehendaki konsumen.
- 2) Merancang dan mengembangkan suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.
- 3) Menentukan cara yang terbaik mengenai penetapan mutu, penetapan harga yang tepat, promosi dan pendistribusian produk yang sesuai.¹³

Ada beberapa tugas tertentu dari pemasaran:

- 1) *Conversional Marketing* atau mengubah, tugas utamanya adalah merupakan sikap orang-orang yang tidak menyukai sesuatu, menjadi menyukainya.
- 2) *Stimulation Marketing* atau mendorong, tugas utamanya mendorong atau merangsang kebutuhan orang-orang yang semula tidak berminat atau tidak mengetahui suatu produk atau jasa.
- 3) *Development Marketing* atau mengembangkan, tugas utamanya membuat suatu produk atau jasa baru untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi.

¹³ M Manullang, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Permata Puri Media, 2013), hlm. 192.

- 4) *Remarketing* atau mengaktifkan lagi, tugas utamanya adalah lebih mengaktifkan lagi keinginan atas produk atau jasa yang sudah stabil atau menurun permintaannya.
- 5) *Synchromarketing* atau menyelaraskan, tugas utamanya adalah mengubah pola permintaan sehingga dapat sesuai dengan pola penawaran.
- 6) *Maintenance Marketing* atau memelihara, tugas utamanya adalah memelihara tingkat penjualan yang telah ada dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.
- 7) *Demarketing* atau memelihara, tugas utamanya adalah mengurangi tingkat permintaan atas produk atau jasa yang telah ada.
- 8) *Counter Marketing* atau merintangim tugas utamanya adalah menghancurkan atau merintangim permintaan atau keinginan pada produk atau jasa tertentu.¹⁴

Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas, dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil.¹⁵

¹⁴ M Manullang, *Pengantar Bisnis*, hlm. 194-195.

¹⁵ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2013), hlm. 187.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.¹⁶

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran pada hakikatnya merupakan kumpulan upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan yang telah direncanakan.

b. Macam-Macam Strategi Pemasaran

1) Strategi penetrasi pasar (*market penetration strategy*)

Strategi ini digunakan bila masih banyak calon nasabah yang belum terjangkau didaerah pemasaran perusahaan. Strategi penetrasi pasar berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar untuk produk dan jasa di pasar saat ini lewat usaha pemasaran yang lebih besar.

Strategi ini secara luas digunakan dan dikombinasikan dengan strategi lain. Penetrasi pasar meliputi meningkatnya angka tenaga penjual, meningkatnya beban iklan, menawarkan promosi

¹⁶ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 83.

penjualan item secara ekstensif atau meningkatnya usaha publikasi.¹⁷

2) Strategi pengembangan Pasar (*market development strategy*)

Strategi pengembangan pasar melibatkan pengenalan produk atau jasa.¹⁸ Strategi ini dilakukan bila konsumen/nasabah yang telah ada dan telah dianggap jenuh sehingga perlu dicari nasabah yang baru secara geografis/demografis berbeda dengan pasar yang lama. Upaya yang dapat dilakukan dalam pengembangan pasar adalah:

- a) Menambah lokasi atau kantor cabang didaerah lain
- b) Strategi jemput bola pada konsumen atau calon nasabah yang selama ini dianggap bukan merupakan pangsa pasar perusahaan.

3) Strategi pengembangan produk (*product development strategy*)

Strategi pengembangan produk adalah strategi yang mencari kenaikan penjualan dengan meningkatkan atau memodifikasi produk atau jasa. Strategi ini menyangkut perubahan/penyempurnaan dan penambahan produk yang

¹⁷ Fred R David dan Forest R David, *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), hlm. 132.

¹⁸ Fred R David dan Forest R David, *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, hlm. 132.

ditawarkan kepada konsumen atau nasabah untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk adalah:

- a) Melakukan riset mengenai produk/kebutuhan konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah dimasa yang akan mendatang
- b) Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

4) Strategi Diversifikasi produk

Strategi ini merupakan pengembangan baru tetapi masih berhubungan dengan produk lama dan ditawarkan kepada pasar yang baru. Upaya yang dapat dilakukan dalam diversifikasi produk ini adalah:

- a) Melakukan riset mengenai kebutuhan pasar/konsumen baru
- b) Membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen/nasabah.

c. Konsep-Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan,

menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.¹⁹

Konsep pemasaran dalam suatu perusahaan harus diorganisasikan secara terpadu dan memerlukan pelaksanaan manajemen pemasaran yang pada hakikatnya merupakan tindakan dan konsep pemasaran.

Konsep pemasaran (*marketing*), antara lain adalah:

1) Konsep Produksi (*The Production Concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia selaras dengan kemampuan. Oleh karena itu, manajemen harus berusaha untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi.

2) Konsep Produk (*The Product Concepts*)

Dalam konsep ini terkandung pengertian bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karena itu, produsen harus berupaya untuk memperbaiki produk secara terus-menerus.

3) Konsep Penjualan (*The Selling Concepts*)

¹⁹ *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 7.

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang *agresif*.

4) Konsep Pemasaran (*The Marketing Concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan bank terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran (*target market*) serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing.²⁰

Konsep pemasaran menekankan bahwa konsumenlah yang menjadi fokus utama perusahaan. Oleh karena itu diperlukan berbagai cara untuk memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen yang sesungguhnya.²¹

d. Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran adalah mengetahui keinginan pelanggan dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa yang akan dipasarkan sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka

²⁰ Melayu S P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan cet- 10* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), hlm. 146.

²¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 32.

panjang maupun jangka pendek. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk:

- 1) Memaksimalkan konsumsi dengan memberi kemudahan, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- 2) Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya.
- 3) Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dengan menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan.
- 4) Mamaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang *efisien*.²²

e. Menentukan Bauran Pemasaran

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat

²² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 197.

dikendalikan yaitu lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).²³

Marketing Mix (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen lain.

Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa.²⁴

Kotler dan Amstrong mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran taktik yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. *Marketing mix* dalam dunia perbankan dikenal dengan istilah 7 P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat

²³ *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 14.

²⁴ *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 213.

(*place*), promosi (*promotion*), sumber daya manusia/orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).²⁵

Adapun strategi marketing mix yang terdiri atas 7 P akan dijelaskan dibawah ini:

1) Strategi Produk (*product*)

Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk, yaitu:

a) Penentuan Logo dan Motto

Logo adalah serangkaian ciri khas suatu bank sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat.

b) Menciptakan Merek

Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, disain, atau kombinasi dari semuanya. Menciptakan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor: mudah diingat, terkesan hebat dan modern, memiliki arti, menarik perhatian, dan memiliki ciri khas.

c) Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian

²⁵ Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 40.

pelayanan atau jasa kepada para nasabah atau bentuk tawaran produk yang dapat menarik perhatian para nasabah.

d) Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilekatkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan.²⁶

2) Strategi Harga (*price*)

Keputusan dalam penentuan harga, harus konsisten dengan strategi pemasaran.²⁷ Harga merupakan keputusan yang sangat penting dari pemasar, sebab bila harga terlalu tinggi banyak pembeli potensial jadi menghilang, sedang bila harga terlalu rendah perusahaan tidak memperoleh cukup keuntungan. Pada waktu yang sama, harga produk harus dapat menutupi segala pengeluaran (biaya) dalam memproduksi dan menjual produk dan sekaligus memberi keuntungan bagi perusahaan. Penetapan harga merupakan suatu yang dinamis, dan biasanya ditentukan setelah mempertimbangkan berbagai tujuan perusahaan.²⁸

Ada lima cara penentuan tujuan penetapan harga, yaitu:

- a) Mempertahankan eksistensi perusahaan
- b) Memaksimumkan laba jangka pendek

²⁶ *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 146-147.

²⁷ M Manullang dan Esterlina Hutabarat, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Indomedia Pustaka, 2016), hlm. 26.

²⁸ *Manajemen Strategi*, hlm. 201-202.

- c) Mencegah atau mengurangi persaingan
- d) Mempertahankan atau memperbaiki pangsa pasar
- e) Menonjolkan mutu produk.²⁹

3) Strategi Lokasi (*Place*)

Dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank dekat akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta meyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih. Apabila lokasi sudah ditentukan, maka perlu pula disertai dengan perencanaan ruangan, tata ruang serta interior bangunan, perparkiran dan keamanan.³⁰

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah mempertimbangkan sebagai berikut:

- a) Dekat dengan kawasan industri atau pabrik
- b) Dekat dengan perkantoran
- c) Dekat dengan pasar
- d) Dekat dengan perumahan atau masyarakat

²⁹ *Pengantar Bisnis*, hlm. 203.

³⁰ *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 131.

e) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.³¹

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk *layout* gedung adalah:

- a) Bentuk gedung yang memberikan kesan elegan dan baik
- b) Lokasi parkir luas dan aman
- c) Keamanan di sekitar gedung juga harus dipertimbangkan
- d) Tersedia tempat ibadah
- e) Tersedia toilet yang bersih dan nyaman
- f) Fasilitas penunjang lainnya.

Sedangkan untuk tata ruangan (*interior*) adalah:

- a) Suasana ruangan terkesan luas dan lega
- b) Tata letak kursi dan meja yang tersusun rapi dan mudah dipindah
- c) Hiasan dalam ruangan yang menarik
- d) Sarana hiburan.³²

4) Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, menakutkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif (komunikasi) adalah adanya komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk

³¹ *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 133-134.

³² *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 137-138.

mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima (target pendengar).³³

Promosi adalah usaha-usaha perusahaan untuk menyakinkan konsumen untuk membeli produknya.³⁴ Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Secara garis besar kelompok cara promosi dapat dibagi menjadi sebagai berikut:

a) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan bank untuk menginformasikan, menarik, memengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis, pencetakan brosur, pemasangan spanduk di lokasi tertentu, pemasangan melalui Koran, pemasangan melalui televisi dan media lainnya.³⁵

b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan (*sales promotion*). Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi dilakukan

³³ M Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 95.

³⁴ *Manajemen Strategi*, hlm. 204.

³⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 246-247.

untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan saldo tertentu dan pemberian cendera mata, hadiah atau kenang-kenangan lainnya kepada nasabah loyal serta promosi penjualan lainnya.

c) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti social, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata nasabahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.³⁶

d) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *Costumer Service* atau *Service Asistensi*.³⁷

5) Orang (*people*)

³⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*, hlm. 248.

³⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*, hlm. 249.

Orang (*people*)/partisipan adalah semua pelaku yang memainkan, sebagian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah personel perusahaan, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Orang (*people*)/partisipan, juga berfungsi sebagai penyedia jasa, sangat mempengaruhi kualitas jasa pelayanan yang diberikan. Untuk mendapatkan kualitas, maka diperlukan pelatihan staf, sehingga karyawan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Tujuannya adalah untuk mendorong suatu kinerja, yang dapat memuaskan konsumen.³⁸

6) Strategi Proses (*Process*)

Proses dalam pemasaran jasa, terkait dengan kualitas jasa yang diberikan, terutama dalam hal sistem penyampaian jasa. Dengan kata lain, proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran, dikoordinasikan, untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen.³⁹

Proses disini mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen memesan hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Proses juga dapat diartikan sebagai mutu layanan yang

³⁸ *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm. 27.

³⁹ *Manajemen Pemasaran Jasa*, hlm. 27.

sangat bergantung pada proses penyampaian informasi kepada konsumen. Dalam perbankan syariah, proses atau mekanisme mulai dari melakukan penawaran produk hingga hingga menangani keluhan pelanggan yang efektif dan efisien perlu dikembangkan dan ditingkatkan.⁴⁰

7) Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta komponen yang memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut. Bukti fisik mencakup fasilitas fisik dimana jasa ditawarkan, seperti fasilitas kantor cabang sebuah bank.⁴¹

2. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan

⁴⁰ *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 75.

⁴¹ *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 20.

atau bagi hasil. Di dalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum islam.⁴²

Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah didefinisikan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁴³ Sebagaimana firman Allah dalam Q.S An-Nisa: 29.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁴⁴

Dalam kitab tafsir Al-Ahkam, ayat ini dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan

⁴² Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenamedia Group, 2011), hlm. 106.

⁴³ *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, hlm. 483.

⁴⁴ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Jumanatul Ali-Art, 2004), hlm. 83.

batil, artinya tidak ada hak-haknya. Memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan jalan batil ada berbagai caranya, seperti pendapat Suddi, memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, dan menganiaya.⁴⁵

b. Unsur-Unsur Pembiayaan

1) Bank Syariah

Merupakan badan usaha yang memberikan pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.

2) Mitra Usaha/Partner

Merupakan pihak yang mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, atau pengguna dana yang disalurkan bank syariah.

3) Kepercayaan (*Trust*)

Bank syariah memberikan kepercayaan kepada pihak yang menerima pembiayaan bahwa mitra akan memenuhi kewajiban untuk mengembalikan dana bank syariah sesuai dengan jangka waktu tertentu yang diperjanjikan.

4) Akad

Akad merupakan suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara bank syariah dan pihak nasabah/mitra.

⁴⁵ Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir Al-Ahkam* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 258.

5) Risiko

Setiap dana yang disalurkan/diinvestasikan oleh bank syariah selalu mengandung risiko tidak kembalinya dana. Risiko pembiayaan merupakan kemungkinan kerugian yang akan timbul karena dana yang disalurkan tidak dapat kembali.

6) Jangka waktu

Merupakan periode waktu yang diperlukan oleh nasabah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh bank syariah.

7) Balas jasa

Sebagai balas jasa dana yang disalurkan oleh bank syariah, maka nasabah membayar sejumlah tertentu sesuai dengan akad yang telah disepakati antara bank dan nasabah.⁴⁶

c. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan merupakan sumber pendapatan bagi bank syariah. Tujuan pembiayaan yang dilaksanakan perbankan syariah terkait dengan *stakeholder*, yaitu sebagai berikut.

- 1) Pemilik, memperoleh penghasilan atas dana yang ditanamkan pada bank tersebut
- 2) Pegawai, memperoleh kesejahteraan dari bank yang dikelolanya
- 3) Masyarakat

⁴⁶ *Perbankan Syariah*, hlm. 107-108.

- a) Pemilik dana, memperoleh bagi hasil dari dana yang diinvestasikan
 - b) Debitur yang bersangkutan, terbantu dalam menjalankan usahanya (sektor produktif) atau pengadaan barang yang diinginkan (pembiayaan konsumtif)
 - c) Masyarakat umumnya-konsumen, memperoleh barang-barang yang dibutuhkan
- 4) Pemerintah, terbantu dalam pembiayaan pembangunan negara, disamping itu akan diperoleh pajak
 - 5) Bank, meneruskan dan mengembangkan usahanya agar tetap survival dan meluaskan jaringan usahanya sehingga semakin banyak masyarakat yang dapat dilayaninya.

Beberapa fungsi pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat, yaitu sebagai berikut.

- 1) Meningkatkan daya guna uang, para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas
- 2) Meningkatkan daya guna barang, produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat memproduksi bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *utility* dari bahan tersebut meningkat

- 3) Meningkatkan peredaran uang, peredaran uang kartal ataupun giral akan lebih berkembang karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha yang menyebabkan penggunaan uang akan bertambah baik kualitatif apalagi secara kuantitatif
- 4) Menimbulkan kegairahan berusaha, bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank inilah kemudian yang digunakan untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.⁴⁷

d. Jenis-Jenis Pembiayaan

- 1) Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan pada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

- 2) Pembiayaan Investasi Syariah

Pembiayaan investasi syariah yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) beserta fasilitas-fasilitas yang berkaitan erat dengannya yang diatur berdasarkan tata cara Islam.⁴⁸

- 3) Pembiayaan Konsumtif Syariah

⁴⁷ Mia Lasmi Wardiyah, *Pengantar Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2019), hlm. 186-187.

⁴⁸ Mia Lasmi Wardiyah, *Pengantar Perbankan Syariah*, hlm. 187-188.

Diberikan kepada nasabah untuk membeli barang-barang untuk keperluan pribadi dan tidak untuk keperluan usaha.⁴⁹ Pembiayaan yang diberikan bank kepada pihak ketiga/perorangan (termasuk karyawan bank sendiri) untuk keperluan konsumsi berupa barang atau jasa dengan cara membeli, menyewa atau dengan cara yang lain. Termasuk dalam pembiayaan konsumsi ini adalah pembiayaan kendaraan pribadi, pembiayaan perumahan dan lain-lain. Pembiayaan konsumtif syariah ini juga termasuk pembiayaan pensiun yaitu penyaluran fasilitas pembiayaan *consumer* (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan).

e. Prinsip-Prinsip Pemberian Pembiayaan

Prinsip-prinsip dalam pemberian pembiayaan, terlebih dahulu harus terpenuhi persyaratan yang dikenal dengan prinsip 6 C, yaitu:

- 1) *Character*, yaitu menggambarkan watak dan kepribadian calon nasabah.
- 2) *Capacity*, yaitu untuk mengetahui kemampuan keuangan calon nasabah dalam memenuhi kewajibannya sesuai jangka waktu pembiayaan.

⁴⁹ *Perbankan Syariah*, hlm. 114.

- 3) *Capital*, yaitu modal yang perlu disertakan dalam objek pembiayaan.
- 4) *Collateral*, yaitu agunan yang diberikan oleh calon nasabah atas pembiayaan yang diajukan.
- 5) *Condition of Economy*, yaitu analisis terhadap kondisi perekonomian.
- 6) *Constraints*, yaitu analisis terhadap kondisi perekonomian.
- 7) *Constraints*, yaitu batasan atau hambatan yang tidak memungkinkan suatu bisnis untuk dilaksanakan pada tempat tertentu.⁵⁰

3. Pembiayaan Pensiun

Pensiun adalah hak seseorang untuk memperoleh penghasilan setelah bekerja sekian tahun dan sudah memasuki usia pensiun atau ada sebab-sebab lain sesuai dengan perjanjian yang ditetapkan. Penghasilan dalam hal ini biasanya diberikan dalam bentuk uang dan besarnya tergantung dari aturan yang ditetapkan.⁵¹

Program pensiun bagi pegawai negeri diatur dalam UU No. 43 Tahun 1999 Pasal 10 yang menyatakan bahwa pensiun adalah jaminan

⁵⁰ *Perbankan Syariah*, hlm. 120-125.

⁵¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 287.

hari tua dan sebagai penghargaan terhadap Pegawai Negeri yang telah bertahun-tahun mengabdikan dirinya kepada negara.⁵²

Pembiayaan kepada Pensiunan adalah penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah.⁵³

Latar belakang munculnya pembiayaan pensiun adalah adanya dana pensiun yang diselenggarakan oleh pemberi kerja dan lembaga keuangan. Dana pensiun ini yang diberikan kepada para pensiun merupakan salah satu penyiapan yang terpenting bagi setiap karyawan untuk menyiapkan diri pada masa pensiun. Penyiapan tersebut berbentuk mentalis dan *finansial*. Secara mentalis mempersiapkan agar seseorang tidak mengalami *post power syndrome*, dan secara finansial mempersiapkan ketersediaan dana dalam jumlah selalu mencukupi atau aman sehingga seorang pensiun dapat menikmati hidup dengan layak walaupun sudah tidak aktif bekerja.⁵⁴

Berkembangnya dana jasa pensiun telah menarik beberapa lembaga untuk mendirikan dana pensiun. Hal ini disebabkan pengelolaan

⁵² Puspita Dewi Wulaningrum dan Asirotnun Nisa, "Praktik Penerapan Akad Murabahah dalam Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri," *Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia* 1, no. 1 (2018): hlm. 39.

⁵³ *Ini Lho Bank Syariah*, hlm. 228.

⁵⁴ Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 175.

dana pensiun ini jika dilihat dari kaca mata bisnis sangat menguntungkan.⁵⁵ Dana pensiun adalah badan hukum yang mengelola dan menjalankan program yang menjanjikan manfaat pensiun. Dengan demikian jelas bahwa yang mengelola dana pensiun adalah perusahaan yang memiliki badan hukum seperti bank umum dan asuransi jiwa. Pembiayaan kepada pensiun diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1969 Pasal 2 yang isinya:

Pegawai-pegawai, pensiun-janda/duda dan tunjangan-tunjangan sertab bantuan-bantuan diatas pensiun dapat diberikan berdasarkan ketentuan-ketentuan dalam undang-undang ini:

- a) Bagi pegawai negeri/bekas pegawai negeri yang terakhir sebelum berhenti sebagai pegawai negeri atau meninggal dunia berhak menerima gaji atas beban anggaran pendapatan dan belanja negara, menjelang pemnbentukan dua penyelenggaraan suatu dana pensiun yang akan diatur dengan peraturan pemerintah dibiayai sepenuhnya oleh negara, sedangkan pengeluaran-pengeluaran untuk pembiayaan ini dibebankan atas anggaran termaksud.

⁵⁵ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 2012.

- b) Bagi pegawai negeri/bekas pegawai negeri tidak termasuk huruf a diatas ini, dibiayai oleh suatu dana pensiun yang dibentuk dengan dan penyelenggaraannya yang diatur dengan peraturan pemerintah.⁵⁶

Selain itu pembiayaan pensiun ini memiliki pedoman umum dalam penyelenggaraan program pensiun berdasarkan syariah yang diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 88/DSN-MUI/XI/2013. Isi dari Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 88/DSN-MUI/XI/2013 adalah:

- a) Bahwa dalam rangka mempersiapkan kesinambungan penghasilan seseorang pada saat masa purna bakti, perlu dilakukan penghimpunan dan pengelolaan dana melalui dana pensiun.
- b) Bahwa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dipandang perlu untuk mengatur penyelenggaraan program pensiun berdasarkan prinsip syariah.
- c) Bahwa berdasarkan pertimbangan huruf a dan b, DSN-MUI memandang perlu untuk menetapkan fatwa tentang pedoman umum penyelenggaraan program pensiun berdasarkan prinsip syariah.⁵⁷

4. Nasabah

Nasabah atau pelanggan merupakan asset atau kekayaan utama perusahaan. Kerna tanpa pelanggan perusahaan tidak berarti apa-apa.

⁵⁶ www.peraturan.bpk.go.id diakses pada tanggal 22 Desember 2019 pukul 08.30.

⁵⁷ www.dsnmui.or.id diakses pada tanggal 22 Desember 2019 pukul 08.00.

Bahkan sampai ada istilah yang mengatakan “Pelanggan adalah Raja” yang semua kebutuhan dan keinginannya harus dipenuhi. Dalam banyak hal perusahaan harus mengikuti kebutuhan dan keinginan pelanggannya jika ingin produk yang ditawarkan laku di pasaran.⁵⁸

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat judul penelitian maka peneliti mencantumkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Muhammad Fadli, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018	Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiunan Syariah (Studi kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panglima Polim)	Kualitatif Dekskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan pensiunan syariah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panglima Polim berdasarkan strategi <i>segmentasi, targetting, positioning</i> dan <i>marketing mix</i> mendapatkan hasil bahwa yang paling berpengaruh pada

⁵⁸ Kewirausahaan, 2013, hlm. 334.

				strategi pemasarannya adalah dengan metode publisitas yang termasuk dalam cakupan <i>marketing mix</i>
2	Adinda Ramadhany Amril, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018	Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun dalam Perspektif Bauran Pemasaran Syariah (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Pinang	Kualitatif Dekskriptif dan Analisis SWOT	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KC Kota Pinang dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun sudah diterapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis islam yaitu penerapan strategi pemasaran sudah sesuai dengan prinsip <i>marketing syariah</i> yaitu <i>Rabbaniyyah, Akhlakiah, Al waqiyyah</i> dan <i>Insaniyyah</i>
3	Al Witri, Skripsi Sekolah Islam Tinggi Negeri (STAIN) Batusangkar, 2016	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Padang Panjang	Penelitian <i>Field Reseach</i> yang bersifat Dekskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Padang

				Panjang yaitu menggunakan beberapa unsur yaitu <i>Product</i> , <i>Price</i> , <i>Promotion</i> dan <i>Place</i> dan yang paling berpengaruh yaitu strategi promosi yang di lakukan dengan cara membagikan brosur dan spanduk
4	Siti Nur Fadlilah, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018	Implementasi Marketing Mix pada Produk Pembiayaan Pensiun (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bojonegoro)	Kualitatif Dekskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bojonegoro adalah dengan menggunakan bauran pemasaran berupa 7 P yaitu <i>Product</i> , <i>Price</i> , <i>Promotion</i> , <i>Place</i> , <i>Process</i> , <i>people</i> dan <i>Physical evidence</i> . harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan lembaga lain yang mempunyai produk yang sama dan promosi yang dilakukan oleh

				Bank Syariah Mandiri Cabang Bojonegoro adalah <i>door to door</i> , sosialisasi dan brosur.
5	Irmayanti Hasan dan Adelina Dita Wahyuni, Jurnal Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018	Implementasi Strategi <i>Marketing Mix</i> pada Pembiayaan Pensiun BSM	Kualitatif dengan pendekatan Dekskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang dengan menggunakan metode <i>marketing mix</i> dan kendala yang dihadapi oleh bank tersebut adalah kurang efektifnya penjualan pribadi yang dilakukan oleh <i>sales Force</i> Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang
6	Winarsih, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020	Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Trenggalek	Penelitian Lapangan (<i>Field Reseach</i>) dengan menggunakan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tranggalek yaitu menggunakan beberapa unsur

				<p>yaitu <i>Product</i>, <i>Price</i>, <i>Promotion</i> dan <i>Place</i>. Dalam praktiknya Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek lebih menekankan kepada strategi promosi dengan memaksimalkan kegiatan promosi dan memaksimalkan pelayanan kepada nasabah pensiunan.</p>
--	--	--	--	---

1. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Fadli, yaitu sama-sama menggunakan metode marketing mix untuk meneliti strategi pemasaran pembiayaan pensiun, sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian. Muhammad fadli meneliti di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panglima Polim sedangkan penelitian ini meneliti di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.
2. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adinda Ramadhany Amril yaitu sama-sama meneliti Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun, sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi lokasi penelitian. Adinda Ramadhany Amril meneliti di Bank Syariah Mandiri

Kantor Cabang Kota Pinang sedangkan penelitian ini meneliti di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

3. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Al Witri yaitu sama-sama meneliti Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun, sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian. Al Witri meneliti di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Padang Panjang sedangkan penelitian ini meneliti di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan dan perbedaan keduanya penelitian yang dilakukan Al Witri menggunakan metode *marketing mix 4P* yaitu *Product, Price, Promotion* dan *Place* sedangkan penelitian ini menggunakan metode *marketing mix 7P* yaitu *Product, Price, Promotion, Place, Process, people* dan *Physical evidence*.
4. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Nur Fadlilah yaitu sama-sama meneliti Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun, sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian. Siti Nur Fadlilah meneliti di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bojonegoro sedangkan penelitian ini meneliti di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.
5. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irmayanti Hasan dan Adelina Dita Wahyuni yaitu sama-

sama meneliti Strategi *marketing mix* pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri, sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian. Irmayanti Hasan dan Adelina Dita Wahyuni meneliti di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang sedangkan penelitian ini meneliti di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

6. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Winarsih yaitu sama-sama meneliti Strategi *marketing mix* pada produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri, sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian. Winarsih meneliti dengan menggunakan metode penelitian lapangan (*field reseach*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan dekskriptif dan perbedaan keduanya penelitian yang dilakukan Winarsih menggunakan metode *marketing mix* 4P yaitu *Product, Price, Promotion* dan *Place* sedangkan penelitian ini menggunakan metode *marketing mix* 7P yaitu *Product, Price, Promotion, Place, Process, people* dan *Physical evidence*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu panyabungan beralamat di Jl. Willem Iskandar No. 115 B, Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara – 22900. Sedangkan waktu penelitian ini dilakukan mulai 27 November 2019 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Kirk dan Miller yang dikutip dalam buku Ahmad Nizar Rangkuti metode kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.⁵⁹

Menurut sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.⁶⁰ Pendekatan ini

⁵⁹ Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Cita Pustaka Media, 2014), hlm. 18.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 122.

ditentukan berdasarkan pertimbangan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana strategi pemasaran pembiayaan pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan beserta hambatan-hambatan dalam memasarkan pembiayaan pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

C. Unit Analisis/Subjek Penelitian

Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang pembantu Panyabungan, Maka peneliti menetapkan subjek penelitian yaitu karyawan dan nasabah atau pihak yang mengetahui tentang objek yang diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi *Key Informan* atau pemberi informasi yang akurat adalah Andi Guci selaku *Customer Banking Relationship Manajer (CBRM)* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan yang berkompeten dalam pemasaran juga memberikan informasi yang jelas, dan banyak mengetahui strategi pemasaran pembiayaan pensiun. Sedangkan yang menjadi *Secondary Informan* dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan pensiun yang turut membantu memberikan informasi pada penelitian ini tentang strategi pemasaran pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

D. Sumber Data

Berdasarkan metodologi penelitian di atas, maka sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁶¹ Data primer dalam penjelasan ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dengan karyawan bagian pembiayaan pensiun PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan yang berkaitan dengan strategi pemasaran pembiayaan pensiun beserta hambatan-hambatannya, serta dokumentasi pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa data pendukung yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dan sumber lain yang relevan dengan pokok masalah dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran pembiayaan pensiun.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *interview* (wawancara). wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 402.

mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dan melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang berada di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:⁶²

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian.

Pada umumnya terdapat dua jenis metode wawancara, yaitu wawancara yang tidak terstruktur (bebas) dan wawancara yang terstruktur (terpimpin= tidak bebas). Atau wawancara dapat terbagi menjadi wawancara bebas (*unguide interview*) dan wawancara tidak bebas atau terpimpin (*guiden interview*).

Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan adalah wawancara tak terstruktur. wawancara tak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang ditanyakan.

⁶² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2019), hlm. 31-32.

b. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi langsung pada objek yang diobservasikan. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung tentang strategi pemasaran (*marketing mix*) baik berupa produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), sumber daya manusia/orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*) pembiayaan pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang pembantu Panyabungan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa dalam bentuk tulisan gambar atau karya dari seseorang. Dokumen dapat berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan dan lain-lain. Dokumentasi dalam penelitian ini seperti catatan lapangan, dokumen resmi atau bukan, dokumen pribadi dan lain yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Adapun teknik pengolahan data dan analisis data dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Teknik pengolahan data

Teknik pengolahan data penelitian ini dilakukan dalam bentuk deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan adanya dan

sering disebut dengan penelitian yang tidak menggunakan angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

b. Analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun urutan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan.⁶³

⁶³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), hlm. 280-282.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.⁶⁴

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat

⁶⁴ www.mandirisyahiah.co.id diakses pada 01 Agustus 2020 pukul 10.00.

bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.⁶⁵

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/

⁶⁵ www.mandirisyariah.co.id diakses pada 01 Agustus 2020 pukul 10.00.

KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.⁶⁶

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.⁶⁷

Pada tanggal 31 Mei 2005 dibuka PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan terletak di Jalan Williem Iskandar No. 115 B Pasar Lama, Panyabungan. Dengan adanya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan diharapkan dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat menjadi lebih luas dan baik. Kepala Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Mandiri Panyabungan adalah Lia Efienta yang menjabat dari tahun 2018 sampai dengan sekarang.

⁶⁶ www.mandirisyariah.co.id diakses pada 01 Agustus 2020 pukul 10.00.

⁶⁷ www.mandirisyariah.co.id diakses pada 01 Agustus 2020 pukul 10.00.

Tabel IV.1
Daftar jumlah pegawai dan atau karyawan pada PT. Bank Syariah
Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan

No	Tenaga Kerja	Jumlah tenaga Kerja
1	Branch Manager	1
2	BOSM	1
3	MBM	1
4	CBRM	1
5	CS	1
6	Teller	1
7	GSS	1
8	MFA	2
9	MFS	2
10	SPE	1
11	Sales Force	2
12	Office Boy	1
13	Driver	1
14	Security	2
JUMLAH		18

Sumber PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan, 2020

1. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Dalam rangka mendukung penciptaan tujuan perusahaan, maka PT. Bank Syariah Mandiri memandang perlu untuk menentukan visi dan misi. Adapun yang menjadi visi dan misi PT. Bank Syariah Mandiri adalah:

- a. Visi: Menjadi Bank Syariah Terdepan dan Modern
- b. Misi
 - 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.
 - 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada sigmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.⁶⁸

B. Hambatan-Hambatan Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan

Berdasarkan wawancara peneliti dengan karyawan bagian pembiayaan pensiun, adapun hambatan yang dihadapi oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun yaitu waktu untuk mempromosikan pembiayaan pensiun.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan CBRM Bapak Andi Guci yang menyatakan bahwa Hambatan yang mereka dapatkan dalam mempromosikan pembiayaan pensiun ini adalah terkendala di waktu sehingga perlu mengatur jadwal untuk mempromosikan pembiayaan pensiun seperti pada saat gaji di awal bulan yaitu dengan menawarkan produk pembiayaan pensiun.⁶⁹

⁶⁸ www.mandirisyahiah.co.id diakses pada 5 Agustus 2020 pukul 10.50.

⁶⁹ Andi Guci, CBRM, Wawancara, di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, pada 02 Juli 2020 pukul 09.00.

C. Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan

Strategi *marketing mix* merupakan kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Setiap perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya apalagi kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam komponen *marketing mix* harus dilakukan dengan memperhatikan satu komponen dengan komponen lainnya. Karena antara satu komponen dengan komponen lainnya saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.

Untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan dan ingin dicapai oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan maka strategi pemasaran yang dilakukan adalah strategi penetrasi pasar, strategi ini digunakan bila masih banyak calon konsumen/nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran perusahaan. Alasan yang memperkuat PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan menggunakan metode ini adalah karena produk pembiayaan pensiun belum dikenali dan pesaing lebih intensif menggarap konsumen seperti BPTN, Kantor Pos dan perusahaan sejenis lainnya. Upaya yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan adalah meningkatkan pelayanan yang cepat dengan 2 *sales force*. Strategi penetrasi pasar yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah

Mandiri kantor Cabang Pembantu Panyabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun dipadukan dengan bauran pemasaran.

1. Strategi Produk

Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan manfaat pensiun yang diterima oleh pensiunan setiap bulan melalui bank. Akad yang digunakan adalah akad *Murabahah* dan *Ijarah*. Sebagai bentuk dari pembiayaan produk pembiayaan pensiun ini sudah semestinya dapat menjadi solusi bagi para pensiun, pra pensiun dan janda pensiun yang memerlukan dana cepat.

Persyaratan yang harus dimiliki oleh nasabah pembiayaan pensiun tergolong menjadi dua yaitu pensiun, pra pensiun dan janda pensiun. Adapun persyaratan nasabah pembiayaan pensiun, pra pensiun dan janda pensiun adalah sebagai berikut:

- a. Persyaratan pensiun dan pra pensiun adalah sebagai berikut:
 - 1) Asli surat permohonan pembiayaan lengkap dari nasabah
 - 2) *Fhotocopy* KTP pemohon suami/istri
 - 3) *Fhotocopy* kartu identitas pegawai (karpeg)
 - 4) *Fhotocopy* kartu identitas pensiun (KARIP)
 - 5) *Fhotocopy* NPWP untuk pinjaman lebih besar dari Rp. 50.000.000,00.

- 6) *Fhotocopy* akta nikah pemohon/akta cerai/keterangan meninggal
 - 7) Pas poto berwarna ukuran 3x4
 - 8) Surat keluarga
 - 9) Surat pernyataan dan kuasa untuk memotong pensiun bulanan yang diterima dan ditandatangani nasabah di atas materai enam ribu.
- b. Persyaratan pembiayaan janda pensiun adalah sebagai berikut:
- 1) Asli surat permohonan pembiayaan lengkap dari nasabah
 - 2) *Fhotocopy* KTP pemohon suami/istri
 - 3) *Fhotocopy* kartu identitas pegawai (karpeg)
 - 4) *Fhotocopy* kartu identitas pensiun (KARIP) terusan
 - 5) *Fhotocopy* NPWP atas nama suami untuk pinjaman lebih besar dari Rp. 50.000.000,00.
 - 6) *Fhotocopy* akta nikah pemohon/akta cerai/keterangan meninggal
 - 7) Pas poto berwarna ukuran 3x4
 - 8) Kartu keluarga
 - 9) Surat pernyataan dan kuasa untuk memotong pensiun bulanan yang diterima dan ditandatangani nasabah di atas materai enam ribu.⁷⁰

⁷⁰ Manual Produk Pembiayaan BSM Pensiun PT. Bank Syariah Mandiri, 2020.

Ditengah persaingan yang ketat sebuah perusahaan harus mampu mengetahui produk apa yang seharusnya ditawarkan dan harus mengetahui cara untuk menarik nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu dalam peluncuran produk diperlukan strategi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan CBRM Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan yaitu Bapak Andi Guci, menyatakan strategi produk yang sudah mereka lakukan akan memberikan kemudahan kepada para pensiunan yang diharapkan akan memperbanyak nasabah pembiayaan pensiun yaitu bekerja sama dengan BKD (Badan Kepegawaian Daerah) karena BKD adalah pusat data seluruh Pegawai Negeri Sipil di Kabupaten Mandailing Natal sehingga dengan bekerja sama pihak dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan mengetahui daftar Pegawai Negeri Sipil yang akan pensiun selanjutnya mereka akan di *prosfec* dan dari pihak BKD sendiri membantu mempromosikan Bank Syariah Mandiri kepada para calon pensiunan ASN, setiap tanggal 1-5 mengunjungi kantor pos untuk *prospec* pensiunan ASN yang sedang mengambil gaji, serta pengajian sekali tiga bulan yang sudah mereka jalankan untuk nasabah pensiun yang sudah ada.⁷¹

⁷¹ Andi Guci, *Customer Banking Relationship Manajer (CBRM)*, Wawancara di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, 02 Juli 2020 pukul 08.55.

Dari pemaparan di atas dapat diketahui bahwa produk pembiayaan pensiun merupakan produk yang diluncurkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah pensiun dan dapat dijadikan sebagai alternatif untuk memperoleh dana dengan cepat.

Keunggulan:

- 1) Prosesnya mudah dan cepat
- 2) Angsuran ringan dan tetap hingga lunas
- 3) Jangka waktu pembiayaan hingga 15 tahun
- 4) Limit pembiayaan hingga Rp 300 juta
- 5) Proteksi: Perlindungan Asuransi Jiwa selama masa pembiayaan.

Dari hasil pengamatan peneliti memahami bahwa strategi produk [pembiayaan pensiun memiliki keunggulan dari perusahaan-perusahaan yang memasarkan produk yang serupa yaitu memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para pensiun, pra pensiun serta janda pensiun.

2. Strategi Harga (*Price*)

Agar dapat sukses dalam melakukan pemasaran suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan unsur bauran pemasaran menambah pendapatan suatu perusahaan. Penetapan strategi *marketing mix price* (harga) di Bank Syariah Mandiri mempunyai keunggulan dibanding perusahaan lainnya yaitu dengan angsuran yang lebih murah.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Andi Guci yang menyatakan strategi harga yang sudah mereka lakukan yaitu memberikan angsuran yang lebih murah dibandingkan bank lainnya yang diharapkan mampu menarik nasabah pensiun.⁷²

Penentuan strategi harga merupakan aspek penting untuk diperhatikan. Kesalahan dalam menentukan harga dapat mengakibatkan nasabah lari ke perusahaan pesaing. Karena produk bisa saja sejenis, tetapi harga dapat memberikan perbedaan yang berarti bagi nasabah. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Asrof Rangkuti yang menyatakan harga dalam pembiayaan pensiun adalah biaya-biaya yang digunakan kepada nasabah, yang terdiri dari materai, asuransi dan biaya-biaya administrasi diambil satu persen dari plafond. Strategi harga yang mereka tawarkan selalu dibawah harga kompetitor, sehingga harga yang ditawarkan kepada nasabah merupakan biaya yang murah dibanding perusahaan pesaing.⁷³

Pernyataan ini juga sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Ali Amin nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan yang menyatakan alasan yang membuat Bapak Ali memilih untuk melakukan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor

⁷² Andi Guci, *Customer Banking Relationship Manajer (CBRM)*, Wawancara di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, 02 Juli 2020 Pukul 09.05.

⁷³ Asrof Rangkuti, *Sales Force*, Wawancara di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, 05 Agustus 2020 pukul 09.00.

Cabang Pembantu Panyabungan adalah biaya yang rendah serta potongan perbulan yang lebih rendah dibandingkan dengan bank lain.⁷⁴

Pernyataan tersebut juga sama dengan hasil wawancara dengan Ibu Suhaidah nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan yang menyatakan bahwa cicilan perbulannya yang murah dibandingkan bank lain. Ibu Suhaidah menyatakan alasan yang membuatnya memilih untuk melakukan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan adalah cicilan atau potongan perbulannya yang lebih rendah dibandingkan bank lain.⁷⁵

Berikut adalah strategi harga yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan:

- 1) Ketika pensiunan berminat menjadi nasabah pembiayaan pensiun namun pengambilan gaji sudah dilakukan di Bank lain, pihak dari bagian pensiunan akan membantu nasabah tersebut untuk memindahkan gajinya ke Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Panyabungan.
- 2) Ketika pensiunan berminat menjadi nasabah pembiayaan pensiun namun sudah melakukan pinjaman di Bank lain, pihak dari bagian

⁷⁴ Ali Amin, Nasabah, Wawancara di JL Abri Panyabungan, waktu 03 Agustus 2020 pukul 13.15.

⁷⁵ Suhaidah, Nasabah, Wawancara di JL Williem Iskandar Panyabunga, waktu 03 Agustus 2020 pukul 11.15.

pensiunan akan membantu mengurus perpindahan gaji nasabah tersebut ke pihak TASPEN.

Biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel IV.2
Biaya Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor
Cabang Pembantu Panyabungan

No	Jenis Biaya	Besar Biaya
1.	Administrasi	1 % dari plafond
2.	Asuransi	Plafond (X) Jumlah Bulan (:) 1000
3.	Materai	15 (X) 6.000
4.	Blokir Angsuran	1.000.000/Bulan

Sumber: Prising Pembiayaan Pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

3. Strategi Tempat (*Place*)

Pemilihan lokasi sangat berdampak terhadap penjualan perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan, sehingga Bank Syariah Mandiri memilih lokasi Kantor Cabang Pembantu di pusat kota panyabungan yaitu tepat di Jl. Willem Iskandar. Aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan sarana transfortasi appun, baik kendaraan umum maupun pribadi. Tepat berada dikawasan pasar dan tempat usaha yang lain sehingga secara langsung maupun tidak langsung setiap orang yang melintas dijalan itu akan melihat Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

Hal ini sesuai hasil wawancara dengan CBRM Bapak Andi Guci yang menyatakan dalam penentuan lokasi kantor PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan, hal yang harus dipertimbangkan adalah kemudahan nasabah dalam menjangkaunya, transportasi yang mudah menuju lokasi, berada di lokasi yang ramai, mempunyai parkir yang luas dan kenyamanan tempat.⁷⁶

Pernyataan ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Ali Amin nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan yang menyatakan lokasi penempatan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan ini sangat strategis karena mudah dijangkau oleh nasabah.⁷⁷ Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Ibu Suhaidah, Ibu Siti Saima dan nasabah lainnya saat wawancara.

Lokasi yang strategis harus didukung oleh *layout* gedung yang menarik dan *layout* ruangan yang nyaman. Penataan *layout* yang salah dapat membuat nasabah tidak betah berada di dalam ruangan yang mengakibatkan timbulnya kesan tidak menyenangkan bagi nasabah. Oleh karena itu bank harus selalu mengutamakan kenyamanan dan kepuasan nasabah. Sesuai hasil wawancara dengan CBRM Bapak Andi Guci yang menyatakan untuk penataan *layout* ruangan harus jelas

⁷⁶ Andi Guci, *Customer Banking Relationship Manajer (CBRM)*, Wawancara di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, 02 Juli 2020 pukul 09.08.

⁷⁷ Ali Amin, Nasabah, Wawancara di JL Abri Panyabungan, waktu 03 Agustus 2020 pukul 13.16.

seperti penempatan pintu masuk, penataan meja seperti meja *Teller* dan *Customer Servis*, penempatan AC untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah.⁷⁸

Bagi perusahaan jasa seperti bank, hal utama yang perlu diperhatikan adalah kenyamanan nasabah yang diharapkan nasabah tersebut semakin sering melakukan transaksi dengan bank. Kenyamanan dapat didapatkan melalui *layout* ruangan. Berikut ini hasil observasi tentang *layout* gedung:

- a. Bentuk gedung yang memberikan kesan *bonafide*, karena gedung terlihat megah.
- b. Tersedia sistem keamanan di sekitar gedung seperti penjagaan *security* berada di depan pintu masuk ke bank dan sistem keamanan juga dipantau dari CCTV.
- c. Lokasi parkir yang luas dan aman.

Terdapat lokasi parkir nasabah dan dijaga oleh satpam serta dibuat CCTV yang menjangkau kawasan lokasi parkir, sehingga nasabah tidak perlu khawatir kendaraannya akan hilang.

- d. Suasana ruangan terkesan luas dan megah.

Setiap ruangan kantor terlihat luas dengan penataan dan perlengkapan yang tidak mengganggu proses transaksi. Untuk ruangan-ruangan tertentu yang dianggap penting di dalam ruangan yang banyak dilakukan transaksi dengan nasabah disediakan

⁷⁸ Andi Guci, *Customer Banking Relationship Manajer (CBRM)*, Wawancara di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, 02 Juli 2020 pukul 08.55.

CCTV karena syarat penting yang harus dipenuhi demi menjaga keamanan. Selain di dalam ruangnya bersih, wangi dan tidak berbau, AC berfungsi dengan baik sehingga ruangan terasa sejuk dan nyaman, penerangan yang cukup dan tersedia pengharum ruangan.

- e. Tata letak kursi dan meja yang tersusun rapi.

Suasana kursi nasabah tepat berada di depan karyawan. Bagi nasabah yang sedang berkomunikasi dalam hal kelengkapan persyaratan dan sebagaimana mengenai pembiayaan pensiun bisa bicara akrab dengan karyawan.

- f. Tersedia *Mushallah*.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan menyediakan *Mushallah* yang didalamnya disediakan perlengkapan sholat, seperti mukena, kain sarung dan sajadah. Selain itu di *Mushallah* juga terdapat rak yang berisi Al-quran, Tasbih dan buku-buku yang berkaitan dengan agama.

- g. Tersedia Toilet.⁷⁹

Toilet yang ada di dalam bank airnya lancar dan penerangan yang baik. Toilet digunakan oleh karyawan dan nasabah, di dalamnya tersedia sabun, gayung, tisu dan terdapat cermin di samping pintu masuk toilet.

4. Strategi Promosi (*Promotion*)

⁷⁹ Hasil Observasi, 02 Juli 2020 pukul 10.05.

Promosi merupakan bentuk penginformasian produk kepada masyarakat akan produk yang dimiliki oleh perusahaan. Promosi yang paling berpengaruh untuk perkembangan jumlah nasabah adalah promosi produk pembiayaan pensiun dengan bekerja sama dengan BKD (Badan Kepegawaian Daerah) dan mengadakan pengajian sekali tiga bulan. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan CBRM Bapak Andi Guci yang menyatakan strategi promosi yang sudah mereka lakukan adalah bekerjasama dengan BKD (Badan Kepegawaian Daerah) dan Pengajian sekali tiga bulan untuk nasabah pensiunan dengan adanya ceramah dan pengecekan kesehatan gratis.⁸⁰

Berikut adalah beberapa cara yang sudah dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Pembantu dalam mempromosikan produk pembiayaan pensiun yaitu:

- a) Melalui periklanan (*advertising*) yaitu dengan membagikan brosur pembiayaan pensiun kepada para pensiun.
- b) Melalui penjualan pribadi (*personal selling*), yaitu promosi yang dilakukan oleh karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan dalam melayani, mensosialisasikan dan menjelaskan keunggulan produk pembiayaan pensiun.

Keberhasilan promosi dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah yang mengetahui adanya pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu panyabungan. Hal ini juga

⁸⁰ Andi Guci, *Customer Banking Relationship Manajer (CBRM)*, Wawancara di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, 02 Juli 2020 pukul 09.03.

sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Suhaidah yang menyatakan bahwa beliau mengetahui adanya Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri ini dari karyawannya yang menawarkan pembiayaan pensiun ini langsung pada saat beliau mengambil gaji di awal bulan dan sebelumnya beliau belum mengetahui adanya pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.⁸¹

5. Strategi Sumber Daya Manusia (orang/people)

Produk yang bagus harus didukung oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai dalam mengelolanya. Citra positif produk dapat rusak jika karyawan yang mengelolanya tidak kompeten. Oleh karena itu keberhasilan produk sangat tergantung dari kemampuan manusia dalam mengelolanya, sehingga diperlukan orang yang benar-benar ahli dibidangnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan CBRM Bapak Andi Guci yang menyatakan untuk menjadi *Customer Banking Relationship Manajer* (CBRM) dan *Sales Force* pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan harus mampu menggunakan komputer, memahami pola kerja, mampu berkomunikasi dengan baik, menjadi karyawan yang mudah diatur, mempunyai visi dan misi serta mau bekerja keras.⁸²

⁸¹ Suhaidah, Nasabah, Wawancara di JL Williém Iskandar Panyabunga, waktu 03 Agustus 2020 pukul 11.17.

⁸² Andi Guci, *Customer Banking Relationship Manajer* (CBRM), Wawancara di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, 02 Juli 2020 pukul 08.59.

Customer Banking Relationship (CBRM) dan *Sales Force* sebagai marketing yang ditunjukkan perusahaan untuk memasarkan produk pembiayaan pensiun sudah sesuai dengan standar operasionalnya yaitu:

b) Aspek Penampilan

- 1) Mengenakan seragam sesuai ketentuan
- 2) Tidak menggunakan pakaian yang ketat dan transparan
- 3) Pakaian rapi, sopan, tidak kusut dan tidak ada noda
- 4) Warna jilbab disesuaikan dengan warna pakaian

c) *Name Tag*

- 1) Memakai *name tag* dengan benar, yaitu di dada sebelah kiri
- 2) *Name tag* jelas, dapat dibaca dan tidak terbalik
- 3) *Name tag* tidak tertutup jilbab.⁸³

6. Strategi Proses (*Process*)

Proses sebagai serangkaian kegiatan mulai dari awal transaksi hingga akhir transaksi dapat mempengaruhi nasabah sehingga Bank harus mampu memberikan pelayanan yang baik melalui proses yang cepat dan prosedur yang mudah. Berdasarkan hasil wawancara dengan CBRM Bapak Andi Guci yang menyatakan strategi proses yang sudah mereka lakukan adalah memberikan kemudahan kepada nasabah pensiun yaitu dengan memberikan persyaratan yang mudah dan membantu memindahkan gaji bagi calon nasabah pensiun yang ingin

⁸³ Hasil Observasi, 02 Juli 2020 pukul 10.30.

mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.⁸⁴

Hal ini juga didukung oleh ungkapan Bapak Ali Amin yang menyatakan proses pencairan pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan ini lumayan cepat sehingga dapat membantu beliau karena pencairan yang lumayan cepat.⁸⁵

Proses pencairan pembiayaan yaitu nasabah harus mengajukan permohonan serta melengkapi persyaratan yang telah ditetapkan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan. Setelah diproses maka manfaat pensiunan nasabah yang semula diambil ke PT. Taspen atau Kantor Pos akan berpindah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan karena setiap nasabah pembiayaan pensiun telah memiliki tabungan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan. Untuk pelunasannya dengan cara *payroll* atau pemotongan manfaat pensiun yang disalurkan oleh PT. Taspen ke rekening nasabah pada setiap tanggal satu.

⁸⁴ Andi Guci, *Customer Banking Relationship Manajer (CBRM)*, Wawancara di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, 02 Juli 2020 pukul 08.55.

⁸⁵ Ali Amin, Nasabah, Wawancara di JL Abri Panyabungan, waktu 03 Agustus 2020 pukul 13.18.

7. Strategi Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bagi perusahaan jasa seperti bank, hal utama yang perlu diperhatikan adalah kenyamanan nasabah. Karena dengan melalui kenyamanan nasabah akan semakin sering untuk melakukan transaksi dengan bank. Kenyamanan dapat juga diciptakan melalui *physical evidence*, dimana *physical evidence* merupakan kelengkapan fasilitas *tangible* yang tersedia dalam bank.

a. Tersedia peralatan dan peralatan *banking hall*

- 1) Adanya kotak saran yang disediakan di *banking hall*.
- 2) Adanya panel *kurs nisbah* atau informasi lain yang mudah dilihat oleh nasabah.
- 3) Ada rak brosur di meja *costumer service* atau di meja pengisian slip.
- 4) Adanya slip transaksi.
- 5) Tersedia meja yang bersih untuk menulis dan terdapat contoh pengisian slip.
- 6) *Ballpoint*/alat-alat tulis yang lancer yang mudah dijangkau nasabah.
- 7) Tersedia kursi tunggu nasabah dalam keadaan bersih, tidak sobek, rapi dan nyaman.
- 8) Adanya televisi untuk membuat nasabah merasa betah selama menunggu antrian.
- 9) Disediakan majalah ataupun Koran yang dibaca oleh nasabah.

10) Terdapat tempat sampah yang tertutup dan tidak bau.

b. Tersedia Komputer dan Telepon

Dengan adanya komputer yang dilengkapi dengan jaringan yang online setiap saat maka proses transaksi lebih efektif dan efisien. Selain untuk memproses transaksi nasabah, komputer juga digunakan sebagai saran untuk membuat seluruh laporan transaksi. Selain komputer tersedia juga telepon sebagai alat komunikasi karyawan.

c. Tersedia Printer dan Mesin Fotocopi

Dalam proses pembiayaan, printer digunakan untuk mencetak hasil formulir aplikasi dan fotocopi digunakan untuk mengkopi persyaratan pembiayaan pensiun seperti tanda pengenal (KTP), sehingga nasabah tidak perlu melakukan fotocopi persyaratan yang dibutuhkan diluar bank, dalam hal ini karyawan yang bersedia dalam mengkopi hal-hal yang dibutuhkan sebagai persyaratan pembiayaan.

d. Tersedia Formulir Aplikasi

Formulir aplikasi digunakan oleh nasabah untuk menjelaskan maksud pembiayaan dan identitas diri. Formulir ini tersusun rapi, sehingga memudahkan nasabah untuk mengisinya.

e. Tersedia Buku Tabungan

Setiap nasabah pembiayaan pensiun memiliki buku tabungan, buku tabungan ini digunakan sebagai media untuk tempat penyimpanan manfaat pensiun yang dimiliki oleh nasabah.⁸⁶

⁸⁶ Hasil Observasi, 02 Juli 2020 pukul 10.00

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

- 1) Hambatan yang di alami oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun adalah terkendala di waktu sehingga karyawan bagian pensiunan memanfaatkan waktu untuk mempromosikan pembiayaan pensiun kepada para pensiunan pada saat gaji di awal bulan.
- 2) Strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan selama ini adalah strategi produk yaitu bekerja sama dengan Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Kabupaten Mandailing Natal, mengunjungi Kantor Pos setiap tanggal 1-5 untuk *prospec* pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang sedang mengambil gaji dan pengajian yang diadakan sekali tiga bulan bagi nasabah pensiun, strategi harga yaitu memberikan angsuran yang lebih murah dibanding lembaga sejenis lainnya, strategi tempat yaitu lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh nasabah pensiunan dan kenyamanan tempat, strategi promosi yaitu melakukan promosi melalui media periklanan (*advertising*) dan penjualan pribadi (*personal selling*) yang dilakukan oleh karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan, strategi sumber daya manusia yaitu *Customer Banking Relationship (CBRM)* dan *Sales Force* harus mampu memasarkan produk pembiayaan pensiun sesuai standar

operasional, strategi proses yaitu memberikan kemudahan kepada nasabah pensiun seperti persyaratan yang mudah serta membantu nasabah memindahkan gaji ke Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan dan strategi bukti fisik yaitu melengkapi fasilitas kantor untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah pensiunan.

B. Saran

Sebaiknya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu panyabungan lebih meningkatkan kegiatan strategi pemasaran pembiayaan pensiun, terutama strategi promosi seperti ikut berpartisipasi dalam acara bakti sosial, mengikuti kegiatan amal, dan *sponsorship* kegiatan perkumpulan dalam suatu acara yang melibatkan para Pegawai Negeri Sipil atau khalayak ramai agar pembiayaan tersebut lebih dikenal dan para pensiunan tertarik untuk mengajukan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim Hasan Binjai. Tafsir Al-Ahkam. Jakarta: Kencana, 2006.

Adiwarman A Karim. Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.

Ahmad Ifham, Ini Lho Bank Syariah. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Ahmad Nizar Rangkuti. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Cita Pustaka Media, 2014.

Amir Machmud dan Rukmana. Bank Syariah. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2010.

Buchari Alma. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Danupranata. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Jumanatul Ali-Art, 2004.

Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.

Fred R David dan Forest R David. *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat, 2016.

Herry Sutanto dan Khoirul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Ilma Safaatul Fitri. "Strategi Pemasaran pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran." Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018.

Irham Fahmi. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenamedia Group, 2011.

Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.

———. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.

———. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

———. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Rajawali Pers, 2013.

———. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

———. *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

M Manullang. *Manajemen Strategi*. Medan: Perdana Publishing, 2016.

———. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PermataPuri Media, 2013.

M Manullang dan Esterlina Hutabarat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka, 2016.

M Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

Melayu S P Hasibuan. *Dasar-Dasar Perbankan cet- 10*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015.

Mia Lasmi Wardiyah. *Pengantar Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2019.

NurRianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Puspita Dewi Wulaningrum dan Asirotn Nisa. “Praktik Penerapan Akad Murabahah dalam Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri.” *Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia* 1, no. 1 (2018).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

———. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2012.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: PT.
Pustaka Baru, 2019.

www.mandirisyariah.co.id di akses pada 01 Agustus 2020 pukul 10.00.

www.peraturan.bpk.go.id di akses pada tanggal 22 Desember 2019 pukul 08.30.

www.dsnmui.or.id di akses pada tanggal 22 Desember 2019 pukul 08.00.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : NINA YANTI
Nim : 16 401 00169
Tempat/ Tanggal lahir: Simangambat, 20 April 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 5 dari 5 bersaudara
Alamat : Simangambat, Kel. Simangambat, Kec. Siabu, Kab.
Mandailing Natal.
Agama : Islam

DATA ORANG TUA/ WALI

Nama Ayah : Rasidun Nasution
Pekerjaan : POLRI
Nama Ibu : Derlina Siregar
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Simangambat, Kel. Simangambat, Kec. Siabu, Kab.
Mandailing Natal.

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SD Negeri 142549
Tahun 2010-2013 : MTs N Siabu
Tahun 2013-2016 : SMA N 1 Siabu
Tahun 2016-2020 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah IAIN
Padangsidempuan

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara penelitian tentang strategi bauran pemasaran pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan adalah sebagai berikut:

A. Wawancara dengan pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan

1. Bagaimana strategi produk pembiayaan pensiun?
2. Apakah dengan membuat nama produk dengan pembiayaan pensiun dapat menarik nasabah khususnya para pensiun, pra pensiun dan janda pensiun?
3. Bagaimana strategi harga pembiayaan pensiun yang ditawarkan kepada nasabah?
4. Biaya apa saja yang dibayar nasabah dalam pembiayaan pensiun?
5. Bagaimana strategi lokasi perusahaan, apakah penempatan lokasi perusahaan sudah ditetapkan oleh kantor pusat?
6. Hal-hal apa yang harus dipertimbangkan dalam penempatan lokasi?
7. Apa saja yang harus diperhatikan dalam membuat layout ruangan?
8. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk mempromosikan produk pembiayaan pensiun?
9. Bentuk promosi apa yang paling berpengaruh terhadap perkembangan pembiayaan pensiun? Dan bagaimana pertumbuhan nasabah setelah dilakukan promosi?
10. Apa saja hambatan dalam mempromosikan produk pembiayaan pensiun?
11. Persyaratan apa saja yang harus dipenuhi untuk menjadi karyawan *sales force*?
12. Bagaimana strategi yang dibuat untuk mempermudah proses pemberian pembiayaan pensiun?
13. Persyaratan apa saja yang harus dipenuhi nasabah agar dapat memperoleh pembiayaan pensiun?
14. Bagaimana proses pembayaran angsuran pembiayaan pensiun sampai lunas?
15. Fasilitas apa saja yang dipersiapkan dalam kantor ini khususnya dalam hal mempermudah proses pelayanan pembiayaan pensiun?

B. Wawancara untuk nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan

1. Bagaimana menurut Bapak/Ibu produk pembiayaan pensiun?

2. Bagaimana menurut Bapak/Ibu strategi harga pembiayaan pensiun?
3. Biaya apa saja yang harus Bapak/Ibu bayarkan dalam pembiayaan pensiun?
4. Bagaimana menurut Bapak/Ibu lokasi penempatan Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan?
5. Bagaimana menurut Bapak/Ibu bentuk promosi yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan dalam menawarkan produk?
6. Bagaimana menurut Bapak/Ibu karyawan dalam melayani nasabah?
7. Bagaimana menurut Bapak/Ibu proses pembiayaan pensiun?
8. Persyaratan apa saja yang harus dipenuhi Bapak/Ibu untuk memperoleh pembiayaan pensiun?
9. Bagaimana menurut Bapak/Ibu fasilitas kelengkapan kantor Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan?
10. Apakah Bapak/Ibu terbantu dengan adanya fasilitas yang disediakan pada kantor Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan?

INDIKATOR OBSERVASI

No	KETERANGAN	INDIKATOR
1	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Tersedia sarana transportasi. b. Dekat dengan lokasi perkantoran. c. Dekat dengan lokasi pasar.
2	Peralatan <i>Banking Hall</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Adanya rak brosur. b. Tersedia meja yang bersih untuk menulis dan terdapat contoh pengisian slip untuk nasabah. c. Adanya slip transaksi. d. Tersedia kursi tunggu nasabah dalam keadaan bersih, rapi dan nyaman. e. Terdapat tempat sampah yang tertutup dan tidak bau.
3	<i>Layout</i> Gedung dan Ruang	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Layout</i> gedung <ul style="list-style-type: none"> 1) Bentuk gedung yang memberikan kesan <i>bonafide</i>. 2) Lokasi parkir yang luas dan aman. 3) Keamanan disekitar gedung seperti CCTV. 4) Tersedia tempat ibadah. b. <i>Layout</i> Ruang <ul style="list-style-type: none"> 1) Suasana ruangan terkesan luas. 2) Tata letak kursi dan meja yang tersusun rapi.
3	Kenyamanan Ruang	<ul style="list-style-type: none"> a. Adanya CCTV didalam kantor. b. Lantai bersih dari debu/kotoran. c. Ruang wangi dan tidak berbau.

		<ul style="list-style-type: none"> d. AC berfungsi dengan baik sehingga ruangan terasa sejuk dan nyaman. e. Lampu menyala dengan baik. f. Tersedia pengharum ruangan.
4	Kelengkapan Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> a. Tersedia ATM. b. Tersedia <i>computer</i> dan <i>printer</i>. c. Tersedia mesin <i>Photocopy</i>. d. Adanya tempat penyimpanan barang jaminan nasabah.
5	Karyawan dalam melayani	<ul style="list-style-type: none"> a. Aspek penampilan <ul style="list-style-type: none"> 1) Hari Senin-Kamis mengenakan seragam sesuai ketentuan. 2) Jika belum memiliki seragam, menggunakan pakaian yang disesuaikan dengan warna dan model seragam pegawai. 3) Warna jilbab disesuaikan dengan warna pakaian. 4) Pakaian harus rapi, sopan dan tidak ada noda 5) Tidak boleh menggunakan pakaian dengan model ketat dan menerawang. b. <i>Name Tag</i> <ul style="list-style-type: none"> 1) Memakai <i>name tag</i> dengan penempatan yang benar, yaitu di dada sebelah kiri. 2) <i>Name tag</i> harus terbaca dan tidak terbalik. 3) <i>Name tag</i> tidak tertutup jilbab.

		<p>c. Sikap melayani</p> <ol style="list-style-type: none">1) Keramahan karyawan dan adanya keakraban dengan nasabah.2) Berbicara dengan antusias, ramah dan sopan3) Cepat dalam memproses transaksi.
--	--	---

Wawancara dengan pihak Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan



Wawancara dengan CBRM Bapak Andi Guci

Wawancara dengan Nasabah



Wawancara dengan Nasabah Pensiun Ibu Hj Suhaidah



Wawancara dengan Nasabah Pensiun Ibu Siti Saima



wawancara dengan Nasabah Pensiun Bapak Ali Amin

Lokasi dan Layout Gedung dan Ruangan Bank Syariah Mandiri

Kantor Cabang Pembantu Panyabungan



Banking Hall Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan



Peralatan *Banking Hall* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan



Parkir Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang 22789
Telepon (0634) 22050 Faksimile (0634) 24022

Nomor : 934 /In. 14/G 1/G 4b/PP 00.9/03/2020
Lampiran :
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

21 Maret 2020

Yth. Bapak/Ibu:
1. Delima Sari Lubis : Pembimbing I
2. Ali Hardana : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian keiyakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini.

Nama : Nina Yanti
NIM : 1640100169
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panyabungan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan