

**STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN
PENSIUN DI BANK SYARIAH MANDIRI
KCP UNGARAN**



Tugas Akhir

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Diploma Tiga Dalam Ilmu Perbankan
Syariah

Disusun Oleh :

Ilma Safaatul Fitri

1505015068

**PROGRAM STUDI D III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2018**

Drs. H. Saekhu, MH.

Desa Krasak RT 03 RW 02, Kec. Pecangaan, Kab. Jepara

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Tugas Akhir
An. Ilma Safaatul Fitri

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir saudara :

Nama : Ilma Safaatul Fitri
NIM : 1505015068
Judul : **Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah KCP Ungaran.**

Dengan ini saya memohon sekiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Semarang, 04 Juli 2018


Drs. H. Saekhu, MH.
NIP. 196901201994031004



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185

Website: febi_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Ilma Safaatul Fitri

NIM : 1505015068

Judul : STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN
PENSIUN DI BANK SYARIAH MANDIRI KCP UNGARAN

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program D3 Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang dan
dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal:

18 Juli 2018

Dapat diterima, sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun
Akademik 2018.

Ketua Sidang,

H. Johan Arifin, S.Ag., MM

NIP. 197109082002121001

Semarang, 23 Juli 2018

Sekretaris Sidang,

Drs. H. Saekhu, MH

NIP. 196901201994031004

Penguji I,

Prof. Dr. H. Siti Mujibatu, M.Ag.

NIP. 195904131987032001

Penguji II,

Ratno Agriyanto, M.Si., A.Kt

NIP. 198001282008011010

Pembimbing

Drs. H. Saekhu, MH

NIP 196901201994031004

MOTTO

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

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S Anisa:29)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji Syukur atas segala nikmat yang Allah berikan kepada saya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Untuk itu Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orangtua tercinta, Ibu Warohati dan Bapak Kasnadi yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Semoga Allah senantiasa melimpahkan kesehatan untuk ibu dan bapak sehingga dapat menyaksikan kesuksesan anaknya kelak.
2. Kakaku tersayang Sigit Bayu Utomo yang tidak kenal lelah untuk memberikan semangat untuk adiknya tercinta.
3. Adikku tercinta Agni Safatunnisa yang telah memberikan keceriaan dan kasih sayangnya kepada penulis.
4. Sahabat dan semua teman kelas PBS B yang aku sayangi, terimakasih untuk canda tawa yang kalian berikan.
5. 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 kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas akhir ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 04 Juli 2018

Deklarator,



Ilma Safaatul Fitri

NIM. 1505015068

ABSTRAK

Bank Syariah Mandiri merupakan bank milik pemerintah pertama yang berlandaskan operasionalnya pada prinsip syariah. Salah satu produknya yaitu produk pembiayaan pensiun. Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran agar menarik nasabah tidaklah mudah, karena masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui mengenai produk pembiayaan pensiun dan masih menganggap bank syariah sama dengan bank konvensional. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat demi keberhasilan perusahaan.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis membuat Tugas Akhir dengan Judul “Strategi Pemasaran pada Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran” dengan rumusan masalah yaitu bagaimana strategi pemasaran pada produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dan apa saja kendala- kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun serta bagaimana cara mengatasi kendala tersebut.

Rumusan masalah tersebut dianalisis dengan metode deskriptif analisis. Metode pengumpulan datanya melalui wawancara dengan staf marketing pembiayaan pensiun, Dokumentasi dan Observasi secara langsung di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran pada produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran menggunakan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Namun terdapat kendala – kendala seperti persaingan, loyalitas nasabah kepada bank konvensional, minimnya pengetahuan nasabah tentang bank syariah dan sulitnya mencari data alamat nasabah. Oleh karena itu marketing

harus memaksimalkan promosi, sosialisasi, penjualan langsung dan pemasaran dilakukan secara kontinue dan intensif.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pembiayaan Pensiun

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik tanpa ada halangan yang berarti. Tidak lupa pula shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari jaman jahilliyah hingga ke jaman yang terang benerang ini.

Tugas Akhir ini disusun untuk melengkapi syarat kelulusan Program Diploma III Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Tugas Akhir ini dapat terselesaikan atas bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibin, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang.
3. Bapak Johan Arifin, S.Ag.,M.M. selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Drs. H. Saekhu, MH. selaku Dosen pembimbing, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun Tugas Akhir ini.
5. Bapak Muhamad Nurudin selaku Staf Marketing Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.
6. Keluarga besar Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran yang telah memberikan kesempatan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.

7. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan dukungan dan bantuan baik secara moril maupun materil untuk kesuksesan anaknya dengan doa- doa yang tulus dan ikhlas sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Serta semua pihak, yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan baik dalam tata cara penulisan maupun tata bahasanya. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan sangat penulis harapkan guna sempurnanya Tugas Akhir ini. Dan semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Amin.

Semarang, 04 Juli 2018
Penulis,

Ilma Safaatul Fitri
NIM: 1505015068

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR BAGAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat	7
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Metodologi Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran	15
1. Pengertian Strategi	15

2.	Pengertian Pemasaran	16
3.	Tujuan Pemasaran	17
4.	Konsep Pemasaran	18
5.	Konsep Pemasaran Syariah	21
6.	Strategi Pemasaran	26
7.	Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	28
B. Pembiayaan Pensiun		
1.	Pengertian Pembiayaan	34
2.	Tujuan Pembiayaan	36
3.	Pensiun	38
4.	Akad pembiayaan Pensiun	41

BAB III GAMBARAN UMUM

A.	Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri	45
B.	Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan Bank Syariah Mandiri.....	47
C.	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran	49
D.	Produk-Produk Bank Syariah Mandiri	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran	75
B.	Kendala- Kendala yang dihadapi Bank Syariah	

Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun dan cara mengatasinya.....	86
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	91
B. Saran	93
C. Penutup	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan I Struktur Organisasi BSM KCP Ungaran.....	34
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lahirnya perbankan syariah dilandasi dengan kehadiran dua gerakan renaissance Islam modern yaitu neorevivalis dan modernis. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah. Upaya awal penerapan sistem *profit* dan *loss sharing* tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940-an, yaitu adanya upaya mengelola dana jamaah haji secara nonkonvensional. Rintisan institutional lainnya adalah Islamic Rural Bank di desa Mit Ghamr pada tahun 1963 di Kairo, Mesir.

Setelah dua rintisan awal yang cukup sederhana itu, bank Islam tumbuh dengan sangat pesat. Sesuai dengan analisa Prof. Khursid Ahmad dan laporan Internasional Association of Islamic Bank, hingga akhir 1999 tercatat lebih dari dua ratus lembaga keuangan Islam yang beroperasi diseluruh dunia, baik di negara-negara berpenduduk muslim maupun di Eropa, Australia maupun Amerika.

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berkembang ke Indonesia pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwataatmadja, M. Dawan Rahardjo, A.M. Saefuddin, M. Amien Azis dan lain-lain. Akan tetapi prakasa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di Hotel Sahid Jaya Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat Munas IV MUI dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia.

Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI tersebut dia atas. Akte Pendirian PT Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Pada saat penandatanganan akte pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp 84 miliar. Pada awal pendirian Bank Muamalat Indonesia, keberadaan bank syariah belum mendapat perhatian yang optimal dalam tatanan industri perbankan nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah ini hanya dikategorikan sebagai bank dengan sistem bagi hasil, tidak

terdapat rincian landasan hukum syariah serta jenis usaha yang diperbolehkan. Hal ini tercermin dari UU No. 7 Tahun 1992, dimana perbankan dengan sistem bagi hasil diuraikan hanya sepintas.¹

Lahirnya Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang- Undang Nomor 7 Tahun 1992 mengenai perbankan telah memberikan peluang yang besar bagi pengembangan perbankan syariah. Dari peraturan perundang- undangan ini dapat diketahui bahwa tujuan dikembangkan bank syariah adalah untuk memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak menerima konsep bunga. Dengan *dual banking system*, mobilitas dana masyarakat dapat diserap secara luas, terutama daerah- daerah yang tidak bisa dijangkau oleh bank konvensional.²

Bank secara umum menjalankan dua macam kegiatan yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus unit*) untuk kemudian menyalurkan kepada masyarakat yang kekurangan dana (*defisit unit*). Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 secara tegas mengakui eksistensi dari perbankan syariah, yaitu bank umum maupun bank perkreditan rakyat yang menjalankan kegiatan usahanya

¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001, h. 18-26.

² Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2012, h. 209.

berdasarkan prinsip syariah. Dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, prinsip syariah diartikan sebagai aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.³

Menyusul diterbitkannya Undang- Undang No. 10 tahun 1998, pada tanggal 16 juli 2008 di terbitkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah nasional mendorong berkembangnya bank syariah di Indonesia, pada lima tahun terakhir asetnya tumbuh lebih dari 65% pertahun. Undang-undang ini memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk mengatur dan mengawasi bank-bank syariah dan perbankan syariah di Indonesia. Dimana dalam mendirikan bank syariah ataupun Unit Usaha Syariah (UUS), dan melakukan konversi bank konvensional menjadi bank syariah harus mendapat Izin dari Bank Indonesia.⁴

Atas dasar di keluarkannya Undang- undang tersebut Bank syariah semakin berlomba- lomba dalam mengeluarkan produk- produk dan jasa yang sesuai dengan syariat Islam yang memberikan kemudahan dan keuntungan bagi nasabahnya, salah satunya adalah Bank Syariah Mandiri,

³ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar- dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, hlm. 77.

⁴ Sutan Remy Sjahdeni, *Produk- produk dan Aspek- aspek Hukumnya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, hlm. 98.

sebagai bank yang secara resmi beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan merupakan bank milik pemerintah pertama yang berlandaskan operasionalnya pada prinsip syariah. Secara Struktural, BSM berasal dari Bank Susila Bakti (BSB), sebagai salah satu anak perusahaan di lingkup Bank Mandiri, yang Kemudian dikonversi menjadi bank syariah secara penuh.⁵ Untuk dapat bersaing dengan bank- bank syariah yang lain maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat demi keberhasilan usaha perusahaan serta usaha menguasai pasar.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang 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.⁶

⁵ Antonio, *Bank,...*, h. 26.

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2013, h. 168.

Strategi pemasaran yang digunakan pada setiap bank pastinya berbeda antara bank yang satu dengan bank yang lain, khususnya dalam mempromosikan dan memasarkan produk- produknya pada nasabah. Baik itu produk *funding* maupun produk *financing*. Bank Mandiri Syariah KCP Ungaran mempunyai berbagai macam produk yang terdiri dari produk penghimpunan dana (*funding*) berupa tabungan, giro dan deposito serta produk penyaluran dana (*financing*) berupa pembiayaan pensiunan, pembiayaan BSM OTO, pembiayaan implan, pembiayaan gadai emas, pembiayaan kepemilikan rumah, dan pembiayaan warung mikro.

Salah satu produk pembiayaan yang diberikan Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran adalah pembiayaan pensiun yang merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah.⁷

Untuk memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran agar menarik nasabah tidaklah mudah, karena masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui mengenai produk pembiayaan pensiun dan masih menganggap bank syariah sama dengan bank konvensional.

⁷ <https://www.syahiah-mandiri.co.id>, diakses pada tanggal 05 April 2018

Dalam Upaya meningkatkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran maka dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat dan terencana agar masyarakat khususnya pensiunan lebih tertarik dengan produk pembiayaan di Bank Syariah Mandiri dibandingkan dengan produk pembiayaan di bank syariah lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membahas strategi pemasaran pada produk pembiayaan pensiun yang tertuang dalam Tugas Akhir dengan judul “ **Strategi Pemasaran pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran**”

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran pada produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran ?
2. Apa saja kendala- kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun dan bagaimana cara mengatasi kendala tersebut ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui strategi pemasaran pada produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

2. Mengetahui kendala- kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun dan cara mengatasi kendala tersebut.

Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah :

A. Bagi penulis

1. Menambah wawasan dan pengetahuan secara mendalam mengenai strategi pemasaran
2. Menambah pemahaman mengenai kendala- kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

B. Bagi Bank

1. Sebagai sarana penambah informasi bagi praktisi perbankan mengenai strategi pemasaran pada produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.
2. Mempererat silaturahmi dan kerjasama yang baik antara Mahasiswa, Universitas Negeri Walisongo dan Bank Syariah Mandiri.

C. Bagi Universitas

1. Dapat dijadikan sumber referensi dalam pengembangan ilmu untuk menunjang penelitian selanjutnya.

2. Dapat dijadikan sarana untuk menjalin kerjasama antara Universitas Negeri Walisongo dan Bank Syariah Mandiri.

D. Tinjauan Pustaka

Pada penelitian ini peneliti meninjau beberapa penelitian terdahulu dengan tema yang berkaitan dengan objek yang diteliti pada penelitian ini, adapun kajian pustaka terdahulu adalah sebagai berikut :

Pertama, tugas akhir yang berjudul “ Prosedur Pemberian Pembiayaan Pensiun di BANK Syariah Mandiri KC Ajibarang Banyumas Jawa Tengah” karya Dian Risky Pangestika Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, yang menyimpulkan pengajuan permohonan pembiayaan dilakukan oleh nasabah dengan melengkapi persyaratan yang diminta, analisis pembiayaan yang dilakukan oleh CBRM untuk pengecekan kelengkapan dokumen, keputusan pembiayaan, penandatanganan perjanjian pembiayaan yang dilakukan oleh CBRM dan nasabah, kemudian agunan dikuasakan oleh nasabah kepada pihak bank, dan yang terakhir realisasi pembiayaan.

Kedua, skripsi Berjudul “ Analisis *Promotion Mix* Pembiayaan Pensiunan dalam Perspektif Marketing Syariah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus” karya Ana Septiana Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Kudus, yang menyimpulkan *Promotion mix* pembiayaan pensiunan yang

dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus dengan lima metode yaitu periklanan penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. *Promotion mix* yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus untuk meningkatkan ketertarikan nasabah ditinjau dari marketing syariah sudah baik dengan menyampaikan informasi yang sebenarnya, dan melakukan pendekatan secara khusus dengan menanamkan sikap profesional, simpatik, sopan santun, dan rendah hati kepada nasabah.

Ketiga, skripsi Berjudul “Strategi Pemasaran Syariah Dana Pensiun Lembaga Keuangan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin” karya Firda Annisa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang menyimpulkan strategi pemasaran syariah DPLK yang digunakan dengan *cross selling*, brosur, dan sosialisasi di *event – event* tertentu. Faktor – faktor yang mempengaruhi meliputi faktor internal dan eksternal.

E. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak diperoleh dengan menggunakan

prosedur statistik.⁸ Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*) yakni dengan melakukan observasi secara langsung di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

2. Sumber Data

a. Sumber Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan staf marketing pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

b. Sumber Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pihak kedua yang bersumber dari dokumen-dokumen, brosur, buku- buku maupun website yang berkaitan dengan penelitian ini.⁹

3. Metode Pengumpulan data

a. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antar pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang

⁸ Marta dan Evi, *Metodologi penelitian Kualitatif untuk bidang kesehatan*, Jakarta: Rajawali Pres, 2016, h. 1.

⁹ Etta Mamang Sangadji, *Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010, h. 190.

sebelumnya.¹⁰ Wawancara dilakukan secara langsung dengan staf marketing pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹¹

c. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap responden (wawancara dan angket), namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi).¹² Metode ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

¹⁰ Muri Yusuf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, h. 372.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2014, h.240.

¹² Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif :Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, h.181.

4. Teknis Analisis Data

Analisis data kualitatif, sebenarnya bertumpu pada strategi deskriptif kualitatif maupun verifikasi kualitatif, deskriptif kualitatif berintikan cara berfikir induktif dan deduktif pada strategi verifikasi kualitatif.¹³

Dari data-data yang telah terkumpul, penulis berusaha menganalisis data tersebut. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisa deskriptif kualitatif yaitu data-data yang diperoleh kemudian dituangkan dalam bentuk kata-kata, maupun gambar kemudian dideskripsikan, sehingga dapat memberikan kejelasan yang realitas.

F. Sistematika Penulisan

Dalam Sistematika penulisan, penulis menyusun Tugas Akhir sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

¹³ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2013, h.280

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori – teori yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan pembiayaan pensiun.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini berisi sejarah Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran, visi misi, budaya perusahaan, struktur organisasi dan uraian tugas, serta produk- produk Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

Pada bab ini membahas mengenai strategi pemasaran pada produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri dan kendala-kendala yang dihadapi Bank syariah Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun dan cara mengatasi kendala tersebut.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *Strategia* (*stratos*: militer, *agia*: memimpin). Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya.¹⁴ Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda.

Berikut beberapa definisi strategi menurut para ahli :

- a. Philip Kotler mengatakan bahwa perencanaan atau strategi adalah proses untuk mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategik di antara sasaran-sasaran dan kemampuan perusahaan dan peluang-peluang pemasarannya yang terus berubah.¹⁵

¹⁴ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 1997, h.338.

¹⁵ M. Nur Rianto Al Arif, “*Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*”, Bandung : Alfabeta, 2012, h. 163.

- b. Menurut Swastha, Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.¹⁶
 - c. Menurut Jack Trout, strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana 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.¹⁷
2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi keutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu definisi pemasaran yang terpendek adalah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”.

Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika, “pemasaran adalah salah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan,

¹⁶ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012, h.33.

¹⁷ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010, h.29.

mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemiliknnya sahamnya”.

Kotler dan AB Susanto mendefinisikan pemasaran adalah “suatu proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”.

Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.¹⁸

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 perusahaan itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah sebagai berikut:

¹⁸ Arif, *Dasar...*, h. 6.

- a. Memaximumkan konsumsi atau dengan kata lain, memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang- ulang.
- b. Memaximumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c. Memaximumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki bergam pilihan.
- d. Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.¹⁹

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.²⁰

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah

¹⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004, h. 57.

²⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013, h.81.

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 :

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.²¹

5. Konsep Pemasaran Syariah

Dalam spiritual marketing, pesaing bukanlah dianggap sebagai musuh, justru dalam spritual marketing menjunjung tinggi nilai- nilai moral dan slalu memelihara hubungan baik dan kemitraan dengan pesaing. Pesaing dianggap sebagai mitra sejajar yang mampu mengacu kreativitas dan inovasi perusahaan. Persaingan adalah hal

²¹ Arif, *Dasar,...*,h. 7- 10

yang baik karena akan turut membesarkan pasar. Karena itu, dalam spritual marketing pesaing akan lebih ditempatkan sebagai mitra ketimbang sebagai musuh yang harus dihancurkan. Spritual marketing bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat. Spritual marketing adalah puncak dari marketing itu sendiri, spritual marketing merupakan jiwa dari bisnis.

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيَهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ

قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (Q.S Al- Baqarah:148)

Pemasaran syariah sendiri menurut definisi adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan

sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskonnya atau iming-iming hadiah belaka.

Pemasaran berperan dalam syariah diartikan perusahaan yang berbasis syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesionalitas dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. Syariah berperan dalam pemasaran bermakna suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran sehingga diharapkan perusahaan tidak akan serta-merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja ia juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat mengubah suatu *values* kepada para *stakeholders* sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya sehingga menjadi bisnis yang stabil dan berkelanjutan.

Dalam hal teknis pemasaran syariah, salah satunya terdapat strategi pemasaran syariah untuk memenangkan *mind-share* dan nilai pemasaran syariah untuk memenangkan *heart-share*.

Strategi pemasaran syariah melakukan *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning* market dengan melihat pertumbuhan pasar, keunggulan kompetitif, dan situasi persaingan sehingga dapat melihat potensi pasar yang baik agar dapat melihat potensi pasar yang baik agar dapat

memenangkan *mind-share*. Selanjutnya syariah *marketing value* melihat *brand* sebagai nama baik yang menjadi identitas seseorang atau perusahaan, sehingga mampu mendapatkan *heart-share*.

Secara umum pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari inisiator kepada stake holdersnya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Ada 4 karakteristik yang terdapat pada syariah marketing :

a. Ketuhanan (*rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah, aktivitas, dan kegiatan yang dilakukan harus selalu menginduk kepada syariat Islam. Pemasaran syariah meyakini bahwa hukum-hukum ke Tuhan-an ini adalah hukum yang paling ideal, paling sempurna, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan.

Dengan konsep ini seorang pemasar syariah akan sangat hati-hati dalam perilaku pemasarannya dan

berusaha untuk tidak merugikan konsumen. Namun seorang pemasar syariah memiliki orientasi *masalah*, sehingga tidak hanya mencari keuntungan namun diimbangi pula dengan keberkahan didalamnya.

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ  وَمَنْ

يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ 

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula. (Q.S Al Zalzalah:7-8)

b. Etis (*akhlaqiyyah*)

Keistimewaan yang lain dari syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran Syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai- nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karena bersifat universal.

c. Realistis (*al-waqi'yyah*)

Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel. sifat realistis dikarenakan pemasaran syariah sangat fleksibel dan luwes dalam

tafsir hukum dan implementasinya terhadap pemasaran konvensional.

d. Humanistis (*insaniyyah*)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Syariah Islam adalah syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Hal ini membuat syariah memiliki sifat universal sehingga syariah humanistis universal, setiap nasabah yang membutuhkan pelayanan bank syariah harus dilayani tanpa memandang apakah ia seorang muslim ataupun nonmuslim apakah ia dari status sosial rendah ataukah status sosial yang tinggi semuanya harus dilayani dalam industri perbankan syariah.²²

6. Strategi Pemasaran

Secara terminologi, strategi pemasaran mengacu pada rencana perusahaan dalam mengalokasikan sumber dayanya dengan memposisikan produk atau jasa dan menargetkan kelompok konsumen spesifik guna mendapatkan keuntungan. Strategi pemasaran berfokus pada tujuan jangka panjang perusahaan dan melibatkan

²² Arif, *Dasar,....*,h. 16-24.

perencanaan program- program pemasaran untuk mewujudkan tujuan perusahaan.²³

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang 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.

Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing- masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau ancaman/

²³ Hermawan, *Komunikasi,....*, h. 40.

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/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.²⁴

7. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran. Berikut ini dijelaskan secara singkat mengenai masing- masing unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikemukakan oleh Philip Kotler, antara lain, sebagai berikut :

²⁴ Assauri, *Manajemen*,..., h. 168.

a. *Product* (Produk)

Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (brand), fitur yang ditawarkan didalam produk tersebut, pembungkus, garansi, dan servis sesudah penjualan (*after sales service*). Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan selanjutnya mengenai harga, distribusi, dan promosi dapat diambil.

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti produk kendaraan, komputer, alat elektronik atau produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh dari produk barang. Sementara produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Produk yang ditawarkan perbankan adalah contoh dari produk jasa, sehingga

pemasarannya yang digunakan pun strategi pemasaran produk jasa.

b. *Place* (Tempat)

Yang perlu di perhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu:

1. Sistem transportasi
2. Sistem penyimpanan
3. Pemilihan saluran distribusi

Bagi perbankan, pemilihan lokasi (tempat) sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakkan mesin ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju yang sesuai dengan *core business* dari perusahaan.

c. *Price* (Harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor- faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut *mark-up* (berapa tingkat presentase kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan), *mark-down* (berapa tingkat presentase penurunan harga), potongan harga termasuk berbagai macam bentuk dan besaran persentasenya, *bundling*

(penjualan produk secara paket), harga pada waktu-waktu tertentu (*inter-temporal pricing*), komisi yang diterima marketing, dan metode penetapan harga lainnya yang diinginkan oleh perusahaan terkait dengan kebijaksanaan strategi pemasaran.

d. *Promotions* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi disini terkait dengan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.²⁵

Perusahaan harus mampu memutuskan kegiatan promosi yang tepat bagi suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan. Sebab setiap produk memiliki target pasar yang berbeda, sehingga pendekatan promosi yang harus dilakukan pun akan

²⁵ Arif, *Dasar,....*,h. 14-16

berbeda pula. Sehingga kegiatan promosi harus disesuaikan dengan anggaran promosi yang dimiliki oleh perusahaan.

Dalam menentukan alat promosi, manajer pemasaran bank harus mengenal ciri masing-masing alat promosi yang akan digunakan. Secara garis besar keempat macam promosi yang dapat digunakan oleh perbankan secara umum adalah sebagai berikut :

1. Periklanan (*advertising*) adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan, dalam hal ini adalah bank, guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama serta calon nasabah.
2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)
Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa

yang ditawarkan. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditunjukkan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Karena waktunya singkat dan agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk.

3. Penjualan pribadi (*Personal Selling*) merupakan cara yang paling efektif untuk memberikan informasi kepada konsumen, menanamkan pilihan pembeli, keyakinan pembeli, dan tindakan pembeli pada tingkat tertentu dalam proses pembelian.

4. Publisitas

Promosi yang terakhir adalah publisitas, dimana kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan stan promosi dipusat perbelanjaan, *sponsorship* kegiatan, program *Corporate Social*

Responsibility (CSR), dan mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal.²⁶

B. Pembiayaan Pensiun

1. Pengertian Pembiayaan

Pengertian pembiayaan menurut Kamus Pintar Ekonomi Syariah, pembiayaan diartikan sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa : (a) transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah; (b) transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik*; (c) transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istis'na*; (d) transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qard*, dan (e) transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah serta UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujarah, tanpa imbalan, atau bagi hasil. Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada

²⁶Arif, *Dasar*,...,h.170-185.

pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.²⁷

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

- a. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
- b. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan produksi dan untuk keperluan perdagangan.

²⁷ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Kalimedia, 2015, h. 1.

- b. Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang- barang modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.²⁸

2. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu: tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan:

- a. Peningkatan ekonomi umat, artinya: masyarakat yang tidak dapat akses ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk mengembangkan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melalui aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang minius dana, sehingga dapat digulirkan.
- c. Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
- d. Membuka lapangan kerja baru artinya, dengan dibukannya sektor- sektor usaha melalui penambahan

²⁸ Antonio, ..., h.160.

dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut menyerap tenaga kerja.

- e. Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:

- a. Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
- b. Upaya meminimalkan risiko, artinya 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.
- c. Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada, dan sumber daya modal tidak ada, maka dipastikan

diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan sumber- sumber daya ekonomi.

- d. Penyaluran kelebihan dana, artinya 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.²⁹

3. Pensiun

a. Pengertian Pensiun

Pensiun adalah seseorang yang sudah tidak bekerja lagi karena usianya sudah lanjut dan harus diberhentikan, ataupun atas permintaan sendiri (pensiun muda). Seseorang yang pensiun biasanya mendapatkan hak atas dana pensiun.³⁰ Menurut Undang- Undang No. 11 Tahun 1969 tentang pensiun pegawai dan pensiun janda/ duda pegawai, pensiun diberikan sebagai jaminan hari tua dan sebagai penghargaan atas jasa-jasa pegawai negeri selama bertahun- tahun bekerja dalam dinas pemerintahan.

²⁹ Asiyah, Manajemen,...,h. 4-6.

³⁰ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/pensiun> diakses 8 Mei 2018

Syarat- syarat pokok untuk mendapatkan hak pensiun adalah:

1. Telah mempunyai usia sekurang- kurangnya 50 tahun.
2. Memiliki masa kerja untuk pensiun sekurang- kurangnya 20 tahun.
3. Telah diberhentikan dengan hormat sebagai Pegawai Negeri.³¹

Usia pegawai negeri untuk penetapan hak atas pensiun, ditentukan atas dasar tanggal kelahiran yang disebut pada pengangkatan pertama sebagai pegawai negeri, menurut bukti-bukti yang sah. Apabila mengenai tanggal kelahiran tidak terdapat bukti-bukti yang sah, maka tanggal kelahiran atas umur pegawai ditetapkan berdasarkan keterangan dari pegawai yang bersangkutan pada pengangkatan pertama dengan ketentuan bahwa tanggal kelahiran atau umur tersebut kemudian tidak dapat diubah lagi untuk keperluan penentuan hak atas pensiun pegawai.³²

³¹ Rozali Abdullah, *Hukum Kepegawaian*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996, h.108.

³² Djoko Prakoso, *Hukum Administasi Kepegawaian*, Semarang: Dahara Prize, 1991. h. 159.

b. Dana Pensiun

Dana pensiun adalah sekumpulan aset yang dikelola dan dijalankan oleh suatu lembaga untuk menghasilkan manfaat pensiun, yaitu suatu pembayaran berkala yang dibayarkan kepada peserta dengan cara yang ditetapkan dalam ketentuan yang menjadi dasar penyelenggaraan program pensiun. Pembayaran manfaat tersebut dikaitkan dengan pencapaian usia tertentu. Menurut Undang-undang No.11 tahun 1992, pengertian dana pensiun adalah badan hukum yang mengelola dan menjalankan program yang menjanjikan manfaat pensiun (pasal 1 angka 1).

c. Jenis Dana Pensiun

Dana pensiun jenisnya dapat dibedakan menjadi dua macam (pasal 2), yaitu:

1. Dana pensiun pemberi kerja, yaitu dana pensiun yang dibentuk oleh orang atau badan yang mempekerjakan karyawan, selaku pendiri, untuk menyelenggarakan program pensiun manfaat pasti atau program pensiun iuran pasti, bagi kepentingan sebagian atau seluruh karyawannya sebagai peserta, dan yang menimbulkan kewajiban terhadap pemberi kerja (pasal 1 angka 2).

2. Dana pensiun Lembaga Keuangan, yaitu dana pensiun yang dibentuk oleh bank atau perusahaan asuransi jiwa untuk menyelenggarakan program pensiun iuran pasti bagi perorangan, baik karyawan maupun pekerja mandiri yang terpisah dari dana pensiun pemberi kerja bagi karyawan bank atau perusahaan asuransi jiwa yang bersangkutan (pasal 1 angka 4).³³

4. Akad Pembiayaan Pensiun

Akad yang digunakan pada pembiayaan pensiun yaitu akad *murabahah* atau jual beli dan akad *ijarah* atau sewa menyewa.

a. *Murabahah*

Akad *murabahah* adalah transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli. Dalam menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, Undang-Undang Perbankan Syariah memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud dengan akad *murabahah* adalah akad pembiayaan

³³ Burhanuddin S, *Aspek Hukum Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 211-212.

suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang telah disepakati.³⁴

Dengan akad *murabahah* bank syariah memenuhi kebutuhan nasabah dengan membelikan aset yang dibutuhkan nasabah dari *supplier* kemudian menjual kembali kepada nasabah dengan mengambil margin keuntungan yang diinginkan. Sementara itu, nasabah mendapatkan kebutuhan asetnya dengan harga yang tetap.³⁵

b. *Ijarah*

Kata *ijarah* berasal dari kata al-‘Ajr yang berarti kompensasi (*compensation*), substitusi (*substitute*), pertimbangan (*consideration*), imbalan (*return*), atau *counter value* (al-‘Iwad). Dalam konteks perbankan syariah, *ijarah* adalah suatu *lease contract* dimana suatu bank atau lembaga keuangan menyewakan peralatan, sebuah bangunan, barang-barang seperti mesin, pesawat terbang, dan lainnya kepada salah satu nasabahnya berdasarkan pembebanan biaya sewa yang

³⁴ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 200.

³⁵ Ascarya, *Akad & produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015, h.127.

sudah ditentukan sebelumnya secara pasti (*fixed charge*). Menurut Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000, yang dimaksud dengan *ijarah* adalah pemindahan hak pakai atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.³⁶

³⁶ Sutan Remy Sjahdeni, *Perbankan Syariah Produk- produk dan Aspek – aspek Hukumnya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, h.263-264.

BAB III

GAMBARAN UMUM BANK SYARIAH MANDIRI

A. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri

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

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

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

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan

kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999. BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

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

B. Visi, misi dan Budaya Bank Syariah Mandiri

1. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi dari Bank Syariah Mandiri adalah “ Bank Syariah Terdepan dan Modern”

Untuk nasabah : BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan.

Untuk pegawai : BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

Untuk Investor : Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan *value* berkesinambungan.

Sedangkan misi dari Bank Syariah Mandiri yaitu :

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

2. Budaya Perusahaan

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi BSM, insan-insan BSM perlu menerapkan nilai- nilai yang relatif seragam. Insan- insan BSM telah menggali dan menyepakati nilai- nilai dimaksud, yang kemudian disebut BSM Shared Values. BSM *Shared Values* tersebut adalah

ETHIC (*Excellence, Teamwork, Humanity, Integrity, dan Costomer Focus*).

Excellence

Bekerja keras, cerdas, tuntas dengan sepenuh hati untuk memberikan hasil terbaik

Teamwork

Aktif, bersinergi untuk sukses bersama

Humanity

Peduli, ikhlas, memberi maslahat dan mengalirkan berkah bagi negeri.

Integrity

Jujur, taat, amanah dan bertanggungjawab.

Customer Focus

Berorientasi kepada kepuasan pelanggan yang berkesinambungan dan saling menguntungkan.³⁷

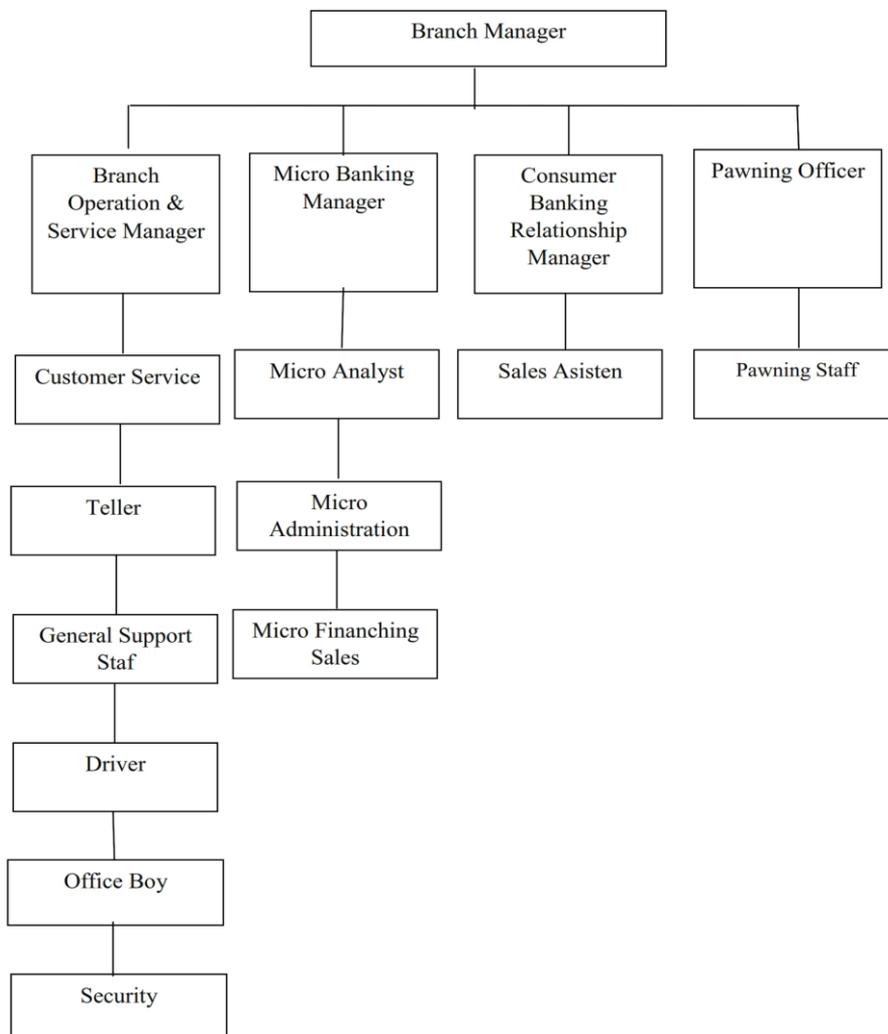
C. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. Kepala KCP | : Meilia Dewi Indriyana |
| 2. BOSM | : Joko Tri Laksono |
| 3. CBRM | : Deby Nurul Triasa |
| 4. MBM | : Fery Kurniawan |
| 5. Sales Asisten | : Muhammad Nurudin |
| 6. Micro Administration | : Lihatul Wahidah |

³⁷<https://www.syariahamandiri.co.id>. di akses pada 16 April

7. Micro Financing Sales : 1. Dwi Suprapman
2. Abdul Nafik
3. Nur Salim
4. Ahmad Permadi
8. General Support Staff : Kania Anglila Kinantiyan
9. Officer Gadai : Yazid Muslim
10. Penaksir Gadai : Eka Resmi Kurniasari
11. Teller : Erva Nur Fazira
12. Customers Service : 1. Elisa Nurma Yunita
2. Diangga Yusuf
13. Office Boy : Sutriyono
14. Driver : Joko Suryono
15. Security : 1. Maryono
2. Fery Widiyantoro

Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran³⁸



³⁸ Wawancara dengan Ibu Kania Anglila Kinantyan selaku back office di BSM KCP Ungaran

Uraian Tugas :a. *Branch Manager*

1. Mengelola secara optimal sumber daya insani Cabang agar dapat melakukan kelancaran operasional Bank.
2. Menetapkan dan melaksanakan strategi pemasaran bank untuk mencapai tingkat sasaran yang telah ditetapkan baik pembiayaan, dana maupun jasa.
3. Memastikan realisasi target operasional cabang pembantu serta menetapkan upaya-upaya pencapaiannya.
4. Melakukan review terhadap pelaksanaan analisis pembiayaan gunaantisipasi risiko.

b. *Micro Banking Manager*

1. Bertanggungjawab terhadap pencapaian target pembiayaan outlet warung mikro.
2. Sebagai supervisi terhadap pegawai di outlet warung mikro.
3. Sebagai pemutus pembiayaan dengan jumlah pembiayaan s.d Rp 20 juta.
4. Melakukan monitoring terhadap pembiayaan mikro.
5. Melakukan pembinaan dan pengembangan kepada pegawai di outlet warung mikro.
6. Ikut membantu melakukan penyelesaian pembiayaan bermasalah di outlet warung mikro.

c. *Micro Analyst*

1. Melakukan *On The Spot* ke calon nasabah pembiayaan.
2. Melakukan penilaian agunan pembiayaan.
3. Melakukan analisa terhadap hasil kunjungan calon nasabah.
4. Melakukan monitoring terhadap nasabah pembiayaan mikro .
5. Melakukan penagihan terhadap nasabah pembiayaan.

d. *Micro Financing Sales*

1. Memasarkan produk pembiayaan warung mikro.
2. Memastikan kelengkapan dokumen pembiayaan.
3. Melakukan penyaringan awal terhadap permohonan nasabah.
4. Melakukan monitoring terhadap nasabah pembiayaan mikro.
5. Melakukan penagihan terhadap nasabah pembiayaan mikro.

e. *Micro Administration*

1. Bertanggungjawab terhadap kelengkapan dokumen pembiayaan.
2. Melakukan administrasi setiap proses pembiayaan.
3. Mengamankan dan menyimpan dokumen penting pembiayaan.

4. Membuat laporan pembiayaan secara tepat waktu.
 5. Menyiapkan dan membantu proses pencairan pembiayaan.³⁹
- f. *Consumer Banking Relationship Manager*
1. Menawarkan nasabah supaya mengambil pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri.
 2. Memasarkan produk konsumen kepada nasabah.
 3. Menjaga kualitas pembiayaan.
 4. *Cross selling* dengan produk lain.⁴⁰
- g. *Branch Operations and Service Manager*
1. Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan standar operasional perusahaan yang telah ditetapkan.
 2. Memastikan terlaksananya layanan nasabah yang optimal sesuai dengan standar operasional.
 3. Memastikan ketersediaan liquiditas yang memadai.
 4. Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumen dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 5. Mengelola sarana dan prasarana *office*.⁴¹

³⁹ File Job desk Warung Mikro

⁴⁰ Wawancara dengan Ibu Deby Nurul Triasa selaku CBRM di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

⁴¹ Wawancara dengan Bapak Joko Tri Laksono selaku BOSM di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

- h. *General Support Staff*
 - 1. Melakukan transfer dan kliring nasabah.
 - 2. Mengurus rumah tangga kantor (bayar listrik. Bayar telfon dan lain- lain yang termasuk dalam biaya *overhead*).
 - 3. Membuat rekap absensi karyawan.
 - 4. Membuat laporan invetaris kantor.⁴²
- i. *Pawning Officcer*
 - 1. Melakukan tugas penerimaan dan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional.
 - 2. Memastikan data nasabah, taksiran, dan uang pinjaman kedalam Surat Bukti Gadai Emas BSM.
 - 3. Mencari nasabah sesuai target yang diberikan perusahaan.
 - 4. Memberi nomor pada surat bukti Gadai Emas BSM sesuai dengan nomor yang diterbitkan.
- j. *Pawning Staff*
 - 1. Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi Konter Layanan Gadai .
 - 2. Memastikan kualitas atau kadar barang jaminan yang dijaminakan.

⁴² Wawancara dengan Ibu Kania Anglila Kinantyan selaku GSS di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

3. Menindaklanjuti persetujuan dan permohonan pembiayaan pada konter layanan gadai.
4. Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan komite pembiayaan konter layanan gadai.

k. *Customers Service*

1. Memberikan penjelasan kepada calon nasabah *funding* maupun nasabah *financing* mengenai produk- produk Bank Syariah Mandiri serta dengan syarat- syarat maupun prosedurnya.
2. Melayani pembukaan rekening giro dan tabungan sesuai dengan permohonan nasabah.
3. Verifikasi data nasabah.
4. Menangani komplek nasabah.
5. Melengkapi berkas- berkas nasabah.⁴³

l. *Teller*

1. Melakukan setoran/ tarikan baik tunai maupun non tunai.
2. Memberikan pelayanan kepada nasabah.
3. Melaksanakan pengawasan brangkas.
4. Melakukan tambah kas.
5. Pengisian dan pengkosongan kas ATM.⁴⁴

⁴³ Wawancara dengan Ibu Lisa selaku CS di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

⁴⁴ Wawancara dengan Ibu Erva selaku Teller di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

m. *Driver*

1. Mengantar dan menjemput kepala cabang.
2. Mengantar marketing untuk mensurvei kondisi usaha nasabah.
3. Mengantarkan segala sesuatu yang berhubungan dengan tugas kantor.

n. *Office Boy*

1. Membersihkan *banking hall*.
2. Menjaga kebersihan lingkungan kantor.
3. Membersihkan *pantry*.

o. *Security*

1. Menjaga keamanan kantor dan lingkungan kantor.
2. Menyambut nasabah dan membantu pelayanan nasabah di *banking hall*.

D. Produk- Produk Bank Syariah Mandiri

1. Produk Pendanaan

Produk pendanaan yang tersedia di Bank Syariah Mandiri antara lain :

a) Tabungan BSM

Tabungan BSM adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas konter BSM atau melalui ATM.

Manfaat :

1. Aman dan terjamin
2. *Online* diseluruh *outlet* BSM
3. Bagi hasil yang kompetitif.
4. Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit
5. Fasilitas *e-banking*, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
6. Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah,

Persyaratan : Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor /NPWP) nasabah

Karakteristik:

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*.
 2. Minimum setoran awal Rp 80.000
 3. Saldo minimum Rp 50.000
 4. Biaya tutup rekening Rp 20.000
 5. Biaya administrasi/bulan Rp 70000
- b) BSM Tabungan Mabrur

BSM tabungan babrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

Persyaratan : Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor /NPWP) nasabah.

Karakteristik :

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*.
 2. Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji/ Umrah (BPIH).
 3. Setoran awal minimal Rp 100.000
 4. Setoran selanjutnya minimal Rp 100.000
 5. Saldo minimal untuk didaftarkan ke Siskohat adalah Rp 25.000.000 atau sesuai ketentuan dari Departemen Agama.
 6. Biaya penutupan rekening karena batal Rp 25.000
- c) BSM Tabungan Investa Cendekia

BSM tabungan investa cendekia adalah tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

Persyaratan :

1. Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor/NPWP) nasabah.
2. Memiliki Tabungan BSM sebagai rekening asal (*source account*).

Karakteristik :

1. Berdasarkan prinsip syariah *mudharabah mutlaqah*.
 2. Periode tabungan 1 sampai dengan 20 tahun.
 3. Usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 55 tahun (usia masuk ditambah periode kontrak sama atau tidak melebihi 60 tahun).
 4. Setoran bulanan minimal Rp 100.000 s.d Rp 10.000 (kelipatan 50.000)
 5. Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat diubah.
 6. Penarikan sebagian saldo diperbolehkan dengan saldo minimal Rp1.000.000.
- d) BSM Tabungan Berencana

BSM tabungan berencana adalah tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

Manfaat Tabungan :

1. bagi hasil yang kompetitif.
2. Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang.
3. Perlindungan asuransi secara gratis & otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan.
4. Jaminan pencapaian target dana.

Persyaratan :

1. Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor/NPWP) nasabah.
2. Memiliki tabungan BSM sebagai rekening asal (*Source account*).

Karakteristik:

1. Berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*.
 2. Periode tabungan 1 s.d 10 tahun.
 3. Usia nasabah minimal 18 tahun dan maksimal 60 tahun saat jatuh tempo.
 4. Setoran bulanan minimal Rp 100.000
 5. Target dana minimal Rp 1.200.000 dan maksimal Rp 200 juta.
 6. Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat diubah.
 7. Tidak dapat menerima setoran diluar setoran bulanan.
 8. Saldo tabungan tidak bisa ditarik. Apabila ditutup sebelum jatuh tempo akan dikenakan biaya administrasi.
- e) BSM Tabungan Simpatik
- BSM tabungan simpatik adalah tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat

dilakukan setiap saat berdasarkan syarat- syarat yang disepakati.

Persyaratan : kartu identitas (KTP/SIM/Paspor /NPWP) nasabah.

Karakteristik:

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah*.
2. Setoran awal minimal Rp 20.000 (tanpa ATM) dan Rp 30.000 (dengan ATM).
3. Biaya tutup rekening Rp 20.000
4. Biaya administrasi Rp 2.500 per rekening per bulan atau sebesar bonus bulanan.
5. Administrasi ATM Rp. 2000.

f) Tabunganku

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

Manfaat :

1. Aman dan terjamin dan *online* diseluruh *outlet* BSM.
2. Bonus wadiah diberikan sesuai kebijakan bank.

3. Fasilitas kartu tabunganku, berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
4. Fasilitas *e-banking*, yaitu BSM *Mobile Banking* & BSM *Net Banking*.
5. Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

Persyaratan : kartu identitas (KTP/SIM/Paspor /NPWP) nasabah.

Karakteristik:

1. Berdasar prinsip syariah dengan akad wadiah *yad dhamanah*.
2. Bebas biaya administrasi rekening.
3. Biaya pemeliharaan Kartu Tabunganku Rp 2.000 (bila ada).
4. Setoran awal minimum Rp 20.000, dan setoran selanjutnya minimum Rp 10.000.
5. Saldo minimum rekening setelah penarikan Rp 20.000.
6. Biaya penutupan rekening atas permintaan nasabah Rp 20.000.

g) BSM Deposito

BSM deposito adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*.

Persyaratan :

1. Perorangan : KTP/SIM/Paspor/ NPWP nasabah.
2. Perusahaan : KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP & NPWP.

Karakteristik:

1. Jangka waktu yang fleksibel 1,3,6 dan 12 bulan.
2. Dicairkan pada saat jatuh tempo.
3. Setoran awal minimum Rp 2.000.000.
4. Biaya materai Rp 6.000.

h) BSM Giro

BSM giro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

Manfaat :

1. Dana aman dan tersedia setiap saat.
2. Kemudahan transaksi dengan menggunakan cek atau B/G.
3. Fasilitas *intercity clearing* untuk kecepatan bayar inkaso (kliring antar wilayah).
4. Fasilitas BSM Card, sebagai kartu ATM sekaligus debit untuk perorangan.
5. Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.

Persyaratan :

Perorangan : KTP/SIM/Paspor/ NPWP nasabah.

Perusahaan : KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP
& NPWP

Karakteristik :

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yad dhamanah.
 2. Setoran awal minimum Rp 500.000 (perorangan) dan Rp 1000.000 (perusahaan).
 3. Biaya administrasi bulanan untuk perorangan Rp 15.000, sedangkan untuk perusahaan Rp 25.000.
 4. Biaya tutup rekening Rp 30.000 dan biaya administrasi buku cek/BG Rp 100.000.⁴⁵
2. Produk – Produk Pembiayaan Bank Syariah Mandiri KCP
Ungaran
- a) Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan developer dengan sistem *murabahah*.

Persyaratan :

1. WNI cakap hukum.

⁴⁵ Brosur Produk Dana dan Jasa Bank Syariah Mandiri

2. Melengkapi Dokumen, seperti: fotokopi KTP pemohon, fotokopi kartu keluarga, fotokopi nikah, slip gaji dan surat keterangan kerja, fotokopi rekening koran 3 bulan terakhir, fotokopi NPWP untuk pembiayaan diatas Rp 50 juta, fotokopi rekening listrik, fotokopi SHM, fotokopi IMB dan Denah bangunan, serta surat pernyataan nasabah mengenai fasilitas pembiayaan yang telah diterima maupun yang sedang dalam proses pengajuan permohonan di BSM.
3. Usia minimal 55 tahun dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo pembiayaan.
4. Besar angsuran tidak melebihi 40% dari penghasilan bulanan bersih.
5. Fasilitas pembiayaan untuk unit yang belum selesai dibangun/ inden dapat diberikan untuk fasilitas pembiayaan yang pertama.
6. Pencairan pembiayaan dapat di berikan apabila progress pembangunan telah mencapai 50%, dengan total pencairan maksimal 50%.
7. Untuk pencairan unit yang belum selesai dibangun/ inden, harus melalui perjanjian kerjasama antara developer dan BSM kantor pusat.

b) Pembiayaan Kendaraan Bermotor (BSM OTO) adalah pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*. Dengan jenis kendaraan berupa mobil baru, dengan jangka waktu hingga 5 tahun.

Persyaratannya :

1. Pemohon harus mempunyai pekerjaan dan pendapatan yang tetap.
2. Usia pemohon pada saat pengajuan PKB minimal 21 tahun dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo fasilitas PKB.
3. Pengajuan PKB dapat dilakukan sendiri-sendiri atau dikoordinir secara kolektif oleh instansi dimana pemohon bekerja.
4. Melengkapi dokumen, seperti: fotokopi kartu identitas (KTP/SIM), fotokopi kartu keluarga, surat keterangan yang ditandatangani oleh pejabat berwenang dari instansi/ perusahaan tempat pemohon bekerja yang menyatakan pemohon adalah pegawai dari instansi yang dimaksud, slip gaji yang disahkan oleh instansi/ perusahaan tempat pemohon bekerja, fotokopi surat nikah(bagi pemohon yang telah menikah), surat persetujuan dari istri/ suami.

- c) BSM Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan massal (kelompok). Bsm implan digunakan untuk pembiayaan konsumen dan untuk pembelian/ manfaat atas jasa (contoh: untuk biaya pendidikan).

Akad pembiayaan :

1. Untuk pembelian barang digunakan akad *wakalah wal murabahah*.
2. Untuk memperoleh manfaat atas jasa digunakan akad *wakalah wal ijarah*.

Fitur :

1. Pemberian fasilitas pembiayaan konsumen dengan pola *channeling* kepada sejumlah karyawan (kolektif) dengan rekomendasi perusahaan.
2. Limit pembiayaan minimum sebesar Rp 5 juta dan maksimum sebesar Rp 250 juta (limit pembiayaan konsumen tanpa agunan per nasabah adalah maksimal Rp 50 juta, khusus untuk PNS/BUMN/TNI POLRI, limit pembiayaan konsumen tanpa agunan per nasabah maksimal Rp 100 juta).
3. Jangka waktu pembiayaan bervariasi tergantung keperluan.

Pengajuan Pembiayaan:

1. Pengajuan pembiayaan BSM implan dilakukan melalui perusahaan tempat calon nasabah bekerja kolektif.
2. Jumlah minimum pengajuan pembiayaan dalam satu kelompok permohonan adalah 10 (sepuluh) orang calon nasabah atau sebesar Rp 100 juta.
3. Pengelompokan calon nasabah disesuaikan dengan jenis pembiayaannya, yaitu pembelian/ pembiayaan keperluan konsumtif tanpa agunan, dengan agunan, Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR), dan pembiayaan pemilikan kendaraan mobil.

d) Pembiayaan Pensiun

Pembiayaan pensiun merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiunan langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiunan bulanan).

Persyaratannya :

1. Cakap hukum
2. Pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) Pusat/ Daerah, TNI, POLRI, Pensiunan Pegawai

BUMN/Swasta/ Asing yang memperoleh penghasilan pensiun (pensiun bulanan).

3. Pada saat jatuh tempo pembiayaan, usia nasabah maksimal 75 tahun.
4. Bersedia memindahkan pembiayaan pensiun bulannya melalui BSM.

Adapun dokumen yang diperlukan :

1. Formulir Pembiayaan Pensiun
2. Fotocopy KTP pemohon dan pasangan.
3. Fotocopy Kartu Keluarga
4. Fotocopy surat nikah/surat cerai
5. Fotocopy SK Pensiun
6. Fotocopy NPWP
7. Slip gaji pensiun atau buku tabungan pensiun.
8. Pasfoto warna pemohon 3x4 atau 4x6 (1 lembar)

e) Gadai Emas BSM

Gadai emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

Persyaratan gadai emas :

1. Kartu identitas nasabah.
2. Pembiayaan mulai dari Rp 500.000,-.
3. Jaminan berupa emas perhiasan atau lantakan (batangan).

4. Jangka waktu 4 bulan dapat diperpanjang atau digadai ulang (setelah dilakukan penaksiran dan melunasi biaya gadai).

f) BSM Cicil Emas

BSM cicil emas adalah fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/ kepemilikan emas berupa lantakan (batangan).

Persyaratannya :

1. WNI cakap umur
2. Pegawai dengan usia minimal 21 tahun sampai dengan usia maksimal 55 tahun.
3. Pensiunan berusia maksimal 70 tahun pada saat pembiayaan jatuh tempo.
4. Profesional dan wiraswasta berusia maksimal 60 tahun.
5. Menyerahkan Kartu identitas (KTP).

g) BSM Warung Mikro

Pembiayaan warung mikro dengan limit pembiayaan Rp 1 juta – Rp 200 juta yang diperuntukan bagi wiraswasta/ pegawai skala mikro, guna mewujudkan kebutuhan produktif dan serbaguna mikro. Dalam BSM warung mikro terdapat PUM (Pembiayaan Usaha Mikro) yaitu pembiayaan untuk keperluan modal kerja dan investasi dan PSM (Pembiayaan

Serbaguna Mikro) yaitu pembiayaan untuk berbagai macam keperluan serbaguna.

Syarat dan ketentuan:

1. Usaha telah berjalan minimal 2 tahun.
2. Jangka waktu : modal kerja 48 bulan dan investasi 60 bulan.
3. Biaya administrasi sesuai ketentuan BSM.
4. Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah, maksimal 65 tahun saat pembiayaan lunas.
5. Menyertakan KTP suami dan istri (surat cerai/ surat kematian), kartu keluarga, surat nikah (surat keterangan belum menikah) dan surat keterangan usaha.⁴⁶

3. Produk Layanan Jasa

- a. BSM *card* yaitu kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit.

Manfaat:

1. Kemudahan tarik tunai diseluruh ATM BSM, ATM Mandiri, ATM BCA, ATM Bersama dan ATM Prima.

⁴⁶ <https://www.syariahmandiri.co.id> yang diakses pada tanggal 16 April 2018

2. Kemudahan berbelanja di lebih dari 20.000 *merchant* yang menyediakan mesin- mesin EDC Prima BCA & EDC Mandiri.
 3. Program diskon di *mechant- merchant* tertentu.
- b. BSM *mobile banking gprs* yaitu layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui *mobile phone (handphone)* berbasis GPRS.

Manfaat:

1. Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja.
 2. Kemudahan melakukan transaksi seperti layaknya ATM.
 3. Biaya pulsa paling murah, kurang dari Rp 50 per transaksi.
 4. Dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM Card dan ponsel yang menggunakan teknologi GPRS.
 5. Dilengkapi dengan fitur spesial transfer *real time* ke 83 bank dan transfer ke bukan rekening.
- c. BSM *net banking* yaitu layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet.

Manfaat:

1. Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja
2. Pengamanan berlapis untuk setiap transaksi yang dilakukan di BSM Net Banking.

3. Transfer *real time* ke rekening di bank anggota ATM Bersama dan Prima.
4. Transfer ke bank lain.
5. Pembayaran tagihan (telfon, listrik,dll) serta pembelian pulsa.⁴⁷

⁴⁷ Brosur Produk Dana dan Jasa Bank Syariah Mandiri

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran

1. Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

Pembiayaan pensiun adalah pembiayaan yang diberikan kepada pensiunan pegawai Negeri Sipil Pusat/ Daerah, TNI, POLRI, Pensiunan Pegawai BUMN/Swasta, yang tergabung dengan TASPEN dengan SK pensiunan sebagai jaminannya. Pembayaran angsuran diambil dari pemotongan uang pensiunan langsung yang diterima oleh bank setiap bulannya.

Akad yang digunakan dalam pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran adalah akad *murabahah* dan akad *ijarah*. Dalam pelaksanaannya akad yang sering digunakan pada pembiayaan pensiun adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah dimana bank membelikan barang yang dibutuhkan nasabah dengan harga yang setara dengan harga beli ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati. Akad *murabahah* pada pembiayaan pensiun digunakan untuk renovasi rumah, pembelian peralatan kebutuhan rumah

tangga, pembelian kendaraan bermotor, dan pembelian barang untuk usaha.⁴⁸ Adapun Pembiayaan pensiun yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Ungaran terdiri dari :

a. Pembiayaan Pensiun

Pembiayaan pensiun merupakan fasilitas pembiayaan yang dirancang khusus bagi para pensiunan yang telah menerima SK Pensiun. Produk ini ditawarkan dengan plafond Rp 50.000.000- Rp 350.000.000 dengan jangka waktu mulai dari 1 – 15 tahun atau usia saat pelunasan maksimal 75 tahun.

b. Pembiayaan Janda Pensiun

Pembiayaan pensiun janda merupakan pembiayaan yang diberikan kepada istri dari almahrum pensiun yang menerima manfaat dana pensiun setiap bulannya yang dikelola oleh lembaga pensiun.

c. Take Over Pembiayaan Pensiun

Take over pembiayaan pensiun adalah pemindahan pembiayaan atas manfaat pensiun dari bank lain ke Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

Proses pembiayaan pensiun yang mudah dan cepat merupakan salah satu keunggulan pada produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran. Berikut ini

⁴⁸ Wawancara dengan Bapak Muhammad Nurudin selaku Staf Pemasaran Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri Ungaran pada tanggal 8 Mei 2018.

prosedur pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran yaitu :

- 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 surat nikah/surat cerai, fotocopy NPWP, slip gaji pensiun atau buku tabungan pensiun, pasfoto berwarna ukuran 3x4, fotocopy SK Pensiun, dll, melalui marketing maupun datang langsung ke Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.
- b. Melakukan Analisis
Setelah Staf 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 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 BSM, 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.

2. Strategi Pemasaran pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran

Strategi yang di terapkan Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran pada pembiayaan pensiun menggunakan strategi

bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikemukakan oleh Philip Kotler, yaitu:

1. Produk (*product*)

Proses pengembangan dan pemasaran produk biasanya sangat penting bagi keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan konsumen yang diperuntukan bagi pensiunan dengan jaminan berupa SK Pensiun. Produk pembiayaan pada pembiayaan pensiun yaitu murabahah dan ijarah. Produk murabahah digunakan untuk renovasi rumah, pembelian peralatan kebutuhan rumah tangga, pembelian kendaraan bermotor, dan pembelian barang untuk usaha. Sedangkan produk ijarah digunakan untuk biaya sekolah. Keunggulan yang dimiliki produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran adalah proses pembiayaan yang mudah dan cepat serta angsuran pembiayaan yang bersifat *flat* atau tetap sampai angsuran tersebut lunas, Berbeda dengan bank konvensional yang menggunakan sistem bunga sehingga angsuran dipengaruhi naik turunnya suku bunga.

Untuk masyarakat yang muslim tentu lebih memilih produk yang berprinsip syariah dan lebih menyukai angsuran yang bersifat *flat*, sehingga mereka akan lebih tertarik menggunakan produk dari bank syariah karena

bebas dari riba (bunga). Selain itu, pada produk pembiayaan pensiun memiliki jangka waktu angsuran sampai dengan 15 tahun.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan satu hal yang penting untuk keberhasilan suatu perusahaan terutama bank untuk memasarkan produknya. Harga dapat mempengaruhi serta memberikan dampak terhadap minat nasabah terhadap suatu produk. Harga yang tepat dan sesuai dapat menarik nasabah baru, akan tetapi mutu dan kualitas produk juga menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih pembiayaan pada bank syariah.

Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran menetapkan tabel angsuran untuk produk pembiayaan pensiun, harga bersaing dengan bank syariah lainnya serta margin yang kompetitif. Plafond pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran mulai dari Rp 50 juta sampai dengan Rp 350 juta dengan margin 13 %. Jangka waktu pada pembiayaan pensiun 1-15 tahun, jumlah pembiayaan juga dapat disesuaikan dengan gaji pensiunan yang diperoleh setiap bulannya sehingga angsuran tidak memberatkan nasabah. Dengan margin yang kompetitif dan angsuran yang tetap menjadi keunggulan bank syariah mandiri untuk menarik minat nasabah.

Contoh perhitungan margin.

Pembiayaan : Rp 100.000.000 jangka waktu 1 tahun
(margin 13%).

Pokok : Rp 100.000.000

Margin : (Rp 100.000.000 x 13%) x 1 tahun
= Rp 13.000.000

Total : Rp 100.000.000 + Rp 13.000.000
= Rp 113.000.000

Angsuran perbulan

= Rp 113. 000.000/ 12 bulan
= Rp 9.416.666 per bulan

3. Tempat (*Place*)

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 Mandiri KCP Ungaran berlokasi di Jalan Diponegoro No 205 C-D Ungaran, keunggulan dari lokasi tersebut adalah :

- a. Kantor Bank Syariah Mandiri terletak di Jalan Diponegoro yang merupakan jalan raya utama

Semarang- Solo sehingga cukup strategis karena aksesnya mudah untuk dijangkau masyarakat luas dengan menggunakan berbagai sarana transportasi .

- b. Lokasi strategis dikarenakan dekat dengan kawasan industri/pabrik, Pemerintah Kabupaten Semarang, serta dekat dengan perumahan atau masyarakat.
- c. Parkir yang luas dan nyaman memudahkan akses bagi nasabah baik pengendara pengguna motor maupun mobil.
- d. Bentuk fisik/ bangunan kantor Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran sudah bagus dengan ruangan yang bersih dan luas serta dilengkapi dengan fasilitas yang modern seperti AC,CCTV dan komputerisasi .

4. Promosi

Promosi merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang dimiliki oleh suatu perusahaan sehingga dapat mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk tersebut. Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam mempromosikan produk pembiayaan pensiun dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Periklanan (*advertising*)

Periklanan (*advertising*) adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan, dalam

hal ini adalah bank, guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama serta calon nasabah.⁴⁹

Periklanan dapat berupa spanduk, brosur, koran, majalah, televisi, radio maupun media elektronik. Strategi yang digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dengan menggunakan brosur yang dibagikan kepada masyarakat. Brosur dibagikan pada acara-acara tertentu seperti senam pensiunan dan dibagikan pada jamaah sholat jumat di Masjid-Masjid sekitar Ungaran. Penggunaan brosur dirasa lebih efektif dan efisien dalam menginformasikan produk pembiayaan pensiun. Selain Periklanan melalui brosur bank syariah Mandiri biasanya melakukan pengiklanan melalui website <https://www.syariahmandiri.co.id>. Strategi ini dilakukan agar nasabah lebih mudah

⁴⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, h.174.

mengakses informasi mengenai perkembangan produk- produk yang ada di Bank Syariah Mandiri.

b. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi merupakan pemasaran dengan bertatap muka langsung antara penjual dan pembeli untuk memperkenalkan suatu produk dan membentuk suatu pemahaman calon nasabah terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

Marketing pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran juga melakukan promosi dengan personal selling untuk meningkatkan jumlah nasabah. Marketing mendatangi calon nasabah dan memberikan informasi mengenai produk yang ada, ketentuan - ketentuan dan syarat - syarat pada pembiayaan serta memaparkan kelebihan atau manfaat yang dimiliki produk pembiayaan jika di bandingkan bank lainnya.

c. Publisitas

Merupakan kegiatan promosi yang sifatnya *non personal*. Dalam memperkenalkan produk- produk yang dimiliki, Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran melakukan promosi dengan cara presentasi di berbagai instansi/ perusahaan disekitar Ungaran.

Presentasi merupakan kesempatan bagi pihak penjual untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk- produk yang biasanya menunjukkan ciri khas serta keunggulan-keunggulan suatu produk. Dengan kegiatan tersebut, marketing lebih mudah dan cepat dalam menawarkan produk karena langsung berhubungan dengan banyak orang.

Selain strategi pemasaran diatas, untuk memasarkan produk pembiayaan pensiun, Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran juga menggunakan strategi pemasaran *direct sales* dengan mendatangi rumah- rumah nasabah pensiunan satu persatu. Penjualan langsung oleh bank lebih efektif karena memungkinkan marketing dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat menjelaskan produk pembiayaan pensiun secara lebih rinci. Penjualan langsung oleh marketing menjadi sarana terjalinnya hubungan yang akrab dengan pensiunan dan sarana untuk memperoleh informasi langsung dari nasabah mengenai kelemahan dari produk maupun keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pensiunan. Sehingga nasabah pensiunan akan lebih tertarik dengan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran.

B. Kendala- kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun dan cara mengatasi kendala tersebut.

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 untuk mencapai tujuan yang diinginkan suatu perusahaan. Berikut ini kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun, yaitu:

a. Persaingan

Persaingan adalah suatu proses sosial, dimana beberapa orang atau kelompok berusaha mencapai tujuan yang sama dengan cara yang lebih cepat dan mutu yang lebih tinggi. Persaingan merupakan hal yang tidak bisa dihindari pada dunia perbankan. Banyak bank konvensional dan bank syariah yang beroperasi disekitar Ungaran karena termasuk wilayah padat penduduk dan kawasan industri 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. Di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran sendiri kompetitor datang dari bank konvensional dan bank syariah disekitar Ungaran. Seperti, bank Mandiri, BRI, BCA, BNI, BTN, BRI Syariah, BNI syariah, dll.

b. Loyalitas Nasabah kepada Bank Konvensional

Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah KCP Ungaran marketing masih banyak mendapati pensiunan yang sudah menjadi nasabah di bank konvensional, sehingga ketika ditawarkan produk mereka kurang tertarik dan menolak untuk menggunakan produk di BSM.

c. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah

Kendala lain dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah, kurangnya sosialisasi bank syariah tentang produk pembiayaan pensiun yang dikelola berdasarkan prinsip syariah membuat sebagian masyarakat khususnya pensiunan tidak begitu memperdulikan

keunggulan produk syariah jika dibandingkan dengan produk pada bank konvensional.

d. Sulitnya mencari data alamat pensiunan

Salah satu strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan pembiayaan pensiun adalah pemasaran langsung (*direct sales*) dengan cara mendatangi rumah nasabah satu persatu. Akan tetapi marketing masih terkendala dalam mencari alamat rumah pensiunan, seperti alamat rumah nasabah yang jauh, dan terkadang nasabah sudah tidak menempati alamat tempat tinggal yang biasa ditempati, karena pensiunan sudah pindah rumah.

Untuk dapat mengatasi kendala- kendala tersebut bank syariah mandiri KCP Ungaran dalam menarik nasabah pensiun dilakukan dengan cara memaksimalkan promosi melalui pembagian brosur, sosialisasi dan penjualan langsung dengan mendatangi rumah nasabah pensiun satu persatu. Karena sasaran produk pembiayaan adalah pensiunan yang berusia diatas 55 tahun maka dalam memasarkan pembiayaan pensiun harus dilakukan secara kontinue dan intensif oleh marketing atau tenaga penjual, hal ini dilakukan agar masyarakat khususnya pensiunan lebih mengetahui mengenai produk pembiayaan pensiun di BSM, 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 Mandiri.⁵⁰

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Muhammad Nurudin selaku Staf Pemasaran Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran Pada tanggal 8 Mei 2018.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran adalah sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran menggunakan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari:

1.1 Produk (*Product*)

Keunggulan yang dimiliki produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran adalah proses pembiayaan yang mudah dan cepat serta angsuran pembiayaan yang bersifat *flat* atau tetap sampai angsuran tersebut lunas.

1.2 Harga (*Price*)

Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran 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.

1.3 Tempat (*Place*)

Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran memiliki lokasi yang sangat strategis karena berada di Jalan Diponegoro No 205 C-D Ungaran, yang merupakan jalan raya utama Semarang-Solo sehingga aksesnya mudah untuk dijangkau masyarakat luas dengan menggunakan berbagai sarana transportasi serta lokasinya dekat dengan kawasan industri/pabrik, Pemerintah Kabupaten Semarang, serta dekat dengan perumahan atau masyarakat. Kantor Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran mempunyai bentuk fisik yang bagus dengan parkirannya yang luas.

1.4 Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun yaitu dengan cara periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan publisitas. Selain itu Marketing Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran juga melakukan pemasaran *direct sales* dengan mendatangi rumah- rumah nasabah pensiunan satu persatu.

2. Kendala- kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun dan cara mengatasi kendala tersebut.

Kendala dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran yaitu persaingan, loyalitas nasabah kepada bank konvensional, minimnya pengetahuan nasabah tentang bank syariah dan Sulitnya mencari data alamat nasabah. Untuk mengatasi kendala- kendala tersebut maka Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dalam menarik nasabah pensiunan dilakukan dengan cara memaksimalkan promosi melalui pembagian brosur, sosialisasi dan penjualan langsung dengan mendatangi rumah nasabah pensiun satu persatu dan pemasaran dilakukan secara kontinue dan intensif.

B. Saran

1. Sebaiknya Bank Syariah Mandiri meningkatkan kerjasama dengan instansi- instansi pensiun sehingga memudahkan untuk mencari data nasabah pensiunan.
2. Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran harus lebih giat dalam melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat sekitar Ungaran sehingga masyarakat lebih mengenal produk dan jasa yang ada di Bank Syariah Mandiri.
3. Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran sebaiknya membuat brosur yang lebih menarik, dengan desain yang unik dan berwarna, serta kata- kata yang jelas sehingga masyarakat terutama pensiunan tertarik untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri.

C. Penutup

Alhamdulillah, penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terimakasih pula kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penulisan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas akhir ini sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembacanya, Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Rozali, *Hukum Kepegawaian*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,1996.
- Al Arif, M. Nur Rianto, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Anoraga, Panji, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta,1997.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001.
- Ascarya, *Akad & produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Asiyah, Binti Nur, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Kalimedia, 2015.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Burhanuddin S, *Aspek Hukum Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Burhan, Bungin Muhamad, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group,2013.
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.

- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Mamang, Sangadji Etta, *Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta:CV Andi Offset, 2010.
- Manan, Abdul, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2012.
- Marta dan Evi, *Metodologi penelitian Kualitatif untuk bidang kesehatan*, Jakarta: Rajawali Pres, 2016.
- Prakoso, Djoko, *Hukum Administasi Kepegawaian*, Semarang: Dahara Prize, 1991.
- Sjahdeni, Sutan Remy, *Produk- produk dan Aspek- aspek Hukumnya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif :Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.

Umam, Khotibul, *Perbankan Syariah Dasar- dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Yusuf, Muri, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

Brosur Produk Dana dan Jasa Bank Syariah Mandiri

Brosur Produk Pembiayaan Pensiun.

Wawancara dengan Bapak Muhammad Nurudin selaku Staf Pemasaran Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran Pada tanggal 8 Mei 2018.

https://www.syariah_mandiri.co.id, diakses pada tanggal 05 April 2018

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/pensiun> diakses 08 Mei 2018

LAMPIRAN

Manajer Privat
P. 021 210 0009, 2106 10000 (harvard)
www.ahm.com/privat/privat01.html

Manajer Cabang

Bandung
Jl. Sekeloa No. 100, Bandung 40132
Telp. (022) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/bandung01.html

Surabaya
Jl. Sekeloa No. 100, Surabaya 60132
Telp. (031) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/surabaya01.html

Jakarta - Sudirman
Jl. Sekeloa No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta01.html

Jakarta - Raffles
Jl. Raffles No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta02.html

Jakarta - Menteng
Jl. Menteng No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta03.html

Jakarta - Kebon Kacang
Jl. Kebon Kacang No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta04.html

Jakarta - Kuningan
Jl. Kuningan No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta05.html

Jakarta - Puncak
Jl. Puncak No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta06.html

Jakarta - Kemuning
Jl. Kemuning No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta07.html

Jakarta - Kuningan Indah
Jl. Kuningan Indah No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta08.html

Jakarta - Kuningan Barat
Jl. Kuningan Barat No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta09.html

Jakarta - Kuningan Timur
Jl. Kuningan Timur No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta10.html

Jakarta - Kuningan Selatan
Jl. Kuningan Selatan No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta11.html

Jakarta - Kuningan Utara
Jl. Kuningan Utara No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta12.html

Jakarta - Kuningan Tengah
Jl. Kuningan Tengah No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta13.html

Jakarta - Kuningan Barat Daya
Jl. Kuningan Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta14.html

Jakarta - Kuningan Utara Daya
Jl. Kuningan Utara Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta15.html

Jakarta - Kuningan Selatan Daya
Jl. Kuningan Selatan Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta16.html

Jakarta - Kuningan Utara Barat
Jl. Kuningan Utara Barat No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta17.html

Jakarta - Kuningan Selatan Barat
Jl. Kuningan Selatan Barat No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta18.html

Jakarta - Kuningan Tengah Barat
Jl. Kuningan Tengah Barat No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta19.html

Jakarta - Kuningan Tengah Daya
Jl. Kuningan Tengah Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta20.html

Jakarta - Kuningan Barat Utara
Jl. Kuningan Barat Utara No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta21.html

Jakarta - Kuningan Barat Daya
Jl. Kuningan Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta22.html

Jakarta - Kuningan Utara Barat Daya
Jl. Kuningan Utara Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta23.html

Jakarta - Kuningan Selatan Barat Daya
Jl. Kuningan Selatan Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta24.html

Jakarta - Kuningan Utara Barat Daya
Jl. Kuningan Utara Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta25.html

Jakarta - Kuningan Selatan Barat Daya
Jl. Kuningan Selatan Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta26.html

Jakarta - Kuningan Utara Barat Daya
Jl. Kuningan Utara Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta27.html

Jakarta - Kuningan Selatan Barat Daya
Jl. Kuningan Selatan Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta28.html

Jakarta - Kuningan Utara Barat Daya
Jl. Kuningan Utara Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta29.html

Jakarta - Kuningan Selatan Barat Daya
Jl. Kuningan Selatan Barat Daya No. 100, Jakarta 10132
Telp. (021) 250 0000, 2500 10000
www.ahm.com/cabang/jakarta30.html

bsm produk dana & jasa

Layanan **syariah** untuk seluruh **kebutuhan finansial Anda**

bsm call 14040
www.syariahmandiri.co.id

mandiri syariah

Terdepan, Modern, Menenteramkan

AYO

Tabungannya bsm

Tabungannya dalam mata uang rupiah yang penarikannya dapat dibebaskan setiap saat setoran pun tidak dikenakan biaya melalui ATM.

Manfaat:

- Aman dan terjamin.
- Online di seluruh negeri BSM.
- Ringkas, cepat, dan komprehensif.
- Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
- Fasilitas e-Banking yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
- Kemudahan dalam penarikan tunai, transfer dan cek/ok.

Perengkapan: Kartu identitas (KEP/SAM/Passport/NPWP) siap pakai.

Karakteristik:

- Berdiferensiasi produk syariah dengan akad **muafakat/mudharabah**
- Minimum setoran awal Rp10.000
- Maksimal penarikan Rp200.000
- Biaya tutup rekening Rp20.000
- Biaya administrasi bulanan Rp0

Contoh Perhitungan:

Contoh: dalam satu tabungannya Rp10.000.000,00 dengan suku bunga 3,5% per tahun (Perhitungan menggunakan rumus bunga Bank Islam Mandiri adalah 60/360 hari dalam satu tahun) dan tabungannya Rp10.000.000,00 pada tanggal 1 Januari 2014. Maka perhitungannya akan menjadi sebagai berikut:

$\text{Rp10.000.000,00} \times \text{Rp10.000.000,00} \times 3,5\% = \text{Rp375.143,00}$ (dalam setahun)

Tabungannya bsm

Tabungannya dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

Manfaat:

- Aman dan terjamin.
- Online dengan Seluruh Departemen Agama untuk pelaksanaan pendaftaran haji.

Perengkapan: Kartu identitas (KEP/SAM/Passport/NPWP) siap pakai.

Karakteristik:

- Berdiferensiasi produk syariah dengan akad **muafakat/mudharabah**
- Tidak dapat dicairkan kembali untuk keperluan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH)
- Setoran awal minimal Rp100.000
- Setoran minimal bulanan Rp100.000
- Saldo minimal untuk pendaftaran haji ke GIZ/ICAH adalah Rp25.100.000 atau sesuai ketentuan dari Departemen Agama
- Biaya penarikannya rekening koran bulanan Rp25.000

Produk Dana dan Jasa

bsm **Tabungannya mandiri syariah**

Tabungannya berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap yang dibebaskan dan dibebaskan dengan penalti/pungutan asuransi.

Manfaat Tabungannya:

- Ringkas dan komprehensif.
- Kemudahan penarikan kasual dengan menggunakan kartu ATM & debit.
- Fasilitas e-Banking yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
- Kemudahan dalam penarikan tunai, transfer dan cek/ok.

Manfaat Asuransi:

Manfaat Asuransi	Tabel Premi Asuransi	Tabel Rata-Rata dan Tabungannya
Manfaat Asuransi	Manfaat Asuransi	Manfaat Asuransi

Kebijakan premi asuransi:

- Premi asuransi akan dibebaskan secara otomatis dari setoran bulanan tabungannya.
- Premi asuransi dibebaskan berdasarkan periode produk.

Manfaat Asuransi	Tabel Premi Asuransi	Tabel Rata-Rata dan Tabungannya
Manfaat Asuransi	Manfaat Asuransi	Manfaat Asuransi

Manfaat Asuransi:

Manfaat Asuransi	Tabel Premi Asuransi	Tabel Rata-Rata dan Tabungannya
Manfaat Asuransi	Manfaat Asuransi	Manfaat Asuransi

Manfaat Asuransi:

Manfaat Asuransi	Tabel Premi Asuransi	Tabel Rata-Rata dan Tabungannya
Manfaat Asuransi	Manfaat Asuransi	Manfaat Asuransi

Bank Syariah Mandiri

bsm tabunganku

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

- Manfaat Tabunganku**
- Bagi hasil yang kompetitif
 - Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang
 - Perlindungan asuransi secara gratis & otomatis, tanpa pemaksaan kesehatan, dan jaminan pencapaian target dana.
- Manfaat Asuransi**
- Santunan tunai berfungsi untuk memenuhi kekurangan target dana, sehingga manfaat asuransi dihitung dengan cara: Target dana - Saldo saat klaim

- Persyaratan:**
- Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor/NPWP) nasabah.
 - Memiliki Tabunganku BSM sebagai rekening asal (source account).
- Karakteristik:**
- Berdasarkan prinsip syariah sesuai/halal/mutlak.
 - Periode tabunganku 1 s.d. 10 tahun.
 - Bisa nasabah minimal 18 tahun dan maksimal 60 tahun saat jatuh tempo.
 - Setoran bulanan minimal Rp 100 ribu.
 - Target dana minimal Rp 200.000 dan maksimal Rp200 juta.
 - Jumlah setoran bulanan dan periode tabunganku tidak dapat diubah.
 - Tidak dapat menerima setoran diluar setoran bulanan.
 - Saldo tabunganku tidak bisa ditarik. Apabila dituntut sebelum jatuh tempo (akhir masa kontrak) akan dikenakan biaya administrasi.

bsm tabunganku syariah

Tabunganku berdasarkan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang ditetapkan.

- Manfaat:**
- Aman dan terjaga.
 - Online di seluruh outlet BSM.
 - Bonus bulanan yang dibagikan sesuai dengan kebijakan BSM.
 - Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
 - Fasilitas e-banking yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
 - Penyaluran zakat, infiq dan sedekah.
- Persyaratan:** Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor/NPWP) nasabah.
- Karakteristik:**
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah.
 - Setoran awal minimal Rp20.000 (tunai ATM) & Rp30.000 (dengan ATM).
 - Setoran berikutnya minimal Rp10.000.
 - Saldo minimal Rp30.000.
 - Biaya tutup rekening Rp10.000.
 - Biaya administrasi Rp2.500 per rekening per bulan atau sebesar bonus bulanan (tidak menganggu saldo minimal).
 - Administrasi ATM Rp 2.000.
- BSM juga menyediakan produk bsm tabunganku dollar*

bsm tabunganku

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

- Manfaat:**
- Aman dan terjaga dan online di seluruh outlet BSM.
 - Bonus wadiah dibagikan sesuai kebijakan bank.
- Fasilitas:**
- Fasilitas Kartu Tabunganku, berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
 - Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
 - Kemudahan dalam penyaluran zakat, infiq dan sedekah.
- Persyaratan:** Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor/NPWP) nasabah.

- Karakteristik:**
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yad dhamanah.
 - Debit aman dan terjaga dan dikelola secara syariah.
 - Biaya pemeliharaan Kartu Tabunganku Rp2.000 (bila ada).
 - Setoran awal minimum Rp20.000 dan setoran selanjutnya minimum Rp10.000.
 - Saldo minimum rekening (setelah penarikan) Rp20.000.
 - Biaya penutupan rekening atau penjemputan nasabah Rp20.000.
 - Jumlah minimum penarikan di counter Rp100.000 kecuali saat tutup rekening.
 - Rekening dorman (tidak ada transaksi selama 6 bulan berturut-turut):
 - Biaya penalti Rp2.000 per bulan.
 - Apabila saldo rekening mencapai < Rp20.000, maka rekening akan ditutup oleh sistem dengan biaya penutupan rekening sebesar Rp2.500.

bsm deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah/mutlak/mutlaknya.

- Manfaat:**
- Debit aman dan terjaga dan dikelola secara syariah.
 - Bagi hasil yang kompetitif dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
 - Fasilitas Automatic Roll Over (ARO).
- Persyaratan:**
- Perorangan: KTP/SIM/Paspor/NPWP nasabah.
 - Perusahaan: KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP & NPWP.
- Karakteristik:**
- Jangka waktu yang fleksibel: 1, 3, 6 dan 12 bulan.
 - Dicalokan pada saat jatuh tempo.
 - Setoran awal minimum Rp2.000.000.
 - Biaya Minimal Rp2.000.
- Contoh Perhitungan Bagi Hasil:**
- Deposito Riba Free Rp10 juta berjangka waktu 1 bulan. Perbandingan antara bank dan nasabah adalah 1:1. Bagi hasil yang diterima nasabah Rp200.000 dan bagi hasil yang ditabungkan adalah Rp1 miliar. Bagi hasil yang dibayar Riba Free adalah:
- Rp110.000.000 - Rp1.000.000.000 x 3,2% = Rp20.000.000.000 dibagi dengan deposit Rp200.000.000.000.
- BSM juga menyediakan produk bsm deposito dollar*

bsm giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah.

- Manfaat:**
- Dana aman dan tersedia setiap saat.
 - Kemudahan transaksi dengan menggunakan cek atau B/C.
 - Fasilitas Intro/Choring untuk kecapaian bayar inkaso (lindung antar wilayah).
 - Fasilitas BSM Card sebagai kartu ATM sekaligus debit untuk perorangan.
 - Fasilitas pengimanan account statement setiap awal bulan.
 - Bonus bulanan yang dibagikan sesuai dengan kebijakan BSM.
- Persyaratan:**
- Perorangan: KTP/SIM/Paspor/NPWP nasabah.
 - Perusahaan: KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP & NPWP.
- Karakteristik:**
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yad dhamanah.
 - Setoran Awal minimum Rp500.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (perusahaan).
 - Saldo minimum Rp250.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (perusahaan).
 - Biaya administrasi bulanan untuk perorangan Rp15.000, sedangkan untuk perusahaan Rp 25.000.
 - Biaya tutup rekening Rp30.000.
 - Biaya administrasi buku cek/B/C Rp100.000.
- BSM juga menyediakan produk bsm giro U.S Dollar, Sin Dollar & Euro.*

bsm giro

Kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (E/C/Electronic Data Capture).

- Manfaat:**
- Kemudahan tarik tunai di seluruh ATM BSM, ATM Mandiri, ATM BCA, ATM Bersama dan ATM Prima.
 - Kemudahan berbelanja di lebih dari 20.000 merchant yang menyediakan mesin mesin EDC Prima BCA & EDC Mandiri, antara lain: Carrefour, Giant, Hypermart, Toko Buku Gramedia, Alfamart, Indomaret, Rumah Sakti Ibu & Anak, Hermina, Apotik Kimia Farma, SPU (Giatan Pengisian Bahan Bakar Umum).
 - Program diskon di merchant-merchant tertentu.

bsm mobile banking gprs

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

- Manfaat:**
- Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja.
 - Kemudahan melakukan transaksi seperti layaknya di ATM.
 - Biaya pulsa paling murah, kurang dari Rp50 per transaksi.
 - Dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM Card & ponsel yang menggunakan teknologi GPRS.
 - Dilengkapi fitur spesial transfer real time ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

bsm net banking

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet.

- Manfaat:**
- Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja.
 - Dapat mengelola sendiri transaksi keuangan.
 - Pengamanan berlapis untuk setiap transaksi yang dilakukan di BSM Net Banking.
 - Dilengkapi fitur spesial transfer real time ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.
- Fasilitas/Fitur:**
- Transfer real time ke rekening di bank anggota ATM Bersama dan Prima.
 - Transfer ke bank lain (lindung RTGS).
 - Pembayaran tagihan (telpon, listrik, gas).
 - Pembelian pulsa.
 - Informasi saldo, mutasi dan sebagainya.
- Syarat Mendapatkan Layanan BSM MBG:**
- Memiliki rekening Tabunganku atau BSM Giro.
 - Memiliki BSM Card yang masih aktif.
 - Menggunakan ponsel berfitur/lapis GPRS.
 - Mengisi formulir permohonan BSM MBG.

bsm net banking

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet.

- Manfaat:**
- Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja.
 - Dapat mengelola sendiri transaksi keuangan.
 - Pengamanan berlapis untuk setiap transaksi yang dilakukan di BSM Net Banking.
 - Dilengkapi fitur spesial transfer real time ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.
- Fasilitas/Fitur:**
- Transfer real time ke rekening di bank anggota ATM Bersama dan Prima.
 - Transfer ke bank lain (lindung RTGS).
 - Pembayaran tagihan (telpon, listrik, gas).
 - Pembelian pulsa.
 - Informasi saldo dan data rekening nasabah serta cetak data mutasi transaksi.

Proses Pendaftaran:

- Mengisi data pribadi pada aplikasi permohonan fasilitas BSM Net Banking.
- Menyerahkan PIN Muler yang berisi key code (userID, password, PIN Otomatis) dan 3.000.
- Menandatangani lembar tanda terima PIN muler key code, dan menyerahkan kembali ke Customer Service untuk proses aktivasi.

Biaya Transaksi Layanan:

No.	Jenis Transaksi Layanan	Biaya (Rp)
1.	Administrasi Bulanan nasabah perorangan	2.500
2.	Administrasi Bulanan nasabah perusahaan	10.000
3.	Cetak key code (nasabah baru) dan reissue TAN	Gratis
4.	Reissue User ID, password dan PIN Otomatis	3.000
5.	Biaya transfer/pindah buku antar rekening BSM	0
6.	Biaya transfer antar bank	5.000
7.	Biaya Transfer Uang Tunai	35.000

Informasi selengkapnya hubungi Bank Syariah Mandiri terdekat, atau **sendiksyarah call (021) 29534040, atau 14040**
www.syariahamandiri.co.id

**PEMBIAIAN PENSIUN BANK SYARIAH MANDIRI
LEBIH BERSAMA...SESUAI SYARIAH
ANGSURAN JAUH LEBIH MURAH**



PLAFOND	Tahun Baku	SYARIAH KEMUDYAN														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
50.000.000	4.849.344	4.777.071	4.704.616	4.631.777	4.558.752	4.485.541	4.412.144	4.338.561	4.264.782	4.190.808	4.116.639	4.042.276	3.967.719	3.892.966	3.818.016	3.742.869
60.000.000	5.339.077	5.265.509	5.191.637	5.116.561	5.041.280	4.965.794	4.890.103	4.814.206	4.738.103	4.661.794	4.585.280	4.508.561	4.431.537	4.354.308	4.276.874	
70.000.000	5.732.209	5.657.238	5.581.561	5.505.177	5.429.080	5.353.170	5.278.346	5.203.707	5.128.353	5.053.284	4.978.500	4.903.001	4.827.787	4.752.858	4.678.214	
80.000.000	6.114.782	6.038.416	5.961.344	5.884.566	5.808.074	5.732.867	5.657.942	5.583.308	5.508.965	5.434.912	5.360.149	5.285.676	5.211.493	5.137.500	5.063.797	
90.000.000	6.478.555	6.399.894	6.321.527	6.243.554	6.165.974	6.088.786	6.011.889	5.935.282	5.858.965	5.782.938	5.707.201	5.631.854	5.556.896	5.482.327	5.408.148	
100.000.000	6.831.178	6.751.182	6.671.489	6.592.100	6.513.014	6.434.231	6.355.752	6.277.577	6.199.706	6.121.239	6.043.176	5.965.517	5.888.262	5.811.411	5.734.964	
110.000.000	7.174.582	7.092.914	7.011.481	6.930.292	6.850.346	6.770.652	6.691.209	6.612.018	6.533.079	6.454.392	6.376.959	6.299.780	6.222.854	6.146.182	6.070.764	
120.000.000	7.507.914	7.424.746	7.342.879	7.261.312	7.180.044	7.100.076	7.020.407	6.941.036	6.862.963	6.785.188	6.708.711	6.632.532	6.556.651	6.481.068	6.406.782	
130.000.000	7.831.246	7.747.688	7.665.429	7.583.470	7.502.810	7.422.448	7.343.385	7.264.621	7.186.256	7.108.290	7.030.623	6.953.255	6.877.186	6.802.416	6.727.944	
140.000.000	8.145.578	8.060.630	7.977.981	7.895.732	7.813.883	7.733.434	7.654.385	7.575.736	7.497.487	7.420.538	7.343.889	7.268.540	7.193.491	7.119.742	7.047.293	
150.000.000	8.450.910	8.364.572	8.280.523	8.196.774	8.114.425	8.033.476	7.954.927	7.876.778	7.799.029	7.722.680	7.646.731	7.572.182	7.499.033	7.427.284	7.356.935	
160.000.000	8.748.242	8.660.404	8.576.955	8.492.806	8.409.957	8.328.408	8.248.259	8.168.510	8.089.161	8.011.112	7.934.363	7.858.914	7.784.765	7.711.916	7.640.467	
170.000.000	9.038.574	8.949.336	8.865.487	8.780.938	8.697.789	8.616.040	8.535.641	8.455.592	8.376.793	8.299.244	8.223.045	8.148.196	8.074.597	8.002.248	7.931.149	
180.000.000	9.320.906	9.229.268	9.145.919	9.060.870	8.978.121	8.896.672	8.816.523	8.737.674	8.659.125	8.581.876	8.505.927	8.431.278	8.358.929	8.287.880	8.218.131	
190.000.000	9.595.238	9.499.900	9.415.451	9.329.902	9.246.253	9.164.504	9.084.655	9.006.706	8.929.657	8.854.508	8.780.259	8.707.910	8.636.461	8.565.912	8.496.263	
200.000.000	9.861.570	9.763.832	9.679.083	9.592.534	9.508.185	9.426.036	9.346.087	9.268.338	9.192.789	9.119.440	9.048.291	8.979.342	8.912.593	8.848.044	8.784.795	
210.000.000	10.120.902	10.020.764	9.935.515	9.848.966	9.765.117	9.683.868	9.604.319	9.526.470	9.450.321	9.376.872	9.306.123	9.238.074	9.172.725	9.109.076	9.048.127	
220.000.000	10.373.234	10.270.696	10.184.947	10.097.398	10.012.949	9.930.599	9.850.350	9.772.201	9.696.252	9.623.503	9.553.054	9.484.905	9.418.056	9.353.507	9.291.358	
230.000.000	10.618.566	10.513.628	10.427.579	10.339.030	10.253.081	10.169.732	10.088.083	10.009.134	9.932.885	9.859.336	9.788.487	9.720.338	9.654.889	9.592.140	9.532.091	
240.000.000	10.856.898	10.749.560	10.662.911	10.573.362	10.486.913	10.403.564	10.323.315	10.246.166	10.172.117	10.100.268	10.030.519	9.962.870	9.897.321	9.833.872	9.772.523	
250.000.000	11.088.230	10.978.492	10.891.543	10.800.994	10.713.745	10.629.796	10.548.147	10.469.798	10.393.749	10.320.999	10.251.550	10.184.401	10.119.552	10.056.903	10.000.000	

Kolektoran Berkas Prinsip Anggota

1. Fama Perumahan Pemukiman Persepsi
2. Fama Corp KIP Pemukiman dan Persepsi
3. Faturaya Karwa Keluarga
4. Faturaya Jember (Mandi), Akiba estate
5. Faturaya SK Persepsi
6. Faturaya NPI PT
7. NPI PT Perumahan Akiba (bukan kolektoran persepsi)
8. Padijaya Wangsa Perumahan Jati sine 441 (Selandi)
9. Faturaya Karwa Indonesia Perumahan Karang
10. Fama Bontak
11. Faturaya Sinar Kesatuan

MARKETING

NURUDIN
085 640 760 122

BANK SYARIAH MANDIRI KURANGAN
Jl. Diponegoro No. 205 C-D Kurangan
Kabupaten Semarang 524 4505666

INGIN PUNYA RUMAH, KE BANK SYARIAH MANDIRI AJA.....TERDEPAN, MODERN, MENENTRANKAN

- Pemukiman DgPinj Sendiri Atau Dipinjam Pihak Bank
- Pembelian Rumah Baru (Second) jangka waktu 20 TAHUN
- Pembelian Ruko dan Apartemen (jika waktu 10 TAHUN)
- REFINANSING (jika waktu 20 TAHUN)
- KONTRAKSI (jika waktu 15 TAHUN)
- TAKE OVER (jika waktu 15 TAHUN)
- TANPA BIAYA PROVISI
- Angsuran Flat (temp)

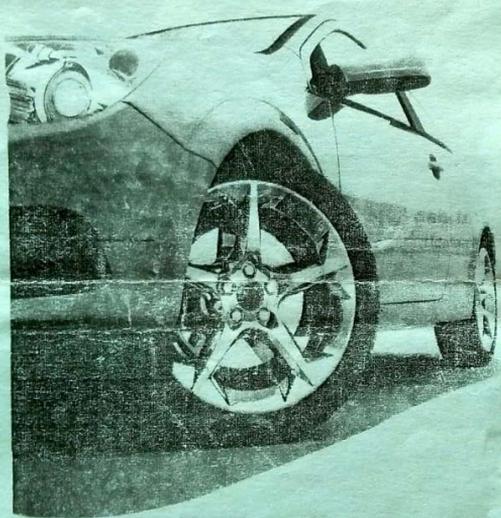


Nominal Dibayar Dibayar Dibayar	ANGSURAN PER 1000000 (Rp 1.000.000)																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
200.000.000	17.781.167	17.438.051	17.094.935	16.751.819	16.408.703	16.065.587	15.722.471	15.379.355	15.036.239	14.693.123	14.350.007	14.006.891	13.663.775	13.320.659	12.977.543	12.634.427	12.291.311	11.948.195	11.605.079	11.261.963	10.918.847
250.000.000	22.241.445	21.777.570	21.313.695	20.849.820	20.385.945	19.922.070	19.458.195	18.994.320	18.530.445	18.066.570	17.602.695	17.138.820	16.674.945	16.211.070	15.747.195	15.283.320	14.819.445	14.355.570	13.891.695	13.427.820	12.963.945
300.000.000	26.696.723	26.117.502	25.538.281	24.959.060	24.379.839	23.799.618	23.219.397	22.639.176	22.058.955	21.478.734	20.898.513	20.318.292	19.738.071	19.157.850	18.577.629	18.000.000	17.422.371	16.844.742	16.267.113	15.689.484	15.111.855
350.000.000	31.152.001	30.458.880	29.765.759	29.072.638	28.379.517	27.686.396	26.993.275	26.300.154	25.607.033	24.913.912	24.220.791	23.527.670	22.834.549	22.141.428	21.448.307	20.755.186	20.062.065	19.368.944	18.675.823	17.982.702	17.289.581
400.000.000	35.607.279	34.801.158	34.000.037	33.198.916	32.397.795	31.596.674	30.795.553	29.994.432	29.193.311	28.392.190	27.591.069	26.789.948	25.988.827	25.187.706	24.386.585	23.585.464	22.784.343	21.983.222	21.182.101	20.380.980	19.579.859
450.000.000	40.062.557	39.144.436	38.226.315	37.308.194	36.390.073	35.471.952	34.553.831	33.635.710	32.717.589	31.799.468	30.881.347	29.963.226	29.045.105	28.126.984	27.208.863	26.290.742	25.372.621	24.454.500	23.536.379	22.618.258	21.700.137
500.000.000	44.517.835	43.485.714	42.453.593	41.421.472	40.389.351	39.357.230	38.325.109	37.292.988	36.260.867	35.228.746	34.196.625	33.164.504	32.132.383	31.100.262	30.068.141	29.036.020	28.003.899	26.971.778	25.939.657	24.907.536	23.875.415
550.000.000	48.973.113	47.837.992	46.702.871	45.567.750	44.432.629	43.297.508	42.162.387	41.027.266	39.892.145	38.757.024	37.621.903	36.486.782	35.351.661	34.216.540	33.081.419	31.946.298	30.811.177	29.676.056	28.540.935	27.405.814	26.270.693
600.000.000	53.428.391	52.189.270	51.000.149	49.761.028	48.521.907	47.282.786	46.043.665	44.804.544	43.565.423	42.326.302	41.087.181	39.848.060	38.608.939	37.369.818	36.130.697	34.891.576	33.652.455	32.413.334	31.174.213	29.935.092	28.695.971
650.000.000	57.883.669	56.530.548	55.237.427	53.934.306	52.631.185	51.328.064	50.024.943	48.721.822	47.418.701	46.115.580	44.812.459	43.509.338	42.206.217	40.903.096	39.600.000	38.296.900	36.993.800	35.690.700	34.387.600	33.084.500	31.781.400
700.000.000	62.338.947	60.881.826	59.474.705	58.017.584	56.560.463	55.103.342	53.646.221	52.189.100	50.731.979	49.274.858	47.817.737	46.360.616	44.903.495	43.446.374	41.989.253	40.532.132	39.075.011	37.617.890	36.160.769	34.703.648	33.246.527
750.000.000	66.794.225	65.223.104	63.706.983	62.190.862	60.674.741	59.158.620	57.642.499	56.126.378	54.610.257	53.094.136	51.578.015	50.061.894	48.545.773	47.029.652	45.513.531	44.000.000	42.486.479	40.972.958	39.459.437	37.945.916	36.432.395
800.000.000	71.249.503	69.563.382	67.927.261	66.291.140	64.655.019	63.018.898	61.382.777	59.746.656	58.110.535	56.474.414	54.838.293	53.202.172	51.566.051	49.929.930	48.293.809	46.657.688	45.021.567	43.385.446	41.749.325	40.113.204	38.477.083
850.000.000	75.704.781	73.914.660	72.124.539	70.334.418	68.544.297	66.754.176	64.964.055	63.173.934	61.383.813	59.593.692	57.803.571	56.013.450	54.223.329	52.433.208	50.643.087	48.852.966	47.062.845	45.272.724	43.482.603	41.692.482	39.902.361
900.000.000	80.160.059	78.265.938	76.371.817	74.477.696	72.583.575	70.689.454	68.795.333	66.901.212	65.007.091	63.112.970	61.218.849	59.324.728	57.430.607	55.536.486	53.642.365	51.748.244	49.854.123	47.959.002	46.064.881	44.170.760	42.276.639
950.000.000	84.615.337	82.517.216	80.423.095	78.328.974	76.234.853	74.140.732	72.046.611	69.952.490	67.858.369	65.764.248	63.670.127	61.576.006	59.481.885	57.387.764	55.293.643	53.199.522	51.105.401	49.011.280	46.917.159	44.823.038	42.728.917
1.000.000.000	89.070.615	86.772.494	84.478.373	82.184.252	79.890.131	77.596.010	75														

mandiri
syariah

bsm oto

**proses
cepat**



**wujudkan kendaraan
impian Anda**

supported by:

mandiri
tunas finance

- Angsuran ringan
- Didukung lebih dari 3000 dealer
- Berkah sesuai syariah

bsm call 14040

#bsmmengalirkanberkah

Simulasi

Pembiayaan (Rp)	Angsuran per jangka waktu (Rp)				
	12	24	36	48	60
100.000.000	8.721.978	4.557.012	3.179.973	2.500.392	2.100.186
125.000.000	10.902.473	5.696.265	3.974.967	3.125.490	2.925.233
150.000.000	13.082.967	6.835.518	4.769.960	3.750.588	3.150.279
175.000.000	15.263.462	7.974.772	5.564.953	4.375.686	3.675.326
200.000.000	17.443.956	9.114.025	6.359.947	5.000.784	4.200.372
225.000.000	19.624.451	10.253.278	7.154.940	5.625.882	4.725.419
250.000.000	21.804.946	11.392.531	7.949.933	6.250.980	5.250.465
275.000.000	23.985.440	12.531.784	8.744.926	6.876.078	5.775.512
300.000.000	26.165.935	13.671.037	9.539.920	7.501.176	6.300.558

Margin

Tahun	1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun	4 Tahun	5 Tahun
Setara (flat)	4,61 %	4,76 %	4,91 %	5,05 %	5,20 %

Syarat dan Ketentuan

- Tujuan pembiayaan : Pembelian mobil baru
- Jaminan : BPKB dan faktur kendaraan
- Uang muka : Mulai 25%
- Jangka waktu : Maksimal 5 tahun
- Asuransi : Asuransi kerugian + asuransi jiwa
- Akseptasi *Income* : Diperkenankan *Joint Income*

Informasi lebih lanjut hubungi:

mandiri
syariah

BRANCH UNGARAN
Jl. Diponegoro 205 C-D Ungaran,
Kab. Semarang 50511
(024) 6925868

061225188108

oto@bsm.co.id

www.syariahmandiri.co.id
atau hubungi bsm call 14040



Bank Syariah Mandiri

@syariahmandiri

Dokumen Pendukung Supporting Documents

SURAT KETERANGAN BUKLA/KARTU PEJABAN
Work Certificate
No. _____

SURAT KETERANGAN DOMISILI
Domicile Certificate
No. _____

DIREKSI/RAKAN OLEH
Issued by
No. _____

Jenis Rekening Type of Account

Jenis Valuta Currency

TABUNGAN

TABUNGAN BSM BSM TABUNGAN MAHIRIR BSM GIRO ROR

BSM TABUNGAN SIMPATIK BSM TABUNGAN VALAS BSM GIRO USD

TABUNGAN KURU LAINNYA BSMAGRO VALAS SGD

LAINNYA LAINNYA LAINNYA

Kuasa Debet Standing Instruction

Dengan menandatangani formulir aplikasi ini, saya/kami memberikan kuasa kepada Bank untuk mendebet rekening saya/kami ini, untuk membayar sejumlah tagihan setiap tanggal yang saya/kami tentukan di bawah ini:

No. Rekening Tagihan Bill Account Number	Nama Nasab To/Debit of	Tanggal Debet Debit Date
<input type="checkbox"/> Pembayaran Rekening Telepon		
<input type="checkbox"/> Pembayaran Rekening SATELIT/DO		
<input type="checkbox"/> Pembayaran Rekening IM2, IM3		
<input type="checkbox"/> Pembayaran Lainnya:		

Perhatian: Untuk menghindari kesyngan bagi Nasabah, Nasabah wajib mencantumkan tabel tagihan standing instruction yang tidak diisyntukan!

Layanan 24 Jam 24 Hours Service

Layanan Notifikasi Notification Service

FASILITAS LAYANAN 24 JAM 24 hours Service

BSM CARD BSM NET BANKING

BSM MOBILE BANKING No. HP/ Cellular Phone Number _____

NOMOR REKENING Account Number: _____

BSM CALL 14040

FASILITAS CETAK MUTASI

Melalui Fax By fax No. Fax Number: _____

Melalui Email By email Alamat Email Email Address: _____

SARANA NOTIFIKASI YANG DIINGINKAN Notification Demand

Melalui SMS By SMS No. HP/ Cellular Phone Number _____

Melalui Email By E-mail Alamat Email Email Address: _____

JENIS TRANSAKSI YANG DINOTIFIKASI Type of Notification Transaction

DEBIT Debit KREDIT Credit

NOTIFIKASI DINIRMAH UNTUK NOMINAL TRANSAKSI Notification Sent To Nominal Transactions

Rp0 Rp0-300.000 Rp0-100.000

Rp0-100.000 Rp0-400.000 Rp0-1.000.000

Rp0-200.000 Rp0-500.000

Akad Contract

Nasabah dan Bank bersepakat melakukan akad perjanjian sesuai prinsip (saling sesuai jenis akad perjanjian) Account Owner and Bank agree to carry out this agreement under the principle of (choose the suitable agreement):

Wadiah yad Dhamanah
Nasabah menipkan dananya melalui Bank dengan melakukan setoran awal sebesar Rp. _____ (dika oleh Bank). Bank berdasarkan kebijakannya dapat memberikan bonus kepada Nasabah yang akan diberikan setiap akhir bulan atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank.
Account Owner put his/her fund in the Bank with first installment in the amount of Rp. _____ (fill in by Bank). Bank based on its consideration could give to Account Owner which will be given on the last month or accordance with the prevailing of the Bank.

Mudharabah Mutabah
Nasabah menipkan dananya melalui Bank dengan melakukan setoran awal sebesar Rp. _____ (dika oleh Bank). Untuk itu Bank akan membuka rekening atas nama Nasabah.
Account Owner will invest his/her fund in the Bank in the amount of Rp. _____ (fill in by Bank). Consequently Bank will open an account under the name of (the Account Owner).
Bank akan berbagi hasil atau dana Nasabah yang diinvestasikan oleh Bank dengan perbandingan bagi hasil _____ % untuk Nasabah dan _____ % untuk Bank.
Bank will share its profit from the Account Owner's fund which is invested by Bank with profit sharing ratio _____ % for Account Owner and _____ % for Bank.
Bank akan memberikan bagi hasil kepada Nasabah setiap akhir bulan atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank.
Bank will share its profit to Account Owner on the last month or according to the prevailing of the Bank.
Maklaha Zhay'atany wajib Bank dapat mengubah dan menetapkan bagi hasil yang diumumkan di counter Bank dan akan berlaku setiap tanggal 1 bulan berikutnya.
Apabila dalam 10 (sepuluh) hari kalender setelah tanggal pengumuman tersebut tidak ada tanggapan secara tertulis dari Nasabah, maka Nasabah menyetujui perubahan bagi besaran bagi hasil tersebut.
Bank will share its profit to Account Owner on the last month or according to the prevailing of the Bank.
If necessary, Bank may change and announce a new profit sharing that will be announced in Bank counter and will be effective on 1st date of the next month.
From days calendar after date announcement there is no written statement from Account Owner, means the Account Owner agree with the change and the said profit sharing.

APPROX 1%
FORMULIR BUKLA UNTUK PEMBAYARAN CASH/BI NOMOR REKENING (This form can only used to open new account number)
*Wajib diisi bagi calon Nasabah yang bersedia melakukan pencairan ke rekening NPPW

Pernyataan Nasabah Customer Statements

DEKLAN MENANDAKANAKAN APLIKASI INI, SAYA/KAMI MENYATAKAN BAHWA:
By signing this application, I/we declare that:
1. SAKI YANG ADA PADA FORMULIR APLIKASI INI ADALAH BENAR DAN MELIPUKAN DATA TERBUKTI.
All the data in this form application is true and as my best secret data.
2. PT BANK SYARIAH MANDIRI BEKRAF MELAKUKAN PEMERIKSAAN TERHADAP KEBENARAN DATA YANG SAYA/KAMI BERIKAN.
PT Bank Syariah Mandiri reserves the right to perform examination against correctness of the data. I/we have provided.
3. SAYA/KAMI SELIDU DAN MEMBERIKAN RUASA KEPADA BANK YANG TIDAK DAPAT DITRACK DAN SECARA CEPAT CA DISEKORIKAN UNTUK MENCIPTA REKENING SAYA/KAMI DALAM BANGKA PEMERIKSAAN PEMERIKSAAN TERHADAP DATA TERBUKTI, BERDASARKAN PEMBUKUAN REKENING INI. I/we hereby agreed and authorized the Bank that can not be cancelled unilaterally by me/us to debit my/our payments in order to arising under this account opening.
4. PT BANK SYARIAH MANDIRI TELAH MEMBERIKAN PENJELASAN YANG CUPUK MENGENAI KARAKTERISTIK PRODUK YANG AKAN SAYA/KAMI GUNAKAN DAN SAYA/KAMI TELAH MEMBACA, MENGETI DAN MEMAHAMI SEGALA KHORIKERENGGI PENGGUNAAN PRODUK, DIMASUDU TERMAKSI MANFAAT, RESIKO DAN BAWA-BAYU YANG MELAKI PADA PRODUK DIMASUDU.
PT Bank Syariah Mandiri has provided sufficient explanation against characteristics of product that I/we will use and I/we have read, understood and comprehended over all consequences of usage of the referred products including benefits, risk and cost of other to the referred products.
5. SAYA/KAMI MENYETUI DAN TERBUKTI PADA SWIYAT DAN KETERTUAN YANG BERKAITAN PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI TERMAKSI TERAPI TIDAK TERBATAS PADA SWIYAT LAINLUM PEMBUKUAN REKENING DAN.
I/we agree and subject to terms and conditions prevail at PT Bank Syariah Mandiri including but shall not limited to provided terms for account opening and.

KETERTUAN DAN SWIYAT LAINLUM REKENING TABUNGAN
Terms and conditions saving account

KETERTUAN DAN SWIYAT LAINLUM REKENING GRO
Terms and conditions current account

SWIYAT MANUSIYAT ZINT ACCOUNT
Special condition of joint account

KETERTUAN DAN SWIYAT LAINLUM 24 JAM SERTA LAINLUM NOTIFIKASI
Terms and conditions 24 hours service and notification service

YANG MELIPUKAN BAGIAN DAN MENCIPTA SATU KESEKIAN YANG TIDAK TERPISAHKAN DARI APLIKASI REKENING INI.
Which constitute integral part and un-separated part of this account opening.



TANGGAL Date: _____

CUSTOMER SERVICE

NASABAH Customer

BANK SYARIAH MANDIRI MELIPUKAN HAK UNTUK MENERIMA ATAU MENOLAK PEMERIKHAAN ANDA TANPA MENYERBUKAN ALASAN ALASANNYA.
Bank Syariah Mandiri has the right to accept or refuse your application without stipulation of its reasons.

TERIMA KASH ATAS KEPERCAYAAN ANDA PADA BANK SYARIAH MANDIRI.
Thank you for your trust to Bank with Bank Syariah Mandiri.

Diisi oleh Bank Filled Out by Bank

KODE BISNIS UNIT YANG MENANGKANI Unit Business Code Handling: _____

TANGGAL BUKLA REKENING Date of Opening Account: _____

JENIS REKENING Type of Account: _____

KODE ACCOUNT OFFICER Code of Officer Account: _____

NOMOR CIF CIF Number: _____

NOMOR REKENING Account Number: _____

PEJABAT BANK Bank Officials

Tanda Terima Receipt

SAYA/KAMI TELAH MENERIMA I/We Have Received

NOMOR KARTU BSM INSTAN _____

NOMOR SERI BUKLA TABUNGAN _____

TANDA TANGAN NASABAH Customer's Signature

Kartu Contoh Tanda Tangan
Signature Specimen



Tanggal Date

Nama Rekening Account Name

Nomor Rekening Account Number

TABUNGAN
Saving Account

GIRO
Current Account

DEPOSITO
Deposit

LAINNYA
Others

Nama dan Jabatan Name and Position

Tanda Tangan Signature

1.

TANDA TANGAN DAN CAP JANGAN MELEWATI GARIS

2.

TANDA TANGAN DAN CAP JANGAN MELEWATI GARIS

Tanda Tangan yang Diperlukan Signature Required

Cap Perusahaan Company Stamp

SATU /SALAH SATU

DUA DIANTARANYA

**SURAT PERSETUJUAN PEMBERIAN INFORMASI DATA NASABAH
DAN PEMASARAN PROGRAM/PRODUK OLEH BANK
(PERORANGAN)**

PT Bank Syariah Mandiri (Bank) dengan ini mengajukan permohonan pemberian dan/atau penyebarluasan data pribadi saya oleh Bank/ Kuasa Bank/ Grup Perusahaan untuk memasarkan program/produk oleh Bank, sebagaimana saya dengan ini telah menyetujui permohonan tersebut, maka saya/kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :
Alamat :
No. KTP :
No. Rekening :

Menyatakan bahwa :

1. Saya setuju/tidak setuju¹⁾ untuk memberikan dan/atau menyebarluaskan data pribadi saya kepada pihak lain di luar Bank yang telah bekerjasama dengan Bank untuk tujuan komersial melalui SMS, Telepon dan media lainnya;
2. Saya setuju/tidak setuju¹⁾ untuk diinformasikan mengenai program/produk oleh Bank melalui SMS, Telepon dan media lainnya;
3. Saya telah memahami penjelasan Bank mengenai tujuan dan konsekuensi dari pemberian dan/atau penyebarluasan data pribadi saya kepada pihak lain di luar badan hukum Bank serta tujuan dan konsekuensi dari informasi program/produk oleh Bank melalui SMS, Telepon dan media lainnya;
4. Data pribadi saya yang dapat diberikan dan atau disebarluaskan kepada pihak lain diluar Bank untuk tujuan komersial adalah mencakup hal-hal sebagai berikut:
 - a. Nama Nasabah;
 - b. Alamat;
 - c. Tanggal lahir dan atau umur;
 - d. Nomor telepon;
 - e. Keterangan lain yang merupakan identitas pribadi dan lazim dalam pemanfaatan Produk Bank.
5. Atas persetujuan yang saya berikan dengan ini saya akan membebaskan Bank terhadap tuntutan hukum dan/atau gugatan dari pihak manapun dikemudian hari.
6. Para pihak mengakui dan menyetujui bahwa Surat Persetujuan Pemberian Informasi Data Nasabah dan Pemasaran Program/Produk oleh Bank ini, merupakan permohonan Bank kepada saya atas penyebarluasan data pribadi yang saya berikan kepada Bank dan kesediaan saya untuk diinformasikan mengenai program/produk oleh Bank melalui SMS, Telepon dan media lainnya.

Demikian surat persetujuan pemberian Nasabah ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

.....20.....

PT Bank Syariah Mandiri

¹⁾ Coret yang tidak perlu.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ilma Safaatul Fitri
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat dan Tanggal Lahir : Brebes, 16 Februari 1997
Agama : Islam
Status : Belum menikah
Alamat : Ds. Gegerkunci, RT 01 RW 01,
Kec Songgom, Kab. Brebes.
Nomor Telepon : 085713838060
E-mail : ilmasafaatulfitri@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. SDN Gegerkunci 01 tahun lulus 2009
2. SMP Negeri 02 Songgom tahun lulus 2012
3. SMA Negeri 01 Jatibaran tahun lulus 2015

Pengalaman Magang

1. Magang di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran dari tanggal 15 Januari sampai dengan 15 Februari 2018.
2. Magang di KSPPS Harapan Umat Cabang Juwana dari tanggal 19 Februari sampai dengan 15 Maret 2018.

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 04 Juli 2018

Ilma Safaatul Fitri