



---

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
PEMBIAYAAN PENSIUNAN PEGAWAI NEGERI SIPIL PADA  
BANK SYARIAH**

***ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES ON FINANCING RETIRED  
CIVIL SERVANTS IN SHARIA BANK***

**Anggista Marbella<sup>1</sup>, M. Iqbal Fasa<sup>2</sup>, Is Susanto<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email : [anggistamarbella94@gmail.com](mailto:anggistamarbella94@gmail.com)<sup>1</sup>, [miqbalfasa.@radenintan.ac.id](mailto:miqbalfasa.@radenintan.ac.id)<sup>2</sup>, [issusanto@radenintan@ac.id](mailto:issusanto@radenintan@ac.id)<sup>3</sup>

---

Article history :

Received : 24-10-2024  
Revised : 26-10-2024  
Accepted : 28-10-2024  
Published: 30-10-2024

**Abstract**

*This article examines the marketing strategies implemented by Islamic banks in pension financing products for civil servants (PNS) in Indonesia. With the increasing interest of civil servants to use Islamic financial institutions, Islamic banks face significant opportunities and intense competition in offering such products. This analysis focuses on important aspects such as the marketing mix, segmentation, targeting, and positioning. Research shows that transparency, adherence to sharia principles, and innovation in marketing communications are crucial factors in attracting and retaining customers. A more holistic and data-driven approach is needed to meet the needs of PNS customers who are stable and guaranteed income. The results of the study are expected to provide insights for the development of more effective marketing strategies, as well as improving the performance of the Islamic banking industry in Indonesia, especially in the context of pension financing. Financial education and the use of digital technology are also considered important to support customers in planning their retirement. Thus, Islamic banks are expected to design products that are relevant and responsive to market dynamics and customer needs, creating high loyalty and increasing competitiveness in the Islamic banking sector.*

**Keyword: Marketing Strategy, Pension Financing, Islamic Banks**

---

**Abstrak**

Artikel ini mengkaji strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank syariah dalam produk pembiayaan pensiunan bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Indonesia. Dengan meningkatnya minat PNS untuk menggunakan lembaga keuangan syariah, bank syariah menghadapi peluang signifikan dan persaingan yang ketat dalam menawarkan produk tersebut. Analisis ini berfokus pada aspek-aspek penting seperti bauran pemasaran, segmentasi, targeting, dan positioning. Penelitian menunjukkan bahwa transparansi, kepatuhan pada prinsip syariah, serta inovasi dalam komunikasi pemasaran menjadi faktor krusial dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Pendekatan yang lebih holistik dan berbasis data diperlukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah PNS yang stabil dan terjamin pendapatannya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta meningkatkan kinerja industri perbankan syariah di Indonesia, terutama dalam konteks pembiayaan pensiunan. Edukasi keuangan dan



pemanfaatan teknologi digital juga dianggap penting untuk mendukung nasabah dalam merencanakan masa pensiun mereka. Dengan demikian, bank syariah diharapkan dapat merancang produk yang relevan dan responsif terhadap dinamika pasar serta kebutuhan nasabah, menciptakan loyalitas yang tinggi dan meningkatkan daya saing di sektor perbankan syariah.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Pensiunan, Bank Syariah**

## **PENDAHULUAN**

Bank syariah melihat pasar pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebagai peluang besar di Indonesia. Penyebabnya adalah meningkatnya kecenderungan para pejabat publik untuk menggunakan bank syariah untuk mengelola tabungan pensiun mereka. Oleh karena itu, analisis strategi pemasaran yang digunakan bank syariah untuk membiayai pensiunan pejabat publik sangat penting. (Anggraini et al., 2024) Sektor keuangan syariah di Indonesia semakin berkembang pesat dalam dekade terakhir. Salah satu produk pembiayaan yang semakin diminati adalah pembiayaan pensiunan pegawai negeri sipil (PNS) pada bank syariah. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih lanjut, terutama dari sisi strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank syariah dalam menarik minat nasabah pensiunan PNS. (Siregar, 2022)

Pembiayaan pensiunan PNS menjadi salah satu produk unggulan bagi bank syariah karena segmen pasar yang jelas dan stabil. Para pensiunan PNS umumnya memiliki pendapatan yang tetap dan terjamin setiap bulannya melalui pembayaran uang pensiun. Hal ini membuat mereka menjadi target pasar yang menarik bagi bank syariah untuk menyalurkan pembiayaan (Tuti Anggraini, Ika Adeyani, 2021). Namun, persaingan dalam memperebutkan pasar pembiayaan pensiunan PNS semakin ketat seiring bertambahnya jumlah bank syariah di Indonesia. Oleh karena itu, bank syariah perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk dapat menarik dan mempertahankan nasabah pensiunan PNS. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu bank syariah meningkatkan pangsa pasar, profitabilitas, serta loyalitas nasabah. (Aryasena et al., 2024)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank syariah dalam memasarkan produk pembiayaan pensiunan PNS. Analisis akan dilakukan secara mendalam mencakup bauran pemasaran (marketing mix), segmentasi, targeting, dan positioning. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia, khususnya dalam meningkatkan kinerja pembiayaan pensiunan PNS. (Mardiyanto, 2021)



## LITERATUR REVIEW

Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian tentang strategi pemasaran dalam konteks pembiayaan pensiunan pegawai negeri sipil (PNS) pada bank syariah semakin menarik perhatian akademisi dan praktisi. Sejak tahun 2020, sejumlah studi telah dilakukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran dalam segmen pasar ini.

Salah satu penelitian yang signifikan dilakukan oleh Ahmad et al. (2021), yang menganalisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap keputusan pembelian produk pembiayaan pensiunan di bank syariah. Penelitian ini menemukan bahwa elemen-elemen dari bauran pemasaran, seperti produk, harga, tempat, dan promosi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah PNS. Dengan menggunakan metodologi survei, studi ini menunjukkan bahwa nasabah lebih memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, serta memiliki transparansi dalam biaya dan proses.

Selanjutnya, penelitian oleh Rahman dan Nasution (2022) berfokus pada peran komunikasi pemasaran dalam menarik minat PNS terhadap pembiayaan pensiunan di bank syariah. Mereka mengemukakan bahwa strategi komunikasi yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan kampanye informasi yang jelas, dapat meningkatkan kesadaran dan minat nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang baik akan membangun kepercayaan dan loyalitas, yang merupakan kunci dalam menarik dan mempertahankan nasabah pensiunan.

Di sisi lain, studi oleh Setiawan dan Yulianto (2023) menyoroti pentingnya segmentasi pasar dalam strategi pemasaran bank syariah. Mereka menemukan bahwa pemahaman yang mendalam tentang karakteristik demografis dan psikografis PNS dapat membantu bank syariah dalam merancang produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah. Penelitian ini menunjukkan bahwa bank yang mampu mengidentifikasi segmen pasar dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menawarkan produk yang relevan dan menarik.

Lebih jauh lagi, penelitian oleh Kurniawan dan Prasetyo (2024) mengeksplorasi dampak faktor eksternal seperti regulasi pemerintah dan perkembangan ekonomi terhadap strategi pemasaran bank syariah. Penelitian ini menekankan bahwa perubahan regulasi terkait produk pembiayaan syariah turut mempengaruhi bagaimana bank menyusun strategi pemasaran mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa bank syariah perlu beradaptasi dengan kondisi eksternal untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar.

Selain itu, studi oleh Wibowo et al. (2024) berfokus pada analisis perilaku konsumen PNS terhadap produk pembiayaan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali motivasi dan kebutuhan pensiunan PNS dalam memilih produk pembiayaan. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti keamanan investasi, kepatuhan pada prinsip syariah, dan reputasi bank menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.



Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang efektif dalam konteks pembiayaan pensiunan PNS pada bank syariah melibatkan pendekatan yang holistik. Ini mencakup pemahaman yang mendalam tentang karakteristik nasabah, penggunaan komunikasi yang efektif, dan adaptasi terhadap perubahan regulasi serta kondisi pasar. Penelitian-penelitian tersebut memberikan fondasi yang kuat untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini, serta memberikan wawasan yang dapat diterapkan oleh bank syariah dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih baik dan lebih efisien.

## **METODE PENELITIAN**

Metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini ialah metode dalam bentuk deskriptif, dimana tujuannya dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai penelitian penulis tentang strategi pemasaran terhadap pembiayaan pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada bank syariah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Pemasaran**

Pemasaran mengacu pada usaha kecil yang tidak mampu memenuhi tujuan strategis yang ditetapkan untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan guna mencapai hasil yang diinginkan melalui proses pembelian atau transaksi. Strategi pemasaran suatu organisasi harus melibatkan semua pelanggannya guna memperoleh manfaat dari umpan balik positif mereka. Perusahaan bersikeras tentang kualitas produknya. (Rambe & Aslami, 2022)

#### **a. Menurut Paul dan Gultinan**

Menurut Paul dan Gultinan, strategi pemasaran adalah sebuah pola pikir yang digunakan untuk mengembangkan suatu bisnis atau perusahaan. Adapun cara yang digunakan adalah dengan menyatukan beberapa unsur pemasaran seperti segmentasi pasar, bauran marketing, posisi, sasaran, dan sebagainya.

#### **b. Menurut Tjiptono**

Tjiptono mendefinisikan strategi pemasaran sebagai suatu alat yang dirancang dan direncanakan secara menyeluruh. Metode perancangan ini dilakukan sebagai upaya perusahaan untuk melakukan pengembangan keuntungan dari berpartisipasi dalam program khusus dalam rangka melayani pasar secara konsisten.

#### **c. Menurut Philip Kotler**

Philip Kotler menggambarkan strategi pemasaran sebagai suatu cara di mana fungsi pemasaran mengatur aktivitasnya untuk mencapai peningkatan penjualan yang menguntungkan pada tingkat mix marketing.



d. Menurut Michael Baker Michael Baker membuat definisi strategi pemasaran lebih sederhana. Menurutnya, strategi pemasaran mencakup mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan meningkatkan penjualan.

e. Menurut Christian Homburg

Christian Homburg mengatakan bahwa strategi pemasaran mencakup semua upaya pemasaran jangka pendek dan panjang. Fokus dari upaya ini adalah analisis situasi awal strategis perusahaan, yang dimulai dengan perumusan. Setelah itu, strategi dievaluasi dan dipilih, dan berkontribusi pada tujuan perusahaan atau bisnis. (Hakim, 2021)

Untuk meningkatkan penjualan produk pensiun, Bank Syariah menggunakan strategi pemasaran pendekatan dan promosi. Karyawan yang pensiun lebih efektif menggunakan pendekatan pendekatan unjungan ke rumah klien untuk meyakinkan klien baru dan menumbuhkan kepercayaan mereka. Setelah selesai dengan pendekatan, kita masuk ke tahap berikutnya, yaitu strategi promosi. Promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk membuat pelanggan tahu tentang produk pensiun sehingga mereka dapat dikenali dan mendorongnya. Para pelanggan sangat senang menggunakannya. Promosi juga sangat berguna untuk memberikan informasi tentang keuntungan dari produk pensiun tersebut. Langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh pemasaran untuk mengenalkan produk pensiun dan melayani pelanggan dengan baik, yaitu membuat pelanggan merasa nyaman dan percaya. (Ritonga & Purwati, 2020)

### **Dana Pensiun**

Dana Pensiun adalah suatu badan hukum yang mengelola dan menjalankan manfaat pensiun yang didirikan secara terpisah oleh perusahaan. Perusahaan mencadangkan dana untuk mengelola Dana Pensiun untuk memastikan bahwa penghasilan karyawan akan terus berlanjut setelah mereka berhenti bekerja. Pada satu sisi, Dana Pensiun memainkan peran penting dalam menggerakkan perekonomian karena selain menjamin kesejahteraan tenaga kerja setelah mereka memasuki masa pensiun juga membantu perkembangan sektor riil melalui usaha investasi. Dengan besaran dana yang dikelola, dampak investasi yang dilakukan oleh Dana Pensiun akan sangat besar. Di sisi lain, dengan pertumbuhan Dana Pensiun, pemerintah harus memperhatikan beberapa masalah-masalah.

Pada dasarnya, dana pensiun adalah sarana untuk memberikan manfaat kepada karyawan untuk melindungi mereka dari kehilangan pekerjaan, lanjut usia, kecelakaan yang menyebabkan cacat, atau kematian. Disebabkan risiko tersebut berdampak pada kelangsungan hidup mereka, ada upaya pencegahan untuk mengurangi risiko tersebut, seperti program pensiun yang biasanya dikelola oleh perusahaan swasta atau pemerintah. (Nursidin, 2022)



## **Pensiun**

Pensiun adalah hak Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebagai tanggungan hari tua dan bantuan moral kepada Pegawai Negeri yang telah berkorban untuk negara. Perka BKN No. 3 Tahun 2020 Tentang Juknis Pemberhentian PNS. Jika PNS hanya diberhentikan untuk berhenti bekerja, mereka harus menerima SK pensiun. Kepala Badan Kepegawaian Negara bertanggung jawab untuk menetapkan pemberhentian dan pensiun. Dana purnabakti adalah uang tunjangan bulanan yang diberikan kepada mantan pegawai negeri, karyawan yang tidak dapat bekerja lagi, pasangan dan anak-anaknya jika mereka meninggal dunia sebagai tanggungan hari tua, dan sebagai penghargaan kepada pegawai yang telah berkhidmat untuk negara selama beberapa tahun. lama, agar dapat membantu di kemudian hari agar tidak terlantar saat jika tidak memiliki sumber pendapatan tambahan. Ada 65 berkas PNS yang diusulkan oleh Dinas Kesehatan untuk pensiun pegawai negeri sipil pada tahun 2020. Usulan tersebut dikirim ke BKPSDM dan diusulkan ke BKN untuk penerbitan Persetujuan Teknis. Selanjutnya, BKPSDM Kabupaten Bandung menerbitkan Surat Keputusan Pensiun. Untuk mendapatkan pensiun atas permintaan sendiri, pensiun batas usia, pensiun meninggal dunia, dan SK Pensiun Pegawai Negeri Sipil adalah proses yang cukup panjang dan membutuhkan administrasi. (Kusmiati et al., 2021)

## **Pembiayaan Pensiunan**

Salah satu aspek penting dalam perencanaan keuangan yang semakin relevan di tengah perubahan demografi dan ekonomi global adalah pembiayaan pensiunan. standar dan meningkatnya angka kelahiran, banyak negara menghadapi tantangan dalam memastikan stabilitas sistem kesehatan mental mereka konteksnya beberapa pendekatan dan inovasi dalam perawatan kesehatan mental telah muncul , menciptakan kebutuhan bagi individu untuk lebih memahami masa depan keuangan mereka (Artanoga et al., 2024).

Salah satu perkembangan terkini di dalam bidang psikologi adalah transisi dari sistem psikologi berbasis nilai ke sistem psikologi berbasis kontribusi. Bidang psikologi adalah transisi dari sistem psikologi berbasis nilai ke sistem psikologi berbasis kontribusi. Dalam sistem penjumlahan satuan besarnya penjumlahan ditentukan oleh gaji penjumlahan di akhir hari dan jadwal kerja yang menjadi acuan dalam penjumlahan .ditentukan oleh gaji peniun pada akhirhari dan jadwal kerja yang menjadi titik acuan dalam peniunan. Namun, sistem ini sistemsering kali menghadapi tekanan nilai tukar yang disebabkan oleh populasi yang menjadi kurang stabil secara ekonomi sering menghadapi tekanan nilai tukar yang disebabkan oleh populasi yang secara ekonomi menjadi kurang stabil. Hasilnya banyak negara mulai menerapkan sistem berbasis kontribusi di mana setiap orang menyumbangkan sebagian pendapatan mereka untuk masa pensiun pendekatan penawaranini fleksibilitas lebih besarfleksibilitas yang di dalamdalam menabung dan menginvestasikan uang tetapi juga mendorong individu untuk lebih proaktif dalam penilaian dan pengelolaan risiko



menabung dan menginvestasikan uang tetapi juga mendorong individu untuk lebih proaktif dalam penilaian dan pengelolaan risiko. (Kasus et al., 2021)

Selain itu, Teknologi memainkan peran penting dalam membentuk pemikiran modern. Dengan munculnya fintech individu kini memiliki lebih banyak akses ke alat dan platform yang memungkinkan mereka mengelola keuangan dengan cara yang lebih efisien. Dengan hadirnya fintech, individu kini memiliki lebih banyak akses ke alat dan platform yang memungkinkan mereka mengelola keuangan dengan cara yang lebih efisien. Aplikasi untuk perencanaan keuangan perencanaan dan kalkulator tabungan membantu pengguna memahami berapa banyak uang yang perlu mereka tabung untuk mencapai tujuan tabungan mereka. dan kalkulator tabungan membantu pengguna memahami berapa banyak uang yang perlu mereka tabung agar mencapai tujuan tabungan mereka. (Ritonga & Purwati, 2020)

Meskipun kemajuan teknologi memiliki banyak manfaat, ada juga hambatannya. Banyak orang yang belum memahami pentingnya merencanakan pensiun dan seringkali menunda membuat keputusan penting ini. Oleh karena itu, edukasi keuangan adalah bagian penting dari perencanaan pensiun. Program yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menyimpan uang untuk pensiun dan cara terbaik untuk melakukannya harus dilaksanakan secara luas. Sangat penting bagi masyarakat untuk didorong untuk memulai perencanaan pensiun secepat mungkin, karena ini akan memberi mereka kesempatan untuk memanfaatkan waktu dan bunga yang tersedia untuk meningkatkan tabungan mereka. (Hanifa Al Izati et al., 2023)

Tantangan lain yang dihadapi dalam pembiayaan pensiunan adalah risiko investasi. Ketidakpastian pasar dapat berdampak signifikan pada tabungan pensiun individu, terutama bagi mereka yang mengandalkan investasi pasar untuk meningkatkan dana pensiun mereka. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk memiliki pemahaman yang baik tentang risiko dan imbal hasil investasi, serta menerapkan strategi diversifikasi untuk melindungi dana pensiun mereka. (Himmawan & Agniah, 2023)

### **Bank Syariah**

Di dalam bahasa Perancis bank berasal dari kata *banque* dari kata *banco* (bahasa Italia) yang artinya peti/lemari. Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia bank artinya pelayanan lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang usahanya intinya memberikan pinjaman dana. Dalam bukunya Edy Wibowo Pengertian bank syariah atau bank Islam adalah bank yang pengelolaannya mengacu pada prinsip-prinsip Syariah Islam, yakni pada Al-Qur'an dan Hadist. (Sri Mulyani & Siti Jamilah, 2022)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pada Bab 1 Pasal 1 ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). (Rhomadoni & Khairan, 2022)



## **Produk Pembiayaan Perbankan Syariah**

Produk perbankan adalah layanan atau produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, yaitu bank, kepada nasabah atau pelanggan mereka. Produk perbankan mencakup berbagai jenis layanan keuangan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam mengelola keuangan mereka. Menurut Anggraini (2021) dalam perbankan terdapat beberapa produk yang paling diminati oleh para nasabah meliputi:

### **a Pembiayaan Mudharabah**

Produk ini merupakan pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil antara bank dan nasabah. Bank sebagai pemilik modal dan nasabah sebagai pengelola usaha.

### **b Pembiayaan Musyarakah,**

Produk ini merupakan pembiayaan berdasarkan prinsip usaha patungan antara bank dan nasabah. Kedua belah pihak berbagi keuntungan dan kerugian sesuai dengan kesepakatan.

### **c Pembiayaan Murabahah**

Produk ini merupakan pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan. Bank membeli barang yang diinginkan oleh nasabah dan menjualnya kepada nasabah dengan harga yang telah disepakati margin. (Artanoga et al., 2024)

## **KESIMPULAN**

Dalam era modern, bank syariah di Indonesia semakin memperlihatkan potensi besar dalam menjawab kebutuhan finansial, khususnya melalui produk pembiayaan pensiunan bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS). Fenomena ini menunjukkan bahwa para PNS cenderung beralih ke lembaga keuangan syariah untuk mengelola dana pensiun mereka, yang pada gilirannya menciptakan peluang pasar yang signifikan. Hal ini menjadi semakin relevan mengingat stabilitas pendapatan yang diterima pensiunan PNS melalui sistem pensiun yang terjamin, menjadikan mereka sebagai target yang menarik bagi bank syariah.

Dalam beberapa tahun terakhir, bank syariah telah melihat peningkatan minat dari PNS untuk menggunakan produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini menciptakan peluang yang signifikan bagi bank syariah untuk merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, yang tidak hanya menarik nasabah baru tetapi juga mempertahankan nasabah yang sudah ada. Semakin banyaknya PNS yang beralih ke bank syariah untuk pengelolaan tabungan pensiun mereka, bank syariah harus menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Hal ini dikarenakan pensiunan PNS memiliki pendapatan tetap yang terjamin,



menjadikan mereka sebagai target pasar yang menarik bagi bank syariah. Persaingan yang ketat di industri ini memerlukan pendekatan yang cermat dan inovatif agar bank syariah dapat menonjol di antara kompetitornya.

Persaingan di sektor perbankan syariah semakin ketat, terutama dalam produk pembiayaan pensiunan. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Pendekatan pemasaran yang baik tidak hanya bertujuan untuk menarik nasabah baru tetapi juga untuk mempertahankan nasabah yang ada, sehingga menciptakan loyalitas yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan. Dengan memanfaatkan bauran pemasaran, bank syariah dapat merancang produk yang lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan PNS.

Bauran pemasaran menjadi aspek vital dalam strategi yang diterapkan oleh bank syariah. Elemen-elemen dalam bauran pemasaran, seperti produk, harga, tempat, dan promosi, berperan penting dalam memengaruhi keputusan nasabah PNS. Penelitian menunjukkan bahwa transparansi dan kepatuhan pada prinsip syariah menjadi nilai tambah yang dicari oleh nasabah. Oleh karena itu, bank syariah perlu menekankan nilai-nilai ini dalam setiap langkah pemasaran mereka untuk menciptakan daya tarik yang lebih besar di kalangan calon nasabah.

Selain itu, komunikasi pemasaran yang efektif juga menjadi faktor penting dalam menarik minat nasabah PNS. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan kampanye informasi yang jelas dapat meningkatkan kesadaran nasabah terhadap produk pembiayaan pensiunan. Dalam era digital saat ini, di mana informasi dapat diakses dengan mudah, bank syariah perlu memanfaatkan platform digital untuk menjangkau nasabah secara lebih efektif. Komunikasi yang transparan dan informatif tidak hanya membantu dalam membangun kesadaran, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dengan demikian, bank syariah harus mengembangkan strategi komunikasi yang terintegrasi, yang mencakup berbagai saluran untuk menjangkau nasabah PNS secara optimal.

Dari segi strategi komunikasi, penggunaan media sosial dan kampanye informasi yang jelas dapat meningkatkan kesadaran nasabah terhadap produk pembiayaan pensiunan. Komunikasi yang baik tidak hanya membantu dalam membangun kepercayaan, tetapi juga berkontribusi terhadap loyalitas nasabah. Dengan adanya teknologi dan platform fintech, bank syariah juga harus memanfaatkan alat digital untuk memberikan layanan yang lebih efisien dan responsif. Inovasi dalam komunikasi pemasaran, termasuk edukasi finansial, akan sangat bermanfaat dalam membantu nasabah merencanakan masa pensiun mereka dengan lebih baik.

Kehadiran teknologi finansial (fintech) juga tidak dapat dipandang sebelah mata dalam konteks pembiayaan pensiunan. Fintech memberikan akses lebih besar kepada individu untuk merencanakan pensiun mereka dengan lebih efisien. Melalui aplikasi perencanaan keuangan dan layanan investasi otomatis, nasabah dapat lebih mudah mengelola dana pensiun mereka. Bank syariah perlu memanfaatkan perkembangan teknologi ini untuk menawarkan layanan yang lebih baik dan inovatif bagi nasabah mereka.



Edukasi keuangan juga menjadi elemen penting yang tidak boleh diabaikan. Masyarakat, khususnya PNS, perlu diberikan pemahaman yang baik tentang pentingnya perencanaan pensiun. Program edukasi yang efektif akan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menabung untuk pensiun dan memanfaatkan berbagai produk pembiayaan yang tersedia. Oleh karena itu, bank syariah harus berperan aktif dalam memberikan informasi yang tepat dan bermanfaat kepada nasabah.

Dari perspektif produk, penelitian ini menekankan bahwa bank syariah harus menawarkan produk yang tidak hanya sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi nasabah. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti transparansi biaya, keamanan investasi, dan kemudahan akses. Nasabah PNS cenderung mencari produk yang memberikan Dari perspektif produk, penelitian ini menekankan bahwa bank syariah harus menawarkan produk yang tidak hanya sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi nasabah. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti transparansi biaya, keamanan investasi, dan kemudahan akses. Nasabah PNS cenderung mencari produk yang memberikan kepastian dan keamanan, sehingga bank syariah perlu memastikan bahwa produk yang ditawarkan memenuhi harapan ini. Dengan merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah, bank syariah dapat meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar yang semakin kompetitif. Selanjutnya, penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya adaptasi terhadap perubahan regulasi dan kondisi pasar. Bank syariah harus selalu memantau perkembangan regulasi yang berkaitan dengan produk pembiayaan syariah, serta tren ekonomi yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Penelitian menunjukkan bahwa perubahan dalam regulasi dapat mempengaruhi cara bank menyusun strategi pemasaran mereka. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk memiliki fleksibilitas dalam strategi mereka, sehingga dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan eksternal.

## **SARAN**

Bank syariah perlu terus berinovasi dalam strategi pemasaran mereka. Mengembangkan pendekatan yang lebih holistik dan berbasis data, serta memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman nasabah, akan menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan nasabah PNS. Dengan menerapkan saran-saran ini, bank syariah tidak hanya dapat meningkatkan kinerja pemasaran mereka, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan industri perbankan syariah yang lebih berkelanjutan dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

## **REFERENSI**

Anggraini, T., Iqbal, I., Islam, U., Sumatera, N., & Indonesia, D. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Pensiunan Pegawai Negeri Sipil Pada Bank Syariah Indonesia Sukaramai. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 95–105.



- Artanoga, F., Mulia, R., Syariah, P., Islam, U., & Banda, N. A. (2024). *Analisis pemanfaatan produk pembiayaan pensiun pada bank syariah di indonesia*. 6(2), 1–9.
- Aryasena, A., W, I. B. S. A., & Kusuma, R. R. (2024). Efektivitas dan Tantangan Sistem Pensiunan Pay-As-You- Go Dalam Menjamin Kesejahteraan Pns di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1192, 304–317.
- Hakim, I. (2021). *Strategi Pemasaran Pada Suatu Usaha*. 1–12.
- Hanifa Al Izati, Whilma Lindary, Naufal Afif Putra, Nur Ihsan, & Anzu Elvia Zahara. (2023). Systematic Literature Review (SLR) Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Indonesia. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 258–266. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2.1195>
- Himmawan, D., & Agniah, M. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Jatibarang Indramayu. *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance*, 2(2), 69–79. <https://doi.org/10.31943/jsef.v2i2.35>
- Kasus, S., Syariah, B., & Kcp, M. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan Tke Over Pembiayaan Pensiun (Studi Kasus Bank SYARIAH Mandiri KCP Krian). *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 2(1), 29–40.
- Kusmiati, Y., Sari, D. S., & Dai, R. M. (2021). Evaluasi Kebijakan Prosedur Pelayanan Pensiun Pegawai Negeri Sipil Pada Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung. *Responsive*, 4(3), 105. <https://doi.org/10.24198/responsive.v4i3.33166>
- Mardiyanto, E. (2021). Implementasi Marketing Mix dalam Pemasaran Perbankan Syariah. *Al-Iqtishod : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 93–103.
- Nursidin, N. (2022). Penerapan Akuntansi Terhadap Dana Pensiun. *Juripol*, 5(2), 451–457. <https://doi.org/10.33395/juripol.v5i2.11766>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Rhomadoni, S., & Khairan. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Produk perbankan Syariah di Bandar Lor Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 4(2), 185–201. <https://doi.org/10.33367/at.v4i2.1472>
- Ritonga, I., & Purwati, E. (2020). Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pensiun. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v1i1.628>
- Satriak Guntoro, Nurnasrina, Heri Sunandar, & Hendro Lisa. (2023). Pengertian, Ruang Lingkup Perbankan, Latar Belakang, Prinsip Dan Sejarah Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Riset Indragiri*, 1(3), 215–223. <https://doi.org/10.61069/juri.v1i3.39>



- 
- Siregar, L. F. (2022). Pengaruh Modal Usaha Terhadap Minat Pegawai Negeri Sipil (Pns) Dalam Pengambilan Pembiayaan Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Peukan Kota Tina. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(21), 1349–1358.
- Sri Mulyani, & Siti Jamilah. (2022). Implementasi Manajemen Dana Pada Bank Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 41–51. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v3i1.387>
- Tuti Angraini, Ika Adeyani. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(2), 47–66.