

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUNAN
DALAM UPAYA MENARIK MINAT CALON NASABAH PENSIUN
(STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI CABANG
PRINGSEWU LAMPUNG)**

**MARKETING STRATEGY OF RETIREMENT FINANCING
PRODUCTS TO RISING ENTHUSIASM PROSPECTIVE PENSION
CUSTOMERS (THE CASE STUDY OF BANK SYARIAH MANDIRI
(BSM) BRANCH PRINGSEWU LAMPUNG)**

Elga Pratamadan Syarif As'ad, SEL., M.Si.

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan Bantul, Yogyakarta 55183.

Email: Elga_pratama95@yahoo.co.id
Syarif_asad@umy.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang diterapkan Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung dapat menarik minat calon nasabah pensiun dan kendala apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, yaitu dengan penelitian lapangan (field research) yang hasil datanya diperoleh langsung dari kegiatan lapangan melalui observasi, wawancara serta dokumentasi untuk mendapatkan data mengenai sesuatu yang berkaitan dengan catatan, buku, surat kabar, agenda dan sebagainya. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data dengan cara memilah-milih data-data yang berkaitan dengan penelitian, penyajian data yaitu data yang telah kita dapat lalu disusun sedemikian rupa agar memudahkan pada saat mengambil kesimpulan, dan menarik kesimpulan/verifikasi merupakan tahap akhir yang tugasnya yaitu menarik kesimpulan dari keseluruhan data-data yang telah didapat dari hasil penelitian dan didampingi oleh dosen pembimbing.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung yaitu meliputi product, price, promotion, place. Untuk menarik minat calon nasabah pihak Bank menggunakan promosi secara langsung dengan berkunjung kerumah nasabah dan perkumpulan PWRI dengan menjelaskan kelebihan dari produk pembiayaan pensiun Bank Syariah KCP Pringsewu Lampung yaitu biaya angsuran dan margin yang bersaing di angka 14% pertahun.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Produk, Pembiayaan, Pensiun, Minat nasabah.

ABSTRACT

The purpose of this research is rising knowledge about marketing strategy of pension financing products which is implemented by Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung and also how can attract prospective customers retirement and what obstacles will be faced in marketing of pension financing products.

The research method is qualitative. The applying of field research are obtained directly from field activities through observation, interviews and documentation. Researcher find data related with collecting records, books, newspapers, agendas and others. The techniques of data analysis are using qualitative techniques consisting of three matter that occur simultaneously is reduction, presentation, and drawing conclusions / verification.

The result of the research can be concluded that marketing strategy of pension financing product which is used by Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung consist of product, price, promotion, place. To attract potential customers, the Bank uses direct promotion with a visit to customers' houses or come to PWRI community to explaining the advantages of pension financing product of Bank Syariah KCP Pringsewu Lampung that the cost of installment and margin are competitive among others stood at 14% per year.

Keywords : Managemen Strategy, Financing Product, Enthusiasm Customers

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Salah satu produk andalan Bank Syariah dalam hal penyaluran dana adalah kegiatan pembiayaan. Kegiatan pembiayaan yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri atau lembaga. (Kasmir, 2000:73)

Untuk memasarkan suatu produk setiap perbankan pasti memiliki cara atau trik khusus untuk menambah daya tarik dari apa yang mereka tawarkan walaupun secara garis besar cara ataupun strategi-strategi pemasaran sudah tertulis di dalam buku yang di terbitkan oleh para Ilmuan ataupun praktisi dan biasa digunakan sebagai panduan dalam suatu institusi, tetapi itu hanyalah sebagai panduan mereka karena setiap daerah pasti memiliki situasi atau keadan yang berbeda-beda.

Pensiunan/pemberhentian pada tempat pekerjaan merupakan suatu tindakan pemberian penghormatan kepada pegawai yang produktifitasnya sudah turun karena berbagai sebab dengan mengingat jasa-jasa pegawai tersebut selama bekerja dalam suatu perusahaan. Pemberian penghormatan tersebut direalisasikan dengan pemberian bebas tugas dengan uang pensiun yang diterima setiap bulannya. Besarnya uang pensiun biasanya paling maksimal kisaran dari setengah gajinya selama bekerja aktif. Pembiayaan pensiunan adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan PNS, pensiunan POLRI/ABRI, veteran, atau janda/duda dari pensiunan tersebut dan bisa digunakan untuk biaya sekolah, renovasi rumah, pembelian peralatan rumah tangga, pembelian barang untuk usaha. (www.mirajnews.com. Diakses tanggal 24 Juli 2017).

Pada tahun 2017 ini Pemerintah berencana untuk mengganti sistem gaji pensiun menjadi pesangon karena dirasa akan lebih mudah menanganinya mengingat jumlah pegawai pensiun yang tiap tahunnya terus meningkat. Besaran total uang pensiunan atau pesangon pada tahun 2017 ini terutama terutama PNS yang akan memasuki masa pensiun, PNS golongan satu dan dua mendapatkan pesangon sebesar Rp.500 juta, PNS golongan tiga Rp. 1 miliar dan PNS golongan empat Rp 1,5 miliar. (www.zonalampung.com. Diakses pada tanggal 12 September 2017)

Di lain sisi Kabupaten Pringsewu Lampung merupakan daerah yang masi berkembang tak heran jika masyarakat setempat masi membentengi diri akan keterkaitanya terhadap layanan pembiayaan ataupun kredit pada suatu bank, terlebih untuk kalangan orang tua yang beranggapan negatif terhadap bank karena dirasanya hanya akan menjadi tanggungan dalam kehidupannya. Oleh karena itu perlunya tindakan khusus bagi perbankan untuk memasarkan produk pembiayaan pensiun ini.

Semakin tingginya persaingan antar Institusi Perbankan di Pringsewu menuntut Bank Syariah Mandiri untuk mengusung strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran ini dirancang dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada. Strategi pemasaran tersebut tidak terlepas dari kondisi lingkungan perusahaan serta pemeran di lapanganlah yang sangat menentukan hasil baik dan buruknya.

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Dalam Upaya Menarik Minat Calon Nasabah Pensiun?

TUJUAN PENELITIAN

Mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KC Pringsewu dalam memasarkan produknya untuk menarik minat calon nasabah pensiun.

MANFAAT PENELITIAN

Bagi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai strategi pemasaran suatu perusahaan. Serta diharapkan berguna sebagai pengetahuan bagi pembaca dan sebagai informasi masukan (referensi) bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa dan akan mengkajinya lebih mendalam.

Bagi Lembaga Keuangan

Memberikan pandangan terhadap bank Syariah ataupun lembaga keuangan Syariah yang bertempat disuatu desa tentang cara dan strategi yang efektif untuk memasarkan produk pembiayaan pensiunan.

Bagi Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membuka pandangan masyarakat maupun pelajar terkait ataupun ingin terkait dengan profesi tersebut bahwa cara ataupun strategi yang diterapkan sangat efektif.

LANDASAN TEORI

Perencanaan dan Strategi Pemasaran Produk Bank

Dalam kegiatan pemasaran, bank juga harus membuat suatu perencanaan untuk sebuah pencapaian. Rencana ini terutama sangat diperlukan bagi manajemen bank tentang target pemasaran yang harus dicapai. Rencana pemasaran juga disusun sesuai dengan apa-apa yang harus dikerjakan, siapa yang mengerjakan, dan kapan harus dikerjakan. (Kasmir, 2010:64)

Dalam praktiknya rencana pemasaran bank meliputi berbagai hal, yaitu penyusunan target yang ingin dicapai, sebagai contoh rencana jumlah dana yang harus dihimpun dan jumlah dana yang harus disalurkan. Penyusunan organisasi pelaksana atau orang-orang yang akan mengerjakan pemasaran tersebut. Penyusunan urutan kegiatan yang harus dijalankan lebih dahulu dan berikutnya. Penentuan jumlah biaya promosi yang harus dikeluarkan, serta jenis-jenis promosi yang akan dilakukan serta kegiatan pemasaran lainnya.

Setelah perencanaan pemasaran itu terbentuk, dibutuhkan sebuah alat-alat pemasaran (*marketing tools*). Marketing tools, yang terdiri atas 4 P (*product, price, place, promotion*), disebut *marketing mix*. Marketing mix adalah alat-alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi penjualan. (Herry, 2013:41)

Product (Produk)

Merupakan wujud penting dalam sebuah program pemasaran, Strategi yang tidak tepat dapat mempengaruhi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi dan keinginan pelanggan artinya apapun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita dapat dikatakan sebagai produk. (Kasmir, 2004:186).

Price (Harga)

Harga merupakan pengorbanan ekonomi yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salahsatu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak (Engel, Blackwell dan Miniard, 1996). Harga bias dibidang mahal, murah atau bias-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari pandangan individu yang dilatari belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi dari individu.

Promotion (Promosi)

Merupakan kegiatan untuk menyampaikan informasi dari penjual kepada konsumen dalam penyaluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melalui periklanan dari suatu perusahaan dalam mengarahkan komunikasi persuasif pada sasaran pembeli dan masyarakat melalui media social, seperti majalah, Koran, radio, televisi dll. (Baker, 2000:7)

Untuk memaksimalkan promosi, langkah tepat yang harus dilakukan, yaitu mengetahui terlebih dahulu bagaimana perkembangan dunia promosi saat ini, promosi melalui media apa yang paling diminati, dan bagaimana promosi tersebut dapat tertuju sesuai dengan target yang diinginkan.

Place (Saluran Distribusi)

Kotler (2000: 96) menyatakan bahwa “Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan (Fungsi) untuk menyalurkan produk dan jasa yang setatus pemilikinya dari produsen kekonsumen.

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa saluran distribusi suatu barang adalah kegiatan penyaluran atau pemerataan barang distribusi dari produsen kemudian di salurkan kembali kepada konsumen sebagai pihak konsumsi dan barang selalu tersedia saat Konsumen mencarinya.

Pembiayaan Pensiun

Pembiayaan kepada pensiunan merupakan pnyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multi guna) kepadapensiunan, dengan pembyaran ansuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulannya. Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah. Jenis penggunaanya, yaitu untuk biaya sekolah, renovasi rumah, pembelian peralatan kebutuhan rumah tangga, pembelian kendaraan bermotor, dan pembelian barang untuk usaha. Jumlah maksimal pembiayaan untuk pensiun, yaitu Rp300.000.000,00 dengan jangka waktu satu sampai tiga tahun dan pada saat jatuh tempo pembiayaan, usia nasabah maksimal tujuh puluh tahun. (www.Syariahmandiri.co.id. Diakses tanggal 26 September 2017)

Minat Nasabah

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya lebih lanjut. (Walgito, 1981:38)

Menurut Sumadi (2002:68) definisi minat yaitu timbulnya rasa lebih suka dan rasa ketertarikan terhadap suatu hal atau melakukan aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan sebuah hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan ungkapan rasa suka/senang, dorongan atau ketertarikan dari dalam diri seseorang yang mengarahkannya pada suatu obyek yang diminati tersebut.

Minat merupakan sebuah rasa ketertarikan terhadap sesuatu, hal tersebut berasal dari warna yang dihasilkan perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang atau jasa.

METODE PENELITIAN

JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research* yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu, dengan menjelaskan secara mendetail tentang strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang digunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu dalam upaya menarik minat nasabah.

Obyek dan Subyek Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pringsewu Lampung, bertempat di Jl. Ahmad Yani No. 130 Pringsewu. Yang menjadi subyek penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu sedangkan yang menjadi obyek penelitian ini adalah mengenai Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Dalam Upaya Menarik Minat Calon Nasabah Pensiun.

Jenis Data

Data Primer

Sumber Data Primer yaitu Sumber data Penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, yang tak lain adalah key informannya (Informasi Kunci) yaitu marketing pensiunan dari Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu Lampung, informannya yaitu Manajer Strategi, Manajer Pemasaran, dan Pimpinan Cabang Bank Syariah Mandiri, informan Lainnya yaitu pada saat melakukan kunjungan calon nasabah bersama marketing pensiun dengan cara pengamatan dan wawancara.

Data Skunder

Merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Sumber data sekunder dari penelitian ini, yaitu bersumber dari dokumen, brosur dan data dari Badan Kepegawaian Daerah (BKD) kabupaten Pringsewu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti terkait pelaksanaan pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu Lampung.

Teknik Pengumpulan Data

Metode Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis atau disebut pengamatan. (Soeratno. 2003:89)

Dengan kata lain untuk mengetahui dan melihat secara langsung strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu Lampung.

Metode Wawancara

Merupakan cara tentang bagaimana seseorang mengumpulkan data atau informasi dengan mengajukan pertanyaan secara lisan untuk dijawab lisan pula. (Suharsimi, 2010).

Dengan metode ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data informasi dengan mengajukan pertanyaan yang dijawab lisan oleh manajer strategi, pemasaran, dan marketing pensiun Bank Syariah Mandiri Cabang Pringsewu Provinsi Lampung.

Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan catatan, buku, surat kabar, agenda dan lain sebagainya. Metode ini penulis gunakan untuk menambah data yang kongkrit tentang apa yang sedang diteliti yang diperoleh dari catatan dokumentasi seperti brosur yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Pringsewu Provinsi Lampung.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif menurut Miles (2014:16) merupakan analisis yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan/verifikasi.

Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses memilah-milih data dari hasil penelitian dengan fokus analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks dari hasil catatan lapangan yang dilakukan penulis saat melakukan penelitian. Beraneka penyajian biasa kita temukan dalam kehidupan sehari-hari mulai dari alat pengukur bensin, surat kabar, sampai layar komputer. Dengan melihat penyajian-penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisis atukah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapatkan dari penyajian tersebut.

Menarik Kesimpulan/Verifikasi

Menarik kesimpulan/verifikasi adalah kumpulan kesimpulan-kesimpulan final yang dirumuskan saat awal, sejak, dan berakhirnya penelitian tersebut. Penarikan kesimpulan merupakan sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Sedangkan konfigurasi yang utuh adalah suatu pembentukan dari keseluruhan susunan, settingan atau proses pembuatan wujud dari sebuah benda tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu Lampung

Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Pringsewu Lampung menggunakan teknik perencanaan pemasaran 4P (*product, price, promotion, dan place*).

Pemasaran Melalui Strategi Produk

Dalam pemasaran produk, Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu menggunakan brosur dengan cara memberikan atau membagikan kepada setiap konsumen dan memberikan sedikit penjelasan dari isi brosur tersebut, lalu dengan cara langsung (tatap muka) dengan cara ini pihak bank atau pemasar akan lebih mudah untuk memberikan penjelasan kepada calon konsumen seputar produk yang akan ditawarkan, dengan harapan adanya pertanyaan-pertanyaan dari calon konsumen yang menjuru ke produk karena dengan cara seperti itu calon konsumen dapat lebih memantapkan diri, lalu dari mulut-kemulut, dan memasang spanduk di area kantor. Dengan tujuan agar produk pembiayaan pensiun ini banyak diminati oleh masyarakat, pegawai negeri sipil (PNS) yang sudah mulai memasuki masa pensiun untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah. Cara memasarkan produk pembiayaan pensiun ini Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu dengan menawarkan kelebihan produk terlebih dahulu terhadap masyarakat agar daya tarik dari produk yang ditawarkan terlihat.

Kelebihan yang terdapat dalam produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu adalah proses mudah dan cepat, angsuran ringan dan tetap hingga lunas, jangka waktu pembiayaan hingga 15 tahun, limit pembiayaan hingga Rp300 juta, Cover asuransi jiwa Syariah, sesuai Syariah (menggunakan akad murabahah)

Studi kasus:

Seorang pegawai pensiun yaitu bapak Budi melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Pringsewu dengan jumlah pembiayaan Rp100.000.000,- jumlah margin

pertahun 14% dengan jangka waktu 10 tahun, jadi total uang yang harus dikembalikan bapak Budi adalah:

Jumlah pembiayaan: Rp100.000.000,-

Jangka waktu: 10 tahun

Margin bank pertahun = 14%

Tingkat Margin = Margin/tahun x Plafon Pembiayaan

Jangka Waktu

= 14% x 100.000.000 = 140.000.000

10 Tahun

Margin = Rp140.000.000-100.000.000

= Rp40.000.000

Hpp: jumlah pembiayaan + margin

= Rp100.000.000 + Rp40.000.000

Hpp = Rp140.000.000

Sumber: Wawancara dengan Dicky, *Marketing Officer* Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung, 16 Oktober 2017.

Manfaat yang di dapatkan nasabah dari pembiayaan produk pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu yaitu, dengan melakukan pembiayaan pensiun nasabah bisa membuka usaha ataupun untuk keperluan lainnya sesuai dengan kebutuhan, dengan melakukan pembiayaan pensiun nasabah masih bisa menerima 20% dari total gaji pensiunannya yang mana bank hanya menyalurkan pembiayaan kepada pegawai pensiun sebesar 80% dari total gaji tersebut.

Pemasaran Melalui Strategi Harga

Dalam memasarkan strategi harga Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung menggunakan brosur yang telah memaparkan margin atau harga serta jumlah angsuran yang terbilang terjangkau dan tak lupa spanduk yang telah terpampang di depan kantor. Penentuan harga sangatlah penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab dimnatinya suatu produk dalam persaingan pasar dan tentunya selain harga menjadi faktor penting untuk menarik minat tetapi dalam penyampaiannya pun harus benar-benar mendukung karena biasanya konsumen meminta bukti bahwa harga tersebut bisa dibbilang terjangkau dan pihak bank selalu menyiapkan alat untuk menunjang pemasaran tersebut seperti brosur dari bank pesaing dengan produk yang sama dan brosur tersebut digunakan untuk membandikan terkait harga bahwa benar-benar terjangkau.

Pada produk pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung harga yang ditetapkan oleh bank adalah biaya angsuran terjangkau, plafon pembiayaan pensiun mulai dari 5 juta hingga 300 juta tanpa agunan tambahan, biaya administrasi 1% dari plafon, margin yang ditetapkan bank sebesar 14% pertahunnya.

Studi kasus:

Pembiayaan yang diberikan bank kepada nasabah pensiun dengan menggunakan biaya administrasi sebesar 1% dari plafon adalah sebagai berikut:

Plafon: Rp200.000.000

Biaya administrasi: 1%

1 x Rp.100.000.000,- = Rp.1.000.000,-

100%

Sumber: Wawancara dengan Dicky, *Marketing Officer Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung* 16 Oktober 2017.

Biaya administrasi: Rp.1.000.000,-dimana bank memotong langsung ketika nasabah melakukan pencairan pembiayaan jadi, total pencairan yang nasabah terima adalah Rp. 99.000.000,- setelah dipotong biaya administrasi.

Pemasaran Melalui Strategi Promosi

Apadaya terciptanya produk bila tidak ada promosi dan pelangganpun tidak akan mengenal produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi dapat dikatakan sarana yang paling ampuh untuk menarik serta mempertahankan konsumennya. Tujuan promosi yaitu untuk menginformasikan produk yang akan ditawarkan agar dapat menarik calon konsumen atau nasabah baru.

Bentuk strategi promosi yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu dalam memasarkan produknya adalah melalui kunjungan perkumpulan PWRI, pendekatan ke TASPEN, website, pegawai bank, vendor dari luar.

Promosi melalui kunjungan PWRI

Promosi melalui kunjungan perkumpulan PWRI merupakan sarana promosi yang terbilang sangat efektif karena sangat jelas dan terarah karena perkumpulan tersebut diisi oleh para pensiunan serta akan lebih mudah untuk menawarkan produk tersebut dan untuk daerah Pringsewu perkumpulan PWRI biasa dilakukan setiap satu bulan sekali dan tiap acara ini diadakan pihak bank selalu meminta izin untuk mendirikan stand yang bertujuan untuk menawarkan atau mempromosikan produk. (Wawancara dengan Helpi, *Marketing Officer Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung*, 16 Oktober 2017)

Promosi melalui vendor

Promosi melalui vendor ini merupakan promosi yang dilakukan atas kerjasama Bank Syariah Mandiri dengan vendor dari luar yang khusus menangani pensiunan dan vendor tersebut memiliki data dari pensiunan seluruh Lampung yang terdapat disistem dan Bank Syariah Mandiri menarik data-data tersebut yang didapat dari vendor. Setelah data dari pensiun itu sudah didapatkan kemudian pemasaran yang dilakukan adalah mendatangi atau mengunjungi pensiun yang didapat dari data untuk menawarkan produk pembiayaan pensiun.

Promosi melalui pendekatan ke TASPEN

Promosi melalui TASPEN merupakan hasil kerjasama antara Bank Syariah Mandiri dengan TASPEN, TASPEN sendiri merupakan badan usaha milik negara yang bergerak di bidang asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun Pegawai Negeri Sipil. Setiap pegawai negeri yang telah memasuki masa pensiun otomatis data-data tersebut sudah terdaftar di TASPEN, sedangkan hasil dari kerjasama Bank Syariah Mandiri dengan TASPEN adalah mendapatkan data-data dari para pensiunan tersebut dan melakukan pemasaran melalui kunjungan. (Wawancara dengan Dicky, *Marketing Officer Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung*, 16 Oktober 2017)

Promosi melalui pegawai bank

Promosi yang dilakukan melalui pegawai bank ini sering kali dilakukan oleh *customer service* yaitu dengan menyampaikan informasi produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu. Pada saat transaksi dengan nasabah, pihak bank menginformasikan dan menjelaskan kepada nasabah bahwa disini ada produk pembiayaan kepada pensiun, dengan begitu nantinya nasabah akan menyalurkan informasi yang didapat kepada kerabat atau keluarga serta orang-orang terdekat nasabah, hal ini biasa disebut dengan promosi dari mulut ke mulut.

Promosi melalui website

Promosi melalui website merupakan salah satu media promosi yang sangat populer saat ini karena dimana seseorang yang terbiasa berhubungan dengan internet akan terlebih dahulu menemukan keingintahuannya terhadap sesuatu melalui internet tersebut. Hal inilah yang terfikir oleh Bank Syariah Mandiri untuk lebih mengikuti perkembangan jaman agar dapat menunjang penjualan produk tersebut.

Pemasaran Melalui Strategi Saluran Distribusi (*Place*)

Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun melalui strategi saluran distribusi Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung melakukannya dengan berbagai cara, yaitu **pertama**; memasarkan produk dengan cara langsung berkunjung ke tempat tinggal pensiunan tersebut dengan membawa brosur yang telah memaparkan tentang plafon, margin dan biaya angsuran. **Kedua**; memasarkan produk dengan cara berkunjung ke TASPEN pada saat hari pengambilan gaji dan membuka stand di TASPEN hal ini bisa dilakukan karena sudah adanya kerjasama antara Bank Syariah Mandiri dengan TASPEN. **Ketiga**; Memasarkan produk dengan cara berkunjung ke sekolah-sekolah untuk promosi produk dan sekaligus meminta data terkait pensiunan. (Wawancara dengan Dicky, *Marketing Officer Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung*, 16 Oktober 2017)

Pemasaran Melalui Pendekatan Budaya

Dengan pendekatan budaya, pemasar dapat memahami karakteristik perilaku konsumen yang semakin kompleks. Pemasaran terhadap para pensiunan dirasa lebih efektif bagi pihak Bank Syariah Mandiri KC Pringsewu Lampung karena daerah tersebut dihuni oleh mayoritas suku Lampung dan Jawa dengan kebudayaan yang berbeda dan konsumen yang dihadapi adalah orang tua dengan rata-rata umur 60-75. Beberapa aspek penting yang digunakan pihak bank dalam memasarkan produknya kepada pensiunan yaitu:

Bahasa

Merupakan sarana yang digunakan untuk berkomunikasi dan berinteraksi didalam lingkungan. Untuk mempermudah dalam berinteraksi kepada pensiunan, pihak bank menggunakan bahasa daerah dalam memasarkan produknya karena dengan bahasa daerah, pensiunan di daerah Pringsewu lebih terbuka dalam berinteraksi dan tak heran terkadang pembicaraan melebar dari arah tujuan namun hal seperti itulah yang diinginkan pihak pemasar agar dapat menjalin kedekatan terhadap konsumen terlebih dahulu.

Interaksi sosial

Sebuah aspek penting dari budaya adalah interaksi sosial antara orang yang satu dengan yang lain. Interaksi sosial mengacu pada cara dimana anggota masyarakat berhubungan satu sama lain. Ungkapan yang paling cocok untuk interaksi sosial adalah konsep kekerabatan. Dalam memasarkan produk, pihak bank selalu berusaha sebisa mungkin untuk merebut hati calon konsumen dengan beranggapan bahwa setiap konsumen itu seperti kerabat sendiri dan memperhatikan sopan santun dalam berkata dan bertindak. Interaksi yang dilakukan pihak pemasarpun selalu terlihat santai dan pembicaraan tidak selalu membahas mengenai penawaran produk. (Wawancara dengan Dicky, Helpi, Wahyu, *Marketing Officer Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung*, 18 Oktober 2017)

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun untuk menarik minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung, perencanaan pemasarannya menggunakan beberapa unsur seperti *product, price, promotion, place*.

Untuk memasarkan strategi produk, bank menggunakan brosur, dari mulut ke mulut nasabah dan spanduk.

Untuk memasarkan strategi harga lebih mengacu pada biaya angsuran yang terjangkau sementara margin terbilang bersaing di angka 14% pertahun.

Untuk memasarkan strategi promosi, bank lebih mengutamakan pemasaran secara langsung atau tatap muka dengan berkunjung langsung ke rumah calon ataupun nasabah, lalu dengan melakukan kunjungan perkumpulan PWRI, pendektan ke TASPEN dan yang terakhir melalui website.

Untuk memasarkan melalui strategi saluran distribusi, Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu memiliki tempat yang sangat strategis terletak di Jl. Ahmad Yani No.130 Pringsewu, berada di pusat kota sebagai tempat lalu lalang kendaraan akan sangat mudah ditemukan oleh masyarakat. Untuk saluran distribusi tempat-tempat yang dituju untuk memasarkan produk pembiayaan pensiun terbilang tepat sasaran seperti perkumpulan PWRI, TASPEN dengan membuka stand di halamannya dan Sekolah-sekolah dengan melakukan promosi sekaligus meminta data pensiunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Andreani, F. 2007. "Experiential marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 2 No 1, pp 1-8.
- Anshori, Abdul Ghofar. 2007. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Dimas, Zainul dan Sunarti. 2015. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Pada Batik Di Jeng Solo)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.29, No.1. Hlm. 61-65.
- Engel, Blackwell dan Minard. 1996. *Prilaku Konsumen*. Jakarta: Binarup Aksara.
- Faishal, Henny. 2013. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putra Syariah Cabang Depok". *Jurnal Asuransi Dan Manajemen Resiko*, Vol. 1, No. 2, Hlm. 50-57.
- Hasibuan, Malayu SP. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herry, Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Hendy, Karyan dan Marshelia. 2012. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan (Studi Kasus Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara)". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 3, No. 2, Hlm. 886-897.
- Ismail. 2012. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2013. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- J. David Hunger, dan Thomas L.Wheelen. 2001. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.
- Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- _____. 2011. *Kewirausahaan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kolter, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenballindo.
- Kotler, Amstrong. 2000. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenballindo.

- Laksmana, Yusak. 2009. *Panduan Praktik Account officer Bank Syariah Memahami Praktis Proses Pembiayaan Di Bank Syariah*. Jakarta: P.T Alex Media Koputindo.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2004. *Manajemen Sumber Daya Perusahaan*. Jakarta: PT. Remaja Rosda Karya.
- Muhammad. 2004. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta.
- _____. 2005. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN.
- Manullang, 2012. *Dasar Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Manurung, Mandala, dan Pratama Rahadja. 2004. *Uang, Perbankan, dan Ekonomi Moneter (Kajian Kontekstual Indonesia)*. Jakarta : FEUI.
- Nangoi, Ronald. 1998. *Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan*. Jakarta: Rajawali.
- Nandan, 2008. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Kereliasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah". *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 13, No. 1, Hlm. 68-75
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomer 32 Tahun 1979 Tentang Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil.
- Rina, 2011. "Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)". *Jurnal Kompetensi Teknik*, Vol. 2, No. 2, Hlm. 143-148
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta.
- Soeratno, dan Lincoln Arsyad, 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP UMP YKPN.
- Swasta, Bashu. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jogjakarta: Liberty.
- Suharsimi, Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- W. Bold, Orlive C, dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wicaksono, Ihalauw. 2005. "Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Klien dan Dampaknya pada Preferensi Rekomendasi Klien". *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, IBII Vol.12-No.3.

Widharta, Willy Pratama dan Sugiono Sugiharto. 2013. “*Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*”. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2 No. 1 Hal 1-15. Surabaya.

www.bi.go.id. Diakses pada tanggal 9 juni 2017.

www.TASPEN.com. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2017.

www.zonalampung.com. Diakses pada tanggal 12 September 2017.

www.Syariahmandiri.co.id. Diakses tanggal 26 September 2017.

Dicky Kharisma, *Marketing Officer Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung*, 16 Oktober 2017.

Helpi, *Marketing Officer Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung*, 17 Oktober 2017.

Wahyu, *Marketing Officer Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung*, 18 Oktober 2017.

Eko Sugiarto, *Branch Manager Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu Lampung*, 20 Oktober 2017.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syarif As'ad, S.EI., MSI.
NIK : 19801230201110113041

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Elga Pratama
NPM : 20130730336
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Naskah Ringkas : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun
Dalam Upaya Menarik Minat calon Nasabah
Pensiun (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri
KEP Pringselmu Lampung)
Hasil Tes Turnitin* : 16%

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 4-07-2018

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing Skripsi,


(Dr. Maesyaroh, M.A.)


(Syarif As'ad, S.EI., MSI.)

*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.

Jurnal Elga

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	elfridasianturi97.blogspot.co.id Internet Source	2%
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
3	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	2%
4	zaifbio.wordpress.com Internet Source	1%
5	muhammad-iwad.blogspot.com Internet Source	1%
6	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
7	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
8	www.jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%