

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Perkembangan ekonomi Islam dan praktik ekonomi Islam tidak bisa dibendung lagi. Di Indonesia ditandai dengan pesatnya kajian dan publikasi mengenai prinsip-prinsip dan praktik-praktik perbankan Syariah. Keadaan yang semakin kondusif ini seharusnya mampu mendorong pelaku bisnis perbankan di Indonesia yang konon termasuk paling besar di dunia dalam hal jumlah usaha dalam satu negara. Jika ratusan bank umum yang ada di Indonesia membuka Unit Usaha Syariah (UUS), maka masyarakat akan semakin mudah mendapatkan layanan perbankan Syariah.

Dunia perbankan Indonesia mulai menapak pada prinsip Syariah, seiring dengan pembukaan Bank Muamalat pada November Tahun 1991. Untuk mengatasi kendala-kendala dalam pengembangan perbankan Syariah pemerintah telah mengeluarkan peraturan yang menyangkut Bank Syariah antara lain Undang-undang No.10 Tahun 1998 sebagai perubahan Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, serta Undang-Undang No.3 Tahun 2004 tentang perubahan Undang-Undang No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagai pijakan dan payung hukum.

Gunamemberikan peluang yang lebih besar pendirian kantor-kantor Bank Syariah baru oleh Bank Umum Konvesional melalui pembukaan kantor cabang atau kantor dibawah kantor cabang konvensional menjadi kantor cabang pembantu konvensional yang telah membentuk unit Syariah menjadi kantor cabang Syariah. ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada 9 juni 2017).

Salah satu produk andalan Bank Syariah dalam hal penyaluran dana adalah kegiatan pembiayaan. Kegiatan pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri atau lembaga. Pembiayaan adalah penyediaan uang dan kesepakatan antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. (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 diterbitkan 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 keadaan yang berbeda-beda. Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.(Kasmir, 2008:63)

Salah satu lembaga keuangan Syariah yang melakukan kegiatan pemasaran dan pembiayaan tersebut, yaitu Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu Lampung. Produk yang terdapat pada Bank Syariah Mandiri tersebut merupakan jenis pembiayaan konsumtif dalam bentuk pembiayaan pensiun, namun pembiayaan tersebut bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

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. Hal tersebut tergantung pada kedudukan dan lamanya pegawai tersebut bekerja pada suatu perusahaan atau tempat ia bekerja. (Manullang, 2012:147)

Seluruh Pegawai Negeri Sipil Daerah yang telah memasuki usia atau masa pensiunya otomatis terdaftar pada Badan Kepegawaian Daerah. Badan Kepegawaian Daerah atau (BKD) yang merupakan salah satu unit kerja, organisasi, instansi yang dibentuk oleh pemerintah dan sekaligus dipercaya untuk menyelenggarakan berbagai urusan dibidang kepegawaian daerah termasuk dalam hal pengadaan pelamaran umum dan tenaga honorer yang diangkat menjadi calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) dan Pegawai Negeri Sipil (PNS) serta pendataan Pegawai Negeri Sipil yang telah memasuki usia pensiun. Pegawai Negeri Sipil, TNI, POLRI yang telah memasuki usia pensiun terdapat pada lembaga tabungan dan asuransi pensiun yang disingkat TASPEN. TASPEN merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun Pegawai Negeri Sipil. ([www.TASPEN.com](http://www.TASPEN.com).Diakses tanggal 10 Juli 2017)

Para pensiunan yang tercatat merupakan para pensiunan yang memang memasuki usia lanjut atau masa kerja pensiun dan pensiunan yang ada di Kabupaten Pringsewu memiliki rata-rata umur pensiunan yaitu sekitar 60 tahunan.

Pensiunan yang ada di Kabupaten Pringsewu masi mempunyai sedikit usia produktif untuk bekerja namun pada tempat ia bekerja sudah mamasuki usia pensiun kerja. Melihat perkembangan dan kebutuhan dari para pensiunan yang ada di Kabupaten Pringsewu Lampung. Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Pringsewu Lampung ini mengeluarkan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan para pensiun yang mana gaji dari pensiunnya tidak

mencukupi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari ataupun kebutuhan lainnya untuk keperluan kehidupannya. Oleh sebab itulah Bank Syariah Mandiri mengeluarkan produk pembiayaan pensiun.

Pembiayaan pensiunan sendiri 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](http://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 I dan II mendapat pesangon sebesar Rp 500 juta, PNS golongan III Rp 1 miliar dan PNS golongan IV Rp 1,5 miliar. ([www.zonalampung.com](http://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 lapangan yang sangat menentukan hasil baik dan buruknya.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

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

## **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak antara lain sebagai berikut:

1. Bagi penulis, 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.

2. Bagi akademik, 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.
3. Bagi perusahaan, memberikan pandangan terhadap bank Syariah ataupun lembaga keuangan Syariah yang bertempat di suatu desa tentang cara dan strategi yang efektif untuk memasarkan produk pembiayaan pensiunan.

## **E. TINJAUAN PUSTAKA**

Strategi dalam memasarkan suatu produk merupakan inti dari setiap produk yang diterbitkan pada suatu perusahaan atau lembaga keuangan, tidak heran jika selalu ada alternatif-alternatif baru dalam memasarkan suatu produk karena persaingan ketatlah yang akan selalu memacu keadaan untuk terus bersaing untuk kemajuan perusahaan tersebut.

Menurut Yuliyanti (2011) dalam tugas akhirnya yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dalam Pencapaian Target di Bank Syariah Mandiri Salatiga yang menjadi pokok permasalahannya adalah Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga dalam pencapaian targetnya? Strategi pemasaran yang digunakan BSM Cabang Salatiga adalah yang pertama, mengadakan pertemuan (*garthering*) dengan nasabah atau calon nasabah BSM sebagai pihak sponsor dalam berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi bank dan masyarakat, lalu menggunakan model *personal selling* (penjualan pribadi) dengan mengoptimalkan tenaga pemasaran untuk melakukan promosi, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang ada di Salatiga, menerapkan MPR (*marketing public relation*) sebagai bentuk kepedulian sosial, mengoptimalkancustomer

*service* (layanan pelanggan) dalam pelaksanaannya, keunggulan dan promosi tersebut harus didukung oleh sikap pegawai.

Menurut Abung Fayshal dan Henny Medyawati (2013) dalam jurnal yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa pada Bumi Putra Syariah Cabang Depok yang jadi permasalahannya adalah bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bumi Putra Syariah dalam memasarkan produknya? Strategi pemasaran yang digunakan Bumi Putra Syariahuntuk memasarkan produknya dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu *product, price, promotion dan place*. Dari semua aspek bauran pemasaran, aspek promosi yang menjadi prioritas utama dibanding aspek-aspek lain karena dirasa dapat meluaskan jangkauan calon pemegang polis.

Menurut Apriyanto (2005) dalam tugas akhirnya yang berjudul Strategi pemasaran pada BMT Sumber Mulia Kecamatan Tuntang yang menjadi membahas tentang Strategi apa yang digunakan dalam pemasaran produk-produk BMT Sumber Mulia Kecamatan Tuntang ? yang menjadi pertimbangan dalam tugas akhir ini adalah dalam mengadakan promosi BMT Sumber Mulia melalui pembuatan brosur, mendatangi nasabah, dan melalui majelis ta'lim yang merupakan sarana yang efektif dan efisien.

Menurut Makruf (2008) dalam tugas akhirnya yang berjudul Strategi pemasaran produk simpanan Mudharabah Di Koprasi Simpan Pinjam BMT ANFA, PUCANG, yang menjadi pokok permasalahannya adalah Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Simpan Pinjam *Mudharobah* yang digunakan di KSP BMT ANFA Pucang? Strategi yang digunakan pada KSP BMT ANFA Pucang adalah strategi pemasaran yang dilakukan meliputi segmentasi pasar dan pemetaan wilayah, perencanaan produk, konsistensi, dan promosi serta kegiatan pemasaran guna memasarkan produk-produk yang ada.

Menurut Rahmawati (2005) dalam tugas akhirnya yang berjudul Strategi Pemasaran BMT “AMAL MULIA” Suruh dalam mengelola nasabah yang menjadi pokok permasalahannya adalah bagaimana strategi mengelola nasabah yang digunakan Baitul Maal Wat tamwil (BMT) “Amal Mulia” Suruh sebagai tolak ukur keberhasilan pemasaran ? ditinjau dari sudut teknis perbankan bahwa usaha pokok yang dilakukan oleh BMT “Amal Mulia” Suruh adalah pelayanan kredit, baik kredit pasif maupun kredit aktif.

Sedangkan menurut Widiawati (2015) dalam tugas akhirnya yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Mega Syari’ah Cabang Ungaran yang menjadi pokok permasalahannya adalah bagaimana strategi pemasaran dalam pelaksanaan pembiayaan murabahah yang dilakukan Bank Mega Syari’ah, Ungaran? Strategi yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan murabahah dengan menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan, segmentasi pasar dan sasaran yang dituju yaitu, door to door, iklan (terdiri dari brosur, spanduk, media elektronik) dan jemput bola.