

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK  
PEMBIAYAAN PENSIUN BERKAH PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP SEMARANG MAJAPAHIT**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S.1)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

**Seta Arum Murti**

**1905036101**

**S1 PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2023**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Seta Arum Murti

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Seta Arum Murti

NIM : 1905036101

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Berkah  
Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit"

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 15 Juni 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

**H. Johan Arifin, S.Ag., MM**  
NIP. 197109082002121001

**Riska Wijavanti, S.H., M.H**  
NIP. 199304082019032019

## LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang 50185

Website : febi.Walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

### PENGESAHAN

Nama : Seta Arum Murti

NIM : 1905036101

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Berkah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit**

Telah dimunafasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude pada tanggal : 22 Juni 2023.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 11 Juli 2023

**Ketua Sidang**

Warno, S.E., M.Si.

NIP. 198307212015031002

**Penguji I**

Drs. H. Saekhu, M.H.

NIP. 196901201994031004

**Pembimbing I**

H. Johan Arifin, S.Ag., MM.

NIP. 197109082002121001



**Sekretaris Sidang**

Riska Wijayanti, S.H., M.H.

NIP. 199304082019032019

**Penguji II**

Arif Afendi, S.E., M.Sc.

NIP. 198505262015031002

**Pembimbing II**

Riska Wijayanti, S.H., M.H.

NIP. 199304082019032019

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS Al-Insyirah: 5)

## PERSEMBAHAN

Pada lembar persembahan ini, penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah dan kesempatannya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan tanggung jawab. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh ketulusan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, (alm) Papa Untung Sudaryanto dan (almh) Mama Arifah Suharini. Terimakasih telah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, mendidik, menjagaku dengan penuh keikhlasan dan kesabaran di setiap harinya. Semoga Papa dan Mama bangga dengan pencapaian anaknya dan tenang di sisi Allah SWT.
2. Ketiga kakak laki-lakiku tersayang Robertha Eka Murti, Brama Seta, dan Yudo Arumbinang. Terimakasih banyak telah menjadi penyemangat dan memberi masukan dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas doa yang diberikan kepadaku untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga kita semua bisa meraih kesuksesan dunia dan akhirat agar membuat Papa dan Mama bahagia dan bangga di surga.
3. Kepada manusia yang selalu mendukung dengan penuh kesabaran. Danang Aji Muhamad Dewa, terimakasih selalu menemani dan menyemangatiku dalam segala hal. Semoga selalu kebersamai dan Allah SWT memudahkan segala urusannya.
4. Sepupuku tersayang Dewi, Yusi, dan Wawa. Terimakasih atas segala semangat, dukungan, dan doanya selama ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan bahagia.
5. Teman kebersamai terkasih Rani, Syifa, Anis, Upik, Nilta, Ela, Yani, Acak, Arim, Adit, Nanda, Khakim. Terimakasih sudah menjadi teman baik dalam suka maupun duka. Semoga Allah SWT selalu memberikan limpahan rahmat untuk kalian.
6. Teman-teman organisasiku HMJ S1 Perbankan Syariah, Lekraf yang sudah memberikan pelajaran dalam berorganisasi. Serta teman kelasku PBAS C 2019 dan teman KKN Posko 50 yang sama-sama berjuang dari berbagai daerah. Semoga Allah selalu memberikan kemudahan untuk

kalian.

7. Kepada semua pihak yang telah bersedia dengan tulus dan ikhlas mendoakan dan membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, semoga Allah SWT selalu memberi limpahan rahmat dan hidayahnya.

## DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran serta tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi teori yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian pula Skripsi ini tidak berisi argumen-argumen orang lain, terkecuali informasi yang terdapat dalam referensi skripsi ini yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Seta Arum Murti  
NIM : 1905036101  
Jurusan Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN  
BERKAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP SEMARANG  
MAJAPAHIT”**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan penulisan saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 15 Juni 2023

Deklarator



**Seta Arum Murti**

**NIM. 1905036101**

## TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada “Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang dikeluarkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama Dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tahun 1987. Pedoman tersebut adalah sebagai berikut:

### A. Konsonan

ا = Alif	خ = Kha	ش = Sya	غ = Gha	ن = Na
ب = Ba	د = Da	ص = Sha	ف = Fa	و = Qa
ت = Ta	ذ = Dza	ض = Dal	ق = Qa	ه = Ha
ث = Tsa	ر = Ra	ط = Tha	ك = Ka	ء = A
ج = Ja	ز = Za	ظ = Zha	ل = La	
ح = Ha	س = Sa	ع = ‘	م = Ma	

### B. Vokal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

### C. Diftong

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
اَيّ ....	fathah dan ya	Ai
اوّّ ....	fathah dan wau	Au

### D. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:



Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
أ...إ...آ	Fathah dan alif atau ya	Ā
إ...ي	Kasrah dan ya	Ī
و...ؤ	Dhammah dan wau	Ū

#### E. Syaddah (-)

*Syaddah* dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ).

#### F. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al* misalnya الصناعة = *al-shina'ah*. *Al* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

#### G. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan “h” misalnya الطبيعية المعيشة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

## ABSTRAK

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit merupakan salah satu lembaga perbankan syariah yang menawarkan produk pembiayaan pensiun berkah. Produk pembiayaan pensiun merupakan layanan pembiayaan konsumen yang ditujukan kepada para pensiunan. Pembiayaan pensiun memiliki tingkat resiko yang kecil. Meski demikian, persaingan yang cukup ketat menjadi tantangan tersendiri bagi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit untuk memasarkan produk pembiayaan pensiun lebih luas lagi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun dan kendala dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dalam strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit menerapkan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Kendala dalam memasarkan produk antara lain pemasaran melalui media sosial yang belum efektif, faktor usia, tingginya persaingan, kurangnya *staff marketing*, dan produk tidak diunggulkan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Pensiun, Bank Syariah Indonesia

## **ABSTRACT**

*Indonesian Sharia Bank KCP Semarang Majapahit is one of the Islamic banking institutions that offers blessing pension financing products. Pension financing products are consumer financing services aimed at retirees. Pension financing has a small level of risk. However, the fairly tight competition is a challenge for Indonesian Sharia Bank KCP Semarang Majapahit to market pension financing products more broadly. This study aims to determine the marketing strategy for pension financing products and the constraints in marketing pension financing products at Indonesian Sharia Bank KCP Semarang Majapahit. This study uses descriptive qualitative research methods by collecting observational data, interviews, and documentation. The results of this study explain that in the marketing strategy for pension financing products, Indonesian Sharia Bank KCP Semarang Majapahit applies the 4P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion). Obstacles in marketing products include ineffective marketing through social media, age factor, high competition, lack of marketing staff, and products that are not superior.*

*Keywords: Marketing Strategy, Pension Financing, Indonesian Sharia Bank*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

*Bismillahirrahmanirrahim*, rasa dan puji dan syukur penulis panjatkan atas nikmat dan karunia yang telah Allah limpahkan kepada penulis. Penulis selalu berdoa memohon kepada-Nya untuk senantiasa istiqamah, Ikhlas, dan sabar. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada suri tauladan kita semua Nabi Muhammad SAW.

*Alhamdulillah* hasil karya skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit” telah berhasil penulis selesaikan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S.1) dalam Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi adalah hanya satu dari rangkaian panjang yang penulis tempuh dan jalani sejak tahun 2019 penulis berkuliah di kampus tercinta ini. Beragam rintangan dalam menuntut ilmu, lelah, dan semangat yang dapat penulis jalani berkat do'a, bimbingan, tuntunan, dorongan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak sehingga berbagai kendala tersebut dapat dihadapi. Oleh karena itu sudah sepantasnya penulis bersyukur dengan mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Ibu Henny Yuningrum, SE, M.Si selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah dan Ibu Muyassarah, M.Si. selaku Sekertaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
4. Bapak Dr. Choirul Huda, M.Ag. selaku Dosen Wali penulis di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dorongan, dan motivasi selama di bangku perkuliahan.
5. Bapak Johan Arifin, S.Ag., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1 yang

dengan penuh kesabaran, keikhlasan, dan ketulusan membimbing penulis dalam menyelesaikan karya skripsi ini.

6. Ibu Riska Wijayanti, SH., MH Selaku Dosen Pembimbing Skripsi 2 yang dengan penuh keikhlasan, kesabaran, dan ketulusan membimbing penulis menyelesaikan karya skripsi ini. Segenap dosen dan tenaga kependidikan serta civitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membantu dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dan nasabah pembiayaan pensiun yang baik hati membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada orang tuaku yang telah merawat, menjaga, mendidik, mendukung dan memberikan arahan serta bimbingan pendidikanku sampai di perguruan tinggi
9. Terimakasih kepada teman-teman organisasi dan teman-teman mahasiswa Perbankan Syariah 2019 yang telah menemani penulis dalam mencari ilmu.
10. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah berjasa membantu penulis dengan berbagai macam supportnya.

Semoga segala kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan mendapat balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat bersyukur dan berterimakasih atas segala kritik dan saran yang membangkitkan karena hal itu menjadi penyempurna dari skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam dunia akademik maupun non akademik.

Semarang, Juni 2023

Penulis,

Seta Arum Murti

NIM.1905036101

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>DEKLARASI</b> .....	vii
<b>TRANSLITERASI</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Kajian Pustaka .....	8
F. Metodologi Penelitian.....	15
1. Jenis Penelitian .....	15
2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	15
3. Sumber dan Jenis Data.....	16
4. Teknik Pengumpulan Data.....	17

5. Teknik Analisis Data .....	19
G. Sistematika Penulisan .....	20
BAB II.....	22
TINJAUAN PUSTAKA .....	22
A. Bank Umum Syariah.....	22
1. Definisi Bank Umum Syariah.....	22
2. Prinsip-Prinsip Bank Syariah.....	23
3. Dasar Hukum Bank Syariah .....	24
4. Konsep Operasional Bank Syariah .....	26
5. Fungsi dan Peran Bank Syariah .....	29
6. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	31
B. Strategi Pemasaran.....	34
1. Definisi Strategi .....	34
2. Definisi Pemasaran .....	34
3. Tujuan Pemasaran.....	35
4. Konsep Pemasaran .....	35
5. Strategi Pemasaran.....	37
6. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	38
C. Pembiayaan .....	41
1. Pengertian Pembiayaan.....	41
2. Tujuan Pembiayaan.....	42
3. Prosedur Pembiayaan.....	43
4. Jenis-Jenis Pembiayaan.....	45
D. Pembiayaan Pensiun .....	46
1. Definisi Pembiayaan Pensiun .....	46
2. Tujuan Pembiayaan Pensiun.....	48

3. Fungsi Pembiayaan Pensiun .....	49
4. Prosedur Pembiayaan Pensiun .....	49
5. Akad Pembiayaan Pensiun.....	51
<b>BAB III.....</b>	<b>53</b>
<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	53
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia .....	53
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	54
3. Budaya Perusahaan .....	55
4. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas .....	56
5. Pembagian Tugas dan Tangung Jawab.....	57
<b>BAB IV.....</b>	<b>64</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
A. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.....	64
1. Produk ( <i>Product</i> ) .....	66
2. Harga ( <i>Price</i> ) .....	68
3. Tempat ( <i>Place</i> ) .....	69
4. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	71
B. Kendala-Kendala Yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun .....	73
1. Pemasaran Melalui Media Sosial Belum Efektif.....	73
2. Faktor Usia.....	74
3. Tingginya Persaingan .....	75
4. Kurangnya <i>Staff Marketing</i> .....	76
5. Produk Tidak Diunggulkan.....	77



<b>BAB V</b> .....	80
<b>PENUTUP</b> .....	80
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	1
<b>LAMPIRAN</b> .....	6

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pinjaman Nasabah.....	4
Tabel 4.1 Jumlah Nasabah Pensiun dan Nasabah Pembiayaan Pensiun.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pencairan Nasabah.....	4
Gambar 2.1 Tabel Angsuran Produk Pembiayaan Pensiun.....	44
Gambar 3.1 Struktur Organisasi BSI KCP Semarang Majapahit.....	49

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Bank berfungsi sebagai institusi perantara keuangan yang mengumpulkan dana dari masyarakat dan kemudian mengalokasikan dana tersebut kepada individu atau entitas lain dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan ini didasarkan pada keuntungan yang dihasilkan dari margin yang berhubungan dengan keuntungan yang diinginkan dan juga melalui sistem bagi hasil (*profit sharing*).<sup>1</sup> Kelahiran bank syariah di Indonesia ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991, yang mulai beroperasi setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Dengan adanya undang-undang ini, dasar hukum bank syariah menjadi lebih jelas dan kuat, baik dalam hal struktur kelembagaan maupun operasionalnya. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 kemudian direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yang mengakui keberadaan bank syariah dan bank konvensional, serta mengizinkan bank konvensional untuk membuka cabang syariah. Undang-Undang tersebut menciptakan landasan bagi sistem *dual banking system* di Indonesia, di mana terdapat sistem bunga (bank konvensional) dan sistem bagi hasil (bank syariah). Semakin kuatnya upaya pengembangan bank syariah didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan berbasis syariah.<sup>2</sup> Disahkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 untuk menjelaskan lebih lanjut tentang perbankan syariah, dengan didalamnya berisi tentang tata cara dan persyaratan dalam perizinan usaha bank syariah serta ketentuan mengenai badan hukum dan anggaran dasarnya.

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan dengan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan

---

<sup>1</sup> Khotibul Umam. 2017. *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pres. h 101

<sup>2</sup> Aminoel Akbar Novi Maimory. 2018. *Sejarah Lahirnya Bank Syariah Serta Praktek Di Dunia Perbankan*. Jurnal Pahlawan Vol 1 Nomor 2 e-ISSN 2615-5583. h 20

keseimbangan, kemaslahah, universalisme, serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim, dan objek yang haram. Perbankan adalah lembaga intermediasi atau penghubung keuangan yang kegiatannya bertugas dalam mengumpulkan dana dari masyarakat luas (nasabah) dan menyalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Operasional bank syariah berpacu pada prinsip bagi hasil dan risiko (*profit and loss sharing*). Sebagai bagian dari sistem perbankan nasional, bank syariah memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Pemahaman sistem ekonomi yang islami senantiasa mengacu pada konsep syariat islam. Adapun landasan perbankan syariah yaitu, prinsip titipan atau simpanan (*wadiah/depository*), prinsip bagi hasil (*profit-sharing*), prinsip jual beli (*sale and purchase*), prinsip sewa-menyewa (*operational lease and financial lease*), dan prinsip jasa (*fee based service*).<sup>3</sup>

Pada tanggal 1 Februari 2021 ditandai sebagai sejarah penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu kesatuan yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan keunggulan dari ketiga bank syariah untuk menawarkan pelayanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan induk perusahaan (Mandiri, BNI, BRI) dan komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN Bank Syariah Indonesia didorong untuk berdaya saing global.<sup>4</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Aditya David selaku CBRM (*Consumer Business Relationship Manager*) mengatakan “Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit, di kantor ini memiliki berbagai macam produk guna memenuhi kebutuhan produktif dan konsumtif untuk masyarakat, produk tersebut dapat disalurkan melalui penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit yaitu produk *funding* seperti tabungan, deposito, giro, sedangkan produk *financing* berupa pembiayaan konsumen seperti pembiayaan mitraguna, pembiayaan oto, pembiayaan griya, serta

---

<sup>3</sup> La Ode Alimusa. 2020. *Manajemen Perbankan Syariah Suatu Kajian Ideologis dan Teoritis*. Yogyakarta: CV Budi Utama. h 23

<sup>4</sup> <https://www.bankbsi.co.id>, diakses pada tanggal 01 Februari 2023

pembiayaan mikro. Salah satu produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia yang menarik untuk dikaji adalah pembiayaan pensiun berkah.<sup>5</sup>

Pembiayaan pensiun merupakan salah satu fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk pembiayaan multiguna) yang ditujukan kepada para pensiunan. Pembayaran angsuran dibayarkan melalui penghasilan pensiun bulanan (*payroll*) dan langsung dipotong oleh bank setiap bulan dari penghasilan pensiun bulanan. Pembiayaan pensiun menggunakan akad murabahah dan akad ijarah. Kriteria nasabah pembiayaan pensiun yaitu pensiunan Pegawai Negeri Sipil Pusat atau Daerah, TNI, POLRI, pegawai BUMN Swasta atau Asing yang memperoleh penghasilan pensiunan (pensiun bulanan)”.<sup>6</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Barno Sudarwanto selaku BM (*Branch Manager*) mengatakan “Bank Syariah Indonesia KCP Majapahit mengatakan “Pembiayaan pensiun merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiunan dengan pembiayaan angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini adalah akad murabahah atau ijarah disesuaikan dengan tujuan pembiayaannya. Akad murabahah adalah perjanjian pembiayaan berupa transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah margin yang disepakati oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli. Jumlah minimal sebesar Rp. 10.000.000,00 dan maksimal sebesar Rp. 350.000.000,00 dengan jangka waktu 1 sampai dengan 15 tahun. Jenis transaksi yang menggunakan akad murabahah antara lain renovasi rumah, pembelian barang untuk usaha, pembelian peralatan kebutuhan rumah tangga, pembelian sepeda motor, dan lain-lain. Sedangkan untuk jenis transaksi yang menggunakan akad ijarah antara lain *takeover*.”<sup>7</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Aditya David selaku CBRM mengatakan “Produk pembiayaan pensiun sebelumnya

---

<sup>5</sup> Aditya David. *Consumer Business Relationship Manager*. Wawancara 5 Mei 2023

<sup>6</sup> Ika Adeyani, Tuti Anggraini. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia KCP Stabat*. *Journal Economy and Currency Study (JECS)* Vol. 3 Issue 2 July 2021. Page 47-66

<sup>7</sup> Barno Sudarwanto. *Branch Manager*. Wawancara 10 April 2023

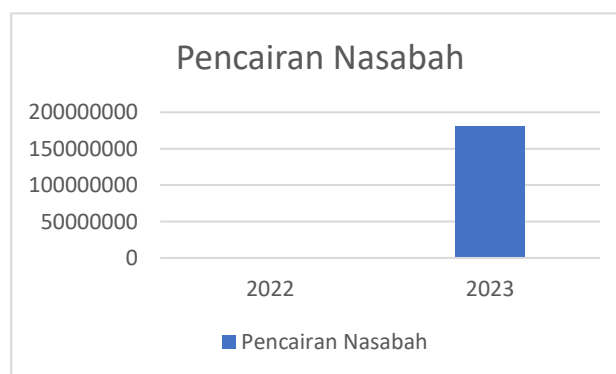
sudah ada di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit, akan tetapi belum dipasarkan kepada nasabah dan masyarakat dikarenakan belum ada *staff marketing* khusus pembiayaan pensiun tersebut. Produk ini mulai ditawarkan kepada masyarakat pada awal desember tahun 2022 setelah adanya *staff marketing* produk pembiayaan pensiun di kantor Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit baru mendapatkan 1 nasabah yang melakukan pencairan di bulan Januari sebesar Rp. 102.000.000,00 dan dilanjutkan dengan adanya 1 nasabah yang melakukan pencairan di bulan Februari sebesar Rp. 78.000.000,00. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk pembiayaan pensiun ini karena persaingan yang sangat ketat antara BSI dengan lembaga keuangan lainnya yang sudah terkenal dan memiliki nama di Kota Semarang.”

**Tabel 1.1 Jumlah Pinjaman Nasabah  
Jumlah Pinjaman dan Nasabah Pembiayaan Pensiunan  
Tahun 2022-2023<sup>8</sup>**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah (orang)	Jumlah Pencairan
1.	2022	0	0
2.	2023	2	Rp. 180.000.000.00

*Sumber: Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit*

**Gambar 1.1 Grafik Pencairan Nasabah**



Berdasarkan tabel 1.1 diperoleh data berupa jumlah nasabah dan jumlah pencairan pembiayaan pensiunan yang hanya terbatas pada bulan Desember 2022 dan Januari-Juni 2023. Pada tabel dan grafik tersebut dapat disimpulkan

<sup>8</sup> Aditya David. *Consumer Business Relationship Manager*. Wawancara 5 Mei 2023

bahwa pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia mengalami kenaikan walaupun belum signifikan. Hal tersebut dikarenakan pada bulan desember tahun 2022 belum ada nasabah pensiun yang menggunakan produk pembiayaan pensiun, memasuki bulan januari ada satu nasabah yang melakukan pencairan sebesar Rp. 102.000.000,00 dan dilanjutkan bulan februari ada satu nasabah yang melakukan pencairan sebesar RP. 78.000.000,00.

Saat ini, tiap bank dituntut untuk dapat membuat strategi pemasaran dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar sasaran perusahaan dapat tercapai. Secara umum, strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang terdiri dari 4P: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi). Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dapat menentukan keberhasilan dalam meningkatkan penjualan produk. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak bagi bank untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produk-produknya. Tetapi strategi pemasaran tidak akan optimal bila produk yang ditawarkan kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk pesaing.<sup>9</sup>

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit menerapkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) antara lain dengan memberikan pelayanan yang prima, margin yang relatif rendah, tempat yang strategis sehingga mudah untuk dijangkau oleh nasabah, *back to back* silaturahmi ke calon nasabah pembiayaan pensiun atau silaturahmi ke instansi yang bekerja sama dengan BSI untuk mendukung dalam mempromosikan pembiayaan pensiun tersebut. Hal tersebut menjadi poin tambahan dalam mendukung minat nasabah pembiayaan pensiun berkah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Hal itu yang menjadikan alasan peneliti melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dikarenakan sebelumnya peneliti sudah pernah melakukan pra riset pada bank X jika dalam kurun waktu tujuh bulan belum ada nasabah yang melakukan pencairan dalam pembiayaan pensiun di kantor tersebut dan kurangnya minat nasabah pensiunan untuk menggunakan produk

---

<sup>9</sup> Luthfi Hamid. *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*. (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003)



pembiayaan pensiun di bank X dikarenakan kurangnya *sales marketing* dalam menjualkan produk tersebut dan faktor terbesarnya yaitu persaingan dengan bank lainnya yang sudah lebih lama dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Barno Sudarwanto selaku BM (*Branch Manager*), media strategi pemasaran yang saat ini diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dilakukan melalui *platform* media sosial, brosur, kerja sama dengan instansi yang bekerjasama dengan BSI, aktif sosialisasi di kumpulan pensiunan, dan silaturahmi di rumah nasabah atau calon nasabah. Setiap bank perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan, karena dapat membantu dalam mengenali potensi serta memanfaatkan peluang yang ada dan untuk menghindari resiko kerugian. Kemampuan bank dalam menguasai manajemen strategi pemasaran yang tangguh menjadi indikator keberhasilan dalam memperoleh laba secara optimal dalam menjalankan bisnis perbankan. Salah satu cara yang dapat diterapkan oleh bank untuk mencapai sasaran adalah dengan melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dicapai, tujuannya yaitu mencari faktor penyebab dari suatu kegagalan ataupun keberhasilan suatu usaha bisnis agar dapat dijadikan suatu pedoman atau tindak lanjut dimasa akan datang.

Sebagai lembaga keuangan, bank membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Menurut Kasmir, strategi pemasaran adalah memaksimalkan konsumsi, memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah, memaksimalkan pilihan (ragam produk), serta memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan kemudahan.<sup>10</sup> Menurut Assauri, strategi pemasaran merupakan seperangkat tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arahan bagi kegiatan pemasaran perusahaan dan referensi serta penugasannya di setiap level, terutama sebagai respons perusahaan terhadap lingkungan yang kompetitif.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Kasmir. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Rajawali Pres, 2014). h 66

<sup>11</sup> Khairur Rusdhiy, Nurul Inayah. 2022. *Strategi Marketing Pembiayaan Pensiun dan Pra Pensiun dibawah Naungan Taspen dan Asabri (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP*

Dengan ini, supaya dapat mencapai hasil yang maksimum tersebut dibutuhkan adanya bauran pemasaran yang merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image suatu produk. bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk.<sup>12</sup>

Upaya memaksimalkan pemasaran produk pembiayaan pensiun tidaklah mudah karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui mengenai produk tersebut. Sehingga manajemen pembiayaan pensiun berusaha memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan untuk para nasabahnya. Oleh karena itu, bank syariah bekerja keras untuk memberikan kepuasan kepada para nasabah agar para nasabah tidak berpindah ke lembaga keuangan yang lain. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang tertuang dalam penulisan skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Berkah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit**”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit?
2. Apa saja kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun di BSI KCP Semarang Majapahit.

---

*Medan Sukaramai*). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (JIKEM) Vol 2 Nomor 1 e-ISSN 2774-2075. h 450

<sup>12</sup> Christian A.D Sedang. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA Vol 1 Nomor 3 Juni 2013. h 72

2. Mengetahui apa saja yang menjadi kendala dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, penelitian ini memberikan manfaat dalam meningkatkan keterampilan menulis, mengembangkan kemampuan dalam menganalisis suatu masalah, serta sebagai bahan masukan yang menambah ilmu pengetahuan peneliti khususnya mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat membantu praktisi untuk menarik minat masyarakat dan instansi untuk melakukan hubungan kerja sama serta diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dan dapat menjadi suatu bahan pertimbangan dalam pemberian pembiayaan pensiun dimasa yang akan datang.
3. Bagi keilmuan, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam keilmuan pengetahuan dan sebagai partisipasi serta dukungan untuk mengembangkan pembiayaan syariah.
4. Bagi UIN Walisongo Semarang, dapat menambah sarana informasi dan referensi bagi mahasiswa pada program Studi Perbankan Syariah dan sebagai bahan bacaan ilmiah di perpustakaan.

#### **E. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka atau yang biasa disebut dengan *literatur review* adalah landasan untuk mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah-masalah yang diteliti. Penelitian mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit, berdasarkan eksplorasi peneliti, ada beberapa tulisan yang berkaitan dengan penelitian ini. Pemilihan subjek penelitian di Bank Syariah Indonesia ini dilakukan karena penelitian mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit belum pernah dilakukan sebelumnya.

1. Jurnal yang ditulis Nur Amalina, dkk (2023) “*Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi*” memiliki hasil bahwa teknologi informasi perbankan membutuhkan banyak peranan dalam mempercepat pertumbuhannya, baik dari berbagai bidang. Teknologi informasi penggunaannya yang sangat luas baik secara efisiensi internal seperti ERP dan SAP, maupun untuk kepentingan nasabah seperti cabang jaringan *online*, ATM, dan *internet banking*.<sup>13</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah focus penelitian. Penelitian ini meneliti tentang strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan pangsa pasar melalui pemanfaatan teknologi informasi. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah pada Bank Syariah Indonesia. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti ada pada metode penelitiannya yaitu penelitian kualitatif deskriptif.

2. Jurnal yang ditulis oleh Paturohman dan Nur Siti Amnah (2022) “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BJB Syariah KCP Jatibarang*” menunjukkan hasil bahwa penerapan strategi pemasaran yang dilakukan Bank BJB Syariah KCP Jatibarang tergolong cukup memuaskan yang berkaitan dengan keramahan, ketepatan, dan kecepatan dalam menarik perhatian nasabah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif analitik dengan subjek penelitian masyarakat Jatibarang dan objek penelitian kepuasan nasabah di Bank BJB Syariah KCP Jatibarang.<sup>14</sup>

Persamaan penelitian ini terdapat pada tujuan yaitu meneliti mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan. Perbedaannya jurnal ini meneliti

---

<sup>13</sup> Nur Amalina, dkk. *Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi*. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)* Vol. 1 No. 1 Januari 2023

<sup>14</sup> Paturohman, Nur Siti Amnah. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BJB Syariah KCP Jatibarang*. *Journal of Sharia Economics and Finance Departement of Islamic Banking Faculty of Islamic Studies Wiralodra University* Vol. 1 No. 1 Januari, 2022

mengenai produk pembiayaan secara garis besar. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dengan metode penelitian kualitatif deskriptif dan subjek penelitian *Branch Manager, Consumer Business Relationship Manager*, dan dua nasabah pembiayaan pensiun.

3. Jurnal yang ditulis oleh Holilur Rahman, dkk (2021) “*Kajian Bauran Pemasaran Pembiayaan Pensiun Dalam Peningkatan Minat Nasabah BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1*” menunjukkan hasil bahwa penerapan strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep Trunojoyo 1 dengan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Salah satu hal yang dilakukan dengan kunjungan langsung ke kediaman calon nasabah pembiayaan maupun nasabah tetap pembiayaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan antara lain observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>15</sup>

Persamaan penelitian ini terdapat pada bauran pemasaran yang diterapkan pada instansi yang bersangkutan. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ada pada objek penelitiannya. Sedangkan peneliti berfokus pada Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.

4. Jurnal yang ditulis oleh M. Khairur Rusdhiy Siregar dan Nurul Inayah (2022) “*Strategi Marketing Pembiayaan Pensiun dan Pra Pensiun Dibawah Naungan Taspen dan Asabri (Studi Kasus BSI KCP Medan Sukaramai)*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi *marketing* pembiayaan pensiun dan pra pensiun dibawah naungan taspen dan asabri dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P antara lain (*Product, Price, Place, Promotion Process, People, Physical Evidence*). Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan subjek penelitiannya yaitu *Sales Force*. Penelitian ini

---

<sup>15</sup> Holilur Rahman, dkk. *Kajian Bauran Pemasaran Pembiayaan Pensiun Dalam Meningkatkan Minat Nasabah BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1*. Jurnal Reflektika Volume 16, No. 2, Juli-Desember 2021

melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian ini terdapat pada tujuannya yaitu mengetahui strategi *marketing* produk pembiayaan. Perbedaannya adalah jurnal ini meneliti mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun dan pra pensiun dibawah naungan taspen dan asabri menggunakan bauran pemasaran 7P. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah berfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan menggunakan bauran pemasaran 4P dengan metode penelitian kualitatif.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Tirta Kartika (2021) “*Strategi Marketing Sales Force (SF) Dalam Produk Pembiayaan Di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Teweh Kab. Barito Utara*” menunjukkan hasil bahwa penerapan strategi marketing yang digunakan antara lain kunjungan dari rumah ke rumah, dating ke instansi dengan melakukan sosialisasi mengenai pembiayaan pensiun sedangkan dampak yang akan didapat oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit yaitu dapat bersaing di pangsa pasar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan subjek penelitiannya *Branch Manager* dan lima nasabah pembiayaan<sup>17</sup>

Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian ini hanya berfokus pada strategi marketing dalam produk pembiayaan. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan berfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun dengan menggunakan metode penelitian kualitatif

6. Penelitian yang dilakukan oleh Farida Catur Wijayanti (2020) “*Analisis Persepsi Aparatur Sipil Negara Pra Purna Kementrian Agama Kab. Madiun Pada Penggunaan Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank*

---

<sup>16</sup> M. Khairur Rusdhiy Siregar, Nurul Inayah. *Strategi Marketing Pembiayaan Pensiun dan Pra Pensiun Dibawah Naungan Taspen dan Asabri (Studi Kasus BSI KCP Medan Sukaramai)*. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)* E-ISSN: 2774-2075 Vol. 2 No. 1, Year [2022]

<sup>17</sup> Wahyu Tirta Kartika. 2021. *Strategi Marketing Sales Force (SF) Dalam Produk Pembiayaan Di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Teweh Kab. Barito Utara*. Palangkaraya: Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya

*Syariah*” menunjukkan hasil bahwa persepsi Aparatur Sipil Negara dipengaruhi karena faktor sosial sedangkan faktor yang tidak memberi pengaruh yaitu faktor budaya yaitu dengan adanya penyeragaman rekening bank sehingga aparatur negeri sipil sudah terbiasa dengan bank yang sudah ada. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan subjek aparatur negeri sipil yang dibuktikan adanya wawancara dari 13 informan dari aparatur negeri sipil pra purna yang berusia 53-57 tahun akan tetapi hanya 3 orang yang menggunakan produk pembiayaan pensiun.<sup>18</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis, penelitian ini berfokus pada persepsi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun menggunakan produk pembiayaan pensiun di bank syariah. Sedangkan peneliti berfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti yaitu pada metode penelitiannya menggunakan kualitatif.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Dina Maisyaroh (2019) “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengajukan Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah Indonesia Area Pekanbaru*”. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dokumentasi. Dalam penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah mengajukan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia Area Pekanbaru.<sup>19</sup>

Dibandingkan dengan penelitian ini persamaannya terletak pada pengaruh nasabah mengajukan pembiayaan pensiun. Namun penelitian ini memiliki perbedaan dengan peneliti yang akan peneliti lakukan yakni

---

<sup>18</sup> Farida Catur Wijayanti. 2020. *Analisis Persepsi Aparatur Negara Pra Purna Kementerian Agama Kabupaten Madiun Pada Penggunaan Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

<sup>19</sup> Nur Amalina, dkk. 2023. *Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi*. Pekanbaru: Universitas Islam Riau

berfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit sedangkan penelitian ini meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah mengajukan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia Area Pekanbaru.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Yustika Auria (2023) "*Tantangan dan Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Pembiayaan Pensiun*". Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan Teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, wawancara, dan perangkat lunak (*software*) Nvivo 11. Hasil penelitian ini adalah tantangan yang dihadapi yaitu tantangan dari luar perusahaan atau organisasi itu sendiri, dalam hal ini adalah tantangan pembiayaan pensiun yang meliputi adanya biaya pinalti ketika take over dari bank sebelumnya ke Bank Syariah Indonesia. serta kelemahan yang dimaksud adalah kelemahan dalam proses pembiayaan, pencairan, kelemahan dalam proses pemasaran, dan kelemahan dalam pengembangan produk.<sup>20</sup>

Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti ada pada topik yang dibahas yakni strategi Bank Syariah Indonesia dalam pembiayaan pensiun. Namun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni pada fokusnya. Penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Sedangkan penelitian ini meneliti mengenai tantangan dan strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Pembiayaan Pensiun.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Sofana Azyahra (2023) "*Upaya Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia KCP Gubug*". Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan *teller, costumer service*, dan tiga orang nasabah pensiun berkah. atau

---

<sup>20</sup> Yustika Auria. 2023. *Tantangan dan Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Pembiayaan Pensiun*. Curup: Institut Agama Islam Negeri Curup



organisasi itu sendiri, dalam hal ini adalah tantangan pembiayaan pensiun yang meliputi adanya biaya pinalti ketika *takeover* dari bank sebelumnya ke BSI KCP Gubug. serta kelemahan yang dimaksud adalah kelemahan dalam proses pembiayaan, pencairan, kelemahan dalam proses pemasaran, dan kelemahan dalam pengembangan produk.<sup>21</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti mengenai nasabah pembiayaan pensiun berkah. Namun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu fokus penelitian. Peneliti berfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia. Sedangkan penelitian ini berfokus pada Upaya meningkatkan pelayanan kepada nasabah pembiayaan pensiun berkah Bank Syariah Indonesia KCP Gubug.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Fauziah Noviani (2022) "*Efektivitas Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Berkah Dalam Meningkatkan Pembiayaan Bankk Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi*". Metode penelitian yang digunakan yakni penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian diperoleh bahwa pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah BSI KCP Palopo Ratulangi menerapkan strategi bauran pemasaran 4. Sedangkan hambatan yang memasarkkan produk pembiayaan pensiun yaitu domisili pensiunan dalam 5 tahun terakhir tidak menetap.<sup>22</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada topik yang dibahas yakni mengenai pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah. Namun perbedaannya terletak pada penelitian ini berfokus dengan efektivitas pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah dalam meningkatkan pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni analisis strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.

---

<sup>21</sup> Sofana Azyahra. 2023. *Upaya Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia KCP Gubug*. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung

<sup>22</sup> Fauziah Noviani. 2022. *Efektivitas Pemasaran Produk Pensiun Berkah Dalam Meningkatkan Pembiayaan Bankk Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi*"

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan merangkum berbagai kondisi, situasi atau fenomena yang ada dalam realitas sosial. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti merupakan sumber *instrument purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan data dengan triangulasi atau gabungan, analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>23</sup>

Penelitian deskriptif, secara garis besar merupakan kegiatan yang akan membuat gambaran suatu peristiwa atau gejala secara sistematis. Faktual dengan penyusunan yang akurat. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang dimiliki. Maksud dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai inklusi keuangan syariah.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui masalah yang membutuhkan studi yang lebih mendalam, seperti analisis strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Data yang digunakan antara lain pengamatan, wawancara, dan dokumentasi yang dipaparkan sesuai dengan apa yang diinformasikan kepada peneliti.

### **2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **a. Lokasi Penelitian**

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit memiliki lokasi yang strategis karena berada di Jalan Majapahit Kav. A No.

---

<sup>23</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta CV, 2017). h 14

339, Gemah, Pedurunga, Kota Semarang. Kantor BSI KCP Semarang Majapahit memiliki akses yang strategis sehingga mudah dijangkau masyarakat luas dengan menggunakan berbagai sarana transportasi serta lokasinya yang dekat dengan Pemerintah Kota Semarang serta dekat dengan perumahan dan masyarakat. Bentuk fisik kantor BSI KCP Semarang Majapahit cukup baik dengan memiliki lahan parkir yang luas.

**b. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian proposal skripsi ini dimulai pada tanggal 9 April 2023. Tanggal 10 April 2023 melakukan wawancara dengan Bapak Barno Sudarwanto selaku *Branch Manager*. Tanggal 5 Mei 2023 melakukan wawancara Bapak Aditya David selaku *Consumer Business Relationship Manager*. Tanggal 7 Juni 2023 melakukan wawancara dengan Bapak Untung Supriyadi dan Ibu Sri Wahyuni selaku Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah.

**3. Sumber dan Jenis Data**

**a. Data Primer**

Data primer merupakan data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada.<sup>24</sup> Data ini dapat berupa kegiatan observasi dan wawancara. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dan observasi di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.

**b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer. Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat di bagi atas sumber buku, dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi

---

<sup>24</sup> Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung Citapustaka Media Perintis, cet 2, 2014), h. 66.

dan dokumen resmi.<sup>25</sup> Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari dokumen resmi Bank Syariah Indonesia mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit, jurnal ilmiah, dan sumber-sumber lainnya.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Observasi

Menurut S. Margono, observasi merupakan pengamatan atau pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang terlihat pada objek peneliti. Pengamatan dan pencatatan dapat dilihat dari objek yang diteliti. Metode observasi merupakan metode sebagai alat pengumpul data.<sup>26</sup> Pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi dua antara lain *participation observation*, dimana peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh sumber data agar data yang diperoleh lebih jelas dan lengkap. Sedangkan metode observasi *non participant*, dimana posisi peneliti hanya sebagai pengamat yang hanya meringkas semuanya dalam sebuah catatan. Observasi dalam penelitian ini yaitu mengobservasi strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.

##### b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti. Teknik pengumpulan data ini didasari pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan atau pengalaman pribadi.<sup>27</sup> Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dalam

---

<sup>25</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 31.

<sup>26</sup> Nurul Fauziah. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Cet-1. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006). h 173

<sup>27</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta CV, 2017). h 317

penelitian ini adalah wawancara struktural dimana peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang jawaban alternatifnya telah disiapkan dan wawancara tak berstruktur dimana peneliti hanya menggunakan garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara ini dilakukan dengan *Branch Manager* yaitu bapak Barno Sudarwanto, *Consumer Business Relationship Manager* yaitu Aditya David, dan dua nasabah pembiayaan pensiun yaitu bapak Untung Supriyadi dan ibu Sri Wahyuni.

**c. Dokumentasi**

Metode dokumentasi merupakan sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bentuk dokumentasi. Metode dokumentasi memiliki kelebihan yaitu terdapat kemurnian dari data yang diperoleh karena tidak melihat tingkah laku juga memiliki tingkat kualitas yang tertinggi karena disusun oleh para tenaga ahli. Sifat utama data ini tidak terbatas sehingga memberi peluang bagi peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam. Dalam hal ini penulis memperoleh data dokumentasi melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip. Dokumentasi sebuah metode yang digunakan untuk menelusuri data Historis yang ada dalam bentuk surat, catatan harian, laporan, CD dan hardisk/film.<sup>28</sup> Dokumentasi ini nantinya juga akan sangat berguna dalam membuat laporan metode. Laporan metode ini berisi proses-proses apa saja yang kita lakukan, baik dalam proses persiapan, pelaksanaan, maupun analisis data.<sup>29</sup> Kegiatan dokumentasi digunakan saat sesi pengumpulan data atau wawancara dengan *Branch Manager*, CBRM, dan dua nasabah pembiayaan pensiun berkah.

---

<sup>28</sup> Joko Subagyo. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*. (Bandung: Rineka Cipta. 2011). h 63

<sup>29</sup> Johan Arifin. *Tracer Study Alumni Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang Vol. 6 No. 2 Oktober 2015*. h 105

## 5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Hasil analisis data berupa kata-kata atau kalimat yang diperoleh dari wawancara maupun observasi. Data yang dianalisis yaitu strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.

Penelitian kualitatif adalah prosedur dalam penelitian yang menghasilkan data perspektif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku orang-orang dapat diamati. Dari penjelasan tersebut maka dapat diartikan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan rangkaian kegiatan penelitian yang digunakan untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya sesuai dengan kenyataan pada kondisi tertentu dan hasilnya lebih menekankan makna dibanding penalaran.<sup>30</sup> Analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi sesuatu yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah sebagaimana menurut pendapat Lexy J. Moelong, sebagai berikut:

- a. Klasifikasi data, yaitu mengelompokkan data dengan topik- topik pembahasan.
- b. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang serta mengesampingkan data yang kurang relevan.
- c. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan.

---

<sup>30</sup> Lexy J. Moelong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002). h 248

d. Kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan atau jawaban ke dalam susunan yang jelas secara singkat dan padat.<sup>31</sup>

Berdasarkan langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, kalimat, gambar, dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya. Peneliti menerapkan informasi kenyataan yang diperoleh dari berbagai sumber informan, baik dari wawancara dengan BM, CBRM, dan nasabah. Peneliti fokus dalam menganalisa mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penulisan dan pemahaman atas penelitian ini, maka peneliti menuliskan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan hasil penelitian yang relevan.

### **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan, budaya perusahaan, struktur organisasi, dan deskripsi tugas serta pembagian tugas dan tanggung jawab.

---

<sup>31</sup> Lexy J. Moelong. *Metode Penelitian Sosial*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993). h 53

#### **BAB IV URAIAN ANALISIS MASALAH PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan pengujian dan hasil analisis yang diperoleh, pembahasan hasil analisis dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam perumusan masalah.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Bank Umum Syariah

##### 1. Definisi Bank Umum Syariah

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank umum syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>32</sup> Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan nama bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan alquran dan hadis. Dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang pengoperasinya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam.<sup>33</sup>

Menurut Sudarsono, sebagaimana telah dikutip oleh Irham Fahmi, bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya yaitu memberi kredit dan jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>34</sup> Sedangkan Menurut Muhammad, definisi bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga dan usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah Islam.<sup>35</sup> Menurut Karnaen A. Perwataatmadja dan H. M.

---

<sup>32</sup> Ade Pristianda Yulius Dharma. *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah Terhadap Profitabilitas (Return On Asset) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia 2012-2016*. Jurnal Ekonomika Indonesia Vol. 7, Nomor 2, Tahun 2018. h 29-34

<sup>33</sup> Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. (Cet II, Yogyakarta: Ekonisia, 2005). h 1

<sup>34</sup> Irham Fahmi. *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*. (Bandung: Alfabeta, 2013)

<sup>35</sup> Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2001)

Syafi'i Antonio, sebagaimana telah dikutip oleh Dadang Husen Sobana, bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan tata cara beroperasinya mengacu pada ketentuan Al Quran dan hadist.<sup>36</sup> Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bank umum syariah adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari pihak *surplus* dan menyalurkan dana kepada pihak *defisit* dengan berlandaskan prinsip syariah yang mengacu pada Al-Quran dan Hadist Nabi Muhammad SAW.

## 2. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Perbankan Syariah dalam menjalankan aktivitasnya menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

### a. Prinsip Keadilan

Bauran pemasaran (*marketing mix*) mencakup empat hal pokok dan dapat dikontrol oleh perusahaan yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

### b. Prinsip Kesederajatan

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, ataupun bank.

### c. Prinsip Ketentraman

Produk-produk bank syariah sudah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah islam, antaranya tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir. Hal tersebut menjadikan nasabah merasakan ketentraman lahir dan batin.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Dadang Husen Sobana. *Hukum Perbankan Di Indonesia*. (Bandung: CV. Pustaka, 2016). h 279-280

<sup>37</sup> Rachmadi Usman. *Aspek Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2012). h 33

### 3. Dasar Hukum Bank Syariah

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di Negara Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, Sedangkan secara yuridis empiris, bank syariah diberi kesempatan dan peluang yang baik untuk berkembang di seluruh wilayah Indonesia. Upaya intensif pendirian bank syariah di Indonesia dapat ditelusuri sejak tahun 1988, yaitu pada saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (Pakto) yang mengatur deregulasi industri perbankan di Indonesia, dan para ulama waktu itu telah berusaha mendirikan bank bebas bunga.<sup>38</sup>

Hubungan yang bersifat akomodatif antara masyarakat muslim dengan pemerintah telah memunculkan lembaga keuangan (bank syariah) yang dapat melayani transaksi kegiatan dengan bebas bunga. Kehadiran bank syariah pada perkembangannya telah mendapat pengaturan dalam sistem perbankan nasional. Pada tahun 1990, terdapat rekomendasi dari MUI untuk mendirikan bank syariah, tahun 1992 dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang mengatur bunga dan bagi hasil.

Dikeluarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang mengatur bank beroperasi secara ganda (*dual system bank*), dikeluarkan UU No. 23 Tahun 1999 yang mengatur kebijakan moneter yang didasarkan prinsip syariah, kemudian dikeluarkan Peraturan Bank Indonesia tahun 2001 yang mengatur kelembagaan dan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah, dan pada tahun 2008 dikeluarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.<sup>39</sup> Pengaturan (regulasi) perbankan syariah bertujuan untuk menjamin kepastian hukum bagi stakeholder dan memberikan keyakinan kepada masyarakat luas dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah. Hal tersebut tercantum pada Fatwa DSN MUI No. 130/DSN-

---

<sup>38</sup> Muhammad Syafi'i Antonio. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. (Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2006), cet ke-4, h. 6

<sup>39</sup> Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia. *Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah*. (Jakarta, 2011), h.5

MUI/X/2019 tentang Pedoman Bagi Lembaga Penjamin Simpanan Dalam Pelaksanaan Penanganan atau Penyelesaian Bank Syariah Yang Mengalami Permasalahan Solvabilitas (rasio yang menunjukkan perusahaan memiliki kemampuan membayar kewajiban jangka panjang dengan menunjukkan tingkat kesehatan keuangan perusahaan):<sup>40</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah SWT dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang yang beriman.” (QS. Al-Baqarah:278)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.” (QS. an-Nisa’:29)

إِذَا أَقْلَسَ الرَّجُلُ وَقَدْ وَجَدَ الْبَائِعَ سِلْعَتَهُ بِعَيْنِهَا فَهُوَ أَحَقُّ بِهَا مِنَ الْغُرَمَاءِ.

" Apabila seseorang mengalami pailit, sementara penjual (pemilik piutang) menemukan barang yang dijualnya, maka dia berhak atas barang tersebut dibandingkan para kreditur yang lain." (HR. al-Bukhari Muslim)

مَطْلُ الْعَبِيِّ ظَلَمٌ، فَإِذَا أَتَبَعَ أَحَدُكُمْ عَلَى مَلِيٍّ فَلْيَتَّبِعْ.

"Menunda-nunda pembayaran utang yang dilakukan oleh orang mampu adalah suatu kezaliman. Maka, jika seseorang di antara kamu dialihkn hak penagihan piutangnya (di-hawalah-knn) kepada pihak yang mompu, terimalah." (HR. Imam al-Bukhari, Muslim, Abu Dawud, dan Ibnu Majah)

---

<sup>40</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia tentang Pedoman Bagi Lembaga Penjamin Simpanan Dalam Pelaksanaan Penanganan atau Penyelesaian Bank Syariah Yang Mengalami Permasalahan Solvabilitas

Berdasarkan penjelasan dasar hukum bank syariah diatas, dapat dipahami dasar hukum bank syariah di Indonesia menurut Undang-Undang bersifat yuridis normatif dan yuridis empiris. Hal tersebut terlihat karena yuridis normatif tercatat pada perundang-undangan di Indonesia. Sedangkan jika yuridis empiris, bank syariah memiliki kesempatan dan peluang untuk berkembang di seluruh wilayah Indonesia. Sedangkan jika dilihat menurut Fatwa Dewan Syariah Negara-Majelis Ulama Indonesia yaitu penanganan dan penyelesaian merupakan tindakan yang dilakukan oleh lembaga penjamin simpanan oleh bank.

#### **4. Konsep Operasional Bank Syariah**

Dalam operasional bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil yang saling menguntungkan antara bank dan nasabah. Operasional perbankan syariah yang dalam pelaksanaannya berlandaskan pada syariah (hukum islam atau akad dalam perbankan syariah), menonjolkan aspek keadilan dan kejujuran dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi serta menghindari kegiatan spekulatif dari berbagai transaksi keuangan. Lebih jauh lagi, kemanfaatannya akan dinikmati tidak hanya oleh umat islam saja, tetapi dapat membawa kesejahteraan semua kalangan masyarakat (*rahmatan lil alamin*).<sup>41</sup>

Akad menurut bahasa artinya ikatan atau persetujuan, sedangkan menurut istilah akad adalah transaksi atau kesepakatan antara seseorang (yang menyerahkan) dengan orang lain (yang menerima) untuk pelaksanaan suatu perbuatan. Contohnya: akad jual beli, akad sewa menyewa, akad pernikahan. Menurut Misbahuddin dalam bukunya sebagaimana telah dikutip dari buku sabri samin menjelaskan bahwa akad dapat dilakukan dengan cara lisan maupun tulisan, yang penting adalah ijab dengan qabulnya jelas, pasti dan dapat dipahami oleh kedua belah

---

<sup>41</sup> bcasyariah.co.id. “Prinsip dasar Operasional Bank Syariah” diakses pada 13 Juni 2023

pihak yang mengadakan perikatan.<sup>42</sup> Berdasarkan konsep operasional bank syariah tersebut, antara lain:

a. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip Wadiah dan *Mudharabah*. Berdasarkan akad pada konsep penghimpunan dana, antara lain:

- Wadiah artinya menitipkan barang kepada orang lain tanpa ada upah. Jika Bank meminta imbalan (ujrah) atau mensyaratkan upah, maka akad berubah menjadi ijarah. Pada bank syariah produk yang menggunakan akad wadiah seperti Giro berdasarkan prinsip wadiah
- Mudharabah adalah kerja sama antara dua pihak dimana yang satu sebagai penyandang dana (*shohib al-maal*) dan yang kedua sebagai pengusaha (*mudharib*) sementara keuntungan dibagi bersama sesuai nisbah yang disepakati dan kerugian finansial ditanggung pihak penyandang dana. Akad mudharabah dalam bank syariah yaitu tabungan maupun deposito berdasarkan prinsip mudharabah.

b. Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu: 1) Pembiayaan dengan prinsip jual-beli, 2) Pembiayaan dengan prinsip sewa, 3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, 4) Pembiayaan dengan akad pelengkap. Berdasarkan akad pada konsep penyaluran dana, antara lain:

---

<sup>42</sup> Misbahuddin, *E-Commerce dan hukum islam* (cet. I; Makassar: alauddin university Press, 2012). h. 271

1. Berdasarkan Prinsip Jual Beli

- Murabahah merupakan akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.
- Salam merupakan pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sementara pembayarannya dilakukan di muka.
- Istishna merupakan akad penjualan antara pembeli dan pembuat barang. Dalam akad ini pembuat barang menerima pesanan dari pembeli, pembuat barang lalu berusaha melalui orang lain untuk membuat atau membeli barang menurut spesifikasi yang telah disepakati dan menjualnya kepada pembeli akhir.

2. Berbasis Prinsip Sewa Menyewa

- Ijarah merupakan pembiayaan berupa talangan dana yang dibutuhkan nasabah untuk memiliki suatu barang/jasa dengan kewajiban menyewa barang tersebut sampai jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan akad. Atau kata istilah lain akad untuk mendapatkan manfaat dengan pembayaran.

3. Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut:

- Musyarakah merupakan transaksi musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud.

c. Jasa Pelayanan

Produk jasa perbankan lainnya yaitu layanan perbankan dimana bank syariah menerima imbalan atas jasa perbankan diluar fungsi utamanya sebagai lembaga intermediasi keuangan.

- Kafalah yaitu jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafiiil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung (*makfuul 'anhu, ashil*).
- Wakalah yaitu pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Dalam perbankan wakalah biasanya dengan upah (*ujroh*) dan dipakai dalam *fee based income* seperti pembayaran rekening listrik, telpon dll.
- Rahn (gadai) yaitu adalah menyimpan sementara harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diberikan oleh si piutang, perbedaan gadai syariah dengan konvensional adalah hal pengenaan bunga. Gadai Syariah menerapkan beberapa sistem pembiayaan, antara lain qardhun hasan (pinjaman kebajikan), mudharabah (bagi hasil) dan muqayyadah (jual beli).<sup>43</sup>

**5. Fungsi dan Peran Bank Syariah**

Fungsi bank pada umumnya yaitu menghimpun dana masyarakat (*funding*). Dana yang telah terhimpun, kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat (*financing*). Bank syariah juga memiliki fungsi yang sama. Bank syariah merupakan lembaga intermediasi keuangan (financial intermediary institution) yang kegiatan operasionalnya bebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh Islam, yaitu maysir, garar, riba, risywah, dan batil. Dengan demikian, hal ini berbeda dengan bank konvensional yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip bunga yang oleh sebagian besar ulama dikatakan sama dengan riba.<sup>44</sup> Penjelasan dalam Buku Bank

---

<sup>43</sup> Mustafa Edwin Nasution. 2017. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Batusangkar: Institut Agama Islam Negeri Batusangkar. h.314

<sup>44</sup> Rahmat Ilyas. *Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah*. Jurnal Penelitian Vol. 9 No. 1 Februari 2015. h 107-108



dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi, disebutkan beberapa peran dari bank syariah diantaranya sebagai berikut:<sup>45</sup>

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktik riba atau jenis usaha atau perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (tipuan), dimana jenis usaha tersebut selain dilarang dalam islam, juga menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi masyarakat.
- b. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan.
- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok kurang mampu, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif menuju terciptanya kemandirian usaha.
- d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang. Upaya bank syariah di dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol sifat kebersamaan dari siklus usaha yang lengkap seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja dan program pengembangan usaha bersama.
- e. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan aktivas bank syariah akan mampu menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.
- f. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non-syariah. Cara ini untuk mengerahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara islami, khususnya muamalah yang berhubungan

---

<sup>45</sup> Heri Sudarsono. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. (Yogyakarta: Ekonisa, 2013). h 45

dengan bank agar terhindar dari praktik riba atau jenis perdagangan lain yang mengandung unsur gharar.<sup>46</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dipahami bahwa fungsi dan peran bank syariah sebagai berikut:

- a. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya. Kegiatan ini adalah salah satu dari bentuk pelaksanaan yang disalurkan kepada masyarakat.

## **6. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

Lembaga keuangan bank syariah dan bank konvensional memiliki perbedaan. Menurut Heri Sudarsono, bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>47</sup> Menurut Triandaru dan Budisantoso, bank konvensional yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya, memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam presentase tertentu dari dana untuk suatu periode tertentu,

---

<sup>46</sup> Muhammad. *Lembaga Ekonomi Syariah*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007). h 7

<sup>47</sup> Heri Sudarsono. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi 2*. (Yogyakarta: Ekonisia, 2003)

persentase tertentu ini biasanya ditetapkan per tahun.<sup>48</sup> Berikut merupakan perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah.<sup>49</sup>

a. Perbedaan Falsafah

Perbedaan pokok antara Bank Konvensional dengan Bank Syariah terletak pada landasan falsafah yang dianutnya. Bank Syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya sedangkan bank konvensional justru kebalikannya. Hal inilah yang menjadi perbedaan yang sangat mendalam terhadap produk-produk yang dikembangkan oleh Bank Syariah, dimana untuk menghindari sistem bunga maka sistem yang dikembangkan adalah jual beli serta kemitraan yang dilaksanakan dalam bentuk bagi hasil. Dengan demikian sebenarnya semua jenis transaksi perniagaan melalui Bank Syariah diperbolehkan asalkan tidak mengandung unsur bunga (riba). Riba secara sederhana berarti sistem bunga berbunga yang dalam semua prosesnya bisa mengakibatkan membengkaknya kewajiban salah satu pihak. Riba, sangat berpotensi untuk mengakibatkan keuntungan besar di suatu pihak namun kerugian besar di pihak lain atau malah ke duanya.

b. Kewajiban Mengelola Zakat, Infaq, dan Sedekah

Bank Syariah diwajibkan menjadi pengelola zakat yaitu dalam arti wajib membayar zakat, menghimpun, dan mendistribusikannya. Hal ini merupakan fungsi dan peran yang melekat pada Bank Syariah untuk penggunaan dana-dana sosial (zakat, infak, sedekah). Sebagaimana yang tercantum dalam UU No.21 Tahun 2008 Pasal 4 Ayat (2): Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

---

<sup>48</sup> Sigit Triandaru, Totok Budisantoso. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. (Jakarta: Salemba Empat, 2006). h 153

<sup>49</sup> Nanang Sobarna. *Analisis Perbedaan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional*. *Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah* Volume 3, Nomor 1, Juli 2021. h 60-61

c. Produk

Bank Syariah tidak memberikan pinjaman dalam bentuk uang tunai, tetapi bekerja sama atas dasar kemitraan, seperti prinsip bagi hasil (mudharabah), prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli (murabahah), dan prinsip sewa (ijarah). Sedangkan pada Bank Konvensional terdapat deposito, pinjaman uang tunai berbunga.

d. Tujuan dan Fungsi

Sistem Perbankan Syariah, seperti halnya aspek-aspek lain dari pandangan hidup Islam, merupakan sarana pendukung untuk mewujudkan tujuan dari sistem sosial dan ekonomi Islam. Beberapa tujuan dan fungsi penting yang dari sistem Perbankan Syariah adalah:

- Kemakmuran ekonomi yang meluas dengan tingkat kerja yang penuh dan tingkat pertumbuhan ekonomi yang optimum (*economic well-being with full employment and optimum rate of economic growth*).
- Keadilan sosial-ekonomi, distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata (*socioeconomic justice and equitable distribution of income and wealth*).
- Stabilitas nilai uang untuk memungkinkan alat tukar tersebut menjadi suatu unit perhitungan yang terpercaya, standar pembayaran yang adil dan nilai simpanan yang stabil (*stability in the value of money*).
- Mobilisasi dan investasi tabungan bagi pembangunan ekonomi dengan cara-cara tertentu yang menjamin bahwa pihak-pihak yang berkepentingan mendapatkan bagian pengembalian yang adil (*mobilisation of savings*).<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Umer Capra. 2000. *The Future of Economics, an Islamic Perspectives*. p 89

## **B. Strategi Pemasaran**

### **1. Definisi Strategi**

Perusahaan memerlukan strategi agar dapat berjalan baik kedepannya. Strategi menggambarkan arah bisnis mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya usaha suatu organisasi. Menurut Swastha sebagaimana telah dikutip oleh Agus Hermawan, strategi merupakan serangkaian rancangan besar yang menggambarkan sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan.<sup>51</sup> Sedangkan menurut Jack Trout yang telah dikutip oleh Ali Hasan, Strategi merupakan cara bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.<sup>52</sup> Berdasarkan penjelasan definisi strategi tersebut, dapat dipahami bahwa strategi menjadi pedoman suatu perusahaan untuk dapat mengerti arah dan memahami realitas pasar agar kedepannya menjadi lebih baik.

### **2. Definisi Pemasaran**

Pemasaran ditinjau dari proses sosial dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan melalui proses itu individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan dan menukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain.<sup>53</sup> Menurut Idri, pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses transaksi.<sup>54</sup>

---

<sup>51</sup> Agus Hermawan. *Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012). h 33

<sup>52</sup> Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010). h 29

<sup>53</sup> Philip Kotler. *Marketing Manajemen: Analisis, Planning, Implementasi dan Kontrol*, Terj. Hendra Teguh, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 6.

<sup>54</sup> Idri. *Hadis Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*. (Jakarta: Prenada Media, 2015). h 265

Berdasarkan penjelasan definisi pemasaran diatas, dapat dipahami bahwa pemasaran adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan. Hal ini dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan konsumen serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen.

### **3. Tujuan Pemasaran**

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah:

- a. Memaximumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah dalam membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaximalkan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c. Memaximumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki pilihan pula.
- d. Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.<sup>55</sup>

### **4. Konsep Pemasaran**

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang dipilih. Konsep inti dari kegiatan pemasaran ialah:

---

<sup>55</sup> Kasmir. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Rajawali Pres, 2014).

a. Kebutuhan

Keinginan dan permintaan Konsep paling dasar yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan manusia. Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks. Sifat dari kebutuhan adalah sunatullah, artinya sudah *built-in* dalam setiap diri manusia. Keinginan adalah bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual. Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli.

b. Produk (jasa dan barang)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu memberikan kepuasan paling tinggi terhadap konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas tinggi.

c. Nilai, biaya, kepuasan

Setelah mengetahui keinginan dan kebutuhan akan barang dan jasa, konsumen akan dihadapkan pada jajaran produk dan jasa yang beraneka ragam. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan nilai kegunaan, nilai kegunaan mempunyai dampak langsung pada prestasi produk dan kepuasan pelanggan. Nilai dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut. Nilai disini ada yang diartikan sebagai nilai nominal, yaitu harga dari produk tersebut. Dan ada nilai intrinsik yaitu nilai guna dari produk tersebut. Sementara kepuasan pelanggan adalah apa yang didapat oleh konsumen dibandingkan dengan persepsi konsumen atas produk tersebut.

d. Pertukaran, transaksi, dan hubungan

Pemasaran terjadi ketika orang memutuskan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan lewat pertukaran. Pertukaran yang

merupakan konsep inti dari pemasaran, mencakup perolehan produk yang diinginkan dari seseorang dengan seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya.

e. Pasar

Konsep pertukaran mengarah ke konsep suatu pasar, dimana pasar adalah perangkat pembeli yang aktual dan potensial dari sebuah produk. Ukuran suatu pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, mempunyai sumber daya untuk terlibat dalam pertukaran dan bersedia menawarkan sumber daya.

f. Pemasaran, pemasar, dan prospek

Pemasaran berarti mengolah pasar untuk menghasilkan pertukaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasar adalah pihak yang memasarkan manfaat atau suatu produk kepada pihak lain yang menjadi pasar sasaran dari produk tersebut. Sementara prospek adalah pihak yang merupakan target pasar potensial dari produk yang ditawarkan oleh pemasar.<sup>56</sup>

## 5. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dalam bidang pemasaran, memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan, dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.

---

<sup>56</sup> Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2012). h 7-10



Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran merupakan keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial buday. Faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan, ancaman, atau hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi perusahaan, yang meliputi keuangan atau pembelanjaan, pemasaran, produksi serta organisasi dan sumber daya manusia. Masing-masing faktor internal yang terkait dengan fungsi perusahaan tersebut dapat menunjukkan adanya keunggulan atau kelemahan perusahaan.<sup>57</sup>

## 6. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Setiap perusahaan selalu menetapkan strategi pemasarannya, tujuannya agar dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang serta market share tertentu. Salah satu unsur dalam kegiatan pemasaran terpadu adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) karena strategi pemasaran ini adalah yang paling banyak di perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip dalam penelitian Fajar Tri Hermawan, bauran pemasaran adalah suatu strategi mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan.<sup>58</sup> Menurut Musdalifah sebagaimana telah dikutip oleh Riski Damayanti, bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan sebuah peta ide dari strategi pemasaran yang perlu dipikirkan oleh perusahaan untuk mewujudkan strategi pembeda yang telah ditentukan.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Assauri, Sofian. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013). h 168

<sup>58</sup> Fajar Tri Hermawan. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi

<sup>59</sup> Riski Damayanti. 2022. *Pengaruh Sharia Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Tabungan Haji Bank Sulselbar Sinjai*. Sinjai: Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai. h 10

Bauran pemasaran adalah perpaduan dari variable-variabel *intern* yang dapat dikontrol, dimobilisasi untuk mencapai pasar sasaran (segmen) tertentu. Bauran pemasaran merupakan variable terkendali yang bisa digabungkan untuk mencapai tujuan yang diharapkan dari pasar sasaran. Variable-variable bauran pemasaran tersebut adalah:

a. Produk (*Product*)

Produk adalah elemen penting untuk sebuah perusahaan dalam program pemasaran. Menurut Philip Kotler sebagaimana telah dikutip oleh Danang Sunyoto, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>60</sup> Strategi produk ini dapat mempengaruhi strategi pemasaran yang lainnya. Konsumen membeli sebuah produk bukan hanya karena sekedar ingin memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen.

Produk adalah elemen penting untuk sebuah perusahaan dalam program pemasaran. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi produk ini dapat mempengaruhi strategi pemasaran yang lainnya. Konsumen membeli sebuah produk bukan hanya karena sekedar ingin memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan satu-satunya alat pemasaran mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai pemasaran yang diinginkan oleh perusahaan. Dalam memutuskan penentuan harga, maka pihak perusahaan harus mengkoordinasikan dengan rancangan produk, distribusi dan promosi sehingga bisa membentuk strategi pemasaran yang efektif. Menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana

---

<sup>60</sup> Danang Sunyoto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: CAPS, 2014). h 69

telah dikutip Tommy Wijaya, harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk membeli atau memiliki suatu produk yang diinginkan oleh konsumen.<sup>61</sup> Penetapan harga dinilai sangat penting karena akan mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen.

c. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan hal yang penting dalam pemasaran, pemilihan lokasi yang tepat sangat berpengaruh bagi penjualan produk pembiayaan dalam bidang jasa khususnya perbankan. Menurut Kotler dan Keller sebagaimana dikutip oleh Marza Afrina, tempat merupakan lokasi sebagai kumpulan dari organisasi independen yang membuat suatu barang atau jasa menjadi tersedia sehingga pelanggan dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.<sup>62</sup> Pemilihan tempat yang strategis sangat penting karena berpengaruh terhadap penjualan produk perbankan syariah.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah salah satu elemen pemasaran yang berupa kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat, keunggulan kualitas dan sebagainya dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut kepada konsumen. Selain itu, kegiatan promosi yang tepat juga diharapkan bisa mempertahankan atau menambah *brand* produk tersebut di masyarakat. Menurut Daryanto sebagaimana telah dikutip oleh Muhammad Fathur Rezha, promosi merupakan kegiatan terakhir dalam segi pelaksanaan *marketing mix* yang sangat penting karena

---

<sup>61</sup> Tommy Wijaya. 2015. *Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Penjualan Martabak Atet (Studi Kasus Semua Konsumen Martabak Atet di Kota Palembang)*. Palembang: Universitas IBA

<sup>62</sup> Marza Afrina. 2017. *Analisis Pengaruh Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. h 20

kebanyakan pasar bersifat pembeli dimana keputusan terakhir yaitu terjadi transaksi jual beli yang sangat dipengaruhi oleh konsumen.<sup>63</sup>

## C. Pembiayaan

### 1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas yang sangat penting karena dengan pembiayaan akan diperoleh sumber pendapatan utama dan menjadi penunjang kelangsungan usaha bank. Pembiayaan secara luas berarti financing atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain. Selain itu, pengertian pembiayaan adalah suatu fasilitas yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat yang membutuhkan untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan oleh bank syariah dari masyarakat yang surplus dana<sup>64</sup>

Dalam masyarakat Indonesia, pembiayaan dikenal dengan istilah utang-piutang. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tabungan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>65</sup>

Pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka

---

<sup>63</sup> Muhammad Fathur Rezha. 2015. *Penerapan Sistem Promotion Mix Pada Penjualan Sarapan Pagi Ketupat Gulai Pakih*. Batam: Universitas Internasional Batam

<sup>64</sup> Edi Susilo. *Analisis Pembiayaan dan Resiko Perbankan Syariah*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017). h 109

<sup>65</sup> Linda Tamim Umairah Hasyim. 2016. *Peran Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Riil Di Indonesia*. AKRUAL: Jurnal Akuntansi Vol. 8 Nomor 1. h 11

waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>66</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah An-Nisa (4): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. Surah An-Nisa: 29)

Ayat di atas melarang cara mendapatkan kekayaan dengan cara yang tidak adil dan memperingatkan akan akibat buruk yang ditimbulkan oleh perbuatan-perbuatan yang tidak adil. Jika seseorang mencari dan mendapatkan kekayaan dengan cara yang tidak benar ia tidak hanya merusak usaha dirinya, tetapi akan menciptakan kondisi yang tidak harmonis di pasar yang pada akhirnya menghancurkan usaha orang lain.

## 2. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok, antara lain:

- a. Tujuan pembiayaan untuk tingkat makro
  - Meningkatkan ekonomi umat, seperti masyarakat yang tidak dapat akses ekonomi dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
  - Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, untuk mengembangkan usaha membutuhkan dana tambahan yang diperoleh melalui aktivitas pembiayaan.
  - Meningkatkan produktivitas, dengan adanya pembiayaan dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan produksi usahanya.
  - Membuka lapangan kerja baru, dengan adanya sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan sehingga sektor tersebut dapat menyerap tenaga kerja baru.

---

<sup>66</sup> Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998. (Jakarta: Sinar Grafika, 2018).

- Terjadinya distribusi pendapatan, masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja sehingga mereka dapat mendapatkan pendapatan dari hasil usahanya.
- b. Tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro
- Upaya memaksimalkan laba, setiap usaha ingin menghasilkan laba yang maksimal maka mereka perlu dapat dukungan dana yang cukup.
  - Upaya meminimalkan risiko, usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
  - Penyaluran kelebihan dana, dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana sementara ada pihak yang kekurangan dana. Dalam kaitan dengan masalah dana maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana kepada pihak yang kekurangan dana.<sup>67</sup>

### 3. Prosedur Pembiayaan

Beberapa tahapan proses pembiayaan menurut Yusak Laksmana dalam bukunya, sebagai berikut:

a. Pengajuan permohonan pembiayaan

Proses pembiayaan di bank diawali adanya permohonan pembiayaan yang diajukan oleh calon nasabah. Tahapan ini selalu dimulai dengan adanya “kontak pertama” antara *account officer* dan calon nasabah. Dalam proses ini seorang *account officer* dituntut untuk dapat menggali informasi awal dari kebutuhan nasabah dan secara singkat dapat melihat peluang bahwa proses pembiayaan dapat diajukan.<sup>68</sup> Berikutnya, agar rencana pengajuan dapat segera terealisasi, nasabah diminta untuk dapat segera memenuhi dokumen-

---

<sup>67</sup> Binti Nur Asiyah. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. (Yogyakarta: Kalimedia, 2015). h 4-6

<sup>68</sup> Yusak Laksmana. *Account Officer Bank Syariah*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009). h 41

dokumen yang dipersyaratkan. Dokumen tersebut diperluaskan sebagai bahan analisis lebih lanjut.

b. Wawancara

Awal Pada saat awal pertemuan, seorang *account officer* sebaiknya bisa menggali informasi awal mengenai kebutuhan calon nasabah akan pembiayaan. Walaupun dilakukan secara sekilas dan tidak mendetail, wawancara awal dengan nasabah sangat bermanfaat bagi seorang *account officer* untuk memutuskan apakah permohonan tersebut dapat diteruskan atau tidak. Informasi pokok yang harus digali oleh seorang *account officer* pada saat wawancara awal dengan calon nasabah seperti latar belakang nasabah, domisili calon nasabah, kemampuan membayar, sumber penghasilan, jaminan yang diserahkan dan sumber penghasilan.

- c. *Me-review* berkas permohonan Kesalahan umum yang dianggap sepele namun cukup fatal akibatnya bagi seorang *account officer* pada tahapan ini adalah tidak segera *me-review* berkas pengajuan pembiayaan yang diterimanya. Seorang pemohon pasti akan merasa kesal apabila setelah menunggu setelah sekian lama dan baru diminta untuk melengkapi kekurangan data ini dan itu. Bisa dipastikan bonafiditas Bank akan hancur di mata nasabah dan bersiaplah Bank akan kehilangan seorang calon nasabah yang membatalkan diri mengajukan pembiayaan. Sebaiknya nasabah hanya sekali saja diminta melengkapi dokumen yang kurang. Bila Bank melakukannya berkali-kali akan menunjukkan ketidaktepatan atau kekurangcermatan Bank dalam mensyaratkan dokumen yang diminta. Sedangkan menurut bapak Aditya David selaku CBRM, prosedur penilaian pembiayaan perbankan antara bank yang satu dengan yang lain tidak jauh berbeda. Perbedaannya terletak pada persyaratan dan ukuran-ukuran penilaian yang ditetapkan oleh masing-masing bank.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Aditya David. *Consumer Business Relationship Manager*. Wawancara 5 Mei 2023

#### 4. Jenis-Jenis Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu memberikan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal, yaitu:

##### a. Pembiayaan Produktif

Pembiayaan produktif adalah pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi. Sedangkan dalam arti luas yaitu untuk peningkatan usaha baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi. Menurut keperluannya pembiayaan produktif dibagi menjadi dua hal, yaitu:

##### 1. Pembiayaan modal kerja

Pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan untuk pengadaan bahan baku atau barang yang diperdagangkan. Modal kerja adalah modal yang dipakai perusahaan dalam jangka pendek.

##### 2. Pembiayaan Investasi

Pembiayaan investasi yaitu pembiayaan untuk pengadaan sarana atau alat produksi, misalnya untuk pembelian mesin produksi, untuk membangun gedung atau pabrik baru.

##### b. Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan konsumsi dapat dibedakan atas kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Untuk pemenuhan kebutuhan sekunder Bank Syariah dapat menyediakan pembiayaan komersil dengan menggunakan skema: Pertama, Al-bai' bi tsaman ajil (angsuran); Kedua, Al-ijarah al-muntahia bit-tamlik (sewa beli); Ketiga, Al-musyarakah mutanaqhisah (secara bertahap bank menurunkan jumlah partisipasinya); Keempat, Ar-Rahn (untuk memenuhi kebutuhan jasa). Sesuai dengan akad pengembangan produk, maka bank syariah memiliki banyak jenis pembiayaan. Jenis-



jenis pembiayaan pada dasarnya dapat dikelompokkan menurut beberapa aspek, diantaranya:

#### 1. Pembiayaan Menurut Tujuan

Pembiayaan menurut tujuan dibedakan menjadi dua, antara lain:

- a. Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk mendapatkan modal dalam rangka pengembangan usaha.
- b. Pembiayaan investasi, yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk melakukan investasi atau pengadaan barang konsumtif.

#### 2. Pembiayaan Menurut Jangka Waktu

Pembiayaan menurut jangka waktu dibedakan menjadi tiga, antara lain:

- a. Pembiayaan jangka waktu pendek, pembiayaan yang dilakukan dalam jangka waktu 1 bulan sampai dengan 1 tahun.
- b. Pembiayaan jangka waktu menengah, pembiayaan yang dilakukan dalam jangka waktu 1 tahun sampai dengan 5 tahun
- c. Pembiayaan jangka waktu panjang, pembiayaan yang dilakukan dalam jangka waktu lebih dari 5 tahun.

### **D. Pembiayaan Pensiun**

#### **1. Definisi Pembiayaan Pensiun**

Pembiayaan pensiun merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada seseorang yang akan memperoleh penghasilan setelah tidak berkerja, dikarenakan sudah memasuki usia pensiun untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik yang dilakukan sendiri maupun oleh lembaga, menurut Undang-Undang No. 11 Tahun 1992 dana pensiun adalah badan hukum yang mengelola dan menjalankan program yang

menjanjikan manfaat pensiun.<sup>70</sup> Program pensiun bagi pegawai negeri diatur dalam UU No. 43 Tahun 1999 Pasal 10 yang menyatakan bahwa pensiun adalah jaminan hari tua yang mana sebagai penghargaan terhadap pegawai negeri yang telah bertahun-tahun mengabdikan dirinya kepada negara.

Latar belakang munculnya pembiayaan pensiun merupakan adanya dana pensiun yang telah diselenggarakan oleh pemberi kerja dan lembaga keuangan. Dana pensiun yang telah diberikan kepada para pensiun adalah salah satu persiapan yang terpenting bagi setiap karyawan untuk menyiapkan diri pada masa pensiun. Persiapan tersebut berbentuk mentalis dan finansial. Secara mentalis yaitu dapat mempersiapkan agar seseorang tidak mengalami, sedangkan secara finansial dapat mempersiapkan ketersediaan dana dalam jumlah selalu mencukupi atau aman sehingga para pensiun dapat menikmati hidup dengan baik walaupun sudah tidak aktif berkerja lagi.

**Gambar 2.1 Tabel Angsuran Pembiayaan Pensiun<sup>71</sup>**

BUMI UNTUK INDONESIA		Pembiayaan BSI Pensiun Angsuran RINGAN & TETAP sampai masa akhir pembiayaan											BSI BANK SYARIAH INDONESIA	
TABEL ANGSURAN PEMBIAYAAN BSI														
Bulan	12	36	48	60	72	84	108	108	120	132	156	168	180	
10,000,000	886,151	329,760	260,890	219,926	192,912	173,865	149,037	149,037	140,595	133,835	123,792	120,006	116,819	
20,000,000	1,772,301	659,520	521,780	439,852	385,823	347,729	298,073	298,073	281,191	267,670	247,584	240,011	233,638	
30,000,000	2,658,452	989,280	782,670	659,778	578,735	521,594	447,110	447,110	421,786	401,505	371,375	360,017	350,457	
40,000,000	3,544,602	1,319,040	1,043,560	879,704	771,646	695,458	596,146	596,146	562,382	535,340	495,167	480,022	467,276	
50,000,000	4,430,753	1,648,800	1,304,450	1,099,630	964,558	869,323	745,183	745,183	702,977	669,175	618,959	600,028	584,095	
60,000,000	5,316,903	1,978,560	1,565,341	1,319,556	1,157,469	1,043,188	894,220	894,220	843,573	803,010	742,751	720,033	700,914	
70,000,000	6,203,054	2,308,320	1,826,231	1,539,483	1,350,381	1,217,052	1,043,256	1,043,256	984,168	936,845	866,542	840,039	817,733	
80,000,000	7,089,204	2,638,081	2,087,121	1,759,409	1,543,292	1,390,917	1,192,293	1,192,293	1,124,764	1,070,680	990,334	960,044	934,552	
90,000,000	7,975,355	2,967,841	2,348,011	1,979,335	1,736,204	1,564,781	1,341,329	1,341,329	1,265,359	1,204,515	1,114,126	1,080,050	1,051,371	
100,000,000	8,861,505	3,297,601	2,608,901	2,199,261	1,929,116	1,738,646	1,490,366	1,490,366	1,405,954	1,338,350	1,237,918	1,200,055	1,168,190	
125,000,000	11,076,882	4,122,001	3,261,126	2,749,076	2,411,395	2,173,308	1,862,958	1,862,958	1,757,443	1,672,938	1,547,397	1,500,069	1,460,237	
150,000,000	13,292,258	4,946,401	3,913,351	3,298,891	2,893,673	2,607,969	2,235,549	2,235,549	2,108,932	2,007,526	1,856,877	1,800,083	1,752,285	
175,000,000	15,507,634	5,770,801	4,565,577	3,848,706	3,375,952	3,042,631	2,608,141	2,608,141	2,460,420	2,342,113	2,166,356	2,100,097	2,044,332	
250,000,000	22,153,763	8,244,002	6,522,252	5,498,152	4,822,789	4,346,615	3,725,915	3,725,915	3,514,886	3,345,876	3,094,794	3,000,139	2,920,475	
350,000,000	44,307,527	16,488,003	13,044,504	10,996,304	9,645,578	8,693,230	7,451,830	7,451,830	7,029,772	6,691,752	6,189,588	6,000,277	5,840,949	

Bank Syariah Indonesia  
KCP Semarang Majapahit  
Jl. Majapahit 339, Kav. A, Pedurungan, Semarang

Aditya David  
Tahid  
081226251887  
08578890001

*Sumber: Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit*

<sup>70</sup> Ika Adeyani. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah KCP Stabat*. Jurnal Economy And Currency Study (JECS) Volume 3, Issue 2, July 2021. h 58-59

<sup>71</sup> Aditya David. *Consumer Business Relationship Manager*. Wawancara 5 Mei 2023

Berdasarkan tabel 2.1 dijelaskan bahwa pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit terdapat tabel angsuran dalam pembiayaan pensiun yang dijelaskan dengan jumlah pokok pembiayaan minimal Rp.10.000.000,00 dengan kurun waktu minimal 12 bulan atau 1 tahun masa angsuran dan jumlah pokok pembiayaan maksimal Rp. 350.000.000,00 dengan kurun waktu maksimal 180 bulan atau 15 tahun masa angsuran. Kriteria nasabah pada produk pembiayaan pensiun diantaranya pensiunan PNS Pusat atau Daerah, TNI, POLRI, pegawai BUMN yang memperoleh penghasilan pensiunan setiap bulannya.

## 2. Tujuan Pembiayaan Pensiun

### a. Bagi Pemberi Kerja

- Kepada Kewajiban Moral

Perusahaan mempunyai kewajiban untuk memberikan rasa aman kepada karyawan pada saat mencapai usia pensiun.

- Loyalitas

Jaminan yang diberikan untuk karyawan akan memberikan dampak positif pada perusahaan. Karyawan akan termotivasi untuk bekerja lebih baik dengan loyalitas dan dedikasi yang tinggi.

- Kompetisi Pasar Tenaga Kerja

Dengan memasukkan program pensiun sebagai suatu bagian dari total kompensasi yang diberikan kepada karyawan diharapkan perusahaan akan memiliki daya saing dan nilai lebih dalam usaha mendapatkan karyawan yang berkualitas dan profesional pasaran tenaga kerja.

### b. Bagi Karyawan<sup>72</sup>

- Rasa aman terhadap masa yang akan datang

---

<sup>72</sup> Sigit Triandaru, Totoh Budisantoso. *Bank dan Lembaga Lain*. (Jakarta: Selemba Empat,

Karyawan mengharapkan mendapatkan jaminan ekonomi karena penghasilan yang diterima memasuki masa pensiun.

- Kompensasi yang lebih baik

Karyawan mempunyai tambahan kompensasi meskipun baru bisa ia nikmati pada saat mencapai usia pensiun.

### **3. Fungsi Pembiayaan Pensiun**

Fungsi program pensiun harus diidentitaskan dengan jelas supaya program tersebut dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Fungsi program pensiun antara lain:

#### **a. Asuransi**

Peserta yang meninggal dunia atau cacat sebelum mencapai usia pensiun dapat diberikan uang pertanggungan atau beban bersama dari dana pensiun.

#### **b. Tabungan**

Himpunan iuran peserta dan iuran pemberi kerja merupakan tabungan untuk dan atas nama peserta sendiri. Iuran yang dibayarkan oleh karyawan setiap bulan dapat dilihat sebagai tabungan dari para pesertanya.

#### **c. Pensiun**

Seluruh himpunan iuran peserta dan iuran pemberi kerja serta hasil pengelolaannya akan dibayarkan dalam bentuk manfaat pensiun sejak bulan pertama setelah mencapai usia pensiun.

### **4. Prosedur Pembiayaan Pensiun**

Proses pembiayaan pensiun yang mudah dan cepat merupakan salah satu keunggulan pada produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Berikut ini merupakan prosedur dalam pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit:<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Aditya David. *Consumer Business Relationship Manager*. Wawancara 5 Mei 2023

a. Pengajuan permohonan pembiayaan oleh nasabah, nasabah yang akan mengajukan pembiayaan pensiun mengisi formulir permohonan pembiayaan pensiun serta menyerahkan syarat- syarat dan dokumen- dokumen yang diperlukan seperti fotocopy KTP pemohon dan pasangan, fotocopy Kartu Keluarga, fotocopy buku nikah/surat cerai, fotocopy NPWP, slip gaji pensiun atau buku tabungan pensiun, pasfoto berwarna ukuran 3x4, fotocopy SK Pensiun, melalui *marketing* maupun datang langsung ke Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.

b. Melakukan Analisis

Setelah *Staff Marketing* pembiayaan pensiun menerima dokumen permohonan pembiayaan dan persyaratan dari nasabah, selanjutnya dilakukan pengecekan dokumen seperti identitas diri nasabah, keaslian SK Pensiun yang berfungsi sebagai jaminan, keaslian NPWP, keaslian slip gaji pensiun, usia pensiun, jangka waktu dan angsuran pembiayaan, serta *plafond* pembiayaan. Kemudian pihak bank melakukan *Bi Checking* untuk mengetahui nasabah tersebut mempunyai pinjaman atau tidak. Selain itu *Staff Marketing* pembiayaan pensiun melakukan investigasi atas kebenaran data yang disampaikan dengan wawancara dengan calon nasabah dan observasi langsung ke lapangan.

c. Kemudian *branch manager* akan mengecek kembali dan memberikan keputusan pembiayaan. Apabila *branch manager* menyetujui permohonan tersebut, maka bank mengeluarkan SP3 (Surat Persetujuan Pemberian Pembiayaan).

d. Penandatanganan Akad

Penandatanganan akad dilakukan bank dengan mendatangi rumah nasabah yang dilakukan oleh *marketing* pembiayaan pensiun.

e. Pencairan Pembiayaan

Dalam pencairan pembiayaan akan dimasukan kedalam rekening nasabah, apabila nasabah belum mempunyai rekening tabungan BSI, maka nasabah diwajibkan membuka tabungan terlebih dahulu.

*f. Monitoring*

*Monitoring* dilakukan bank kepada nasabah dengan tujuan agar pembiayaan berjalan baik dan lancar sampai dengan lunas.

**5. Akad Pembiayaan Pensiun**

**a. Akad Murabahah**

Akad Murabahah merupakan akad penyediaan barang berdasarkan system jual beli, dimana bank sebagai penjual yang menyediakan kebutuhan nasabah dan menjual kepada nasabah dengan harga perolehan ditambah keuntungan (margin) yang disepakati. Pembayaran dapat dilakukan sekaligus saat jatuh tempo atau cicilan dalam jangka waktu yang disepakati.

Sesuai dengan ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No:04/DSN-MUI/IV/2000 pasal 1 ayat 9: “Jika bank hendak mewakili kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, milik bank”. Sesuai dengan Fatwa DSN MUI akad murabahah dapat dilakukan dengan syarat jika barang yang dibeli oleh nasabah sepenuhnya sudah milik lembaga keuangan syariah, kemudian setelah barang tersebut dimiliki lembaga keuangan syariah maka akad murabahah dapat dilakukan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah yang Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa: 29).

**b. Akad Ijarah**

Akad Ijarah adalah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan pengganti. Al-ijarah adalah akad pemindahan hak guna

atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (ownership/milkiyah) atas barang itu sendiri. Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional No.09/DSN/MUI/IV/2000, Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri, dengan demikian akad ijarah tidak ada perubahan kepemilikan, tetapi hanya pemindahan hak guna saja dari yang menyewakan ke penyewa.

Praktik Ijarah yang terjadi pada aktivitas perbankan syariah, secara teknis merupakan perubahan cara pembayaran sewa tunai di muka (bank dengan pemilik barang) menjadi angsuran (bank dengan nasabah) dan atau atau pengunduran periode waktu pembayaran yang (d disesuaikan dengan kemampuan nasabah) atas biaya sewayang telah dibayarkan di muka (oleh bank).

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit sebelumnya merupakan Bank Syariah Mandiri (BSM). Bank Syariah Indonesia pernah mengganti namanya sebanyak lima kali. Awal berdirinya Bank Syariah Indonesia bernama Bank Industri Nasional (BINA) berdasarkan Akta Nomor 115 tanggal 15 Juni 1995 dihadapan Notaris Meester Raden Soedja, S.H. Menurut Anggaran Dasar Nomor 12 tanggal 06 April 1967 Bank Industri Nasional mengganti namanya menjadi Bank Maritim Indonesia. Kemudian terjadi perubahan nama kembali sesuai Akta Berita Acara Rapat Nomor 146 tanggal 10 Agustus 1973 dari Bank Maritim Indonesia menjadi Bank Susila Bhakti. Bank Susila Bhakti mengalami perubahan kegiatan usaha dari bank umum konvensional menjadi bank umum syariah. Perubahan kegiatan usaha tersebut menyebabkan terjadinya perubahan nama dari Bank Susila Bhakti menjadi Bank Syariah Sakinah Mandiri sesuai dengan Akta Pernyataan Keputusan Rapat Nomor 29 tanggal 19 Mei 1999. Terjadi perubahan kembali sesuai dengan Akta Pernyataan Keputusan Rapat Perubahan Anggaran Dasar Nomor 23 tanggal 08 September 1999 dari Bank Syariah Sakinah Mandiri menjadi Bank Syariah Mandiri. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Syariah Indonesiamendapatkan izin usaha dari Bank Indonesia sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah. Setelah itu, 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



Indonesia secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 01 November 1999<sup>74</sup>

Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan antara tiga bank, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yang didirikan pada tanggal 1 Februari 2021, dengan bertepatan 19 Jumadil Akhir 1442 H serta diresmikan secara langsung oleh Presiden Indonesia yaitu Bapak Ir. H. Joko Widodo. Dengan penggabungan tiga bank milik negara ini memberikan operasi yang lebih koperhensif, dan jejak geografis yang akan lebih meluas serta meningkatkan sumber daya modal. Bank syariah Indonesia didorong untuk maju bersaing di skala dunia. Penggabungan tiga bank syariah ini diharapkan mampu menciptakan bank syariah yang menjadi sumber kebanggaan bagi masyarakat, sumber energi baru bagi pertumbuhan ekonomi nasional dan berkontribusi pada kesejahteraan sosial secara umum. Di dukung dari tiga perusahaan yaitu Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah, dan BRI Syariah serta dorongan dari pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia mendapat dukungan dalam bersaing di tingkat global atau internasional. Penggabungan tiga bank ini merupakan suatu ikhtiar dalam melahirkan Bank Syariah menjadi penggerak dan wajah baru yang bersifat *universal* dan mendunia dari perbankan syariah Indonesia.<sup>75</sup>

## 2. Visi dan Misi Perusahaan

### a. Visi

“Top 10 Global Islamic Bank”

### b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

---

<sup>74</sup> Amalia Dwi Putri. 2021. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Produk Pembiayaan Mitra Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu)*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. h 41

<sup>75</sup> Riska Wijayanti, Septiana Na'afi. *Impact and Effort of Legal Protection for Stakeholders Due to Merger Activities Islamic Banks in Indonesia*. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies* Vol. 6 No. 2 July-Dec 2022. h 122

3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.<sup>76</sup>

### 3. Budaya Perusahaan

Nilai-nilai utama (*Core Values*) sumber daya manusia badan usaha milik negara ditetapkan menjadi “AKHLAK” sesuai identitas dan perekat budaya kerja yang mendukung peningkatan kerja secara berkelanjutan, diantaranya:<sup>77</sup>

a. Amanah

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan

- Memegang janji dan komitmen.
- Bertanggung jawab atas tugas, keputusan, dan tindakan yang dilakukan.
- Berpegang teguh kepada nilai moral dan etika.

b. Kompeten

Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas

- Meningkatkan kompensasi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah.
- Membantu orang lain belajar.
- Menyelesaikan tugas dengan kualitas terbaik.

c. Harmonis

Saling peduli dan menghargai perbedaan

- Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya.
- Suka menolong orang lain.
- Membangun lingkungan kerja yang kondusif

d. Loyal

Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara

- Menjaga nama baik sesama karyawan, pimpinan, BUMN, dan Negara.

---

<sup>76</sup> [https://ir.bankbsi.co.id/vision\\_mission.html](https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html) diakses pada 16 Maret 2023

<sup>77</sup> Barno Sudarwanto. *Branch Manager*. Wawancara 10 April 2023

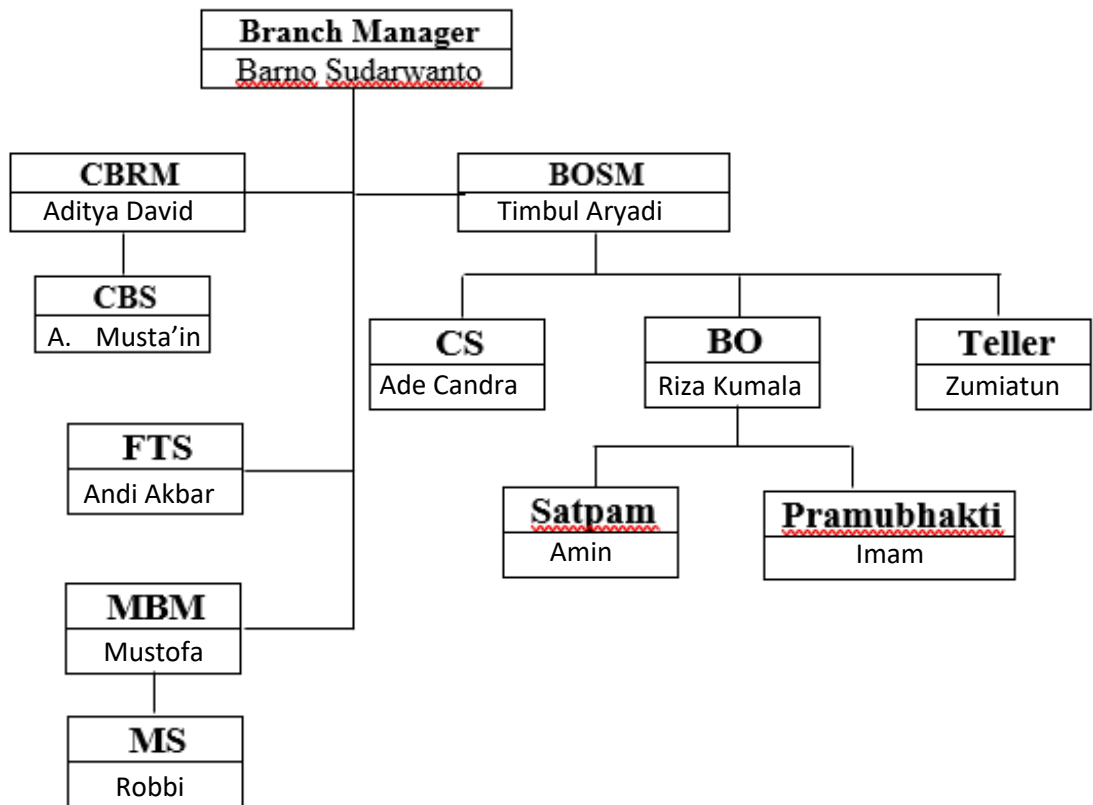
- Rela berkorban untuk mencapai tujuan yang lebih besar.
  - Patuh kepada pimpinan sepanjang tidak bertentangan dengan hukum dan etika
- e. Adaptif
- Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan atau menghadapi perusahaan
- Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik.
  - Terus menerus melakukan perbaikan mengikuti perkembangan teknologi.
  - Bertindak proaktif.
- f. Kolaboratif
- Membangun kerja sama yang sinergis
- Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi.
  - Terbuka dalam bekerjasama untuk mrnghasilkan nilai tambah.
  - Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan Bersama.

#### **4. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas**

Struktur organisasi merupakan gabungan antara personil yang satu dengan personil yang lainnya dalam menjalankan sebuah tugas. Organisasi ini dibentuk karena adanya suatu kerja sama yang baik dalam melakukan aktivitas perusahaan. Struktur organisasi membantu mempertajam aktivitas kunci organisasi dan menunjukkan pola koordinasi yang digunakan untuk menjalankan strategi. Untuk mencapai tujuan perusahaan harus membuat struktur organisasi yang baik dan efektif sehingga perusahaan dapat menjalankan visi dan misi yang telah dibuat. Perubahan dalam strategi sering mengharuskan adanya perubahan dalam struktur organisasi. Struktur harus dirancang untuk mempermudah perusahaan melaksanakan keputusan strategi dan karena itu menyesuaikan dengan strategi. Bank Syariah Indonesia memakai struktur organisasi garis dan fungsional yang menggambarkan dalam tugas, wewenang, dan tanggung

jawab. Bank Syariah Indonesia mempunyai struktur organisasi yang dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 3.1 Struktur Organisasi**  
**Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia**  
**KCP Semarang Majapahit<sup>78</sup>**



## 5. Pembagian Tugas dan Tangung Jawab

Masing-masing jabatan yang terdapat di struktur organisasi perusahaan memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing, berikut penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab pada masing-masing jabatan di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit:

### a. *Branch Manager* (BM)

Bertugas memimpin, mengelola, mengembangkan, mengawasi, dan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan segmen bisnis dan operasional bank di *branch office* serta bertanggung jawab atas

<sup>78</sup> Aditya David. *Consumer Business Relationship Manager*. Wawancara 5 Mei 2023

pencapaian kinerja seluruh unit bisnis yang berada dibawah supervisi cabangnya. Tanggung jawab utama:

- Memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan (*micro, bussines banking, consumer*) pendanaan, *fee based income*, dan laba bersih yang ada dilokasi yang berada dalam koordinasinya.
- Menggali potensi bisnis yang ada dilokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portopolio pembiayaan, penghimpunan dana pihak ketiga, perbaikan kualitas aktiva produktif, meningkatkan pendapatan non operasional.
- Memastikan standar pelayanan nasabah berjalan sesuai dengan ketentuan.
- Memastikan segala aktivitas operasional memenuhi ketentuan prudensilitas.

**b. *Branch Operation Supervisor Manager (BOSM)***

Memastikan aktivitas operasional *branch office* terkelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan target operasional tercapai sesuai ketepatan *head office*. Tanggung jawab utama:

- Memastikan terkendalinya biaya operasional *branch office* dengan efisien dan efektif.
- Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
- Memastikan terlaksananya layanan nasabah yang optimal sesuai standar layanan *branch office*.
- Memastikan ketersediaannya likuiditas yang memadai.
- Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumen dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- Memastikan pemenuhan kewajiban pelaporan sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- Memastikan kebenaran dan kewajaran pencatatan laporan keuangan.

- Mengelola sarana dan prasarana *branch office*.
- Memastikan implementasi *know your customer* dengan baik dan sempurna.
- Memastikan implementasi peraturan perusahaan dan ketentuan internal perusahaan bidang ketenagakerjaan kepada seluruh pegawai *branch office*.

**c. *Back Office (BO)***

Memastikan penyediaan kebutuhan dana keamanan sarana dan prasarana kantor untuk mendukung kegiatan operasional dan bisnis di sub *branch office*. Tanggung jawab:

- Menyusun laporan atas realisasi biaya-biaya yang berhubungan dengan personalia maupun fasilitas kantor.
- Mengelola dan membuat laporan penggunaan kas kecil harian sesuai dengan wewenang yang berlaku.
- Mengelola pengadaan, pendistribusian serta pemeliharaan sarana serta prasarana kantor.
- Melaksanakan dan mengadministrasikan penutupan asuransi seluruh aset milik bank.
- Bertindak sebagai level pertama untuk mengatasi permasalahan penggunaan teknologi informasi di wilayah cabang terkait.
- Memastikan pelaksanaan *backup* data secara berkala.
- Melakukan penyusutan atas nilai buku investaris kantor serta aktivitas tetap milik kantor lainnya.
- Melakukan pengurusan perizinan yang dikelola oleh cabang.

**d. *Customer Service (CS)***

Melaksanakan kegiatan operasional dan pelayanan nasabah sesuai dengan ketentuan bank dan standar pelayanan. Tanggung jawab utama :

- Memberikan informasi produk dan jasa BSI kepada nasabah.
- Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito.

- Memblokir kartu ATM nasabah sesuai permintaan nasabah.
- Melayani permintaan buku Cek/Bilyet Giro, surat referensi bank/surat keterangan bank dan sebagainya.
- Mendistribusikan salinan rekening koran kepada nasabah.
- Menginput data customer dan loan facility yang lengkap kepada nasabah.
- Memelihara persediaan kartu ATM sesuai kebutuhan.
- Menyampaikan dokumen berharga bank dan kartu ATM kepada nasabah.
- Membuat laporan pembukaan dan penutupan rekening, keluhan nasabah serta *stock opname* kartu ATM.
- Memproses transaksi pengiriman dan pembayaran melalui *western union*.
- Memastikan tersedianya media promosi produk dan jasa BSI dicabang.

**e. Teller**

Melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai (rupiah dan valuta asing), pengambilan/penyetoran non tunai, surat-surat berharga dan kegiatan kas lainnya serta terselenggaranya layanan di bagian kas secara benar, cepat dan sesuai dengan standart pelayanan.

Tanggung jawab utama :

- Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan SOP.
- Mengelola saldo kas teller sesuai limit yang ditentukan.
- Mengelola uang yang tidak layak edar/uang palsu.
- Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu specimen tanda tangan.
- Melakukan cash count dimesin ATM BSI

**f. *Consumer Business Relationship Manager (CBRM)***

Menawarkan dan memasarkan produk pembiayaan kepada nasabah dan calon nasabah Bank Syariah Indonesia. Tanggung jawab utama:

- Menawarkan nasabah supaya mengambil pembiayaan ke Bank Syariah Indonesia
- Memasarkan produk konsumen kepada nasabah.
- Menjaga kualitas pembiayaan.
- Cross selling dengan produk lain.

**g. *Consumer Business Staff (CBS)***

CBS berkordinasi dengan CBRM tugasnya bertanggung jawab untuk membantu CBRM dalam kegiatan pembiayaan konsumen. Menawarkan dan memasarkan produk pembiayaan kepada nasabah dan calon nasabah.

**h. *Micro Banking Manager (MBM)***

Memimpin, mengelola, mengawasi, dan mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan sarana organisasi warung mikro secara efektif dan efisien untuk merealisasikan target bisnis warung mikro yang telah ditetapkan. Tanggung jawab utama:

- Memastikan tercapainya target bisnis warung mikro yang telah ditetapkan.
- Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan dan rudentialitas seluruh aktivitas warung mikro.
- Memastikan pengendalian dan pembinaan warung mikro.
- Memastikan teraksananya standar layanan nasabah diwarung mikro.
- Memastikan pelaporan (*intern* dan *ekstern*) dilakukan secara akurat dan tepat waktu.
- Memastikan kelengkapan kerapihan, dan keamanan dan dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- Memastikan tindak lanjut hasil audit *intern/ekstern*.



**i. *Micro Staff (MS)***

Melakukan pengelolaan pengadministrasian segala sesuatu yang berkaitan dengan segmen mikro. Tanggung jawab utama:

- Memasarkan produk pembiayaan warung mikro.
- Memastikan kelengkapan dokumen pembiayaan.
- Melakukan penyaringan awal terhadap permohonan nasabah.
- Melakukan monitoring terhadap nasabah pembiayaan mikro.
- Melakukan penagihan terhadap nasabah pembiayaan mikro

**j. *Funding and Transactional Staff (FTS)***

Membantu nasabah dan menjalin kerja sama dengan suatu instansi. Tanggung jawab utama :

- Menjaga hubungan baik dengan nasabah *existing* Cabang.
- Membantu nasabah dalam menjalankan transaksi ataupun investasi.
- Menjaln kerja sama dengan instansi swasta ataupun pemerintahan

**k. *Satpam***

Menjamin keamanan aset kantor, menjaga ketertiban dan melaksanakan aktivitas setandar layanan dilingkungan kerja. Tanggung jawab utama:

- Menjaga keamanan dan ketertiban dilingkungan kerjanya.
- Memelihara seluruh perlengkapan dan peralatan satpam dibawah tanggung jawabnya.
- Melaksanakan seluruh perlengkapan pengamanan dan pelayanan terbaik kepada nasabah sesuai dengan standar layanan dan ketentuan yang telah ditetapkan.
- Melaksanakan tugas pengawalan uang/barang berharga/dokumen penting.
- Melaksanakan ketertiban dan kerapihan antrian nasabah di banking hall.

- Melaksanakan ketertiban parkir kendaraan dilingkungan gedung kantor.
- Kerapihan, kebersihan, dan kenyamanan diruan ATM.
- Menjaga kerapihan dan kelengkapan didalam banking hall (aplikasi, brosur, dan lain-lain).

#### **1. Pramubhakti**

Menjamin kebersihan dan nyaman dilingkungan kerja sesuai standar layanan serta membantu kelancaran oprasional bank. Tanggung jawab utama:

- Menjaga kebersihan dilingkungan/kawasan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah.
- Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam berkerja.
- Menjaga dan merawat peralatan kerja agar tidak mudah rusak.
- Melaporkan kerusakan peralatan kerja kepada atasan.
- Membantu frontliner dalam hal photocopy dokumen dan terkait dengan proses tersebut.
- Menjamin keamanan dan kebersihan dokumen selama dalam pengawasannya.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit

Saat ini perkembangan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit cukup pesat dan akan terus maju dalam mengembangkan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit termasuk produk pembiayaan pensiun. Strategi pemasaran merupakan salah satu upaya pengembangan produk yang sangat penting dilakukan dalam mencapai suatu tujuan karena strategi pemasaran memberikan arah untuk melakukan tindakan serta cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan dalam usahanya karena untuk mencapai target yang diinginkan. Setiap lembaga keuangan baik itu lembaga keuangan bank maupun non-bank harus mengembangkan usahanya dengan strategi pemasaran yang efektif sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas.<sup>79</sup> Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah suatu keadaan pikiran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan, yang dapat berupa strategi khusus untuk bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.<sup>80</sup>

Berdasarkan data perkembangan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dalam tujuh bulan terakhir ini sejak bulan Desember tahun 2022 hingga bulan Juni 2023 mengalami peningkatan dibuktikan dengan jumlah pembiayaan yang meningkat walaupun belum signifikan. Sesuai dengan tabel yang ada dibawah ini:

---

<sup>79</sup> Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grafindo Persada.

<sup>80</sup> [gramedia.com](http://gramedia.com) diakses pada 12 Juni 2023

**Tabel. 4.1 Jumlah Nasabah Pensiun dan Nasabah Pembiayaan Pensiun Periode Desember 2022 hingga Juni 2023<sup>81</sup>**

No.	Bulan	Jumlah Nasabah Pensiun	Jumlah Nasabah Pembiayaan Pensiun	Jumlah Pencairan
1.	Desember	2	0	0
2.	Januari	3	1	Rp. 102.000.000,00
3.	Februari	1	1	Rp. 78.000.000,00
4.	Maret	3	0	0
5.	April	2	0	0
6.	Mei	2	0	0
7.	Juni	1	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>14</b>	<b>2</b>	<b>Rp. 180.000.000,00</b>

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh data berupa jumlah nasabah pensiun dan nasabah pembiayaan pensiun serta jumlah pencairan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan pensiun mengalami kenaikan walaupun belum signifikan. Akan tetapi jika dilihat pada setiap bulannya mengalami penurunan dikarenakan pada bulan maret hingga juni belum ada nasabah yang melakukan pencairan lagi. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit harus lebih memaksimalkan dan mengevaluasi strategi pemasaran untuk menjual produk pembiayaan pensiun.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Barno Sudarwanto “Jika dilihat perbandingan dari jumlah nasabah pensiunan dengan nasabah pembiayaan pensiun terpaut cukup jauh. Praktiknya kami menerapkan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Praktik lapangan yang lebih dimaksimalkan pada saat sosialisasi di acara kumpulan pensiunan dan bekerja sama dengan instansi sehingga belum banyak masyarakat yang mengetahui mengenai produk ini”

Perusahaan dalam peningkatan produk pembiayaan pensiun memiliki tujuan untuk mencapai visi dan misi perusahaan, tujuan tersebut dicapai melalui meningkatkan dan mempertahankan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Hal ini perusahaan hanya dapat mempertahankan dan

<sup>81</sup> Aditya David. *Consumer Business Relationship Manager*. Wawancara 5 Mei 2023

meningkatkan penjualannya melalui usaha mencari dan membina nasabah serta usaha untuk menguasai pasar. Tujuan ini dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang tepat untuk menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Hal tersebut dianalisa dan diimplementasikan dari empat hal yang dikenal dengan 4P yaitu, *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi), yang dijabarkan sebagai berikut:

### 1. Produk (*Product*)

Produk merupakan suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dijelaskan dengan definisi produk menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>82</sup> Terdapat beragam jenis produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Majapahit antara lain tabungan easy mudharabah, tabungan easy wadiah, bsi oto, pembiayaan mitraguna, pembiayaan pensiun.

Strategi produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit adalah dengan memberikan penawaran yang menarik nasabahnya dengan menawarkan pembiayaan yang halal, dengan sumber pembayaran dari pendapatan pegawai tetap setiap bulan (*payroll*) dan tanpa agunan, proses pencairan pembiayaan cepat dan mudah tanpa perlu ke bank karena dari pihak bank yang akan datang ke rumah nasabah, dengan pembayaran ujarah (sewa) tetap hingga lunas, tujuan pembiayaan pensiun tersebut dapat berupa: pembelian bahan bangunan, renovasi, pembelian *furniture*, elektronik, dan kendaraan.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 69.

<sup>83</sup> [bankbsi.co.id](http://bankbsi.co.id) diakses pada 23 Maret 2023

Kemudahan yang dimiliki produk pembiayaan pensiun ini merupakan keunggulan yang digunakan sebagai alat untuk memasarkan dan menarik perhatian nasabah. Akan tetapi, pihak bank harus lebih sabar dalam mendekati calon nasabah pembiayaan pensiun karena untuk mengenalkan kelebihan dan keunggulan produk. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Barno Sudarwanto selaku *Branch Manager* menjelaskan “Produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit memiliki keunggulan produk karena menggunakan akad syariah sehingga terbebas dari riba”.<sup>84</sup> Berdasarkan wawancara dengan ibu Sri Wahyuni selaku nasabah pembiayaan pensiun menjelaskan “Saya mengetahui produk ini dari mantan pegawai bank X yang sebelumnya saya menjadi nasabah pembiayaan disana, setelah *takeover* saya lebih nyaman melakukan transaksi dan menggunakan produk bank syariah dikarenakan tidak menggunakan sistem riba melainkan bagi hasil”.<sup>85</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan, menyetujui bahwa produk menjadi salah satu pengaruh menggunakan produk pembiayaan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Hasil wawancara tersebut juga memiliki persamaan pada penelitian terdahulu Dina Maisyaroh menyimpulkan bahwa dalam keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh faktor sosial dikarenakan memperoleh pengetahuan mengenai produk dari pihak ketiga yakni keluarga, kelompok, teman dan status.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan pensiun berkah menggunakan akad syariah yang terbebas dari riba. Menurut peneliti, produk pembiayaan pensiun sudah sesuai dengan penerapan akad yang tercantum yaitu akad murabahah dan akad ijarah. Dengan hal ini produk yang menggunakan akad syariah dapat menjadikan keunggulan produk pembiayaan pensiun berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit

---

<sup>84</sup> Barno Sudarwanto. *Branch Manager*. Wawancara 10 April 2023

<sup>85</sup> Sri Wahyuni. Nasabah Pembiayaan Pensiun. Wawancara 7 Juni 2023

## 2. Harga (*Price*)

Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya.<sup>86</sup> Hal ini dijelaskan dengan definisi harga menurut Kotler dan Armstrong, harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>87</sup>

Penetapan harga merupakan proses penentuan berapa harga yang akan diterima harga yang akan diterima perusahaan dalam menjual produknya. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit perlu memikirkan tentang penetapan harga untuk biaya pada produknya secara tepat karena jika biayanya tidak tepat akan berakibat tidak menarik minat nasabah menggunakan produk tersebut. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Barno Sudarwanto selaku *Branch Manager* menjelaskan “Produk pembiayaan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia memiliki kelebihan diantara bank lainnya karena memiliki angsuran tetap sehingga tidak ada perubahan nominal hingga pelunasan, tarifnya *relative* murah jika dibandingkan dengan bank lainnya, dan tidak ada biaya provisi jadi harganya lebih terjangkau. Jika dibandingkan dengan pembiayaan pensiun pada Bank Mandiri Taspen terdapat biaya provisi 1% dari *plafond* kredit.<sup>88</sup> Kami juga menggunakan tabel angsuran pembiayaan pensiun dengan limit pembiayaan mulai 10 juta hingga 350 juta dengan jangka waktu 1-15 tahun. Jumlah pembiayaan juga dapat disesuaikan dengan penghasilan pensiun setiap bulannya (*payroll*) sehingga angsuran tidak memberatkan nasabah”.<sup>89</sup>

34

---

<sup>86</sup> Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis, 2014), hlm. 33-

<sup>87</sup> Tommy Wijaya. 2015, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Penjualan Martabak Atet*” (*Studi Kasus Semua Konsumen Martabak Atet di Kota Palembang*). Palembang: Universitas IBA

<sup>88</sup> [bankmandiritaspen.co.id](http://bankmandiritaspen.co.id) “*Pinjaman Mantap*” diakses pada 15 Juni 2023

<sup>89</sup> Barno Sudarwanto. *Branch Manager*. Wawancara 10 April 2023

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Sri Wahyuni selaku nasabah pembiayaan pensiun menjelaskan “saya melakukan *takeover* dari bank X ke Bank Syariah Indonesia dikarenakan biayanya lebih murah dan mudah”.<sup>90</sup> Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Untung Supriyadi selaku nasabah pembiayaan pensiun menjelaskan “Produk pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia lebih murah jika dibandingkan dengan bank X dan prosesnya tidak merumitkan nasabah. Dengan otomatis dipotongnya gaji setiap bulan menyebabkan nasabah tidak perlu mengangsur setiap bulannya”.<sup>91</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan bahwa kedua nasabah pembiayaan pensiun setuju dengan faktor penyebab mereka melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia dikarenakan faktor harga. Hal ini juga memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu Fauziah Noviani menyimpulkan bahwa faktor harga menjadi salah satu penyebab nasabah pembiayaan lebih memilih produk milik Bank Syariah Indonesia karena harga yang kompetitif dan *flat*.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit relatif murah karena memiliki nominal yang tetap hingga pelunasan. Disisi lain pembiayaan pensiun juga tidak memberatkan nasabah dikarenakan menggunakan sistem potongan langsung dari penghasilan setiap bulan (*payroll*) yang disesuaikan dengan penghasilan nasabah terlebih dahulu. Dengan hal ini menjadikan keunggulan harga bagi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit jika dibandingkan dengan bank lainnya.

### 3. Tempat (*Place*)

Menurut Kotler dan Keller, lokasi sebagai kumpulan dari organisasi independen yang membuat suatu barang atau jasa menjadi tersedia. Sehingga pelanggan dapat menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Lokasi usaha juga disebut dengan saluran distribusi

---

<sup>90</sup> Sri Suwarni. *Nasabah Pembiayaan Pensiun*. Wawancara 7 Juni 2023

<sup>91</sup> Untung Supriyadi. *Nasabah Pembiayaan Pensiun*. Wawancara 7 Juni 2023



perusahaan, karena lokasi juga berhubungan langsung dengan pembeli atau konsumen. Lokasi merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen.<sup>92</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Aditya David selaku Consumer Business Relationship Manager menjelaskan “Terkait tempat tidak menjadi halangan untuk loyalitas nasabah dikarenakan ada nasabah pensiun yang beralamat Kabupaten Ungaran akan tetapi lebih memilih dan percaya dengan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit”. Berdasarkan wawancara yang dilakukan ibu Sri Wahyuni menjelaskan “Menurut saya tempat tidak menjadi halangan dikarenakan staff marketing pembiayaan siap datang kerumah jadi tidak merepotkan nasabah pembiayaan untuk harus datang ke kantor dan ketika memang datang langsung ke kantor juga nyaman karena bersih dan fasilitas yang baik”.<sup>93</sup>

Tempat merupakan hal yang penting dalam pemasaran, pemilihan lokasi yang tepat sangat berpengaruh bagi penjualan produk perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. Lokasi yang strategis dapat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit berlokasi di Jalan Majapahit Kav. A No. 339, Gemah, Pedurungan, Kota Semarang. Keunggulan lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit, antara lain:

- a. Kantor Bank Syariah Indonesia terletak di Jalan Majapahit yang merupakan jalan raya utama Semarang-Purwodadi sehingga cukup strategis karena aksesnya mudah untuk dijangkau masyarakat luas dengan menggunakan berbagai sarana transportasi.
- b. Lokasi strategis dikarenakan dekat dengan Pemerintah Kota Semarang serta dekat dengan perumahan atau masyarakat.
- c. Parkir yang luas dan nyaman memudahkan akses bagi nasabah baik pengendara pengguna sepeda motor maupun mobil.

---

<sup>92</sup> Marza Afrina, *Analisa Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)*. (Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), h 20.

<sup>93</sup> Sri Wahyuni. *Nasabah Produk Pembiayaan Pensiun*. Wawancara 7 Juni 2023

- d. Bentuk fisik atau bangunan kantor Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit sudah bagus dengan ruangan yang bersih dan luas serta dilengkapi dengan fasilitas yang modern seperti AC, CCTV, dan komputerisasi.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan informan, menyetujui bahwa tempat tidak menjadi penghalang nasabah dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia. Hasil ini juga memiliki persamaan pada penelitian terdahulu Sofana Azyahra menyimpulkan tempat yang menjadi salah satu faktor mengambil produk pembiayaan karena tempat yang terjangkau di kota Semarang. Tempatnya juga memiliki Gedung dua lantai dan fasilitas yang cukup baik.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tempat juga menjadi salah satu faktor nasabah menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. Namun menurut peneliti, tempat Bank Syariah Indonesia terlalu sempit ketika banyak nasabah yang melakukan transaksi secara langsung ketika mereka datang ke teller atau *Customer Service*. Dengan hal itu yang dijadikan pihak bank mengevaluasi kedepannya dalam penataan tempat agar terlihat longgar ketika banyak nasabah yang datang.

#### **4. Promosi (*Promotion*)**

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Tujuan promosi pada bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya. Hal ini dijelaskan menurut Daryanto yang dikutip dalam skripsi Muhammad Fathur Rheza, pengertian dari promosi bahwa kegiatan promosi adalah kegiatan terakhir dalam segi pelaksanaan dari marketing mix yang sangat penting karena kebanyakan pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli yang sangat dipengaruhi oleh konsumen. Berdasarkan beberapa sumber di atas, penulis mendorong perusahaan untuk membeli atau menggunakan

produk mereka untuk menyediakan produk mereka dan meningkatkan penjualan mereka, dengan mempertimbangkan kepentingan konsumen.<sup>94</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Aditya David selaku CBRM menjelaskan “Dalam praktiknya ada empat sarana promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit antara lain periklanan (*advertising*) melalui media sosial atau website Bank Syariah Indonesia, promosi penjualan (*sales promotion*) melalui kerja sama dengan instansi-instansi dan melakukan sosialisasi di perkumpulan pensiunan, penjualan pribadi (*personal selling*) melakukan kunjungan ke rumah nasabah ataupun calon nasabah, dan publisitas”.<sup>95</sup> Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan ibu Sri Wahyuni selaku nasabah pembiayaan pensiun “saya mengetahui produk pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia karena dijelaskan oleh salah satu mantan *staff marketing* Bank X yang saya ada pinjaman sebelumnya bahwa dalam mengurus pembiayaannya mudah, lebih murah, dan tidak ribet”.<sup>96</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan, menyetujui bahwa promosi merupakan tahap akhir dalam penentuan nasabah menggunakan produk Bank Syariah Indonesia atau tidak (sebagai penentu). Hasil wawancara tersebut juga memiliki persamaan pada penelitian terdahulu Wahyu Tirta Kartika menyimpulkan bahwa strategi pemasaran atau promosi yang digunakan hamper sama yaitu datang langsung ke rumah nasabah (*personal selling*), bekerjasama antara instansi bersama bank sehingga *staff marketing* dapat melakukan sosialisasi ke instansi tersebut (*sales selling*).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa berbagai promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit belum maksimal sehingga belum mencapai target pembiayaan pensiun setiap bulannya. Adanya bantuan promosi dari eksternal kantor yang membantu menawarkan produk pembiayaan pensiun kepada

---

<sup>94</sup> Muhammad Fathur Rezha. 2015. *Penerapan Sistem Promotion Mix Pada Penjualan Sarapan Pagi Ketupat Gulai Pakih*. Batam: Universitas Internasional Batam

<sup>95</sup> Aditya David. *Consumer Business Relationship Manager*. Wawancara 5 Mei 2023

<sup>96</sup> Sri Wahyuni. *Nasabah Pembiayaan Pensiun*. Wawancara 7 Juni 2023

nasabah. Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit lebih fokus kepada sosialisasi dan kunjungan kerumah nasabah.

## **B. Kendala-Kendala Yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun**

Pemasaran merupakan rancangan yang ingin dicapai perusahaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah sehingga tercapainya suatu kepuasan yang optimal bagi nasabah. Pemasaran yang efektif dan efisien akan berdampak positif bagi perusahaan sehingga dapat mendatangkan keuntungan. Akan tetapi dalam pemasaran suatu perusahaan tentunya akan menghadapi kendala-kendala dalam memasarkan produknya. Suatu kendala dalam akan menjadi hambatan. Kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit antara lain

### **1. Pemasaran Melalui Media Sosial Belum Efektif**

Pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit melalui media sosial belum efektif sesuai dengan hasil wawancara peneliti pada bapak Barno Sudarwanto selaku *Branch Manager* menjelaskan “Salah satu kendala dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun adalah kurang maksimalnya promosi melalui media sosial. Untuk dapat mengatasi kendala-kendala tersebut Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dalam menarik nasabah pensiun dilakukan dengan cara memaksimalkan promosi melalui sosialisasi dan penjualan langsung dengan mendatangi di perkumpulan pensiunan ataupun dirumah nasabah dan calon nasabah. Sasaran produk pembiayaan adalah pensiunan yang berusia diatas 55 tahun maka dalam memasarkan pembiayaan pensiun harus dilakukan secara berkelanjutan dan intensif oleh *staff marketing*, hal ini dilakukan agar masyarakat khususnya pensiunan lebih mengetahui mengenai produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit, dari mulai akad, sistem yang digunakan, keunggulan yang dimiliki dan keuntungan yang diperoleh melalui pembiayaan yang berbasis syariah dibandingkan sistem bunga yang ada di bank konvensional sehingga dapat merangsang dan mendorong

pensiunan melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit.”<sup>97</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan memiliki persamaan pada penelitian terdahulu Khairur dan Nurul menyimpulkan bahwa kendala yang dihadapi pada saat menawarkan produk pembiayaan pensiun yang tidak efektif menggunakan strategi periklanan. Strategi yang dilakukan secara *personal selling* yakni dengan penjualan yang dilakukan langsung oleh *staff marketing* kepada nasabah atau calon nasabah. Hal tersebut menyebabkan nasabah tidak mengetahui lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Medan Sukaramai karena kurangnya data kunjungan nasabah ke bank.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam strategi promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia lebih maksimal jika secara langsung dengan kunjungan kerumah nasabah atau melalui sosialisasi di perkumpulan pensiun atau didalam instansi yang bekerjasama dengan BSI KCP Semarang Majapahit. Sedangkan jika dilakukan melalui media sosial kurang efektif karena kurangnya pemahaman para pensiunan menggunakan media sosial. Oleh karena itu, BSI KCP Semarang Majapahit harus memaksimalkan dalam menjual produk pembiayaan pensiun secara langsung.

## **2. Faktor Usia**

Usia menjadi salah satu faktor kendala dalam strategi pemasaran pembiayaan pensiun sesuai wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Aditya David selaku CBRM menjelaskan “Usia menjadi salah satu faktor kendala dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun karena untuk kriteria nasabah pembiayaannya saja yang berusia 55 tahun keatas dengan sudah pensiun dan ada penghasilan bulanan (*payroll*). Oleh karena itu, karena dengan kriteria nasabah pembiayaan yang memasuki usia lanjut usia sehingga ketika pihak bank menawarkan produknya harus menjelaskan secara berulang-kali agar para nasabah pembiayaan atau

---

<sup>97</sup> Barno Sudarwanto. *Branch Manager*. Wawancara 10 April 2023

calon nasabah pembiayaan agar mereka memahami maksud dari produk pembiayaan pensiun, akad yang digunakan, dan lain-lain”.<sup>98</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam strategi memasarkan produk, pihak bank harus melakukan penyampaian kepada nasabah secara pelan dan tenang agar dalam menjelaskan mengenai pembiayaan pensiun kepada para calon nasabah pembiayaan agar mereka berminat menggunakan produk BSI. Selain itu agar kita mendapatkan hati para nasabah pembiayaan pensiun, pihak bank harus sopan dan santun agar nasabah memiliki loyalitas yang tinggi membuat nasabah tidak ragu dan ikut menawarkan pembiayaan pensiun kepada teman-teman pensiunan.

### **3. Tingginya Persaingan**

Lokasi Bank Syariah Indonesia yang berada di Kota Semarang menyebabkan banyaknya pesaing dari bank konvensional dan bank syariah yang beroperasi disekitar Majapahit karena termasuk wilayah padat penduduk sehingga peluang bisnis di bidang perbankan sangat memadai. Hal tersebut yang menyebabkan persaingan yang ketat antara bank yang satu dengan bank yang lainnya untuk menarik antusias masyarakat disekitarnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada bapak Barno Sudarwanto selaku *Branch Manager* menjelaskan “Tingginya pesaing Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dikarenakan lembaga keuangan yang sudah bergerak dibidang pensiun tersebut lebih dikenal masyarakat sedangkan BSI merupakan bank syariah baru yang baru merambah ke dunia pembiayaan pensiun. Kompetitor BSI KCP Semarang Majapahit yang sudah lebih terkenal dan lebih mengetahui BSI antara lain Bank Jateng, Bank Woori Saudara, BRI, BTN, dan Bank Mandiri”.<sup>99</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan para informan memiliki persamaan penelitian terdahulu Ilma Safaatul bahwa kendala

---

<sup>98</sup> Aditya David. *Consumer Business Relationship Manager*. Wawancara 5 Mei 2023

<sup>99</sup> Barno Sudarwanto. *Branch Manager*. Wawancara 10 April

yang dihadapi banyak bank konvensional dan bank syariah yang beroperasi disekitar Majapahit karena termasuk wilayah padat penduduk sehingga peluang bisnis di bidang perbankan sangat memadai. Hal tersebut yang menyebabkan persaingan yang ketat antara bank yang satu dengan bank yang lainnya untuk menarik antusias masyarakat disekitarnya. Setiap bank memiliki strategi masing-masing untuk meningkatkan jumlah nasabah dan berlomba-lomba untuk memberikan kepuasan bagi calon nasabah maupun yang sudah menjadi nasabah.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam strategi promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia lebih maksimal dan memperbanyak kerja sama dengan instansi-instansi agar dapat melakukan sosialisasi di kantor tersebut. Oleh karena itu, produk pembiayaan pensiun BSI KCP Semarang Majapahit dapat bersaing dengan produk pembiayaan pensiun dari bank lain yang sudah ada sejak lama.

#### **4. Kurangnya *Staff Marketing***

*Staff Marketing* Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit sangat terbatas sehingga berpengaruh pada maksimalnya pemasaran sesuai dengan bapak Untung Supriyadi selaku nasabah pembiayaan pensiun menjelaskan “Untuk produk pembiayaan secara garis besarnya sudah bagus akan tetapi pelayanannya menunggu beberapa hari dikarenakan keterbatasan tenaga kerja yang membantu dalam proses pencairan pembiayaan pensiun”.<sup>100</sup>

Bahwa hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan memiliki persamaan pada penelitian terdahulu Aspin Aliudin menyimpulkan bahwa kendala yang dihadapi karena terbatasnya *staff marketing* menyebabkan minimnya pemahaman masyarakat tentang produk pembiayaan pensiun berkah. Hasil dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa terbatasnya *staff marketing* menyebabkan berpengaruhnya terhadap penjualan produk pembiayaan pensiun sehingga

---

<sup>100</sup> Untung Supriyadi. Nasabah Pembiayaan Pensiun. Wawancara 7 Juni 2023

minimnya pemahaman masyarakat mengenai produk pembiayaan pensiun berkah.

## 5. Produk Tidak Diunggulkan

Produk pembiayaan pensiun berkah tidak terlalu diunggulkan di BSI KCP Semarang Majapahit karena tidak ingin memberatkan nasabah dengan adanya pinjaman dengan memaksa nasabah menggunakan produk pembiayaan pensiun sesuai wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Barno Sudarwanto selaku *Branch Manager* menjelaskan “kami tidak terlalu memaksakan dalam menjual produk pembiayaan pensiun karena tidak ingin memberatkan nasabah pembiayaan pensiun. Jika dilihat dari penghasilan bulanan saat masih menjadi pegawai dengan sesudah lepas masa pegawainya atau pensiun terpaut lumayan jauh sehingga kami hanya memaksimalkan pemasaran dengan melakukan sosialisasi dan kunjungan ke rumah nasabah, untuk hasil akhir nasabah menggunakan produk pembiayaan ini dikembalikan lagi ke nasabah dan kami tidak memaksa hanya menjadi menjembatani jika mereka ingin melakukan pembiayaan pensiun.<sup>101</sup>

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak adanya pemaksaan dalam pengambilan pembiayaan pensiun antara BSI KCP Semarang Majapahit dengan nasabah yang memenuhi kriteria pembiayaan pensiun. Oleh sebab itu, BSI KCP Semarang Majapahit memaksimalkan dalam menjualkan produk dengan kerja sama dengan instansi, sosialisasi di perkumpulan pensiun, dan kunjungan kerumah nasabah.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Barno Sudarwanto selaku *Branch Manager* menjelaskan “Untuk dapat mengatasi kendala-kendala tersebut Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dalam menarik nasabah pensiun dilakukan dengan cara memaksimalkan promosi melalui sosialisasi dan penjualan langsung dengan mendatangi di perkumpulan pensiunan ataupun dirumah nasabah

---

<sup>101</sup> Barno Sudarwanto. *Branch Manager*. Wawancara 10 April 2023



dan calon nasabah. Sasaran produk pembiayaan adalah pensiunan yang berusia diatas 55 tahun maka dalam memasarkan pembiayaan pensiun harus dilakukan secara berkelanjutan dan intensif oleh *staff marketing*, hal ini dilakukan agar masyarakat khususnya pensiunan lebih mengetahui mengenai produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit, dari mulai akad, sistem yang digunakan, keunggulan yang dimiliki dan keuntungan yang diperoleh melalui pembiayaan yang berbasis syariah dibandingkan sistem bunga yang ada di bank konvensional sehingga dapat merangsang dan mendorong pensiunan melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit. Sedangkan untuk evaluasi pegawainya dilakukannya evaluasi disetiap tiga bulan sekali dengan cara tes pengetahuan produk, melihat dan menganalisis meditasi pasar agar lebih maksimal dalam memasarkan produk dan melihat faktor-faktor lain yang disesuaikan dengan kondisi lapangan.”<sup>102</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan memiliki hasil dalam perspektif pegawai Bank Syariah Indonesia yang menjadi kendala yaitu komunikasi dengan para pensiunan yang harus menjelaskan berulang-ulang mengenai produk pembiayaan pensiun agar para pensiunan paham mengenai produk pembiayaan pensiun. Dalam perspektif nasabah yang menjadi kendala yakni pelayanannya yang kurang cepat dari pihak Bank Syariah Indonesia dalam melayani nasabah. Hasil wawancara tersebut juga memiliki hasil yang sama dengan penelitian terdahulu Khairur dan Nurul memiliki kesimpulan bahwa kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Medan Sukaramai kurang efektif dalam strategi periklanan karena lebih mengandalkan kunjungan kerumah nasabah (*personal selling*) menyebabkan nasabah tidak mengetahui lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Medan Sukaramai serta kurangnya data kunjungan nasabah. Sehingga Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dalam melakukan evaluasinya dengan cara menekankan strategi bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People Process,*

---

<sup>102</sup> Barno Sudarwanto. Branch Manager. Wawancara 10 April 2023

*Physical Eviden*), terutama pada kegiatan promosi. Hal tersebut dilakukan agar meningkatnya jumlah nasabah produk pembiayaan pensiun.

Berdasarkan penjelasan diatas, menurut penjelasan peneliti sebagai berikut jika dilihat dalam kurun waktu tujuh bulan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit memiliki dua nasabah pembiayaan pensiun, jika dibandingkan dengan kantor cabang yang lain tidak dikatakan kurang ataupun dikatakan lebih. Dengan banyaknya pesaing yang memang lebih dahulu terjun dalam pembiayaan pensiun, pencapaian Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit sudah cukup bagus dikarenakan Bank Syariah Indonesia bukan lembaga keuangan syariah baru yang merambah ke pembiayaan pensiun sehingga wajar saja jika banyak masyarakat yang belum mengetahui. Evaluasi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dengan melihat jumlah pencairan dengan target pada setiap bulannya. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit memiliki target produk pembiayaan pensiun setiap bulannya 500 juta. Belum sesuai dari target tersebut jika dilihat dengan praktik yang ada sehingga jika mereka tidak mencapai target tersebut akan dilakukannya evaluasi internal kantor. Evaluasi tersebut dilakukan disetiap tiga bulan sekali dengan cara tes pengetahuan produk, melihat dan menganalisis meditasi pasar agar lebih maksimal dalam memasarkan produk dan melihat faktor-faktor lain yang disesuaikan dengan kondisi lapangan. Hal tersebut dilakukan agar dapat mematangkan lagi mengenai strategi pemasarannya sehingga produk pembiayaan pensiun dapat dijualkan dengan maksimal.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan pembahasan bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari:

- a. *Product* (Produk)

Keunggulan yang dimiliki produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit adalah proses pembiayaan yang mudah dan cepat serta angsuran pembiayaan yang bersifat tetap sampai angsuran tersebut lunas.

- b. *Price* (Harga)

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit menetapkan tabel angsuran untuk produk pembiayaan pensiun, harga bersaing dengan bank syariah lainnya serta margin yang kompetitif. Jangka waktu pada pembiayaan pensiun 1-15 tahun sehingga jumlah pembiayaan dapat disesuaikan dengan gaji pensiunan yang diperoleh setiap bulannya sehingga angsuran tidak memberatkan nasabah.

- c. *Place* (Tempat)

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit memiliki lokasi yang sangat strategis karena berada di Jalan Majapahit Kav. A No. 339, Gemah, Pedurungan, Kota Semarang yang merupakan jalan raya utama Semarang-Purwodadi sehingga aksesnya mudah untuk dijangkau masyarakat luas dengan menggunakan berbagai sarana transportasi serta lokasinya dekat dengan kawasan industri/pabrik, Pemerintah Kota Semarang, serta dekat dengan perumahan atau masyarakat. Kantor Bank Syariah Indonesia KCP Semarang

Majapahit mempunyai bentuk fisik yang bagus dengan parkirannya yang luas.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun yaitu dengan cara periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan publisitas. Selain itu Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit juga melakukan pemasaran *direct sales* dengan mengadakan sosialisasi dan kerjasama dengan instansi yang mengurus bagian pensiunan.

2. Kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun

a. Pemasaran melalui media sosial belum efektif

Pemasaran melalui media sosial belum efektif karena jika dilakukan melalui media sosial pemahaman para pensiunan menggunakan media sosial.

b. Faktor usia

Faktor usia menjadi sebab pihak bank harus melakukan penyampaian kepada nasabah secara pelan dan tenang agar dalam menjelaskan mengenai pembiayaan pensiun kepada para calon nasabah pembiayaan agar mereka berminat menggunakan produk BSI.

c. Tingginya persaingan

Persaingan yang ketat antara bank yang satu dengan bank yang lainnya untuk menarik antusias masyarakat disekitarnya.

d. Kurangnya staff marketing

Kurangnya *staff marketing* berpengaruh terhadap penjualan produk pembiayaan pensiun sehingga minimnya pemahaman masyarakat mengenai produk pembiayaan pensiun berkah.

e. Produk tidak diunggulkan

Produk pembiayaan pensiun berkah tidak terlalu diunggulkan di BSI KCP Semarang Majapahit karena tidak ingin memberatkan nasabah dengan adanya pinjaman dengan memaksa nasabah menggunakan produk pembiayaan pensiun.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia, perlunya melakukan pendekatan secara emosional kepada nasabah, untuk menarik minat masyarakat dan instansi untuk melakukan hubungan kerja sama. Jika dilihat dari minat nasabah menggunakan produk pembiayaan masih relatif rendah maka penelitian saya ini bisa menjadi suatu bahan pertimbangan untuk pemberian pembiayaan pension dimasa yang akan datang.
2. Bagi UIN Walisongo Semarang diharapkan berguna sebagai bahan keilmuan pengetahuan, partisipasi, dan dukungan untuk berkontribusi mengembangkan produk pembiayaan syariah.
3. Untuk penelitian selanjutnya, agar dapat meneruskan kembali penelitian ini diwaktu yang akan mendatang agar mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia dan perkembangannya dimasa yang akan datang

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Ade Pristianda Yulius Dharma. *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah Terhadap Profitabilitas (Return On Asset) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia 2012-2016*. Jurnal Ekonomika Indonesia Vol. 7, Nomor 2, Tahun 2018.
- Agus Hermawan. *Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012).
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).
- Amalia Dwi Putri. 2021. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Produk Pembiayaan Mitraguna Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu)*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Aminoel Akbar Novi Maimory. 2018. *Sejarah Lahirnya Bank Syariah Serta Praktek Di Dunia Perbankan*. Jurnal Pahlawan Vol 1 Nomor 2 e-ISSN 2615-5583.
- Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis, 2014).
- Assauri, Sofian. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013).
- Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung Citapustaka Media Perintis, cet 2, 2014).
- [bankbsi.co.id](http://bankbsi.co.id) diakses pada 16 Maret 2023
- [bcasyariah.co.id](http://bcasyariah.co.id). “Prinsip dasar Operasional Bank Syariah” diakses pada 13 Juni 2023
- Binti Nur Asiyah. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. (Yogyakarta: Kalimedia, 2015).
- Christian A.D Sedang. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA Vol 1 Nomor 3 Juni 2013.

- Dadang Husen Sobana. *Hukum Perbankan Di Indonesia*. (Bandung: CV. Pustaka, 2016).
- Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014).
- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia. *Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah*. (Jakarta, 2011).
- Edi Susilo. *Analisis Pembiayaan dan Resiko Perbankan Syariah*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017).
- Fajar Tri Hermawan. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
- Farida Catur Wijayanti. 2020. *Analisis Persepsi Aparatur Negara Pra Purna Kementrian Agama Kabupaten Madiun Pada Penggunaan Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia tentang Pedoman Bagi Lembaga Penjamin Simpanan Dalam Pelaksanaan Penanganan atau Penyelesaian Bank Syariah Yang Mengalami Permasalahan Solvabilitas
- Fauziah Noviani. 2022. *Efektivitas Pemasaran Produk Pensiun Berkah Dalam Meningkatkan Pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi*
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003).
- [gramedia.com](http://gramedia.com) diakses pada 12 Juni 2023
- Heri Sudarsono. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi 2*. (Yogyakarta: Ekonisia, 2003)
- Holilur Rahman, dkk. *Kajian Bauran Pemasaran Pembiayaan Pensiun Dalam Meningkatkan Minat Nasabah BSI KCP Sumenep Trunojoyo 1*. Jurnal Reflektika Volume 16, No. 2, Juli-Desember 2021
- Idri. *Hadis Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*. (Jakarta: Prenada Media, 2015).

- Ika Adeyani, Tuti Anggraini. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia KCP Stabat*. Journal Economy and Currency Study (JECS) Vol. 3 Issue 2 July 2021.
- Irham Fahmi. *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*. (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Johan Arifin. *Tracer Study Alumni Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang Vol. 6 No. 2 Oktober 2015*.
- Joko Subagyo. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*. (Bandung: Rineka Cipta. 2011).
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Rajawali Pres, 2014).
- Khairur Rusdhiy, Nurul Inayah. 2022. *Strategi Marketing Pembiayaan Pensiun dan Pra Pensiun dibawah Naungan Taspen dan Asabri (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Medan Sukaramai)*. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (JIKEM) Vol 2 Nomor 1 e-ISSN 2774-2075.
- Khotibul Umam. 2017. *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pres.
- La Ode Alimusa. 2020. *Manajemen Perbankan Syariah Suatu Kajian Ideologis dan Teoritis*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Lexy J. Moelong. *Metode Penelitian Sosial*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993).
- Lexy J. Moelong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002).
- Linda Tamim Umairoh Hasyim. 2016. *Peran Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Riil Di Indonesia*. AKRUAL: Jurnal Akuntansi Vol. 8 Nomor 1.
- Luthfi Hamid. *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*. (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003)
- M. Khairur Rusdhiy Siregar, Nurul Inayah. *Strategi Marketing Pembiayaan Pensiun dan Pra Pensiun Dibawah Naungan Taspen dan Asabri (Studi Kasus BSI KCP Medan Sukaramai)*. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM) E-ISSN: 2774-2075 Vol. 2 No. 1, YeaWahyu Tirta Kartika. 2021. *Strategi Marketing Sales Force (SF) Dalam Produk Pembiayaan Di Bank*



- Syariah Indonesia KCP Muara Teweh Kab. Barito Utara*. Palangkaraya: Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya
- Marza Afrina. 2017. *Analisis Pengaruh Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Misbahuddn, *E-Commerce dan hukum islam* (cet. I; Makassar: alauddin university Press, 2012).
- Muhammad Fathur Rezha. 2015. *Penerapan Sistem Promotion Mix Pada Penjualan Sarapan Pagi Ketupat Gulai Pakih*. Batam: Universitas Internasional Batam
- Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2001)
- Muhammad Syafi'i Antonio. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. (Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2006), cet ke-4.
- Muhammad. *Lembaga Ekonomi Syariah*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007).
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. (Cet II, Yogyakarta: Ekonisia, 2005).
- Mustafa Edwin Nasution. 2017. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Batusangkar: Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
- Nanang Sobarna. *Analisis Perbedaan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional*. *Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah* Volume 3, Nomor 1, Juli 2021.
- Nur Amalina, dkk. *Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi*. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS) Vol. 1 No. 1 Januari 2023*
- Nurul Fauziah. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Cet-1. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006).
- Paturohman, Nur Siti Amnah. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BJB Syariah KCP Jatibarang*. *Journal of Sharia Economics and Finance Departement of Islamic Banking Faculty of Islamic Studies Wiralodra University* Vol. 1 No. 1 Januari, 2022

- Philip Kotler. *Marketing Manajemen: Analisis, Planning, Implementasi dan Kontrol*, Terj. Hendra Teguh, (Jakarta: Erlangga, 1996).
- Rachmadi Usman. *Aspek Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2012).
- Rahmat Ilyas. *Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah*. Jurnal Penelitian Vol. 9 No. 1 Februari 2015.
- Riska Wijayanti, Septiana Na'afi. *Impact and Effort of Legal Protection for Stakeholders Due to Merger Activities Islamic Banks in Indonesia*. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies* Vol. 6 No. 2 July-Dec 2022.
- Riski Damayanti. 2022. *Pengaruh Sharia Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Tabungan Haji Bank Sulselbar Sinjai*. Sinjai: Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.
- Sigit Triandaru, Totoh Budisantoso. 2006. *Bank dan Lembaga Lain*. (Jakarta: Selemba Empat,
- Sofana Azyahra. 2023. *Upaya Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia KCP Gubug*. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta CV, 2017).
- Tommy Wijaya. 2015. *Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Penjualan Martabak Atet (Studi Kasus Semua Konsumen Martabak Atet di Kota Palembang)*. Palembang: Universitas IBA
- Umer Capra. 2000. *The Future of Economics, an Islamic Perspectives*.
- Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998. (Jakarta: Sinar Grafika, 2018).
- Yusak Laksmana. *Account Officer Bank Syariah*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009).
- Yustika Auria. 2023. *Tantangan dan Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Pembiayaan Pensiun*. Curup: Institut Agama Islam Negeri Curup

## LAMPIRAN

### Lampiran 1



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185  
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 1379/Un.10.5/D1/PG.00.00/04/2023  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

06 April 2023

Yth :

Bapak Barno Sudarwanto selaku BM BSI KCP Semarang Majapahit  
di Tempat.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : SETA ARUM MURTI  
Nim : 1905036101  
Semester : VIII  
Jurusan / Prodi : S1 PERBANKAN SYARIAH  
Alamat : Kp. Genggongan rt 06 rw 02 Kelurahan Mangunjiwan,  
Kecamatan Demak, Kabupaten Demak.  
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi  
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK  
PEMBIAYAAN PENSIUN BERKAH PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA KCP SEMARANG MAJAPAHIT.  
Waktu Penelitian : 06 April 2023.  
Lokasi Penelitian : Jl. Majapahit No. 339 Kav. A, Gemah, Pedurungan, Semarang,  
Jawa Tengah.

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

A.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
lembagaan,  
  
FATONI

Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

## *Lampiran 2*

### **Draft Pertanyaan Untuk Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit**

1. Bagaimana awal mula diluncurkannya produk pembiayaan pensiun berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit?
2. Bagaimana perkembangan produk pembiayaan pensiun berkah dari awal diluncurkan hingga sekarang?
3. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit menerapkan akad apa dalam pelaksanaan produk pembiayaan pensiun berkah?
4. Bagaimana mekanisme pencairan pembiayaan pensiun berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit?
5. Apa saja kelebihan atau kekuatan yang dimiliki produk pembiayaan pensiun berkah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit jika dibandingkan dengan produk pembiayaan pensiun dari lembaga keuangan lain?
6. Apa saja kelemahan atau kekurangan yang dimiliki produk pembiayaan pensiun berkah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit jika dibandingkan dengan produk pembiayaan pensiun dari lembaga keuangan lain?
7. Bagaimana strategi pemasaran dalam penerapan bauran pemasaran agar produk pembiayaan pensiun berkah dapat mencapai target setiap bulannya?
8. Apa saja peluang yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun berkah?
9. Adakah kendala dan permasalahan dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Majapahit?
10. Bagaimana cara menanggulangi (evaluasi kinerja) jika tidak mencapai target setiap bulannya?

### **Draft Pertanyaan Untuk Nasabah Pembiayaan Pensiun**

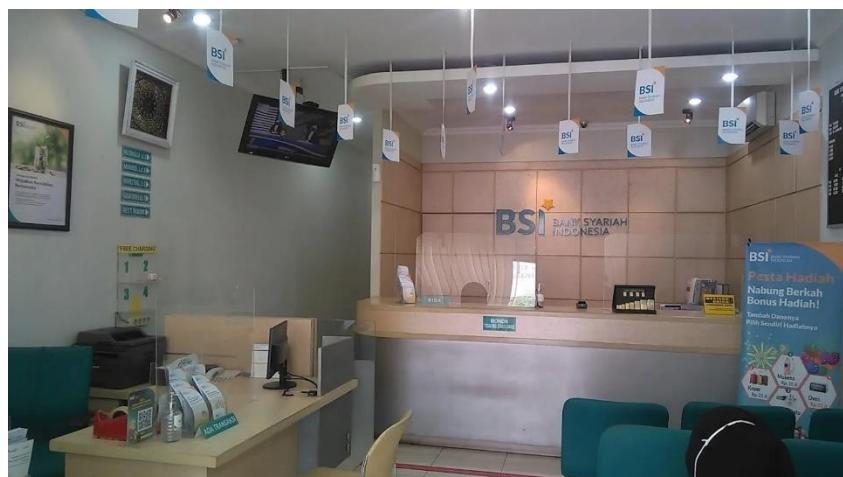
1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Apa pekerjaan bapak/ibu sebelumnya?
3. Apa yang bapak/ibu ketahui mengenai produk pembiayaan pensiun?
4. Mengapa bapak/ibu memilih dan menggunakan produk pembiayaan pensiun di BSI KCP Semarang Majapahit?
5. Apa pendapat bapak/ibu mengenai produk pembiayaan pensiun berkah

*Lampiran 3*

**Dokumentasi Kegiatan Wawancara**



*Phamflet Produk Pembiayaan Pensiun Berkah*



*Kantor Layanan BSI KCP Semarang Majapahit*



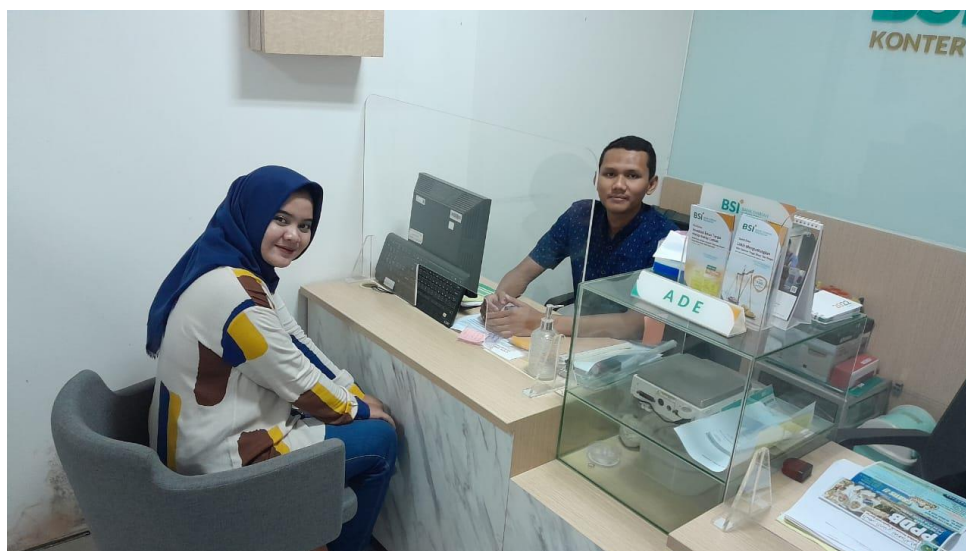
*Profil Depan Kantor BSI KCP Semarang Majapahit*



*Wawancara dengan Branch Manager BSI KCP Semarang Majapahit*



*Pengamatan langsung di BSI KCP Semarang Majapahit*



*Wawancara dengan CBRM BSI KCP Semarang Majapahit*





*Wawancara dengan nasabah pembiayaan pensiun*



*Wawancara dengan nasabah pembiayaan pensiun*

FORMULIR PERMOHONAN PEMBIAYAAN BSI PENSUIN BERKAH		BSI BANK SYARIAH INDONESIA	
Mohon diisi lengkap, dengan menggunakan huruf cetak dan melampirkan data-data yang dibutuhkan			
TIPE PRODUK:	<input type="checkbox"/> Pensiun Sendiri <input type="checkbox"/> Pensiun Dapen	<input type="checkbox"/> Pensiun Janda <input type="checkbox"/> BUP	TANGGAL: (diisi unit kerja)
JENIS PEMBIAYAAN:	<input type="checkbox"/> Baru <input type="checkbox"/> Take Over	<input type="checkbox"/> Top Up <input type="checkbox"/> Take Over+Top Up	
LIMIT PEMBIAYAAN:		UNIT CABANG:	(diisi unit kerja)
JANGKA WAKTU TOTAL: .....	BULAN	NAMA SALES:	(diisi unit kerja)
TUJUAN PEMBIAYAAN:	<input type="checkbox"/> Konsumtif (untuk .....) <input type="checkbox"/> Produktif (Jenis Usaha: .....) (Omset: Rp. .... /bulan)	NO. APLIKASI:	(diisi unit kerja)
SKEMA PEMBIAYAAN:			
DATA PRIBADI			
NAMA LENGKAP (SESUAI KTP)	JENIS KELAMIN: <input type="checkbox"/> LAKI-LAKI <input type="checkbox"/> PEREMPUAN		
	PENDIDIKAN: <input type="checkbox"/> SMA <input type="checkbox"/> D3 <input type="checkbox"/> S1 <input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> LAINNYA		
	NAMA GADIS IBU KANDUNG: .....		
NO. NPWP:	AGAMA: <input type="checkbox"/> ISLAM <input type="checkbox"/> KATOLIK <input type="checkbox"/> PROTESTAN <input type="checkbox"/> BUDHA <input type="checkbox"/> HINDU <input type="checkbox"/> LAINNYA		
NO. KTP:	STATUS PERKAWINAN: <input type="checkbox"/> LAJANG <input type="checkbox"/> MENIKAH <input type="checkbox"/> CERAI		
TEMPAT & TANGGAL LAHIR:	STATUS RUMAH: <input type="checkbox"/> PRIBADI/PASANGAN <input type="checkbox"/> KELUARGA <input type="checkbox"/> SEWA		
ALAMAT SESUAI KTP: <input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK	LAMA DITEMPAT: ..... TAHUN ..... BULAN		
ALAMAT RUMAH TINGGAL (JIKA ALAMAT SAMA DENGAN KTP):		RT/RW:	KODE POS:
PROVINSI:	KAB./KOTA:	KEC.:	KEL.:
NO. TLP.:	HP:	EMAIL:	
ALAMAT PENAGIHAN: <input type="checkbox"/> SESUAI KTP <input type="checkbox"/> RUMAH TINGGAL			
DATA PASANGAN			
NAMA LENGKAP (SESUAI KTP):	JENIS KELAMIN: <input type="checkbox"/> LAKI-LAKI <input type="checkbox"/> PEREMPUAN		
	AGAMA: <input type="checkbox"/> ISLAM <input type="checkbox"/> KATOLIK <input type="checkbox"/> PROTESTAN <input type="checkbox"/> BUDHA <input type="checkbox"/> HINDU <input type="checkbox"/> LAINNYA		
NO. KTP:	TEMPAT & TANGGAL LAHIR:		
NO. TLP.:	HP:	EMAIL:	
DATA KELUARGA DEKAT (YANG TIDAK SERUMAH)			
NAMA LENGKAP (SESUAI KTP):	JENIS KELAMIN: <input type="checkbox"/> LAKI-LAKI <input type="checkbox"/> PEREMPUAN		
	HUBUNGAN DENGAN NASABAH: (ADIK, KAKAK, ORANG TUA, DSB)		
ALAMAT	RT/RW:		
PROVINSI:	KAB./KOTA:	KEC.:	
NO. TLP.:	HP:	EMAIL:	
DATA PENSUIN			
NOPEN/NOTAS:			
NIP/NO. KPE:	(16 Digit/9 Digit)		
NO. SK PENSUIN:			
INSTANSI (sebelum pensiun):			
TMT/TANGGAL PENSUIN: ... / ... / ...			
LEMBAGA PENGELOLA PENSUIN: <input type="checkbox"/> TASPEN <input type="checkbox"/> DAPEN: .....			
NOMINAL GAJI/MANFAAT PENSUIN BULANAN TERAKHIR: Rp. ....			
KANTOR BAYAR: .....			
INFORMASI LAIN			
TALANGAN BIAYA: <input type="checkbox"/> BIAYA ASURANSI <input type="checkbox"/> PENALTY/DENDA BANK ASAL			
PILIHAN ASURANSI: <input type="checkbox"/> AL AMIN <input type="checkbox"/> JAMKRINDO SYARIAH <input type="checkbox"/> ASKRINDO SYARIAH <input type="checkbox"/> ASKRIDA SYARIAH <input type="checkbox"/> JASINDO SYARIAH <input type="checkbox"/> TAKAFUL KELUARGA <input type="checkbox"/> LAINNYA: .....			
<p>Dengan menandatangani formulir ini saya menyatakan bahwa:</p> <p>1. Saya mengajukan permohonan pembiayaan pensiun dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI).</p> <p>2. Semua data &amp; informasi dalam permohonan ini adalah benar, serta memberi kuasa kepada Bank untuk memperoleh referensi dari sumber manapun dengan cara yang dianggap layak oleh Bank.</p> <p>3. Selanjutnya jika permohonan pembiayaan telah disetujui dan dilakukan penandatanganan akad pembiayaan antara saya dan bank maka agar dilakukan pencairan pembiayaan ke rekening saya yang tercantum pada akad pembiayaan</p>			
<p>.....</p> <p>Pemohon Materai (.....)</p>			

*formulir permohonan pembiayaan pensiun*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Data Pribadi

Nama : Seta Arum Murti

Tempat & tanggal lahir : Demak, 27 Juni 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Kp. Genggongan rt 06 rw 02 Kelurahan Mangunjiwan  
Kecamatan Demak Kabupaten Demak

No. HP : 085814488186

Email : [setaarumurti@gmail.com](mailto:setaarumurti@gmail.com)

### Pendidikan

1. TK Kemala Bhayangkari 36 Demak Tahun 2005-2007
2. SD Negeri Bintoro 4 Demak Tahun 2007-2013
3. SMP Negeri 2 Demak Tahun 2013-2016
4. SMA Negeri 1 Demak Tahun 2016-2019
5. UIN Walisongo Semarang Tahun 2019-2023