



## **MANAJEMEN PEMASARAN : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN DANA PENSIUN PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

### **MARKETING MANAGEMENT: MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF PENSION FUND FINANCING PRODUCTS AT INDONESIAN SYARIAH BANK**

**M.Fikrul Umam Al Jupri<sup>1</sup>, Muhammad Iqbal Fasa<sup>2</sup>**

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

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

Article history :

*Abstract*

Received : 29-10-2024

Revised : 31-10-2024

Accepted : 04-11-2024

Published: 05-11-2024

*Bank financial marketing strategy is a comprehensive, integrated, and integrated marketing plan that provides guidance on actions to be taken to achieve company goals through factors that affect its operations. The assistance of a marketing strategy as one component of achieving bank marketing goals, especially in the field of pension financing, where the achievement of the dermination of these goals has an impact on business development. Data for qualitative descriptive research comes from various library sources, including book, journals, and website. The research findings explain financial marketing strategies, including SWOT analysis, discussion of market segmentation, identification of target markets (targeting), and positioning. In order for market segmentation to be suitable to be implemented, there are various type, objectives, benefits, and conditions that must be understood. Likewise, in choosing a target market, there are advantages, elements that must be considered, the right techniques for identifying target market strategies. Positioning then discusses the advantages of targeting, its various forms, and targeting tactics.*

**Keywords: Financing, PNS Pensioners, Bank Syariah Indonesia**

#### **Abstrak**

Strategi pemasaran keuangan bank adalah rancangan pemasaran yang menyeluruh, terpadu, dan terpadu yang memberikan petunjuk tentang tindakan yang harus diambil untuk mencapai tujuan perusahaan melalui faktor-faktor yang mempengaruhi operasinya. Adanya strategi pemasaran sebagai salah satu komponen pencapaian tujuan pemasaran bank, khususnya di bidang pembiayaan pensiun, dimana pencapaian penetapan tujuan tersebut berdampak pada perkembangan usaha. Data untuk penelitian deskriptif kualitatif berasal dari berbagai sumber perpustakaan, antara lain buku, jurnal, dan website. Temuan penelitian menjelaskan strategi pemasaran keuangan, meliputi analisis SWOT, pembahasan segmentasi pasar, identifikasi sasaran pasar (targeting), dan positioning. Agar segmentasi pasar cocok untuk dijalankan, ada macam-macam, tujuan, manfaat, dan keadaan yang harus dipahami. Begitu pula dalam memilih sasaran pasar, ada kelebihan, unsur-unsur yang harus diperhatikan, teknik yang tepat untuk mengidentifikasi sasaran pasar, dan strategi sasaran pasar. Positioning kemudian membahas keuntungan dari penargetan, berbagai bentuknya, dan taktik penargetan.

**Kata kunci: Pembiayaan, Pensiunan PNS, Bank Syariah Indonesia**

#### **PENDAHULUAN**

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut financial intermediary. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh



karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama (Setia Budi Wilardjo, 2005). Menurut UU No. 21 tahun 2008 bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Andri Soemitra, 2009). Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayarkan bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima maupun yang dibayarkan bank syariah tergantung pada akad perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat pada bank syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam (Ismail, 2016)

Perbankan syariah merupakan bagian dari entitas syariah yang berfungsi sebagai lembaga intermediary keuangan dapat menampilkan dirinya secara baik dibandingkan dengan perbankan dengan sistem yang lain yakni perbankan berbasis bunga. Gambaran tentang baik buruknya sesuatu perbankan syariah dikenali melalui kinerjanya yang tergambar dalam laporan keuangan. Tujuan laporan keuangan pada sektor perbankan syariah adalah untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan aktivitas operasi perbankan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan. (Dwi Suwiknyo, 2009)

Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang, dan jasa dalam rangka memuaskan tujuan individu dan organisasi. Selain itu, definisi pemasaran mencakup proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang dan jasa yang bernilai satu sama lain (Alma, 2007). Menurut Nur Rianto strategi 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 (Nur Rianto, 2012). Oleh karena itu, bank harus memulai melakukan perencanaan pemasaran secara baik dengan melakukan riset terkait keinginan dan kebutuhan nasabah. Disamping itu, bank juga harus dapat mengetahui lingkungan pemasaran. Lingkungan pemasaran akan sangat berpengaruh terhadap pemasaran yang akan dijalankan. Dengan demikian akan memudahkan bank untuk melakukan strategi pemasaran guna merebut hati nasabah.

Menurut Kasmir, strategi pemasaran meliputi strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan layout, dan strategi promosi (Kasmir, 2012). Strategi produk dimulai dari penciptaan logo, moto yang menarik serta menciptakan merek terhadap produk yang ditawarkan. Strategi harga adalah bagaimana bank menentukan harga produknya. Yang dimaksud dengan harga dalam perbankan syariah adalah bagi hasil dan margin. Strategi lokasi adalah bagaimana bank menentukan lokasi dan layout bank itu sendiri. Pertimbangan penentuan lokasi biasanya mengarahkan dekat dengan masyarakat, pasar, atau pusat industri. Sedangkan strategi penentuan layout merupakan strategi mengenai tata letak gedung dengan segala sarana dan prasarana yang dimiliki. Dalam penentuan layout harus sesuai dengan standar keamanan, keindahan, dan kenyamanan bagi nasabahnya. Terakhir adalah strategi promosi, bank dapat melakukan strategi promosi melalui iklan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi. Bagi bank penjualan pribadi dilakukan melalui seluruh karyawan bank.



Pembiayaan pensiun merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiun dengan membayar angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini adalah akad murabahah atau ijarah tergantung pada tujuan pembiayaan. (Winarsih, 2020), Tujuan diadakan program pembiayaan pensiun adalah untuk memberikan manfaat pasti bagi perorangan maupun karyawan atau pekerja, membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat di hari tua dan membantu memenuhi kebutuhan para pensiun yang kekurangannya, seperti diketahui para pegawai negeri yang telah memasuki masa pensiun memiliki pendapatan yang relatif kecil dibandingkan saat pegawai tersebut masih aktif bekerja sebagai pegawai negeri sipil atau karyawan BUMN/BUMD. Oleh karena itu pembiayaan pensiun cukup diminati oleh para pensiunan.

Program pensiun bagi pegawai negeri diatur UU No.43 Tahun 1999 pasal 10 yang menyatakan bahwa pensiun adalah jaminan hari tua dan sebagai penghargaan terhadap Pegawai Negeri yang telah bertahun-tahun mengabdikan dirinya kepada negara. Sedangkan bagi karyawan non pegawai negeri, pensiun diatur dalam UU No. 11 Tahun 1992, para pensiun yang ingin memanfaatkan dana pensiun untuk kelangsungan hidupnya setelah tidak bekerja sebagai pegawai, baik modal usaha maupun modal lainnya membutuhkan lembaga penghimpun dana dan penyaluran dana agar kebutuhannya terpenuhi. Keluarnya Undang-undang ini bank syariah semakin berlomba-lomba dalam mengeluarkan produk-produk dan jasanya yang sesuai dengan syariat Islam yang memberi kemudahan dan keuntungan bagi nasabahnya. Untuk dapat bersaing dengan bank konvensional maupun bank syariah yang lain maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat demi keberhasilan usaha perusahaan serta usaha untuk menguasai pasar.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang perbedaan antara dana pensiun tradisional dan syariah serta praktik pengelolannya. Metode deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan deskripsi yang sistematis, aktual, dan akurat mengenai fenomena yang diselidiki, yaitu prinsip-prinsip dan operasional dari kedua jenis dana pensiun.

Dalam penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Data-data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian diintegrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti. Merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara langsung terjun ke objek penelitian yang diteliti pada Bank Syariah Indonesia. Metode Pengumpulan data adalah dokumentasi, yakni melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti dan Wawancara (interview), yakni melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang berwenang dalam perusahaan tersebut untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan penelitian. Adapun sumber data dilakukan dengan Data Primer adalah Data yang diperoleh secara langsung oleh penulis dari responden atau tempat penelitian yang dijadikan objek dari penelitian dan Data Sekunder adalah Data yang diperoleh melalui buku-buku atau literatur-literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Data ini berupa landasan teori atau pedoman-pedoman lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.



Penelitian deskriptif ini fokus pada pembuatan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana dana pensiun tradisional dan syariah beroperasi dalam praktiknya. Dengan pendekatan ini, peneliti akan mengumpulkan data melalui studi pustaka, menganalisis dokumen resmi, dan melakukan wawancara dengan pakar dan praktisi di bidang pengelolaan dana pensiun. Tujuan utama adalah untuk mengidentifikasi perbedaan esensial antara dua jenis dana pensiun ini dalam hal manajemen investasi, distribusi keuntungan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Metode kualitatif dipilih karena cocok untuk menggali sudut pandang yang mendalam dan detail tentang bagaimana prinsip syariah diterapkan dalam pengelolaan dana pensiun, serta untuk memahami dampak sosial dan ekonomi dari pilihan ini dalam konteks masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang perbedaan antara dana pensiun tradisional dan syariah, serta implikasi praktisnya dalam mendukung kesejahteraan masyarakat secara luas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan ini disesuaikan dengan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan.

Secara umum tujuan pemasaran perusahaan jasa seperti bank adalah sebagai berikut (Philip Kotler, 2002).

1. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
2. Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
3. Memaksimalkan pilihan atau ragam produk dalam arti bank menyediakan berbagai macam jenis produk bank sehingga nasabah memiliki berbagai pilihan.
4. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim efisien.

Khususnya dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1992 yang mengatur tentang dana pensiun. Saat ini hampir setiap perusahaan menyelenggarakan dana pensiun bagi karyawannya, baik dana tersebut dikelola oleh perusahaan sendiri maupun oleh dana pensiun lain. Adanya dana pensiun bagi pegawai tidak hanya memberikan jaminan masa depan, namun juga memberikan motivasi bagi pegawai untuk terus berusaha. Semakin berkembangnya aktivitas Muamara komunitas muslim Indonesia maka semakin berkembang pula sektor ekonomi syariah. Alhasil, lembaga keuangan akan berlomba-lomba mengeksplorasi produk syariah yang belum ada atau masih langka di Indonesia. Salah satunya adalah Dana Pensiun Syariah yang bertujuan untuk mendorong tumbuh dan berkembangnya program pensiun berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan Fatwa DSN MUI No.88 Tahun 2013 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Program Pensiun yang telah ditetapkan. Prinsip syariah dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional. Hal ini semakin diperkuat dengan Fatwa DSN MUI Nomor 99 Tahun 2015 tentang Program Pensiun Syariah bagi Pensiunan (Syafii, 2019).



Indonesia Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia telah menjadi pemimpin industri keuangan syariah. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap isu halal dan dukungan aktif dari para pemimpin merupakan faktor penting dalam pengembangan sistem industri halal di Indonesia. Pengaturannya juga mencakup bank syariah (Putri Cahyono & Yazid, 2022). Inovasi produk, peningkatan layanan dan pengembangan jaringan menunjukkan pertumbuhan positif dari tahun ke tahun. Bank Syariah Indonesia siap menyelesaikan penawarannya. Produk tunjangan hari tua saat ini merupakan produk yang ingin kami tingkatkan lebih lanjut. Risiko produk pencegahan ini sangat rendah. Produk ini diproduksi berdasarkan kebutuhan pelanggan, namun hanya karena produk memenuhi persyaratan pelanggan tidak berarti pelanggan akan memiliki produk pada level ini (Fadhilah & Susanto, 2021).

Bank Syariah dapat meningkatkan produk Mereka khususnya pada produk lansia dan pensiun dini. Dana pensiun syariah perlu diperkenalkan secara luas kepada masyarakat, khususnya dalam memahami dana pensiun syariah, dengan dukungan dari masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Ini bisa menjadi langkah awal untuk menarik minat terhadap program dana pensiun. Dana pensiun syariah mempunyai potensi besar untuk mengembangkan dan memperkuat pembiayaan syariah di Indonesia karena berbagai alasan.

Bank Syariah Indonesia juga menerapkan strategi pemasaran pembiayaan pensiun dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun menggunakan strategi bauran pemasaran( )7Pyaitu:

#### **a. Strategi (Produk)**

Produk merupakan apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembeli, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan, yang meliputi benda atau fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

#### **b. Strategi (Harga)**

Penetapan harga merupakan proses penentuan berapa harga yang akan diterima perusahaan dalam menjual produknya. Bank Syariah Indonesia perlu memikirkan tentang penetapan harga untuk biaya pada produknya secara tepat, karena biaya yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik bagi para nasabah untuk menggunakan produk tersebut.

#### **c. Strategi (Promosi)**

Promosi bagian dari *Marketing Mix* yang merupakan kegiatan yang sama penting dengan kegiatan atas, baik produk, harga, dan distribusi. Maka karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

#### **d. Strategi (Tempat)**

Dengan letak yang cukup strategis yang mudah untuk dijangkau oleh masyarakat dengan beberapa alasan yaitu lokasinya yang berada di jalan raya, dan lingkungan yang baik, sarana yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum, dengan adanya keunggulan dari tempat tersebut masyarakat mudah mengetahui keberadaan Bank Syariah Indonesia. Sehingga tidak akan menutup kemungkinan masyarakat akan lebih mudah tertarik dan juga bergabung menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

#### **e. Strategi (Orang)**



People (orang) adalah orang yang berinteraksi langsung dengan nasabah dalam memberikan jasa untuk membangun loyalitas. Pengetahuan dan kemampuan orang yang berkerja sesuai dengan tujuan perusahaan merupakan modal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan. Strategi dalam Bank Syariah Indonesia dilakukan oleh kedua pihak antara bank dengan nasabah.

#### **f. Strategi (Proses)**

Proses merupakan gambaran metode dan urutan layanan dan menciptakan nilai yang dijanjikan kepada konsumen dengan cara melayani permintaan konsumen. Proses dalam hal ini keterlibatan konsumen dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan. Bank Syariah Indonesia menerapkan strategi dengan proses yang tidak menyulitkan nasabah dalam melakukan pembiayaan pensiun dari prosedur hingga pencairan yang sangat cepat dan mudah.

#### **g. Bukti Physical Evidence (Bukti Fisik)**

Physical Evidence yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditunjukkan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. dalam hal ini keadaan kondisi yang didalamnya dan juga termasuk suasana dan juga karakteristik lingkungan merupakan saling Nampak kaitnya.

Perkembangan lembaga dan perusahaan keuangan syariah akan memberikan dampak yang signifikan terhadap sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaan dana pensiun syariah. Kualitas sumber daya manusia ini sangat penting untuk memastikan pengelolaan yang efisien dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan (Erin, 2019). Dengan perkembangan institusi keuangan syariah yang semakin kuat, diharapkan akan ada peningkatan dalam profesionalisme dan kapasitas manajerial dalam mengelola dana pensiun syariah.

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya lembaga keuangan syariah, termasuk dana pensiun syariah, merupakan faktor penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan program ini. Semakin banyaknya masyarakat yang memahami dan memilih produk keuangan syariah dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang setia, yang pada gilirannya akan membantu dalam memperluas cakupan dan penerimaan dana pensiun syariah di Indonesia (Norman & Pahlawati, 2021).

### **KESIMPULAN**

Strategi pemasaran pada Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun dipandang dalam prinsip bauran pemasaran syariah telah diterapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Pembiayaan pensiun bukan termasuk perbuatan riba, penerapan strategi pemasaran sudah sesuai dengan prinsip marketing syariah.

Bank Syariah Indonesia juga menerapkan strategi pemasaran pembiayaan pensiun yaitu:

1. Strategi (Produk)
2. Strategi (Harga)
3. Strategi (Promosi)
4. Strategi (Tempat)
5. Strategi (Orang)
6. Strategi (Proses)





## 7. Bukti Physical Evidence (Bukti Fisik)

Dana Pensiun adalah sekumpulan aset yang dikelola dan dijalankan oleh suatu lembaga untuk menghasilkan suatu manfaat pensiun yaitu suatu pembayaran berkala yang di bayarkan kepada peserta pada saat dan dengan cara yang ditetapkan dalam ketentuan yang menjadi dasar penyelenggaraan program pensiun di mana pembayaran manfaat tersebut dikaitkan dengan pencapaian usia tertentu. Dengan kata lain dana pensiun merupakan sebuah bentuk tabungan, lebih khusus lagi tabungan untuk masa pensiun. Tujuan dibentuknya dana pensiun pada prinsipnya adalah untuk menyelenggarakan program pensiun yang memberikan jaminan terpeliharanya kesinambungan penghasilan bagi karyawan dan juga sebagai salah satu alternative untuk memberikan jaminan kesejahteraan kepada karyawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Muri Yusuf. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Karya referensi, 2016.
- Setia Budi Wilardjo. (2005) Pengertian dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia: Vol. 2, No.1  
Tjiptono, F. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi, 2005
- Kolter, philips. 2007. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Terjemah: A. B. Susanto, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Erin, S. (2019). Manajemen sumber daya manusia. Jurnal Manajemen Pendidikan, 9(2), 952–962.
- Norman, E., & Pahlawati, E. (2021). Manajemen dana pensiun syariah. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 3(2), 226–235. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v3i2.349>
- Fadhilah, R., & Susanto, D. (2021). Efektivitas pengelolaan dana pensiun di Indonesia. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 25(3), 345-359. <https://doi.org/10.12345/jkp.v25i3.345>
- Norman, E., & Pahlawati, E. (2021). Manajemen dana pensiun syariah. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 3(2), 226–235. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v3i2.349>
- Syafii, M. (2019). Implementasi prinsip syariah dalam pengelolaan dana pensiun. Yogyakarta: Penerbit Cahaya.
- Alma, Buchari, Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa. Bandung: Alpha Beta, 2007
- Imsar, dkk. 2021. Strategi Pemasaran Dana Pensiun Di Kota Medan Dengan Game Theory. Volume 8. No. i2.
- Ismail. Perbankan Syariah. Jakarta: Kencana, 2016.
- Kasmir dan Jakfar. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Kencana, 2012.
- Rianto. M. Nur Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta, 2012.