

BAB IV

PEMBAHASAN

A. PROFIL BANK

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, merupakan hikmah serta 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.

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 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.

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 karena itu, 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/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.

Pada tahun 2006 Bank Syariah Mandiri Ambarukmo terletak di sebelah Plaza Ambarukmo. Tetapi mulai sejak tahun 2009 Bank Syariah Mandiri berpindah lokasi ke Jalan Laksda Adi Sucipto no. 167, Kp. Ambarukmo Blok I, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta yang sekarang ditempati. Menurut keterangan salah seorang staff disana, dulu manajemen BSM Ambarukmo tidak seperti yang sekarang. Semua divisi masih bekerja dalam satu manajemen. Tetapi karena suatu hal yang tidak disebutkan, sekarang BSM Ambarukmo terbagi menjadi 3 bagian. Dan kabarnya pada bulan Oktober tahun ini, kedua bagian yang lain akan berpindah lokasi ke Jalan Sudirman (Febri, Teller).

2. Profil Bank Mandiri Syariah

Profil Bank Mandiri Syariah diperoleh dari website resmi Bank Mandiri Syariah www.syariahmandiri.co.id

Nama : PT Bank Syariah Mandiri (Perseroan Terbatas)

Alamat :

- Pusat : Wisma Mandiri I, Jl. MH. Thamrin No. 5
Jakarta 10340 – Indonesia

- KCP Ambarukmo : Jl. Laksda Adi Sucipto No. 167, Kp. Ambarukmo Blok I, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta – 55221

Telepon :

- Pusat : (62-21) 2300 509, 3983 9000 (Hunting)
- KCP Ambarukmo : (0274) 484202, 4533873

Faksimili : (62-21) 3983 2989

Situs Web : www.syariahmandiri.co.id

Swift Code : BSMDIDJA

Tanggal Berdiri : 25 Oktober 1999

Tanggal Beroperasi : 1 November 1999

Modal Dasar : Rp2.500.000.000.000,-

Modal Disetor : Rp2.489.021.935.000,-

Kantor Layanan : 737 Kantor Layanan di Indonesia

Jumlah ATM BSM : 196.000 ATM (ATM BSM, ATM Mandiri, ATM Bersama termasuk ATM Mandiri dan ATM BSM, ATM Prima dan MEPS)

Jumlah Karyawan : 16.648 orang (Per September 2016)

3. Visi dan Misi

Visi Bank Syariah Mandiri : “Bank Syariah Terdepan dan Modern”

Bank Syariah Terdepan : Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.

Bank Syariah Modern : Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

Misi Bank Syariah Mandiri :

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

4. Produk Bank Syariah Mandiri

- a. Penghimpunan dana

- 1) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM.

2) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip wadi'ah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

3) BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan

4) BSM Tabungan Investa Cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

5) TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

6) BSM Tabungan Mabror

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh.

7) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Muthlaqah.

8) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadi'ah yad-dhamanah.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Mikro Terdiri atas:

a) Produk Reguler

Produk reguler adalah produk pembiayaan yang telah ditentukan baku sesuai dengan manual produk pembiayaan mikro dan petunjuk teknis yang berlaku. Produk reguler pembiayaan mikro terbagi menjadi dua yaitu Pembiayaan Usaha Mikro (PUM) dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM).

b) Pembiayaan Program Mikro

Pembiayaan program mikro adalah fasilitas pembiayaan Bank kepada nasabah dengan fitur, tujuan, syarat dan ketentuan khusus yang berpedoman pada nota kesepahaman antara Bank dengan instansi dan atau petunjuk teknis yang ditetapkan oleh pemerintah melalui instansi terkait.

2) Pembiayaan Konsumtif

Beberapa jenis produk pembiayaan konsumtif, yaitu:

a) Pembiayaan Griya/KPR

Adapun tujuan pembiayaan Griya/KPR adalah Pembelian rumah baru, baik indent maupun ready stock, pembelian apartemen baru, baik indent maupun ready stock, pembelian kavling siap bangun (KSB), pembelian rumah bekas, take over ataupun take over + AJB, dan renovasi atau konstruksi, baik dikerjakan sendiri (terbatas hanya untuk pembelian material bangunan) ataupun menggunakan pihak ketiga atau kontraktor.

b) Pembiayaan Pensiunan

Pembiayaan pensiunan adalah pembiayaan yang ditujukan kepada nasabah yang telah atau akan mendapatkan manfaat pensiun setiap bulannya.

c) Pembiayaan OTTO

Pembiayaan OTO adalah pembiayaan dengan tujuan penggunaan dana guna pembelian mobil baru atau bekas, motor baru dan refinancing mobil.

d) Pembiayaan Implan

Pembiayaan Implan adalah pembiayaan konsumtif bagi para PNS aktif yang pembayaran ansurannya potong gaji bulanan melalui bendahara

c. Produk Jasa

1) BSM Mobile Banking

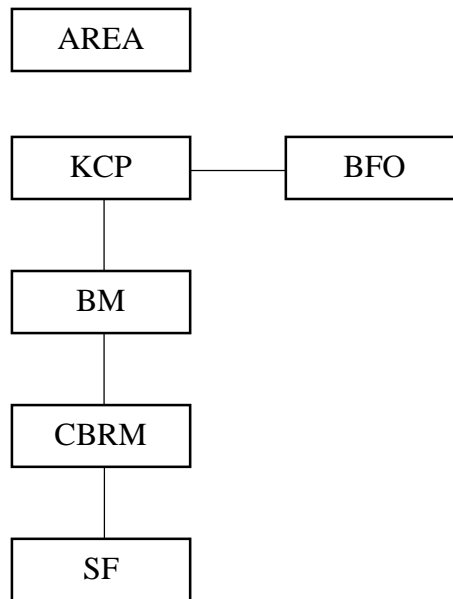
Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui *mobile phone (handphone)* berbasis GPRS.

2) BSM Card

Merupakan kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui mesin ATM dan mesin debit (EDC/ *Electronic Data Capture*).

5. Struktur Organisasi Pembiayaan Pensiun Syariah Bank Syariah Mandiri

KPC Ambarukmo



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri KPC Ambarukmo

Berdasarkan struktur organisasi tersebut akan diuraikan tugas dan wewenang dari masing – masing divisi, sebagai berikut:

1. Manajer Area Pusat.
 - a. Melakukan persetujuan atas permohonan pembiayaan pensiun
 - b. Melakukan monitoring pelaksanaan pembiayaan pensiun
 - c. Melakukan analisis terhadap dokumen yang diberikan oleh CBRM
2. *Branch Funding Operational*
 - a. Melakukan pencairan pembiayaan pensiun

- b. Melakukan monitoring atas kelancaran pembayaran angsuran pembiayaan pensiun

3. *Branch Manager*

- a. Menetapkan dan melaksanakan strategi pemasaran pembiayaan pensiun.
- b. Ikut memastikan kelayakan terhadap pembiayaan pensiun yang diajukan oleh nasabah.
- c. Memberikan persetujuan atau menolak permohonan pembiayaan pensiun
- d. Melakukan monitoring atas kelancaran pembiayaan pensiun.

4. *Consumer Banking Relation Manager*

- a. Menganalisis dokumen nasabah untuk memastikan kelayakan nasabah pembiayaan pensiun.
- b. Menginput data nasabah yang mengajukan pembiayaan pensiun
- c. Melakukan monitoring atas kelancaran angsuran nasabah pembiayaan pensiun
- d. Menjaga kualitas pembiayaan pensiun
- e. Melakukan penandatanganan akad pembiayaan dengan nasabah pensiunan
- f. Melakukan kunjungan lapangan (*direct selling*) kepada nasabah pembiayaan pensiun.

- g. Melakukan monitoring pengambilan manfaat pensiun nasabah yang mengajukan pembiayaan pensiun.

5. *Sales Force*

- a. Mengunjungi nasabah pensiunan untuk menawarkan produk pembiayaan pensiun
- b. Melakukan *pick up* dokumen persyaratan nasabah pembiayaan pensiun
- c. Mendampingi nasabah melakukan *take over* pembiayaan pensiun di bank lain.
- d. Mendampingi CBRM dan nasabah pembiayaan pensiun dalam proses penandatanganan akad pembiayaan.

B. FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH PENSIUNAN DALAM MEMILIH *TAKE OVER* PEMBIAYAAN KE BANK SYARIAH MANDIRI KCP AMBARUKMO

1. Faktor Internal

- a. Kepatuhan terhadap Prinsip Syariah

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun dalam memilih *take over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo adalah karena prinsip syariahnya. Seperti yang diungkapkan Bapak Maman Abdul Malik ketika diwawancarai pada hari Senin tanggal 29 Oktober 2018 pukul 08.00 WIB. Sebelumnya Bapak Maman tidak mengetahui perihal bank syariah

mana yang memiliki produk pensiunan sehingga manfaat pensiunnya masih menggunakan bank konvensional. Setelah mendapat informasi dari Taspen bahwa terdapat bank syariah yaitu Bank Syariah Mandiri yang memiliki produk pensiunan, kemudian Bapak Maman mencari informasi lebih lanjut dan akhirnya memutuskan memindahkan pembiayaan pensiunnya ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

Hal tersebut juga dilakukan oleh Ibu Lely setelah salah seorang *Sales Force* Bank Syariah Mandiri mendatangi rumahnya dan menawarkan produk *take over* pembiayaan pensiun. Pernyataan tersebut diungkapkan Ibu Lely ketika diwawancarai oleh peneliti pada tanggal 3 November 2018 pukul 13.00 WIB. Ibu Lely akhirnya memilih memindahkan pembiayaannya ke BSM karena merasa lebih nyaman melakukan transaksi dengan menggunakan prinsip syariah. Hal tersebut dipertegas dalam kuesioner bahwa Ibu Lely memilih memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo karena kepatuhannya terhadap prinsip syariah.

Hal tersebut dibenarkan oleh *Sales Force* yang melakukan kunjungan ke rumah Ibu Lely dan Bapak Maman. Ibu Lely dan Bapak Maman mengungkapkan ketertarikannya lebih kepada prinsip syariahnya. Awalnya mereka tidak terlalu mengetahui informasi tentang adanya bank syariah yang memiliki produk pensiun tersebut sehingga menggunakan bank konvensional. Ketika mengetahui informasi mengenai produk BSM

tersebut, Ibu Iely dan Bapak Maman memutuskan memindahkan pembiayaan mereka ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

b. Ajakan teman (Faktor Psikologis)

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi lagi oleh faktor-faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi, pengetahuan, serta kepercayaan dan pendirian. Ajakan dari teman-teman berpengaruh terhadap persepsi dan kepercayaan terhadap seseorang sehingga dapat mempengaruhi seseorang dalam menentukan sebuah keputusan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah pensiunan bernama Eyang Wiwik pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 13.00 WIB, salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah pensiunan dalam memilih *take over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo adalah adanya ajakan dari teman-teman. Menurut Eyang Wiwik, menjadi seorang pensiunan membuat beliau memiliki banyak teman sesama pensiunan ketika mengambil dana pensiun setiap bulannya di bank dan telah berlangsung bertahun-tahun. Teman-teman Eyang Wiwik sudah lebih dulu memindahkan pembiayaan mereka ke BSM karena sama-sama kecewa terhadap pelayanan di bank sebelumnya. Adanya kebutuhan ekonomi juga mendorong mereka memindahkan pembiayaan mereka. Kenyamanan dan keuntungan yang mereka dapatkan mereka bagikan kepada Eyang Wiwik dan mengajak beliau untuk ikut memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri. Hal tersebut

membuat Eyang Wiwik tertarik dan akhirnya memutuskan memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo bersama teman-temannya.

Hal tersebut dibenarkan oleh *Sales Force* yang membantu proses pemindahan pembiayaan Eyang Wiwik ketika diwawancarai pada tanggal 2 November 2018 pukul 12.00 WIB. Pihak SF dihubungi Eyang Wiwik dan diminta untuk membantu kepengurusan pemindahan pembiayaan pensiunnya ke Bank Syariah Mandiri.

c. Kebutuhan Pribadi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa nasabah, seperti Bapak Jamhari yang diwawancarai pada tanggal 30 Oktober 2018 pukul 10.00 WIB, Ibu Sugirah pada tanggal 1 November 2018 pukul 10.00 WIB, dan Ibu Fransiska Samini pada tanggal 30 Oktober 2018 pukul 13.00 WIB, mereka mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memutuskan melakukan *take over* pembiayaan adalah karena adanya kebutuhan pribadi. Hal tersebut diungkapkan Bapak Jamhari ketika diwawancarai, beliau membutuhkan dana untuk modal membangun usaha. Lokasi rumah yang dekat dengan salah satu kampus swasta di Yogyakarta membuat Bapak Jamhari berkeinginan membuka usaha lain seperti kos-kosan. Keinginan tersebut muncul setelah masa pensiunnya tiba dan usaha tersebut dikatakan oleh para tetangganya sangat menjanjikan. Dari sinilah

akhirnya Bapak Jamhari mencari informasi mengenai pembiayaan pensiun. Nominal pinjaman yang cukup besar membuat bank sebelumnya tidak dapat menyanggupi permintaan Bapak Jamhari dikarenakan maksimal jangka waktu di bank tersebut hanya 5 tahun. Bapak Jamhari sudah mencoba mencari informasi mengenai bank lain, tetapi belum mendapatkan bank yang menyanggupinya. Hingga pada suatu ketika *Sales Force* Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo mengunjungi rumahnya dan menawarkan perihal produk *take over* pembiayaan pensiun. Bapak Jamhari akhirnya menceritakan kebutuhannya dan mengungkapkan keinginannya untuk membuka usaha. Ternyata Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo menyanggupi pinjaman yang diajukan Bapak Jamhari, dengan konsekuensi jatuh tempo dimaksimalkan hingga usia 75 tahun dan batas maksimal pinjaman dari manfaat bulanan dimaksimalkan.

Hal tersebut dibenarkan oleh pihak *Sales Force* dan CBRM ketika diwawancarai pada tanggal 2 November 2018 pukul 12.00 WIB. Pihak bank menyatakan bahwa pinjaman bisa dimaksimalkan dengan jatuh tempo maksimal nasabah pensiun berusia 75 tahun dan pensiun janda 70 tahun atau jangka waktu pembiayaan sekitar 15 tahun untuk pensiun dan 10 tahun untuk pensiun janda. Selain itu, nasabah hanya dapat mengambil pembiayaan 90% untuk nasabah pensiun dan pensiun janda 80% dari manfaat pensiun bulannya. Setelah dihitung oleh pihak bank, ternyata

manfaat bulanan Bapak Jamhari setelah dimaksimalkan dengan jangka waktu maksimal dan batas pengambilan pembiayaan tersebut mencukupi untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

Sama halnya dengan Ibu Sugirah ketika diwawancarai pada tanggal 1 November 2018 pukul 10.00 yang juga memiliki kebutuhan pribadi seperti merenovasi rumah dan menambah kamar kos-kosan membuat Ibu Sugirah ingin melakukan pembiayaan. Meskipun hal tersebut bukan menjadi faktor utama Ibu Sugirah memutuskan melakukan *take over* pembiayaan, tetapi hal itu juga menjadi salah satu faktor yang mendorong Ibu Sugirah untuk melakukan *take over* pembiayaan. Lokasi yang dekat dan pelayanan membantu kepengurusan SK Ibu Sugirah yang hilang menjadi faktor utama Ibu Sugirah melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

Hal tersebut dibenarkan oleh pihak *sales force* yang menangani *take over* pembiayaan Ibu Sugirah. SF Bank Syariah Mandiri membenarkan bahwa salah satu alasan Ibu Sugirah melakukan *take over* pembiayaan ke BSM adalah dikarenakan kebutuhan pribadi untuk merenovasi rumah dan menambah kamar kos untuk usahanya. Hal tersebut tidak menjadi sebuah masalah jika manfaat pensiun bulanan Ibu Sugirah dapat *mengcover* pembiayaan tersebut.

Ibu Fransiska Samini juga merupakan salah satu nasabah yang akhirnya memutuskan memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah

Mandiri dikarenakan kebutuhan pribadi. Suami Ibu Samini mulai menunjukkan melemahnya kesehatan diusia lanjut. Hal tersebut membuat Ibu Samini harus membawa suami Ibu Samini yang bernama Bapak Lilik Sukarjo berobat rutin ke salah satu Rumah Sakit di Yogyakarta. Kebutuhan dana yang semakin hari semakin bertambah membuat Ibu Samini akhirnya memilih melakukan pembiayaan.

Hal tersebut diperjelas dengan jawaban kuesioner Ibu Samini yang menyetujui bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah melakukan *take over* pembiayaan adalah kebutuhan pribadi. Pemindahan pembiayaan Ibu Samini dengan alasan kebutuhan pribadi juga dibenarkan oleh *Sales Force* Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo ketika diwawancarai pada 2 November 2018 pukul 12.00 WIB. Salah satu faktor yang membuat Ibu Samini akhirnya memutuskan melakukan *take over* pembiayaan adalah karena kebutuhan pribadi.

2. Faktor Eksternal

a. Angsuran lebih ringan (*Price*)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 13.00 WIB, salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih melakukan *take over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo adalah angsuran yang lebih murah. Hal ini disampaikan oleh Eyang Wiwik yang sangat merasakan perbedaan angsuran di BSM dan bank sebelumnya. Sebelum

memutuskan untuk melakukan *take over*, pihak BSM memperlihatkan perhitungan angsuran jika Eyang Wiwik melakukan *take over* pembiayaan ke BSM. Hal tersebut membuat nasabah dapat membandingkan angsuran BSM dengan bank lain terlebih dahulu sebelum memutuskan melakukan *take over* pembiayaan ke BSM.

Hal yang sama juga dirasakan oleh Ibu Suparmi ketika diwawancarai pada hari Selasa tanggal 20 Oktober 2018 pukul 10.00 WIB. Ibu Suparmi akhirnya memilih memindahkan pembiayaannya ke BSM dan memilih untuk mengambil pembiayaan di BSM sedikit lebih banyak untuk sekaligus melunasi hutang suaminya di salah satu Bank Konvensional yang dirasa angsurannya cukup tinggi.

Tidak berbeda dengan Ibu Samini yang ketika diwawancarai pada hari Selasa tanggal 30 Oktober 2018 pukul 13.00 WIB juga mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang membuat Ibu Suparmi memilih *take over* pembiayaan ke BSM adalah karena angsurannya yang dirasa lebih ringan dibandingkan dengan bank sebelumnya. Kebutuhan pribadi membuat Ibu Samini melakukan pembiayaan, tetapi setelah membandingkan antara Bank Syariah Mandiri dengan bank sebelumnya, angsuran di Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo dirasa lebih ringan dibandingkan dengan bank sebelumnya. Akhirnya Ibu Samini memutuskan untuk melakukan *take over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

Pernyataan tersebut dibenarkan oleh pihak *Sales Force* ataupun CBRM (*Consumer Banking Relation Manager*) Bank Syariah Mandiri yang diwawancarai pada hari Jum'at tanggal 2 November 2018 pukul 12.00 WIB. Mereka membenarkan bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki angsuran yang ringan dengan margin 13%. Terlebih saat Bank Syariah Mandiri memberikan promo maka nilai margin yang diberikan dapat turun. Hal tersebut yang membuat Bank Syariah Mandiri menjadi memiliki angsuran yang lebih ringan dibandingkan beberapa bank lainnya.

b. Fasilitas yang menguntungkan (*Product*)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti salah satu faktor lain yang mempengaruhi nasabah pensiunan memilih memindahkan pembiayaannya ke BSM adalah karena fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh BSM dirasa sangat membantu dan menguntungkan. Seperti yang diungkapkan Ibu Lely ketika diwawancarai peneliti pada tanggal 3 November 2018 pukul 13.00 WIB. Selain karena Ibu Lely menginginkan bank yang menggunakan prinsip syariah, beliau merasa sangat dimudahkan ketika bertransaksi karena BSM memiliki fitur *Mobile Banking* dan *Net Banking*. Pada usia beliau yang sudah sangat sulit untuk berpergian kapan saja dan dimana saja, fitur tersebut sangat membantu kemudahan Ibu Lely bertransaksi. Meskipun demikian, Ibu Lely mengungkapkan tetap harus datang ke outlet bank terdekat selama minimal 3 bulan sekali untuk memastikan keadaan Ibu Lely, dan hal

tersebut dirasa tidak memberatkan Ibu Lely karena memang sudah seharusnya seperti itu.

Hal tersebut juga dibenarkan oleh pihak *Sales Force* dan CBRM BSM ketika diwawancarai pada tanggal 2 November 2018 pukul 12.00 WIB. Bank Syariah Mandiri memiliki fitur e-banking yang terdiri dari 3 layanan utama, yakni *sms banking*, *mobile banking*, dan *net banking*. *Sms banking* mengharuskan menginput kode perintah pada halaman SMS, *mobile banking* hanya perlu mendownload aplikasi pada *smartphone* dan meminta nomor kode dengan mendatangi outlet BSM terdekat, selain itu terdapat *net banking* atau *internet banking* yang digunakan dengan menggunakan internet kapan saja dan dimana saja dengan *login* menggunakan *user ID* dan *password* yang terlebih dahulu harus didaftarkan di outlet BSM terdekat. Ketiga layanan tersebut dapat diakses 24jam hanya dengan melalui *smartphone* sehingga sangat memudahkan dan menguntungkan bagi nasabah.

c. Pelayanan yang maksimal (*People*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Jamhari pada tanggal 30 Oktober 2018 pukul 10.00 WIB yang merasa sangat terpuaskan dengan pelayanan Bank Syariah Mandiri. Bapak Jamhari merasa sangat terbantu karena Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo bersedia memberikan pinjaman dengan jumlah yang beliau tawarkan. Dari berbagai bank yang sudah coba Bapak Jamhari datangi, semua menolak dan tidak

menyanggupi dengan alasan jangka waktu yang maksimal hanya 5 tahun, ataupun gaji Pak Jamhari yang tidak bisa *mengcover* jumlah pinjaman tersebut. Namun ternyata, Bank Syariah Mandiri KCP Ambarumo menerima dan menyanggupi jumlah tersebut, dengan catatan jangka waktu yang dimaksimalkan hingga usia 75 tahun dan gaji yang dimaksimalkan dengan batas maksimal pengambilan pembiayaan. Bapak Jamhari menyetujui meskipun sisa dana pensiun bulanannya hanya tinggal tersisa sedikit.

Hal tersebut dibenarkan oleh pihak *Sales Force* dan CBRM ketika diwawancarai pada tanggal 2 November 2018 pukul 12.00 WIB. Pihak bank menyatakan bahwa pinjaman bisa dimaksimalkan dengan jatuh tempo maksimal nasabah pensiun berusia 75 tahun dan pensiun janda 70 tahun atau jangka waktu pembiayaan sekitar 15 tahun untuk pensiun dan 10 tahun untuk pensiun janda. Selain itu, nasabah hanya dapat mengambil pembiayaan 90% untuk nasabah pensiun dan pensiun janda 80% dari manfaat pensiun bulanannya.

Sama halnya dengan Ibu Sugirah yang diwawancarai pada 1 November 2018 pukul 10.00 WIB. Ibu Sugirah juga merasa terbantu dengan pelayanan yang diberikan *Sales Force* (SF) Bank Syariah Mandiri. Ibu Sugirah memiliki 2 SK, satu miliknya dan satu lagi SK janda dari suaminya. Salah satu SK tertahan di bank sebelumnya karena memiliki pembiayaan, dan satu SK lagi hilang. SF BSM menawarkan untuk

membantu kepengurusan SK Ibu Sugirah yang hilang. Segala kepengurusan dibantu oleh SF, mulai dari kepengurusan di kepolisian, kelurahan, Taspen, hingga kepengurusan di bank sebelumnya. Hingga akhirnya SK terbitan kedua keluar, akhirnya Ibu Sugirah memutuskan untuk memindahkan pembiayaan dan mutasi semua manfaat pensiunnya ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

Pihak *Sales Force* dan CBRM BSM membenarkan hal tersebut ketika diwawancarai pada tanggal 2 November 2018 pukul 12.00. Segala bentuk proses *take over* pembiayaan dibantu oleh pihak bank, terutama *Sales Force*. Selain proses tersebut, untuk SK hilang, KARIP hilang, dan mutasi pindah bayar dana pensiun *Sales Force* Bank Syariah Mandiri juga akan membantu.

d. Lokasi bank dekat dengan rumah (*Place*)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti diketahui salah satu faktor lain yang mempengaruhi nasabah pensiunan dalam memilih *take over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo adalah karena lokasinya yang dekat dengan rumah. Seperti yang kita ketahui bahwa di usia yang sudah menginjak pensiun, fungsi indera tubuh manusia mulai berkurang. Hal ini yang membuat jarak lokasi bank menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan. Salah satu nasabah yang mempertimbangkan jarak adalah Bapak Maman Abdul Malik. Ketika diwawancarai pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 08.00, Bapak Maman menyampaikan

bahwa bank syariah yang lokasinya paling dekat dengan rumah beliau adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo. Bapak Maman merasa akan sangat mudah jika memiliki keperluan yang mengharuskan beliau ke outlet Bank Syariah Mandiri.

Selain Bapak Maman, salah satu nasabah yang memperhatikan lokasi adalah Ibu Lely. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada 3 November 2018 pukul 13.00, salah satu alasan Ibu Lely memilih Bank Syariah KCP Ambarukmo adalah karena jarak lokasi bank dengan rumahnya tidak terlalu jauh. Meskipun layanan BSM memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi dimana saja tanpa harus mendatangi outlet, tetapi terdapat peraturan yang mengharuskan nasabah pensiunan datang ke outlet terdekat setiap satu bulan satu kali atau paling tidak tiga bulan sekali untuk memastikan kondisi nasabah masih hidup atau sudah meninggal.

Tabel 4.1
Nasabah Pensiunan yang melakukan *Take Over* Pembiayaan ke
Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo

| No. | Take Over | Nama Nasabah | Bank Asal | Alasan Take Over | |
|-----|--------------------------|--------------------------|------------|--|--|
| | | | | Internal | Eksternal |
| 1. | Juli 2018 | Bapak Maman Abdul Malik | BNI | Kepatuhan terhadap prinsip syariah | Aksesibilitas bank dekat |
| 2. | Maret 2018 | Bapak Jamhari | BPD | Kebutuhan pribadi | Pelayanan maksimal (Plafond pembiayaan lebih besar dan jatuh tempo BSM lebih panjang hingga usia 75 tahun) |
| 3. | Juni 2018 | Ibu Suparmi | BPD | Kepatuhan Prinsip Syariah | Angsuran di BSM lebih ringan |
| 4. | 17-01-2018 17-11-2017 | Ibu Sugirah | Kantor Pos | Kebutuhan pribadi | 1. Aksesibilitas bank dekat 2. Pelayanan yang maksimal |
| 5. | 19-12-2017 | Eyang Wiwik Wiworo Yekti | BTPN | 1. Ktidakpuasan nasabah terhadap pelayanan pada bank sebelumnya 2. Faktor Psikologis (ajakan teman) | Angsuran di bank sebelumnya sangat tinggi |
| 6. | Januari 2018 | Ibu Fransiska Samini | BPD | Kebutuhan pribadi | Angsuran di BSM lebih ringan |
| 7. | Agustus 2017 | Ibu Lely | BPD | Kepatuhan terhadap Prinsip Syariah | 1. Aksesibilitas bank dekat 2. Fasilitas BSM unggul (<i>Mobile Banking</i> dan <i>Net Banking</i>) |

C. ANALISIS PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) AMBARUKMO

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ambarukmo bertujuan menarik calon nasabah yang memiliki predikat lancar dalam pembayaran untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. Dengan melakukan strategi pemasaran ini secara terus menerus dan maksimal diharapkan perkembangan produk *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo berjalan dengan baik dan selalu memenuhi target yang ditentukan.

Strategi unggulan yang digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo adalah dengan melakukan kunjungan *Direct Selling* / Kunjungan ke alamat-alamat nasabah yang didapatkan dari sistem BSM. Bank Syariah Mandiri memiliki *marketing* khusus untuk produk *take over* pembiayaan pensiun yang dinamakan *Sales Force* (SF). Pada Bank Syariah Mandiri tugas *Sales Force* (SF) dikhususkan untuk produk pensiunan. Setiap SF satu hari ditugaskan mengunjungi minimal 6 alamat nasabah pensiun. Mereka memiliki target kunjungan setiap minggunya dan rutin selalu di cek oleh *Branch Manager*. SF juga memiliki target setiap bulannya pencairan sebesar 500 juta. Dengan target tersebut para SF diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya dalam melakukan promosi kepada setiap nasabah pensiunan. Selain produk unggulan tersebut, Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo memiliki strategi-strategi lain dalam menarik nasabah pensiun untuk melakukan *take over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo :

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ambarukmo dalam produk *take over* pembiayaan pensiun dengan cara meningkatkan promosi kepada nasabah para pensiunan, meningkatkan mutu pelayanan dan kualitas sumber daya manusia. Tujuan strategi pemasaran ini adalah menarik calon nasabah yang memiliki predikat lancar dalam pembayaran untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri serta mempertahankan nasabah pembiayaan pensiun yang sudah ada di Bank Syaiah Mandiri KCP Ambarukmo. Dengan melakukan strategi pemasaran ini secara terus menerus dan maksimal diharapkan perkembangan produk *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo berjalan dengan baik dan selalu memenuhi target yang ditentukan.

Walaupun produk *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri ini masih dinilai sangat baru akan tetapi pencapaian yang dilakukan BSM KCP Ambarukmo selama ini tergolong baik. Adapun sasaran produk *take over* pembiayaan ini adalah para pensiunan PNS Pusat maupun PNS Daerah, pensiunan TNI dan POLRI, dan pensiunan pegawai BUMN/BUMD. Adapun penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah KCP Ambarukmo diantaranya :

1. Segmentasi Pasar

Dalam melakukan segmentasi pasar terdapat beberapa cara yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo yaitu:

- a. Dari segi daerah

Dalam menentukan segmentasi yang geografis BSM KCP Ambarukmo lebih memfokuskan kepada wilayah Yogyakarta bagian Timur seperti daerah sekitar Ambarukmo, Janti, Seturan, Babarsari, Maguwoharjo, dan sekitarnya. Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Lilla staff CBRM Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo pada saat dilakukan wawancara pada tanggal 15 Oktober 2018 pukul 15.00 WIB. Ibu Lilla mengungkapkan fokus segmentasi BSM KCP Ambarukmo pada wilayah Yogyakarta bagian Timur. Hal tersebut dikarenakan pada wilayah Yogyakarta bagian Timur outlet BSM terdekat merupakan BSM KCP Ambarukmo, sehingga akan besar kemungkinan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

Hal tersebut juga dibenarkan oleh beberapa nasabah yang menjadi responden, seperti Bapak Maman Abdul Malik yang diwawancarai pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 08.00 WIB. Lokasi rumah Bapak Maman berada di Ambarmadu yang masih merupakan daerah sekitar Ambarukmo. Bapak Maman membenarkan adanya *Sales Force* yang datang mengunjungi rumah Bapak Maman untuk menawarkan produk *take over* pembiayaan pensiun.

Sama halnya dengan nasabah atas nama Ibu Sugirah yang memiliki rumah disekitar Seturan. Ibu Sugirah membenarkan adanya *Sales Force* yang datang ke rumah untuk menawarkan produk tersebut. Hal tersebut

disampaikan Ibu Sugirah pada saat dilakukan wawancara pada tanggal 1 November 2018 pukul 10.00 WIB.

b. Dari segi usia dan pekerjaan

Dari segi usia dan pekerjaan, BSM KCP Ambarukmo memfokuskan kepada para pensiunan PNS Pusat maupun PNS Daerah, pensiunan TNI dan POLRI, serta pensiunan pegawai BUMN/BUMD yang manfaat dana pensiunnya dikelola oleh Taspen dan memiliki manfaat pensiun bulanan dan telah menerima SK pensiun dengan usia maksimal jatuh tempo pembiayaan 75 tahun. Hal tersebut seperti yang tertulis dalam Buku Manual Produk Pembiayaan BSM Pensiun yang diterbitkan pada tahun 2015.

2. *Targeting*

Setelah membagi dan memetakan pasar dalam beberapa segmen, selanjutnya yang dilakukan adalah penentuan target pasar yang akan dibidik. *Targeting* adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif, karena sumber daya yang dimiliki terbatas. Dengan menentukan target yang akan dibidik maka akan lebih terarah.

Dalam hal ini sasaran yang dipilih oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo dalam produk *take over* pembiayaan pensiun yaitu para pensiunan dan janda pensiun PNS Pusat maupun PNS Daerah, pensiunan TNI dan POLRI, dan pensiunan pegawai BUMN/BUMD yang sebelumnya merupakan nasabah bank lain dan memiliki predikat lancar dalam

pembayaran untuk dijadikan nasabah Bank Syariah Mandiri. Selain itu marketing BSM juga mencoba mempromosikan produk ini kepada para pra pensiun sebagai bahan sosialisasi dan pengenalan produk yang tergolong baru ini agar lebih dikenal luas oleh masyarakat.

Hal tersebut diibentarkan oleh pihak CBRM (*Consumer Banking Relation Manager*) ketika diwawancarai pada tanggal 2 November 2018 pukul 12.00 WIB. Pihak bank membenarkan bahwa target utama produk *take over* pembiayaan pensiun ini adalah nasabah bank lain yang memiliki predikat lancar dalam pembiayaannya agar memindahkan (*take over*) pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. Tetapi tidak menutup kemungkinan, BSM juga mencoba mempromosikan kepada para pra pensiunan sebagai bentuk sosialisasi dan pengenalan produk.

3. Bauran Pemasaran (*Market Mix*)

Strategi pemasaran lain yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo yaitu bauran pemasaran (*Marketing Mix*), yang terdiri dari 7P: Ke-7nya adalah sebagai berikut : *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), dan *Process* (Proses). Bauran pemasaran (*Marketing Mix*):

a. *Product* (Produk)

Berdasarkan wawancara dengan CBRM (*Consumer Banking Relation Manager*), penerapan strategi pemasaran produk *take over* pembiayaan pensiun yang dilakukan oleh BSM KCP Ambarukmo

adalah dengan menampilkan mutu dari produk tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan kebutuhan pasar sasaran. Mutu dari produk ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat dalam karakteristik produk yaitu:

1) Mudah

Memberikan kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan. Segala bentuk pengurusan berkas dan proses *take over* dilakukan dan dibantu oleh pihak marketing bank (*Sales Force*), sehingga nasabah tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga dan waktunya dalam proses pemindahan (*take over*) pembiayaan tersebut. Selain itu nasabah dapat menggunakan fasilitas *mobile banking*, dimana nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan telepon genggamnya.

Hal tersebut dibenarkan oleh ungkapan Ibu Lely, Ibu Sugirah, dan Bapak Jamhari dalam wawancara dengan masing-masing nasabah. Mereka merasakan manfaat kemudahan dalam segi pelayanan maupun fasilitas yang diberikan dari produk *take over* pembiayaan tersebut. Mereka juga membenarkan bahwa segala kepengurusan proses *take over* dilakukan oleh pihak marketing bank (*Sales Force*), sehingga mereka merasa sangat dimudahkan dalam proses pemindahan pembiayaan tersebut.

2) Cepat

Proses *take over* cepat dan mudah hanya membutuhkan waktu kurang lebih 2 bulan, selanjutnya pada bulan ketiga pemotongan angsuran sudah dilakukan di BSM.

Pihak bank membenarkan waktu 2 bulan tersebut dalam wawancara pada tanggal 2 November 2018 pukul 12.00 WIB. Hal tersebut dikarenakan pada saat proses mutasi kantor bayar, saldo nasabah wajib diblokir selama 2 bulan. Sehingga angsuran dilakukan pada bulan ketiga melalui sistem dengan Debit langsung manfaat pensiun bulanan.

Para responden juga membenarkan adanya blokir 2 bulan tersebut. Sehingga selama 2 bulan tersebut mereka menerima manfaat pensiun bulanan secara utuh dan tidak ada potongan angsuran. Hal tersebut telah diberitahukan oleh SF sebelum nasabah memutuskan memindahkan pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

b. Harga (*Price*)

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu- satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Ahli ekonomi sering menganggap bahwa harga rendah untuk produk yang sama akan

menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dari pada harga yang tinggi.
(Limakrisnan, 2011, p. 12)

Dalam menetapkan strategi pemasaran harga Bank Syariah Mandiri haruslah berhati-hati karena harus menghindari dari unsur riba, ghoror dan maysir, sehingga memberikan kepercayaan kepada nasabah bahwa produk *take over* pembiayaan ini bersistem syariah. *Take over* pembiayaan pensiun BSM KCP Ambarukmo mempunyai keunggulan dari segi harga dibandingkan dengan bank konvensional, BSM mempunyai cicilan dan Margin yang flat (datar) tidak ada tambahan cicilan atau tidak ada tambahan margin di tiap cicilannya dan Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah. Dengan strategi ini tentunya BSM mempunyai keunggulan dari segi harga sehingga pastinya menarik perhatian kepada para pensiunan terhadap produk *take over* pembiayaan pensiunan ini. Selain itu, Bank Syariah Mandiri kerap memberikan promo kepada para calon nasabah sehingga angsuran mereka akan lebih ringan jika dibandingkan dengan beberapa bank lain.

Hal tersebut dibenarkan oleh para responden pada saat wawancara dengan masing-masing responden. Mereka menerima sisa manfaat pensiun yang telah dipotong untuk angsuran selalu sama. Jika ada gaji ke-13 maka dana tersebut boleh langsung diambil karena tidak dalam

perhitungan angsuran. Selain itu mereka merasakan angsuran yang lebih ringan meskipun jangka waktu menjadi lebih panjang.

c. Tempat (*Place*)

Penempatan lokasi yang tepat menjadi sangat penting agar konsumen mudah menjangkau lokasi yang ada. Tempat mencakup saluran distribusi yang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi suatu perusahaan. Keputusan distribusi mencakup kemudahan nasabah dalam mengakses suatu bank tersebut.

Dalam mendistribusikan jasa layanan produk pembiayaan pensiun, BSM KCP Ambarukmo terletak di pusat kota daerah Ambarukmo dimana daerah tersebut banyak sekali pemukiman perumahan para pensiunan PNS, pensiunan pegawai BUMN, pensiunan kementrian, pensiunan TNI dan POLRI sehingga memudahkan para *Sales Force* untuk *door to door* kerumah – rumah nasabah untuk mempromosikan dan menawarkan produk *take over* pembiayaan dan juga memudahkan dalam melakukan akses ke BSM KCP Ambarukmo. Selain itu akses transportasi umum maupun pribadi juga sangat mudah di jangkau karena kantornya terletak di pusat kota yang terletak samping jalan raya Adisucipto. Dengan kelebihan dari distributor dan tempat, BSM KCP Ambarukmo memberikan kemudahan kepada para nasabah dalam mengakses bank tersebut.

Hal tersebut yang dirasakan oleh Bapak Maman yang letak rumahnya berada tepat dibelakang outlet Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. Hal ini membuat Bapak Maman merasa sangat dimudahkan untuk mengakses segala keperluan di bank tersebut. Sama halnya dengan Bapak Maman, Ibu Lely yang tinggal sendiri di perum BATAN dan harus menjalani aktivitas sendiri merasa mudah mengakses kendaraan untuk menuju ke outlet Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi dilakukan Bank Syariah Mandiri untuk memberikan informasi kepada pasar mengenai produk *take over* pembiayaan pensiun yang tergolong produk baru. Dalam melakukan kegiatan promosi produk pembiayaan pensiun, BSM KCP Ambarukmo menerapkan bauran strategi promosi berupa:

1) Periklanan (*Advertising*)

Tujuan dari strategi ini adalah memilih media yang tepat dalam rangka membuat pelanggan menjadi tahu, paham, menentukan sikap, dan membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan *Sales Force* BSM pada tanggal 2 November 2018 pukul 12.00, periklanan merupakan alat bantu bagi BSM KCP Ambarukmo dalam mempengaruhi nasabahnya, sedangkan media yang

digunakan oleh BSM KCP Ambarukmo dalam melakukan periklanan produk pembiayaan Pensiun melalui media elektronik yang terletak di website BSM, brosur bahkan *door to door* ke rumah para pensiunan.

Para responden membenarkan adanya website BSM mengenai produk pensiun BSM, brosur, dan kunjungan kerumah yang dilakukan oleh SF Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. Dalam kunjungannya, SF membawa brosur dan surat edaran pemberitahuan mengenai produk *take over* pembiayaan pensiun tersebut. Selain itu, SF juga menjelaskan dan mengenalkan produk tersebut secara jelas. Bukan hanya pada saat *door to door* saja, tetapi pada saat awal bulan para SF secara terpisah membagikan brosur di bank-bank lain untuk mengenalkan dan memberitahukan adanya produk *take over* pembiayaan pensiun kepada para nasabah yang biasanya awal bulan serentak mengambil manfaat pensiun bulanan mereka. Bank Syariah Mandiri juga kerap memberikan promo dengan turunnya margin sehingga angsuran setiap bulannya akan lebih ringan.

2) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Cara inilah yang paling efektif dalam memasarkan produk, karena intinya apabila nasabah puas terhadap pelayanan pihak BSM maka nasabah pensiun tersebut akan lebih yakin dan tidak

bisa dipungkiri bahwa nasabah tersebut memberikan informasinya juga kepada tetangga atau teman-temannya sehingga efek yang ditimbulkan akan lebih menguntungkan.

Dalam hal ini BSM KCP Ambarukmo mempunyai *Sales Force* untuk memasarkan produknya. Pelaksanaan *personal selling* pada BSM KCP Ambarukmo langung bertatap muka dengan calon nasabah, sehingga Pihak BSM bisa menjelaskan secara langsung tentang produk pembiayaan pensiun secara rinci kepada calon nasabahnya. Data nasabah didapatkan dari sebuah sistem dimana dalam pengaplikasiannya, SF boleh mendapatkan data lain dari *reveral* atau menanyakan kepada para pensiun mengenai teman, tetangga, atau perkumpulan rutin pensiun yang terkadang biasa dilakukan.

Hal tersebut dibenarkan oleh CBRM Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo dalam wawancara dengan peneliti pada tanggal 2 November 2018, bahwa SF menjadi bagian yang penting dalam produk *take over* pembiayaan pensiun ini. Bagaimana cara SF menyampaikan dan memberikan pemahaman produk tersebut kepada nasabah menjadi salah satu pertimbangan nasabah akhirnya memutuskan memilih memindahkan pembiayaan ke Bank syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

e. Orang (*People*)

Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo mengajarkan karyawannya untuk memperlakukan nasabahnya dengan baik, ramah dan profesional, agar nasabah merasa nyaman dengan pelayanan karyawan BSM KCP Ambarukmo. Selain itu karyawan BSM juga diajarkan untuk menyampaikan produk *take over* pembiayaan pensiun dengan baik dan bahasa yang mudah dipahami. Salah satu kunci penting untuk menjaga dan meningkatkan kualitas kinerja BSM KCP Ambarukmo adalah dengan cara mengembangkan dan mendidik karyawannya secara berkesinambungan. BSM KCP Ambarukmo memiliki komitmen yang tinggi terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM).

Untuk meningkatkan sumber daya yang unggul dalam meningkatkan kualitas SDM, BSM KCP Ambarukmo mengadakan kegiatan doa bersama dan beberapa pengarahan setiap pagi hari sebelum kegiatan dimulai. Selain itu dilakukan evaluasi rutin setiap bulannya bersama dengan cabang-cabang lain. Hal ini dilakukan untuk mengetahui keluhan-keluhan yang ada, serta berbagi pengalaman dengan cabang lain untuk memotivasi antar *sales force* agar dapat saling memperbaiki kualitas SDM yang ada.

Hal tersebut dibenarkan oleh *Sales Force* yang diwawancarai pada tanggal 2 November 2018 pukul 12.00 WIB. Setiap pagi seluruh

karyawan BSM melakukan do'a pagi, dan setelah itu bagian marketing selalu melakukan *briefing*. Khusus untuk SF diadakan evaluasi antar SF dalam satu wilayah setiap bulannya bersama dengan salah satu koordinator area yang bertanggungjawab atas kinerja SF Bank Syariah Mandiri.

f. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Produk jasa di perbankan syariah merupakan sesuatu yang bersifat *intangible*. Karakteristik *intangible* pada jasa menyebabkan nasabah potensial tidak bisa menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya. Ini menyebabkan resiko yang dipersepsikan nasabah dalam keputusan pembelian semakin besar. Oleh sebab itu, bukti fisik yang bersifat *tangible* merupakan salah satu upaya BSM KCP Ambarukmo dalam mengurangi tingkat resiko kesalahan persepsi nasabah.

Bentuk fisik ini bisa berupa penampilan para staff dengan berpenampilan yang rapi dan sopan, maupun tata letak interior bangunan yang rapi sehingga memberikan kenyamanan kepada para nasabah dan menimbulkan kepercayaan kepada para nasabah terhadap BSM KCP Ambarukmo. Strategi dalam bentuk fisik ini meliputi:

1) Penampilan staff

Untuk semua staff Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo diwajibkan menggunakan seragam yang rapi dan sopan dalam

melayani seluruh nasabahnya, dengan penampilan rapi dan sopan ini pastinya memberikan kepercayaan yang lebih terhadap nasabahnya.

Menurut CBRM Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo, penampilan staff yang rapi dan sopan diwajibkan untuk seluruh staff, termasuk untuk SF yang melakukan kegiatan diluar kantor. SF juga diwajibkan berpakaian rapi dan sopan karena bertemu langsung dan menjadi kesan pertama bagi nasabah dalam menilai Bank Syariah Mandiri.

Hal tersebut juga dibenarkan oleh para nasabah ketika diwawancarai, mereka mengatakan bahwa *Sales Force* yang datang mengunjungi rumah mereka menggunakan pakaian yang rapi dan sopan.

2) Bangunan

Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo memiliki bangunan berlokasi dekat dengan rumah penduduk dan berada dipinggir jalan raya Adisucipto sehingga sangat mudah dilalui dan diakses menggunakan transportasi umum maupun pribadi. Untuk bangunan dan ruangan sangat elegan, bersih dan juga tertata rapi. Gedung BSM KCP Ambarukmo terdiri dari dua lantai, lantai pertama bagian depan digunakan untuk kegiatan utama Bank seperti transaksi *Teller* dan *CS*. Kemudian lantai pertama bagian

belakang digunakan untuk operasional internal dan operasional pihak marketing. Bangunan BSM lantai dua pada awalnya digunakan pihak *collection*, tetapi satu tahun terakhir pihak *collection* menjadi satu dengan BSM pusat yang memiliki gedung baru di Jalan Sudirman.

Bangunan Bank Syariah Mandiri selalu dijaga kebersihannya. Hal ini dimaksudnya untuk menjaga kenyamanan para nasabah yang bertransaksi di Kantor Bank Syariah Mandiri. Majalah, koran, dan televisi disediakan untuk menemani nasabah yang sedang menunggu antrian. Pihak bank mengungkapkan bahwa kenyamanan nasabah merupakan tanggungjawab serta prioritas mereka.

Hal tersebut juga dirasakan oleh para nasabah ketika diwawancarai oleh peneliti. Mereka merasa nyaman ketika berada di Kantor Bank Syariah Mandiri. Tempat yang dingin dan bersih, serta ruang tunggu yang nyaman membuat para nasabah betah berada disana. Selain itu, setiap awal bulan disediakan makanan ringan bagi para pensiunan yang antri menunggu untuk mengambil manfaat pensiun mereka.

3) Kendaraan

Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo mempunyai fasilitas kendaraan yang dapat digunakan oleh karyawannya dalam

menjalankan tugas terutama menunjang pekerjaannya dalam aktivitas pemasaran, serta mengantar dan menjemput nasabah jika dibutuhkan.

Hal tersebut dibenarkan oleh CBRM Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo, bahwa BSM memiliki kendaraan berupa mobil dan motor yang dapat digunakan oleh karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Termasuk ketika terdapat nasabah pensiunan yang meminta untuk diantarkan ketika dalam proses *take over*, maka SF dapat menggunakan kendaraan kantor untuk mengantarkan nasabah.

g. Proses (Process)

Proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi nasabah. Proses pada jasa produk pembiayaan Pensiunan BSM sangat kompleks, karena ini menjadi bukti yang akan dipakai nasabah untuk menilai produk tersebut, sehingga mengharuskan nasabah untuk mengikuti serangkaian tindakan agar proses jasa yang dipesannya menjadi sempurna.

Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo dalam proses pembentukan pembiayaan pensiun ini sangat memperhatikan berbagai segi seperti kualitas produk pembiayaan tersebut, cara pemasaran, margin yang akan diambil dan apa saja yang akan diterima oleh nasabah untuk menarik minat nasabah tersebut.

Dalam menjalankan berbagai strategi pemasaran di atas, terdapat beberapa hal yang harus dievaluasi dalam strategi pemasaran tersebut baik dari segi internal maupun eksternal karena hal ini dapat meminimalisir kekurangan – kekurangan yang dimiliki serta dapat memaksimalkan peran BSM KCP Ambarukmo dalam penyaluran pembiayaan pensiun kepada para nasabahnya.

Melakukan pembenahan terhadap strategi pemasaran sangatlah penting untuk mencapai tujuan atau target suatu produk pembiayaan di BSM KCP Ambarukmo agar lebih mudah tercapai. Karena hal ini dapat menarik kepada para pensiunan PNS, pensiunan pegawai BUMN, pensiunan kementerian, pensiunan TNI dan POLRI untuk memilih pembiayaan pensiunannya di Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo.

Menurut CBRM Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo, setiap harinya dilakukan monitoring dan evaluasi terhadap kinerja *Sales Force* yang berada dilapangan. Kendala-kendala yang ditemui selama *door to door* dapat langsung disampaikan kepada CBRM atau koordinator area sehingga dapat segera ditemukan solusi. Selain itu selama proses *take over*, *Sales Force* diharuskan mendampingi nasabah sampai akhir proses. Segala keluhan nasabah dan informasi ketika *take over* boleh ditanyakan ataupun disampaikan kepada *Sales Force* secara langsung maupun melalui telepon dan SMS.