



STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN PADA BSI KCP MEDAN PULO BRAYAN

Zamzami Akromi Lubis

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Khairina Tambunan

Dosen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan 20371, Sumatera Utara, Indonesia

Korespondensi penulis: zamzamiakromi12@gmail.com

Abstract. *A company's marketing strategy plays a critical function, particularly in luring in consumers. Society will not be able to learn about the company's products or the pension financing available at Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan without a marketing plan. This study intends to identify the marketing tactics used by Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan in order to ascertain the challenges encountered and the marketing tactics used by Sharia Bank Indonesia KCP Medan Pulo Brayan that are successful in boosting the number of clients. This kind of study employs a qualitative descriptive methodology in the field. The study findings are based on the analysis's findings, and the firm has chosen to focus on SO (Strength-Opportunities), which is a BSI KCP Medan Pulo Brayan (Oriental Growth Strategy) is a strategy that uses quality service and maintains product quality to overcome problems that have been identified by means of servicing strategy. The strategy is right for implementation because it has the power and opportunities to take advantage of existing opportunities. In this manner, the plan effectively contributes to the growth in BSI KCP Medan Pulo Brayan customer.*

Keywords: *Pension Financing, Bank Syariah Indonesia, Marketing Strategy.*

Abstrak. Strategi pemasaran suatu perusahaan memainkan fungsi yang sangat penting, khususnya dalam memikat konsumen. Masyarakat tidak akan dapat mengetahui produk perusahaan atau pembiayaan pensiun yang tersedia di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan tanpa adanya rencana pemasaran. Penelitian ini bermaksud untuk mengidentifikasi taktik pemasaran yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan guna mengetahui tantangan yang dihadapi dan taktik pemasaran yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan yang berhasil mendongkrak jumlah nasabah. Penelitian semacam ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif di lapangan. Temuan penelitian didasarkan pada temuan analisis, dan perusahaan memilih untuk fokus pada SO (Strength-Opportunities), yaitu BSI KCP Medan Pulo Brayan (Oriental Growth Strategy) merupakan strategi yang menggunakan kualitas pelayanan dan menjaga kualitas produk untuk mencapai tujuan tersebut. mengatasi permasalahan yang telah teridentifikasi melalui strategi pelayanan. Strategi tersebut tepat untuk diterapkan karena mempunyai kekuatan dan peluang untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dengan demikian, rencana tersebut secara efektif berkontribusi terhadap pertumbuhan pelanggan BSI KCP Medan Pulo Brayan.

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

LATAR BELAKANG

Bank adalah lembaga perantara keuangan, kadang-kadang dikenal sebagai lembaga perantara keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga perbankan merupakan suatu organisasi yang bergerak dalam kegiatan keuangan. Akibatnya, operasional bank akan selalu terikat pada masalah keuangan, yang berfungsi untuk memperlancar perdagangan utama (Setia Budi Wilardjo, 2005). Sebagaimana tercantum dalam Undang-undang Nomor 21 Bank Pada tahun 2008, bank

yang beroperasi sesuai prinsip syariah antara lain Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Andri Soemitra, 2009). Lembaga keuangan yang dikenal sebagai "bank syariah" mempunyai operasi yang diatur oleh hukum Islam. dan tidak memungut atau membayar bunga kepada konsumen. Insentif yang diperoleh dan dibayarkan oleh bank syariah bergantung pada perjanjian kontrak klien dan bank. Menurut hukum Islam, perjanjian (akad) yang terdapat pada bank syariah harus mematuhi syarat dan ketentuannya (Ismail, 2016).

Prinsip hukum Islam membentuk landasan keuangan Islam. Islam melarang baik meminjamkan uang maupun menagih pinjaman dengan bunga (riba), serta melakukan investasi pada perusahaan yang dianggap haram (haram). Bank syariah menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip seperti Bagi hasil (mudharabah), pendanaan usaha patungan (musyarakah), pembelian dan penjualan kembali barang untuk mendapatkan keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal dengan ide sewa (ijarah) adalah contoh bagi hasil. Perbankan syariah tidak menggunakan sistem bunga sebagai alat untuk menghasilkan pendapatan dan tidak mengenakan bunga atas penggunaan uang pinjaman oleh nasabah karena syariah Islam melarang riba.

Strategi pemasaran pada hakikatnya adalah suatu rencana yang komprehensif, terkoordinasi, dan koheren yang merinci langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Atau dengan kata lain, inisiatif pemasaran suatu perusahaan terkadang diarahkan oleh serangkaian sasaran, sasaran, kebijakan, dan aturan yang menjadi alokasi dan acuannya, khususnya sebagai respons terhadap lingkungan dan kondisi serta persaingan yang terus berubah. Hal ini terutama berlaku bagi lembaga keuangan perbankan, yang operasionalnya membantu membangun perekonomian bangsa. Dalam hal ini, pemasaran sangat penting untuk diterapkan karena berfungsi sebagai jembatan antara bank dan nasabahnya. Oleh karena itu, sebelum meluncurkan produk, lembaga keuangan harus mengetahui apa sebenarnya kebutuhan kliennya. Setelah jadi, perkenalkan saja barang atau produk tersebut sesuai dengan keinginan klien anda. Periklanan merupakan komponen penting dari setiap strategi bisnis yang bertujuan untuk menjangkau seluruh khalayak sasaran, kemajuan dalam pengembangan produk, dan mencapai tujuan perusahaan. Tujuan pemasaran bank adalah untuk meningkatkan penggunaan, pendekatan, dan dapat membangkitkan suatu kebutuhan, sehingga dapat menarik nasabah untuk memanfaatkan jasa yang disediakan oleh bank. Bisnis dan organisasi harus mampu mengembangkan dan merencanakan sistem strategi pemasaran yang mereka terapkan untuk menarik perhatian pelanggan. Perbankan syariah merupakan salah satu perusahaan keuangan yang harus menerapkan hal ini.

Bank syariah yang saat ini dikenal dengan nama BSI menyediakan berbagai macam produk, termasuk yang menerima dan menyalurkan uang, termasuk paket pendanaan untuk pensiun. Pendanaan untuk pensiun adalah pemberian pilihan pembiayaan konsumen kepada pensiunan (bahkan untuk kebutuhan yang memiliki berbagai tujuan), manfaat pensiun bulanan yang diperoleh pensiunan dari bank dipotong untuk membayar angsuran. Kontrak murabahah atau ijarah digunakan. Dampak produk pembiayaan pensiun saat ini terhadap para pensiunan sangatlah signifikan karena produk ini membantu para pensiunan membiayai biaya perawatan jangka panjang mereka. Sebab, sebagian besar masyarakat yang masih berada dalam usia kerja saat ini belum memikirkan aset apa yang akan mereka kumpulkan ketika pensiun. Khususnya bagi mereka yang sedang mempersiapkan masa pensiun mempunyai gaji yang lebih rendah dibandingkan mereka yang masih aktif bekerja sebagai pegawai pemerintah. Banyak pensiunan yang saat ini tertarik dengan solusi pembiayaan pensiun karena dapat membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari dan juga membuka peluang perusahaan yang dituju sebelum pensiun. BSI

sedang berupaya memperbaiki masalah ini. Peningkatan pendapatan yang baik dihasilkan oleh solusi pembiayaan pensiun, itulah sebabnya semakin banyak klien yang memanfaatkannya di BSI.

Tujuan diselenggarakannya program pembiayaan pensiun adalah untuk: memberikan manfaat yang jelas kepada masyarakat dan mendukung inisiatif pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan warga lanjut usia dan membantu memenuhi kebutuhan lansia berpenghasilan rendah. Sebagaimana diketahui, penghasilan pensiunan PNS jauh lebih sedikit dibandingkan saat mereka masih aktif bekerja sebagai PNS atau pegawai BUMN/BUMD. Oleh karena itu, pendanaan pensiun cukup sering dilakukan oleh para pensiunan. Pasal 10 Undang-Undang Nomor 43 Tahun 1999, yang mengatur program pensiun bagi pejabat federal, mengatur bahwa pensiun berfungsi sebagai jaminan hari tua dan imbalan bagi pegawai negeri sipil yang telah lama mengabdikan. Pegawai, sedangkan Pensiun bagi non-PNS diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1992, dan bagi para pensiunan yang ingin menggunakan dana pensiunnya untuk pengeluaran berkelanjutan setelah berhenti bekerja, harus mencari cara untuk mengumpulkan uang dan membagikannya kepada mereka untuk tujuan tersebut. kebutuhan mereka harus dipenuhi. Dengan penerapan undang-undang ini, bank syariah menjadi lebih kompetitif dalam memproduksi sendiri barang dan jasa yang sejalan dengan hukum Islam serta menawarkan kemudahan dan keuntungan bagi nasabahnya. Suatu rencana pemasaran yang diperlukan untuk keberhasilan operasional perusahaan dan upaya untuk menguasai pasar diperlukan agar dapat bersaing dengan bank tradisional atau bank syariah lainnya.

KAJIAN TEORITIS

BSI KCP Medan Pulo Brayan merupakan bank syariah yang berkembang pesat, bank milik pemerintah dengan standar operasional berbasis syariah. Dengan demikian, lahirnya Perbankan syariah menawarkan pilihan pembiayaan pensiun khususnya di Bank Syariah Mandiri yang benar-benar membantu konsumen dalam memanfaatkan pembiayaan pensiun sebagai solusi kebutuhan keluarga. Banyak aktivitas lain, termasuk renovasi rumah dan pendanaan awal bisnis, dapat dilakukan dengan uang ini. Satu-satunya bank syariah yang dapat mengakomodir kebutuhan pensiunan dan bekerja sama, taspen serta organisasi pengelola pensiun lainnya adalah Bank Syariah. Pembiayaan pensiun multifungsi ini dapat dimanfaatkan bagi para pensiunan, antara lain pegawai pemerintah pusat dan daerah, TNI atau POLRI, perwakilan negara/swasta yang berhenti dan mendapatkan manfaat, Pada saat jatuh tempo angsuran, uang pensiunan dapat berusia maksimal 75 tahun . Oleh karena itu, meskipun masyarakat tidak lagi berada dalam usia kerja, pembiayaan pensiun merupakan pilihan pembiayaan potensial yang dapat membantu perluasan perekonomian daerah. Akad murabahah ini digunakan untuk membiayai dana pensiun. Akad murabahah adalah akad yang penjualnya menjual sesuatu kepada orang lain dengan harga yang lebih besar daripada biaya yang harus dikeluarkan mengungkapkan kepada pembeli harga perolehannya yang pertama.

Menurut Fandy Tjipton, Strategi pemasaran adalah rencana yang menguraikan bagaimana suatu bisnis mengantisipasi kampanye atau upaya pemasaran tertentu yang akan mempengaruhi permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Pilihan strategis yang penting mengenai bauran pemasaran, pasar sasaran, pasar penempatan produk, dan tingkat biaya pemasaran semuanya dianggap sebagai target dalam konteks pemasaran ini, menurut Kotler, terdapat keputusan penting mengenai masalah pasar sasaran, Taktik utama yang akan digunakan oleh unit untuk mencapai tujuan tertentu ditentukan oleh lokasi produk di pasar, bauran pemasaran, dan tingkat biaya yang diperlukan untuk pemasaran diputuskan sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini digambarkan sebagai serangkaian proses ilmiah yang bertujuan untuk memberikan data dengan harapan dan manfaat tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penyelidikan deskriptifnya. Dapat dikatakan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu penelitian yang hasil akhirnya dicapai tanpa menggunakan tahapan statistik atau jenis perkiraan lain dan berfungsi untuk mengungkapkan fenomena secara keseluruhan. Sesuai dengan konteksnya, pengumpulan data melalui kerangka alami dan mengutamakan individu peneliti menjadi instrumen inti. Dalam penelitian kualitatif, tahapan dan maknanya lebih jelas terlihat tergantung pada sudut pandang subjek. Setiap penelitian kualitatif harus memiliki landasan teoritis atau konseptual yang kuat untuk menganalisis, mengkaji, dan menerapkan temuan. Luasnya hal yang diperiksa semakin meluas. Untuk menggeneralisasi penelitian, penelitian kualitatif membandingkan dan memprioritaskan berbagai aspek penalaran mendalam tentang suatu kasus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menunjang rencana penanaman modal yang dilakukan oleh pihak tersebut secara langsung maupun oleh suatu lembaga, suatu pihak dapat memberikan pembiayaan kepada pihak lain. Kontrak atau perjanjian antara bank dengan pihak lain yang mengharuskan pihak yang dibiayai mengembalikan uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan imbalan atau bagi hasil sesuai dengan aturan atau perjanjian menjadi dasar pemberian uang, atau tagihan yang setara dengannya. Pembiayaan syariah dilakukan antara bank dengan pihak lain berdasarkan hukum Islam. Hak untuk memungut pensiun adalah kesanggupan untuk melakukannya setelah suatu masa kerja tertentu, setelah mencapai usia pensiun, dan karena sebab-sebab lain yang ditentukan dalam perjanjian-perjanjian sebelumnya. Sedangkan pensiunan adalah pegawai yang memasuki masa pensiun atau menerima manfaat pensiun.

Oleh karena itu, ketika seseorang mencapai usia pensiun, mereka mungkin mulai menerima pendapatan dari aset yang mereka atau organisasi hasilkan ketika mereka masih muda. Ini dikenal sebagai dana pensiun. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1992 menyebutkan bahwa dana pensiun adalah organisasi yang diatur oleh peraturan perundang-undangan yang menyelenggarakan dan mengawasi skema manfaat pensiun. Perusahaan dana pensiun secara umum diartikan sebagai suatu usaha yang menghimpun uang dari pegawai suatu perusahaan dan menyalurkannya kepada peserta pensiun sesuai dengan suatu kontra dana tersebut selanjutnya dikembalikan dalam bentuk dana pensiun setelah jangka waktu yang telah ditentukan sesuai dengan ketentuan lembaga pengelola dana pensiun, yang memungut uang dari penghasilan pegawai. antara kedua belah pihak, persetujuan. Definisi cocok sesuai perjanjian, pensiun dapat dibayarkan pada saat pekerja mencapai usia pensiun atau karena sebab-sebab lain guna memperoleh hak menerima uang pension bisnis utama dana pensiun adalah mengumpulkan uang melalui iuran yang dipotong dari gaji karyawan. Setelah itu, biaya diinvestasikan kembali dalam berbagai usaha perusahaan yang dianggap paling menguntungkan. Perusahaan yang memungut dana pensiun dari para pekerjanya tidak dikenakan pajak.

Sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan yang menyatakan (UUD 1983, No. 7) bahwa “iuran yang diterima atau diperoleh dana pensiun yang disetujui oleh Menteri Keuangan, baik yang diberikan oleh pemberi kerja maupun pekerja, dan penghasilan dari dana pensiun.” dana” (UUD 1983, No. 7), hal ini dilakukan pemerintah dalam rangka pengembangan program pensiun bagi masyarakat luas. Pembiayaan

dana pensiun akhir-akhir ini menunjukkan kecenderungan peningkatan yang sangat signifikan. Karena meningkatnya kehidupan perkotaan, kebutuhan akan dana pensiun meningkat. Akibatnya, semakin sulit bagi orang tua untuk bergantung pada cucu mereka seiring bertambahnya usia (Ktut Silvanita, 2009).

Indonesia yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia berpotensi mendominasi sektor perbankan syariah. Dukungan kuat dari pemangku kepentingan dan peningkatan pengetahuan masyarakat tentang isu-isu halal sangat penting bagi pertumbuhan ekosistem industri halal di Indonesia. Diantaranya adalah Bank Syariah. Dalam ekosistem bisnis halal, bank syariah berperan penting sebagai fasilitator seluruh aktivitas perekonomian selama tiga dekade terakhir, sektor perbankan syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan dan perkembangan yang luar biasa. Tren yang menguntungkan dapat dilihat dari tahun ke tahun dalam hal pengembangan jaringan, peningkatan layanan, dan inovasi produk. Kenyataannya, banyaknya Bank Syariah yang menjalankan bisnis korporasi mencerminkan keinginan untuk ngebut.

Setiap bank mengembangkan produknya untuk memenuhi tuntutan masyarakat yang berbeda-beda. Setiap pensiunan pasti mempunyai keinginan di masa tuanya, baik kebutuhan pribadi maupun kebutuhan pribadi anggota keluarganya, yang dibuktikan dengan salah satu barang yang diberikan kepada setiap pensiunan. Ketersediaan alternatif pembiayaan pensiun sangat baik untuk memenuhi kebutuhan pensiunan. Agar masyarakat, khususnya di Kota Medan, dapat mengetahui barang-barang yang dipasok oleh perbankan, maka strategi menjadi sangat penting dalam memasarkan produk, termasuk pilihan pembiayaan pensiun. Jadi rencana yang dilaksanakan harus ke masyarakat, tapi strateginya tidak semua berjalan sesuai rencana, masih terdapat permasalahan yang membuat masyarakat tidak bisa merespon apa yang diiklankan. Berikut ini adalah taktik SO yang dapat diterapkan mempertahankan dan meningkatkan variasi produk melalui penggunaan teknologi mutakhir. Pembiayaan Bank Syariah Indonesia Medan KCP Pulo Brayon Mitraguna menggunakan pendekatan bauran pemasaran, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen yang akan diamati, dicari, dibeli, dimanfaatkan, atau dikonsumsi oleh pasar untuk memuaskan kebutuhan atau keinginannya disebut sebagai produk bentuk komoditas maupun jasa (Kotler & Armstrong, 2006).
2. Strategi harga adalah proses menentukan harga yang akan diambil bisnis untuk menjual barang. Untuk memastikan bahwa nasabah tertarik untuk menggunakan produk tersebut, Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayon harus mempertimbangkan dengan cermat biaya yang terkait dengan penetapan harga produk.
3. Salah satu jenis komunikasi pemasaran adalah promosi. Tindakan Komunikasi pemasaran mengacu pada pemasaran yang berupaya mendidik, meyakinkan, dan mengingatkan pasar sasaran tentang bisnis dan barang-barangnya sehingga mereka cenderung menerima, membeli, dan menunjukkan loyalitas terhadap barang-barang yang diberikan oleh perusahaan yang bersangkutan (marketing communications). Tjiptono, 2005). Taktik pemasaran yang disebut promosi mencoba menyajikan barang kepada khalayak umum. Untuk memaksimalkan pertumbuhan suatu produk, Bank Syariah promosi adalah bagian dari pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Pendekatan pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayon semakin membaik, jumlah konsumen dana pensiun diperhitungkan. Cita-cita bisnis Islam tercermin dalam penerapan pemasaran syariah. Riba tidak digunakan dalam pembiayaan

pensiun, dan aplikasi rencana pemasarannya mengikuti pedoman pemasaran syariah. Strategi yang memanfaatkan produk dan layanan berkualitas tinggi untuk memecahkan masalah yang ditemukan melalui verifikasi strategis.

2. Tujuan pemasaran bank adalah untuk meningkatkan penggunaan, pendekatan, dan dapat membangkitkan suatu kebutuhan, sehingga dapat menarik nasabah untuk memanfaatkan jasa yang disediakan oleh bank. Bisnis dan organisasi harus mampu mengembangkan dan merencanakan sistem strategi pemasaran yang mereka terapkan untuk menarik perhatian pelanggan. Perbankan syariah merupakan salah satu perusahaan keuangan yang harus menerapkan hal ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Khairina Tambunan selaku dosen pembimbing mata yang senantiasa memberikan bimbingan, nasehat, dan motivasi kepada penulis sehingga penelitian ini selesai dengan Baik. Tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah terlibat dalam pembuatan artikel/jurnal ini.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, Buchari. Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa. Bandung: Alpha Beta, 2007.
- Andespa, Roni. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah." *Journal Keuangan dan Perbankan* 2, no. 1 (2017)
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*.
- Fadli, Muhammad. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiunan Syariah." Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. (2018): 69.
[http://103.229.202.68/dspace/bitstream/123456789/41981/1/MUHAMMA D FADLI-FEB.pdf](http://103.229.202.68/dspace/bitstream/123456789/41981/1/MUHAMMA%20FADLI-FEB.pdf)
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2018.
- Marhan, Ridha Rusyda. "Strategi Pemasaran Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gresik dan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Sidoarjo." Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. (2018): 70.
- Nurlita, Etika. "Penerapan Akad Murabahah Dalam Pembiayaan Pensiunan (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya)." Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. (2019): 22.
<http://repository.radenintan.ac.id/7667/1/SKRIPSILENGKAPfiks.pdf>
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media, 2019.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit: Andi, 2020.
- Wahyuni, Adelina Dita. "Implementasi Strategi Marketing Mix Pada Pembiayaan Pensiun BSM." Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. (2018): 105.
<http://ethese.uinmalang.ac.id/11976/1/15530008.pdf>