

**PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN METODE
KEMITRAAN DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS
PADA PEMBIAYAAN PENSIUN DI BANK BSI
KCPALU WOLTER MONGINSIDI**



Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

Oleh:

AINUN NADIA

NIM: 19.5.15.0103

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (PSY)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan dibawah ini, mengatakan bahwa skripsi dengan judul “ PENEREPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN METODE KEMITRAAN DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA PEMBIAYAAN PENSIUN DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP WOLTER MONGINSIDI ” benar adalah hasil karya penulis sendiri, jika di temukan suatu hari terbukti bahwa ia merupakan dublikat, tiruan, atau di buat orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang telah di peroleh karenanya, batal demi hukum.

Palu, 15 Juni 2023 M

26 Dzulqa'dah 1444 H

Penyusun

AINUN NADIA

19. 5. 15. 0103



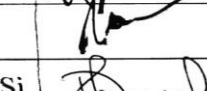
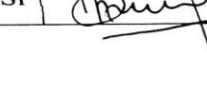

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Ainun Nadia, NIM: 19.5.15.0103, dengan judul **“Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di Bank BSI KC Palu Wolter Monginsidi”** yang telah diujikan di hadapan dewan penguji UIN Datokarama Palu pada tanggal 10 Agustus 2023 M yang bertepatan pada tanggal 23 Muharram 1445 H. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonimi (S.E) Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 03 Oktober 2023M

18 Rabiul Awal 1445 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Tim Penguji	Noval, M.M.	
Penguji Utama I	Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I	
Penguji Utama II	Noor Riefma Hidayah, SE., AK., M.Sc	
Pembimbing I	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.	
Pembimbing II	Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si., M.Si	

Mengetahui :

Dekan Fakultas

Ketua Jurusan

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E
NIP. 19860204 201403 1 002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal skripsi yang berjudul “**Penerapan Strategi Bauran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di Bank BSI KC Palu Woltermonginsidi**” Saudari **AINUN NADIA, NIM:195150103** Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi proposal skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa proposal skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diseminarkan.

Palu, 15 Juni 2023 M

26 Dzulqadah 1444 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.
NIP. 196505051999031002

Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si.,M.Si.
NIP. 199012162019032014

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ آمَابَعْدُ

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. Karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar, Nabi Muhammad Saw. beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Dengan izin Allah Swt. Serta bantuan semua pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah Indonesia KCP Wolter Monginsidi”**

Penulis menyadari tidak mungkin terwujud tanpa dorongan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung, maupun tidak langsung. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut membantu, Khususnya pada:

1. Ucapan terimakasih dan rasa sayang penulis ungkapkan kepada kedua orang tua terkasih Ayahanda Lukman dan Ibunda Evi yang begitu banyak berkorban, mendoakan, dan memberi motivasi dan mendidik penulis dari

jenjang pendidikan dasar hingga perguruan tinggi, dan juga untuk Adik saya Moh Alfian, Zaitun, dan Adik saya Nurul Nafiza, Penulis menyadari, tanpa dorongan dan do'a kalian tulisan ini tidak memiliki arti apa-apa.

2. Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Bapak Prof. Dr. H. Abidin, M.Ag., selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Kamarudin, M.Ag., selaku Wakil Rektor II, Bapak Dr. Mohammad Idhan, S.Ag., M.Ag., selaku Wakil Rektor III, dan beserta segenap unsur pimpinan Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.
3. Dr. H. Hilal Malarangan., M.Hi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ibu Dr. Ermawati., S.Ag, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, dan Kelembagaan, Bapak Drs. Sapruddin M.H.I., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. malkan, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerja sama.
4. Bapak Syaakir sofyan S.E.I.,M.E selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah. yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan.
5. Dr. H. Hilal Malarangan., M.Hi., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dede Arseyani Pratamasyari.,S.Si.,M,Si selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah meluangkan waktu disela-sela kesibukannya untuk

membantu, mengarahkan, dan membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.

6. Bapak Hamiyyudi, S.Pd.,M.H selaku Dosen Penasehat Akademik, yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan penulis dari awal studi hingga akhri penyelesaian studi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisni Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
8. Seluruh Staf Akademik dan Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
9. Seluruh pihak keluarga yang selama ini selalu membantu dan memberikan motivasi sepanjang perjalanan pendidikan penulis.
10. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah 2019, terkhusus bagi seluruh teman-teman Perbankan Syariah-(4) angkatan 2019 yang selalu memberikan semangat kepada penulis hingga selesainya penelitian ini dan sama-sama menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi.
11. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari penulis.
12. Terima kasih juga untuk support sistem saya BTS kim namjoon, kim seokjin, min yoongi, jung hoseok, park jimin, kim taehyung, jeon jeongguk yang selalu memberi motivasi lewat lagu-lagunya selama ini.
13. Diri Sendiri atas semangat dan kesetian untuk mau berproses baik dibangku perkuliahan hingga penyelesaian skripsi sampai sejauh ini

tanpa memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, serta keberanian untuk belajar semua hal-hal yang baru.

Akhir kata, penulis berharap Allah Swt. Membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga seluruh dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal shaleh dan pahala disisi Allah Swt. Penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada, dan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan ini, untuk itu penulis mengharakan koreksi, saran, dan kritikan yang sifatnya membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita dan dapat berguna bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan, khususnya dibidang Perbankan Syariah.

Palu, 15 Juni 2023 M
26 Dzulqa'dah 1444 H

Penyusun

AINUN NADIA
19. 5. 15. 0103

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	10
D. Penegasan Istilah.....	12
E. Garis-garis Besar Isi.....	13
BAB II RUMUSAN MASALAH	
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Penerapan Strategi Bauran Pemasaran	19
C. Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas	35
D. Pembiayaan Pensiunan	39
E. Kerangka pemikiran.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	46
B. Lokasi Penelitian.....	47
C. Kehadiran Peneliti.....	48
D. Data dan Sumber Data	49
E. Teknik pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data.....	52
G. Pengecekan Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Tentang Bank BSI KCP Woltermonginsidi.....	54
B. Temuan Hasil Penelitian	68
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

RIWAYAT HIDUP.....

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1 Struktur Organisasi	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1	: Pedoman Wawancara
Lampiran11	: Lembar Pengajuan Judul Skripsi
Lampiran111	: Surat Keterangan Pembimbing
Lampiran1V	: Surat Izin Meneliti
LampiranV	: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
LampiranV1	: Dokumentasi
LampiranV11	: Daftar Riwayat Hidup

ABSRTAK

Nama Penulis : **Ainun Nadia**
NIM : **19.5.15.0103**
Judul : **Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Wolter Monginsidi**

Skripsi ini berjudul Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Wolter Monginsidi. Penelitian ini di latar belakang bahwa bank syariah indonesia merupakan bank komersial syariah yang kedua setelah bank muamalat indonesia. Bank syariah indonesia memiliki perkembangan yang berbeda dari perbankan lainnya. Dapat ditandai dengan kemampuan lembaga membuat produk berharga dan dapat di terima ditengah masyarakat. Salah satu produknya yaitu produk pembiayaan pensiun. Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun di bank syariah indonesia KCP wolter monginsidi tidaklah mudah, karena masyarakat belum mengetahui produk pembiayaan pensiun. Oleh karena itu di perlupakan strategi pemasaran demi keberhasilan perusahaan. Adapun rumusan masalah (1) Bagaimana Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di BSI KC Wolter monginsidi. (2) Apa faktor penghambat serta pendukung dalam Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di BSI KC Palu Wolter Monginsidi.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, tehnik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, tehnik analisis data yang di gunakan adalah reduki data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun di bank syariah indonesia KCP wolter monginsidi melalui 7 prinsip yaitu : product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, kendala yang di hadapi dan solusi dalam penerapan strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun berbagai kendala dan solusi yang salah satunya terbatas sumber daya manusia menjadikan produk pembiayaan pensiun belum tersosialisasikan dengan masih baik. Solusinya bank syariah indonesia KCP wolter monginsidi harusmenambah tenaga kerja..

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Indonesia merupakan negara berkembang yang mempunyai banyak penduduk dengan segala kemampuan SDM yang bermacam macam. Hal ini bisa dimaksimalkan dalam segala aspek, khususnya didalam dunia bisnis. Tak jarang orang mengenal bisnis dengan melihat kehalalan dari pengaplikasian nya. Akan tetapi hanya melihat dari keuntungan yang akan diperoleh dari bisnis tersebut. Di Indonesia yang notabeneanya berpenduduk mayoritas muslim, sesungguhnya akan menjadi peluang besar dalam perkembangan bisnis Islam itu sendiri dengan cara mempertimbang kan halal haram nya dari berbagai segala aspek. Salah satu bisnis tersebut yaitu dalam dunia perbankan.

Bank merupakan lembaga atau badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam hal kredit atau dalam bentuk lain dengan tujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sebagai salah satu lembaga keuangan, yang mempunyai kegiatan baik dalam bentuk *funding* maupun *lending* atau menghimpun dan menyalurkan dana pada dasarnya tugas dari bank itu sendiri yaitu menerima simpanan dan memberi pinjaman sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran

uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariaat Islam.¹ Sedangkan menurut pasal 1 ayat 7 undang-undang nomor 10 tahun 2008 bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, menurut jenisnya terdiri atas, Bank Umum Syariah (BUS), Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan, Unit Usaha Syariah (UUS).²

Sebagaimana disebutkan bank umum syariah adalah bank yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran pada pasal 1 ayat 8, dan pasal 1 ayat 9 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta, pasal 1 ayat 10 undang-undang nomor 21 tahun 2008 Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai induk atau kantor atau unit yang melakukan unit usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja dikantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan diluar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah.³

Keberadaan Perbankan Syariah di Indonesia merupakan perwujudan dari keinginan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang menyediakan jasa perbankan dengan memenuhi prinsip syariah. Pada undang-undang perbankan yang lama, yaitu nomor 14 tahun 1967 pada pokok perbankan tidak memungkinkan untuk melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah

¹ Muhammad, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Yogyakarta : Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn, 2011), 15.

² Ahmad Dahlan, *Teoritik, Praktik, Dan Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), 101.

³ *Ibid*, 102.

karena tidak ada pengaturannya. Keberadaan bank syariah secara formal dimulai sejak diundangkannya undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, walaupun istilah yang dipakai adalah bank yang berdasarkan pada prinsip bagi hasil, yaitu dengan beroperasinya bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 mei 1992.⁴

Perbankan syariah dalam dunia Internasional dikenal dengan sebutan *Islamic banking*, atau *interest-free banking*, peristilaan dengan penggunaan *islamic* tidak dapat dilepaskan dari asal usul sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi yang disediakan sejalan dengan nilai moral-dan prinsip-prinsip syariah islam. Utamanya adalah berkaitan dengan pelanggan praktek riba, kegiatan *mysir*, dan *gharar*.⁵

Sebagai tolak ukur bahwa Bank Syariah memegang teguh prinsip syariah diharapkan mampu berpengaruh besar terhadap pertumbuhan suatu ekonomi yang menjadi keinginan bagi setiap negara yang mayoritas penduduknya beragam Islam tak terkecuali negara Indonesia itu sendiri. Dengan demikian atas dasar pemikiran terbentuknya suatu Bank Islam yang bersumber dalam Al-Qur'an dan Hadits larangan adanya Riba beroperasi tanpa adanya bunga. Riba sendiri merupakan penetapan bunga atau melebihi jumlah pinjaman saat pengambilan

⁴ Trisadini P. Usanti Dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 1-2.

⁵ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2015),1.

berdasarkan prosentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok yang dibebankan kepada peminjam. Riba secara bahasa bermakna ziyada (tambahan).

Bank syariah juga dikatakan sebagai lembaga keuangan yang pokoknya adalah memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta pengedaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip islam.⁶ Pada dasarnya bank syariah tidak menyalurkan secara langsung kepada nasabah (Mudharib) tetapi menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan.

Bank Islam berfungsi sebagai jembatan uang tanpa meminjamkan uang dan membungakannya, sebagai gantinya pembiayaan dilakukan dengan cara memberikan barang yang dibutuhkan nasabah lalu dijual kembali kepada nasabah dengan cara menyuntikkan modal atau dengan melakukan jasa tertentu yang dapat memperoleh imbalan. Pemakaian dana menunjukkan langsung pemasok barang dengan kualitas dan harga yang berlaku dipasaran.

Sebagai penyalur dana, Bank Islam dapat melaksanakan dua jenis usaha Pertama, memberi modal sepenuhnya dan sebagainya kepada kaum usahawan penerima modal dengan perjanjian berbagai keuntungan. Kedua, menawarkan jasa tertentu dengan menuntut biaya administrasi dan komisi.⁷ Secara sederhana dapat dikatakan bahwa operasionalnya berdasarkan prinsip PLS (*Profit and Loss Sharing* atau bagi keuntungan dan kerugian). Bank Islam mengajak berpartisipasi

⁶ Muhamad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: Upp Amp, 2005),13.

⁷ Muh Zuhri, *Riba dalam Al-Qur'an dan Masalah Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), 160.

dalam bidang usaha yang didanai. Para deposan juga sama-sama mendapatkan bagian keuntungan bank sesuai dengan rasio yang telah ditetapkan sebelumnya.⁸

Pembiayaan syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang di persamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan bagi hasil. Pemberian pinjaman dan atau pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa beli yang terbebas dari penetapan bunga dan memberikan rasa aman, karena yang diberikan kepada nasabah adalah barang bukan uang dan tidak ada beban bunga yang ditetapkan di muka.⁹

menurut Undang-undang nomor 11 tahun 1992 adalah badan hukum yang mengelola dan menjalankan program yang menjanjikan manfaat pensiun, berupa pembayaran berkala yang dibayarkan kepada peserta. Dari pengertian tersebut terlihat bahwa dana pensiun merupakan salah satu pilihan sistem pendanaan dalam membentuk akumulasi dana, yang dibutuhkan untuk memelihara kesinambungan penghasilan menimbulkan ketentraman kerja, sehingga akan meningkatkan motivasi kerja karyawan yang merupakan iklim yang kondusif bagi peningkatan produktifitas.¹⁰

⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Kapita Selekta Perbankan syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: UII pres, 2008), 209.

⁹ www.hestanto.web.id Di Akses Pada Tanggal 04 Juni 2022. Pukul 19:09 Wita.

¹⁰ Rachmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia*, (Gramedia Pustaka Utama, 2001), 50-51.

Semakin berkembangnya sektor perbankan di Indonesia diperlukan adanya kegiatan pemasaran untuk menghadapi persaingan yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak di capai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.¹¹

Setiap bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang di tawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Didalam menawarkan produknya maka terjadi persaingan antara bank-bank syariah sehingga perlu adanya strategi didalam pemasaran masing-masing bank tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Banyak bank syariah di Indonesia yang mempunyai produk pembiayaan tersebut salah satunya adalah BSI (Bank Syariah Indonesia). BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat nomor SR-

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), 59-60.

3/PB.1/2021.selanjutnya, 1 Februari, presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.¹²

Pembiayaan dana pensiun ini dianggap mampu menjadi solusi bagi kebutuhan keluarga untuk berbagai kebutuhan. Pembiayaan ini dapat digunakan untuk menyekolahkan atau menikahkan anak, renovasi rumah, modal usaha, bahkan untuk pelunasan dana haji.¹³

Untuk memperoleh strategi yang efektif, serta membantu menumbuhkan portopolio pembiayaan dana pensiun maka bank BSI melakukan bauran pemasaran (*marketing mix*). Jadi, bauran pemasaran itu adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan dapat digunakan oleh pihak bank untuk mendapatkan nasabah. Bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri dari beberapa faktor dibawah kendalinya Produk (*Product*),Tempat (*Place*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Process*), Sarana Fisik (*Physical Evidence*) atau yang dikenal dengan istilah 7P.¹⁴ Hal ini dilakukan dengan harapan Bank Syariah Indonesia mampu menerapkan strategi yang tepat untuk menarik minat nasabah agar mengajukan pembiayaan pensiunan pada Bank Syariah Indonesia di setiap kantor cabang yang ada termasuk Kantor Cabang yang terletak di Wolter monginsidi.

¹² https://Ir.Bankbsi.Co.Id/Corporate_History.Html. Diakses Pada Tanggal 08 Juni 2022, Pukul 17:33 Wita.

¹³ Elisa Velentasari, Pembiayaan Pensiun Syariah BSM Tumbuh 165 Persen, *Diakses Dari* <https://www.cnnindonesia.com> pada tanggal 08 juni 2022 pukul 17: 44

¹⁴ Muhammad Parmudi Sejarah Dan Doktrin Bank Islam, (Yogyakarta, Kutub, 2005), 21.

Bauran pemasaran sangat menentukan keberhasilan dalam merebut pasar. Strategi bauran pemasaran merupakan ujung tombak bagi bank untuk mengenalkan dan memaskan keunggulan-keunggulan produknya. Pemasaran tidak akan optimal jika produk yang ditawarkan kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk pesaing.¹⁵

Menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1995 tentang usaha kecil pasal 8 ayat 1 yang berbunyi “kemitraan ialah strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang mana dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan meraih keuntungan bersama dengan menggunakan prinsip saling membutuhkan.”¹⁶

Pada Bank BSI KC Palu Wolter Monginsidi pembiayaan pensiun 30% dan masih kurang karena produk pembiayaan pensiunan baru diterapkan pada tahun 2018, oleh karena itu untuk meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun di Bank BSI KC Palu Wolter Monginsidi, pihak bank menerapkan strategi bauran pemasaran yang pertama dengan menerapkan BSI Price Margin 11,5 % pertahun dengan batasan usia nasabah maksimal 75 tahun 8 bulan untuk pembiayaan dibawah kompetitor bank lain, strategi pemasaran kedua yaitu marketing turun langsung ke lapangan menyebar brosur dan melakukan silaturahmi ke calon nasabah pensiun, sebelum melakukan turun lapangan marketing melakukan penarikan data dan melakukan telemarketing ke nasabah yang akan dikunjungi. Strategi tambahan yang di gunakan yaitu lebih diperkuat dari sisi syariahnya,

¹⁵ Lutfi Hamid, *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah* (Senayan Abadi Publising: Jakarta : 2003), 79.

¹⁶ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 124.

dengan menjelaskan kepada nasabah tentang perbedaan bank syariah dan bank konvensional.

Berdasarkan pembahasan diatas, sehingga penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan dana pensiun tersebut dengan judul: **‘Penerapan Straregi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di BSI KC Palu Wolter Monginsidi’**

B. Rumusan Masalah.

Dari pemaparan diatas sehingga penulis menyimpulkan beberapa permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di BSI KC Wolter monginsidi.?
2. Apa faktor penghambat serta pendukung dalam Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di BSI KC Palu Wolter Monginsidi.?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian.

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mendeskripsikan Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di BSI KC Wolter monginsidi.

- b. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung serta penghambat dalam Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di BSI KC Wolter monginsidi.
2. Manfaat Penelitian.

Dari hasil penelitian ini diterapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pihak yang terkait. Adapun manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini adalah:

- a. Secara ilmiah.

Yaitu pertama, sebagai sumbangan penulis terhadap dunia akademis khususnya di UIN Datokarama Palu dan refrensi dalam bidang ilmu yang terkait. Ke dua, menjadi media belajar bagi penulis dalam menyusun karya ilmiah tentang strategi bauran pemasaran dengan kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun di bank BSI KC Palu Wolter Monginsidi.
- b. Secara praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengambilan strategi yang dilakukan serta dapat memberikan masukan positif mengenai strategi bauran pemasaran dengan metodekemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun di bank BSI KC Wolter monginsidi. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian atau sebagai bahan masukan untuk kedepannya serta sebagai sumbangsih pembendaharaan perpustakaan UIN Datokarama Palu, serta dapat dijadikan bahan refrensi untuk

melakukan penelitian yang akan datang terkait judul yang diambil dalam penelitian ini.

D. Penegasan Istilah.

untuk memperjelas dan menghindari kesimpangsiuran dalam memahami judul proposal skripsi ini ada beberapa kata yang mesti dijelaskan yaitu:

1. Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin dalam melakukan tugas atau kegiatan pemasarannya.¹⁷

2. Kemitraan.

Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan meraih keuntungan bersama dengan menggunakan prinsip saling membutuhkan.¹⁸

3. Profitabilitas.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.¹⁹

¹⁷ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2015), 198.

¹⁸ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha*, (Jakarta: Sinar Harapan, 2000), 10.

¹⁹ Niki Lukviarman, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, (Padang: Andalas Universiti, 2006),33.

4. Pembiayaan Pensiun.

Pembiayaan pensiun ialah pembiayaan untuk para pensiun dari lingkungan pensiunnya seperti halnya PNS, BUMN ataupun BUMD.²⁰

E. Garis-Garis Besar Isi Proposal Skripsi

Adapun garis-garis besar proposal skripsi ini, penulis membagi dalam tiga bab yaitu,:

Bab I terdiri dari pendahuluan yang memuat latar belakang melahirkan permasalahan. Selanjutnya tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Untuk menghindari kesalah pahaman dalam menafsirkan isi skripsi diketengahkan juga penegasan istilah, pada bab pendahuluan ini diakhiri dengan garis-garis besar isi skripsi, agar memudahkan pembaca untuk mengetahui isi skripsi.

Bab II, menggunakan tinjauan pustaka, yang dijadikan kerangka acuan-acuan teoritis dalam uraian skripsi ini, dengan pembahasan latar belakang tentang penerapan strategi bauran pemasaran dengan kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun di bank BSI KC Palu Wolter monginsidi.

Bab III, pada bab ini penulis membahas sub-sub yaitu, pendekatan dan desain penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

Bab IV, penulis akan menguraikan tentang hasil penelitian sesuai dengan rumusan masalah.

Bab V, yang merupakan bab penutup dari isi skripsi ini, berisikan beberapa kesimpulan yang tentunya senantiasa mengacu pada rumusan masalah

²⁰ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), 287.

yang dikaji serta saran yang merupakan input dari penulis yang berkaitan dengan judul skripsi ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu.

Dari penelusuran yang dilakukan terhadap hasil-hasil kajian yang telah ada, nampaknya penelitian ini bukan pertama kali dilakukan, baik dalam bentuk jurnal, skripsi, tesis, disertasi hingga buku-buku. Sehingga, untuk mencegah kesamaan isi maupun duplikasi pada suatu karya ilmiah yang lain, maka berikut ini penulis akan merinci beberapa karya ilmiah yang pernah mengangkat judul yang berkaitan strategi bauran pemasaran dengan kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun. Diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

N O	Penulis	Ringkasan Hasil Penelitian
1	Siska Nurdiana ²¹	Judul Penelitian: Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Dibank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Hasil Penelitian: penerapan strategi bauran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas

²¹ Siska Nurdiana, *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah Mandiri KCP Tulung Agung*, IAIN Tulung Agung 2020.

		<p>pada pembiayaan pensiun di bank syariah mandiri KCP Tulung Agung. Dampak dengan adanya strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun ini berdampak positif salah satunya mampu memberikan labakepada nasabah. Dampak negatifnya salahnya produk yang belum tersosialisasi dengan baik, sumber daya manusia masih terbatas. Kendala yang dihadapi dan solusi dalam penerapan strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun sebagai kendala dan solusi yakni salah satunya terbatasnya sumber daya manusia menjadikan produk pembiayaan pensiun belum tersosialisasikan dengan masih membaik.</p> <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Lokasi Penelitian▪ Pengecekan Keabsahan Data <p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Jenis Penelitian▪ Teknik Pengumpulan Data▪ Teknik Analisa Data
--	--	---

2	Muhammad Fadli ²²	<p>Judul Penelitian: Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panglima Polim)</p> <p>Hasil Penelitian: menunjukkan bahwa strategi pemasaran bank syariah KCP panglima polim berpengaruh secara positif dalam meningkatkan penyaluran dana pembiayaan pensiun kepada nasabahnya.</p> <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lokasi Penelitian ▪ Strategi Pemasaran <p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jenis Penelitian ▪ Sama-sama meneliti tentang pemasaran pembiayaan pensiun ▪ Teknik Pengumpulan Data ▪ Teknik Pengecekan Data
---	---------------------------------	--

B. Penerapan strategi bauran pemasaran.

²² Muhammad Fadli, *Strategi Pemasaran Pembiayaan Pensiun Syariah* (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panglima Polim), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2018.

a. Strategi bauran pemasaran

1.Strategi

Strategi adalah bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. dengan adanya strategi, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis yang semakin *turbulen*.

Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang dicapai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Strategi yang dibuatkan berdasarkan persetujuan. Strategi juga digunakan sebagai cara untuk mencapai hasil akhir, hasil akhirnya pun menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Bunnet juga berpendapat dengan menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi dalam mencapai misinya.²³ Menurut stephane k. marrus, strategi itu sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.²⁴

Strategi adalah pusat dan inti yang khas dari manajemen strategi. Strategi mengacu pada perumusan tugas, tujuan dan sasaran organisasi.²⁵ Istilah strategi

²³Mubasit, *Manajemen Pemasaran*, Fakultas Dakwah Iain Raden Intan Lampung, Bandar Lampung 2012, 26.

²⁴Husen Umar, *Strategi Management In Action*, (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2010), 31.

²⁵ George. A, *Stiner Dan Jhon B. Minner, Kebijakan Dan Strategi Management*, Ed. Ii, Penerjemah Ticoalu Dan Agus Dharma, Sh. M. Ed (Jakarta: Erlangga. 1996), 6.

berasal dari bahasa Yunani, *stratageta* (*stratos* : militer, dan *ag* : memimpin) artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal, konsep ini relevan dengan situasi perang jaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang.²⁶

Strategi yang dipilih harus diimplementasikan oleh organisasi dan akhirnya harus di evaluasi terhadap strategi tersebut, karena strategi merupakan suatu alat untuk mencapai suatu tujuan perusahaan, strategi memiliki beberapa sifat:²⁷

- 1) Menyatu (*unified*) yaitu menyatukan bagian-bagian perusahaan.
- 2) Menyeluruh (*komprensip*) yaitu mencakup seluruh bagian dalam perusahaan.
- 3) Integral (*integrated*) yaitu strategi akan cocok atau sesuai dari seluruh tingkatan.

2. Pemasaran.

Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang, dan meningkatkan keuntungan. Dalam memberikan definisi pemasaran, para pakar mempunyai argumentasi masing-masing walaupun esensinya sama. Philip Kotler mendefinisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial

²⁶ Sofyan Asyari, *Management Pemasaran: Dasar Konsep Dan Strategi* , (Jakarta Pt: Raja Grafindo, Persada, 2004) Cet Ke-7, 168.

²⁷ Agustinus Sri Wahyudi ‘*Managemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik*’, (Jakarta Binapura Aksara, 1996), Cet Ke I, 16.

dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa.²⁸

Pengertian pemasaran bagi setiap perusahaan tidak ada perbedaan. Hanya yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan memiliki karakteristik tersendiri misalnya, pemasaran yang dijalankan untuk perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang tentu akan sangat berbeda dengan perusahaan yang memiliki produk jasa seperti perusahaan keuangan. Oleh karena itu, perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan pun sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya. Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.²⁹ produk bank adalah jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.³⁰

secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan yang optimal kepada pelanggan. Setiap tindakan yang dilakukan apakah oleh perusahaan atau badan usaha tentu

²⁸Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2005), 61

²⁹*Ibid*, 63.

³⁰*Ibid*, 64.

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.

Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.³¹ Tujuan utama pemasar adalah melayani dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, pemasar perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam usaha memuaskan kebutuhan dan keinginannya.³²

3. Strategi dan konsep pemasaran

Strategi pemasaran adalah strategi bisnis untuk memberikan arah dimasa yang akan datang. Strategi pemasaran menurut Pearce dan Robinson merupakan cara untuk memperoleh hasil yang diinginkan berdasarkan kondisi dan struktur yang berlaku dengan menggunakan sumber daya terbaik dan keunggulan perusahaan untuk mencapainya.³³

³¹ Fandi Tjiptono, Et.Al., *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2008), Cet.I, 258.

³² Ratih Nurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 67

³³ *Jurnal Manajemen Dan Star-Up Bisnis*, Volume. 1 No. 3 , Tahun 2018, 185-186.

Menurut Idri strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.³⁴

Berdasarkan beberapa definisi di atas strategi pemasaran merupakan proses menentukan pasar target dan bauran pemasaran yang terkait. Strategi ini merupakan gambaran besar mengenai apa yang akan dilakukan perusahaan di suatu pasar. Tujuan utama konsep pemasaran adalah untuk melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak.³⁵

Tujuan pemasaran pada dasarnya tidak hanya untuk kepuasan konsumen, akan tetapi juga menyangkut kepentingan perusahaan. Dimana konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi dan perusahaan merasa puas karena penjualan dan keuntungan yang meningkat.

Dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencaapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk:

³⁴Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenada Media, 2015), 278

³⁵ *Ibid* 275.

- 1) Memaximumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- 2) Memaximumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya.
- 3) Memaximumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula. Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.³⁶

Untuk mengetahui strategi pemasaran mana yang bermanfaat, organisasi atau perusahaan pertama-tama harus mengetahui apa jenis kebutuhan yang ingin dipengaruhinya. Adapun macam-macam strategi pemasaran tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Strategi permintaan primer

Strategi ini dirancang untuk menaikkan tingkat permintaan terhadap bentuk produk atau kelas produk dari bukan pemakai yang sekarang dan dari pemakai yang sekarang.³⁷ Oleh karena itu, ada 2 pendekatan strategis yang mendasar untuk merangsang kebutuhan primer, yaitu:

³⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2005), 67.

³⁷ Joseph P.Guiltinan Dan Gordon W.Paul, (Penerjemah: Agus Maulana), *Strategi Dan Program Manajemen Pemasaran* Edisi 3, (Jakarta: Erlangga, 1992), 159.

- 1) Meningkatkan jumlah pemakai. Untuk meningkatkan jumlah pemakai, perusahaan harus memperbesar kesediaan pelanggan untuk membeli atau kemampuan mereka untuk membeli produk atau jasa, atau kedua-duanya.
- 2) Meningkatkan kesediaan untuk membeli dapat ditingkatkan dengan memperlihatkan manfaat-manfaat yang sudah ada pada produk. Pendekatan ini biasanya perlu dalam pemasaran bentuk produk baru.³⁸

b. Strategi permintaan selektif

Strategi ini dapat berupa 3 alternatif utama, yaitu memperluas pasar yang dilayani, merebut pelanggan dari pesaing, dan mempertahankan atau meningkatkan permintaan dari basis pelanggan saat ini.³⁹ Strategi kebutuhan selektif dapat dicapai dengan mempertahankan pelanggan lama atau dengan menjaring pelanggan baru.⁴⁰

Konsep pemasaran dalam suatu perusahaan harus diorganisasikan secara terpadu dan memerlukan pelaksanaan manajemen pemasaran yang pada hakikatnya merupakan tindakan dan konsep pemasaran.⁴¹

- 1) Konsep Produksi Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi.

³⁸ Ibid 160.

³⁹ Fandi Tjiptono, Et.Al., *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2008), Cet.I, 287-288.

⁴⁰ Joseph P.Guiltonan Dan Gordon W.Paul, (Penerjemah: Agus Maulana), *Strategi Dan Program Manajemen Pemasaran* Edisi 3, (Jakarta: Erlangga, 1992), 163.

⁴¹ Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007) , 146.

- 2) Konsep Produk Konsep produk berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta memiliki keistimewaan yang mencolok.
- 3) Konsep Penjualan Kebanyakan konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan usahausaha promosi dan penjualan dalam rangka memengaruhi konsumen.
- 4) Konsep Pemasaran Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran.
- 5) Konsep Pemasaran Kemasyarakatan Konsep pemasaran kemasyarakatan menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.⁴²

c. Bauran pemasaran (*marketing mix*)

1. Pengertian bauran pemasaran.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 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

⁴² Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), 58-60

tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.⁴³

Menurut Kotler dan Keller dalam bukunya *marketing manajemen* (2012), mendefinisikan bauran pemasaran sebagai alat pemasaran perusahaan yang digunakan untuk mengejar tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Menurut Nembah (2011) unsur bauran pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran, keempat variabel (4p) harus saling mendukung satu sama lain atau dengan kata lain, manajemen harus berusaha agar variabel-variabel bauran pemasaran atau *Marketing Mix* dapat terpadu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Implementasi dari strategi pemasaran atas memposisikan dilakukan dengan strategi yang berbentuk bauran pemasaran, dengan mencakup produk, harga, promosi, dan penyaluran atau penempatan. Hal ini sejalan dengan tugas pemasaran, yaitu merencanakan kegiatan pemasaran dan menyusunnya dalam bentuk bauran pemasaran, dengan bentuk bauran pemasaran maka dapat tercipta suatu nilai yang ditawarkan kepada konsumen, dikomunikasikan dan dapat diserahkan kepada konsumen. Suatu perusahaan akan dapat memuaskan kebutuhan pelanggannya dilakukan secara baik, serta pelaksanaan dikomunikasikan secara efektif.⁴⁴

Bauran pemasaran memberikan pandangan kedalam strategi dasar utama dalam menghadapi para pesaing serta sekaligus untuk menetapkan keputusan teknis tertentu, Keputusan-keputusan ini merupakan apa yang sebenarnya

⁴³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 168-169.

⁴⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: ALFABETA, 2018), 47.

diobservasi para pelanggan di pasar, yaitu tentang harga, kemampuan produk, pendistribusian, promosi, dan komunikasi serta jasa pelayanan. Sehingga dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran merupakan strategi, taktik, alat pemasaran yang tersedia guna mempengaruhi pembeli.⁴⁵

2. Unsur-unsur bauran pemasaran.

Bauran pemasaran adalah strategi kombinasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam bidang pemasaran. Pada umumnya, baura pemasaran terdiri dari empat komponen (4P) yaitu produk (product), harga (price), tempat saluran distribusi (place) dan promosi (promotion). Selain 4P tersebut, komponen tersebut dilengkapi dengan 3P yaitu orang (people), bukti fisik (physical evidence), dan proses (process). Sehingga bauran pemasaran jasa terdiri dari 7P.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk saja, tetapi membeli manfaat dan nilai produk tersebut yang disebut “the offer”. Utamanya, pada produk jasa yang tidak dikenal munculnya peralihan kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen.⁴⁶ Fase yang harus dipahami oleh seorang marketer dalam membawa sebuah produk meliputi menentukan keunggulan produk (*core benefit*), produk yang sesungguhnya (*actual benefit*) dan mengembangkan produk dengan nilai tambahan (*augmented product*).

⁴⁵ *Ibid*, 48.

⁴⁶ Rambat Lupioyoadi, *Manajemen Pemasaraan Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 92-93.

b. Harga (*Price*)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan memengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut memengaruhi permintaan dan saluran pemasaran. Yang paling penting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.⁴⁷

Mula-mula perusahaan memutuskan dimana perusahaan ingin memposisikan penawaran pasarnya. Semakin jelas tujuan perusahaan, semakin mudah perusahaan menetapkan harga. Lima tujuan utama adalah: kemampuan bertahan, laba saat ini maksimum, pangsa pasar maksimum, pemerahan pasar maksimum, dan kepemimpinan kualitas produk.⁴⁸

Price merupakan elemen marketing mix dalam Islam. Islam tidak dibenarkan menetapkan harga murah dibawah pasar, melarang praktik maisir atau menerima keuntungan tanpa bekerja, mengubah harga tanpa diikuti perubahan kuantitas atau kualitas produk, dilarang menipu pelanggan demi meraup keuntungan, diskriminasi harga di antara pelaku bisnis, melarang propaganda palsu melalui medi, gambling (perjudian), penimbunan dan mengontrol harga yang berakibat pada kelangkaan pasokan, menimbun produk apa pun dilaarang

⁴⁷*Ibid.* 95.

⁴⁸Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 76.

dalam Islam. Islam menekankan praktik pricing policy secara sehat dan mengikuti hukum demand dan supply yang terjadi secara alami (mekanisme pasar).

Bentuk penentuan harga yang dilarang dalam Islam antara lain menentukan harga yang berlebihan (*predatory pricing*), diskriminasi penentuan harga.

Sabda Rasulullah Saw. Mengenai ketentuan yang terkait dengan strategi kebijakan harga adalah:

“Janganlah kamu menyaingi (secara tidak sehat) penjualan saudaramu sendiri”.
(HR Bukhari dan Muslim).⁴⁹

c. Lokasi/Tempat (*Place*)

Lokasi (berhubungan dengan sistem penyampaian) dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis.⁵⁰

Place sebagai elemen *marketing mix* dapat diartikan sebagai distribusi dan tempat usaha yang menentukan keberhasilan strategi pemasaran secara efektif. Dalam Islam keberadaan manusia, peralatan, perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran harus transparan dan memuaskan pelanggan.

d. Promosi (*Promotion*)

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin

⁴⁹Nur Asnawi Dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori Filosofi & Isuisu Kontemporer*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 164-165.

⁵⁰ Rambat Lupioyadi, *Manajemen Pemasaraan Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 96.

tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi, yang merupakan salah satu dari bauran pemasaran. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan share pasar. Selain itu kegiatan promosi ini juga diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran merk (*brand*) selama ini dan bahkan ditingkatkan, bila menggunakan program promosi yang tepat. Dalam rangka menunjang keberhasilan kegiatan pemasaran yang disusun, maka perusahaan haruslah menetapkan dan menjabarkan strategi promosi yang tepat.⁵¹

kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan menggunakan bauran promosi (*promotional mix*) terdiri dari:

1) *Advertensi*, merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat nonpersonal. Media yang sering digunakan dalam advertensi ini adalah radio, televisi, majalah, surat kabar, dan billboard.

2) *Personal Selling*, yang merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan.

⁵¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 264-265.

3) Promosi Penjualan (*sales promotion*), yang merupakan segala kegiatan pemasaran selain *personal selling*, advertensi dan publisitas, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agar seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur atau kontinyu.

4) Publisitas (*publicity*), merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara nonpersonal dengan membuat, baik yang berupa berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut di dalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.⁵²

5) *Public Relations*, merupakan upaya yang disengaja, direncanakan, dan dilakukan terus menerus untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antar organisasi dengan publiknya. PR sangat penting dalam menyampaikan penerangan atau baik antara kelompok orang yang mempunyai hubungan atau ikatan dengan organisasi.⁵³

e. Manusia (*People*)

Manusia memegang peranan penting dalam praktik pemasaran, baik sebagai produsen maupun konsumen. Marketer harus jujur dan bertanggung jawab kepada produk yang dibuatnya. Marketer Muslim harus memberikan perhatian dan perlindungan kepada supliernya, karyawan, partner bisnis, konsumen dan masyarakat. Marketer Muslim harus hati-hati dalam melakukan bisnisnya, bahkan Rasulullah SAW. Berperan untuk menghindari produk dan jasa dilarang dalam

⁵² *Ibid*, 268-569

⁵³ Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Grasindo, 2002), 9.

Islam, menghindari barang meragukan, jujur dalam membeli dan menjual, menghindari kegiatan penipuan dan menghindari praktik spekulasi atau gharar.

f. Proses (*Process*)

Process bagian dari *marketing mix* yang penting. Elemen proses meliputi prosedur, mekanisme, alur kegiatan dalam pelayanan. Proses juga menunjukkan bagaimana produk atau jasa disajikan sampai pada pengguna akhir. Dalam proses marketer harus memiliki integritas intelektual dan tingkat kesadaran yang lebih tinggi pada konsumen. Marketer harus menumbuhkan kepercayaan, berkomunikasi dan mempraktikkan nilai-nilai etika mendasar yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

Proses marketer harus memiliki beberapa nilai-nilai dasar, seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, rasa hormat, keterbukaan dan kemasyarakatan. Dalam praktik yang dilakukan Rasulullah Saw, proses yang dimanifestasikan oleh pribadi Rasulullah Saw. adalah bentuk pelayanan yang santun, ramah serta jelas dalam memberikaan informasi. Proses dalam konteks bisnis jasa harus dipahami oleh pelaku pemasaran terutama pemahaman tentang sifat dari jasa itu sendiri yang meliputi:

- 1) Jasa tidak dapat dilihat dan dirasakan sebelum konsumen membeli atau terlibat secara langsung dalam proses.
- 2) Jasa sangat tergantung pada siapa, apa, bagaimana cara bisnis jasa disampaikan.
- 3) Jasa tidak dapat dipisahkan dari pembelinya.
- 4) Jasa juga tidak dapat disimpan untuk masa yang akan datang.

Rasulullah Saw. Memberikan contoh betapa Beliau sangat teliti dalam, memberikan pelayanan. Produk atau jasa yang disampaikan kepada konsumen merupakan amanah yang harus dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, apa pun bentuknya, proses yang baik akan mendukung terciptanya kepuasan konsumen.⁵⁴

g. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Bukti fisik yang menjadi parameter bauran pemasaran adalah Pertama, Fasilitas Eksterior, meliputi: desain eksterior, signage (simbol, arah, petunjuk), parkir, pemandangan, dan lingkungan sekitarnya. Seperti beberapa negara Muslim yang mendesain bangunan bank dan pusat perbelanjaan yang mengadopsi bentuk arsitektur Islam. Kedua, Fasilitas Interior meliputi unsur-unsur desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjalankan bisnis, *signage* (simbol, arah, petunjuk), tata letak, kualitas sirkulasi udara dan suhu. Di negaranegara Muslim, biasanya akan terpampang gambar pendiri usaha yang menempel di dinding sebagai tanda penghormatan kepada sesepuh (orang tua).

Di samping itu juga terpampang kaligrafi ayat-ayat AlQur'an dan hadits sebagai bentuk kearifan serta pepatah Arab yang di tempel di dinding ruangan tempat bisnis. Dalam berbagai pusat perbelanjaan, universitas dan perusahaan juga ditemukan masjid guna mengaktifkan karyawan untuk shalat berjamaah. Ketiga, *Tangible Other* (bukti fisik lain). Bukti fisik perusahaan, kartu nama, alat tulis pendukung proses, tagihan, laporan, penampilan karyawan, seragam dan brosur. Disisi lain pada bulan ramadhan, festival keagamaan dan hari besar Islam

⁵⁴ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2017), 171-172.

juga terdapat tradisi memberikan hadiah, mendesain amplop dengan tema hari besar, menyebarkan brosur perusahaan dan membagikan parcel serta memberikan kesempatan hari libur.⁵⁵

C. Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas.

1. Kemitraan.

a. Pengertian kemitraan.

Kemitraan dikenal dengan istilah gotong royong atau kerjasama dari berbagai pihak, baik secara individual ataupun kelompok, melalui suatu kerjasama formal antara individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi untuk mencapai suatu tugas atau tujuan tertentu.⁵⁶

Kemitraan merupakan kunci keberhasilan dalam memberikan peluang untuk meningkatkan peran usaha kecil melalui program kemitraan dimana pemerintah Indonesia telah merencanakan program kemitraan pada tanggal 14 Januari 1991. Program kemitraan melalui keterkaitan bapak angkat dan mitra usaha tersebut mengukur hubungan kerjasama antara usaha besar dan usaha menengah dengan usaha kecil.⁵⁷

Menurut Muhammad Jafar Hafsah yang dikutip pada buku *Kemitraan Usaha*, bahwa kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang Menurut Muhammad Jafar Hafsah yang dikutip pada buku *Kemitraan Usaha*, bahwa kemitraan adalah

⁵⁵ *Ibid* 172

⁵⁶Notoatmodjo, Soekidjo, *Pendidikan dan perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003),30.

⁵⁷James dan akrasana, *Aspek-Aspek Financial Usaha Kecil dan Menengah*, (Jakarta: LP3ES, 1993), 20.

suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Karena merupakan strategi bisnis maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitradalam menjalankan etika bisnis. Hal demikian sesuai dengan pendapat Ian Linton yang mengatakan bahwa kemitraan adalah sebuah cara melakukan bisnis dimana pemasok dan pelanggan berniaga satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama.⁵⁸

2. Tujuan Kemitraan

Tujuan kemitraan adalah untuk meningkatkan pendapatan, kesinambungan usaha, meningkatkan kualitas sumber daya kelompok mitra, peningkatan skala usaha serta menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kelompok usaha mandiri.⁵⁹ Menurut Muhammad Jafar Hafsa yang dikutip pada buku kemitraan usaha, tujuan yang ingin dicapai adalah pelaksanaan kemitraan, yakni ada enam:

- a) Meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat.
- b) Meningkatkan perolehan nilai tambah bagi pelaku kemitraan.
- c) Meningkatkan pemerataan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil.
- d) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi perdesaan, wilayah dan nasional.
- e) Memperluas kesempatan kerja.
- f) Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.⁶⁰

⁵⁸ Mohammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha*, Jakarta: Erlangga, 2002,10.

⁵⁹ Sumardjo, Jaka Sulaksana, dan Wahyu Aris, *Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis*, (Jakarta: PenebarSwadaya, 2004),17.

⁶⁰ Mohammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha*, (Jakarta: Erlangga, 2002),83.

3. Unsur-unsur Kemitraan.

Tiga unsur utama dalam pengertian kemitraan yaitu:

- a) Unsur kerjasama antara usaha kecil disitu pihak dan usaha menengah
- b) atau usaha besar dilain pihak.
- c) Unsur kewajiban pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha
- d) menengah dan pengusaha besar.
- e) Usaha paling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.⁶¹

4. Prinsip-prinsip Kemitraan.

Kemitraan memiliki prinsip-prinsip dalam pelaksanaannya. Prinsip penting dalam kemitraan, yaitu:

- a) Kesetaraan atau Keseimbangan (equity)
- b) Transparansi
- c) Saling menguntungkan.⁶²

5. Dampak adanya Kemitraan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), “Dampak secara umum adalah suatu pengaruh yang kuat yang menimbulkan suatu akibat positif dan negatif”.⁶³ Dampak dalam kemitraan ini merupakan suatu akibat yang muncul

⁶¹ Subanar, *Manajemen Usaha Kecil*, (Yogyakarta: BPFE, 1997), 14.

⁶²Rahmatullah, *Model Kemitraan Pemerintah dengan Perusahaan dalam Mengelola Csr: Studi Kasus Di Kota Cilegon*, Jurnal Informasi, Vol. 17, No. 1 (2012).

⁶³ *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* <https://kbbi.web.id/penerapan>, diakses pada tanggal 10 juni 2023.

baik dalam bentuk positif maupun negatif. Menurut Alfian yang dikutip dalam jurnal Imam Nawawi, Yadi Ruyadi, dan Siti Komariyah. Dampak adanya suatu industri kreatif dalam masyarakat dapat ditinjau dari:

- a. Dari sudut ekonomi, keberhasilan industri akan menyebabkan perubahan dalam struktur perekonomian masyarakat.
 - b. Dari sudut sosial, industri menghasilkan perubahan struktur sosial dimana sebagian besar masyarakat bergantung padasektor industri.
 - c. Dari segi budaya, industri menghasilkan perubahan nilai dan pola hidup masyarakat. ⁶⁴
- ii. Profitabilitas.

Profitabilitas dapat dikatakan sebagai salah satu indikator yang paling tepat untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menjadi tolak ukur kinerja perusahaan tersebut. Dalam hal ini semakin tinggi profitabilitasnya, maka semakin baik kinerja perusahaan. Sehingga profitabilitas perusahaan ialah salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, yang mana dibutuhkan suatu alat analisis untuk dapat menilainya. Alat analisis yang dimaksud dalam hal ini merupakan rasio-rasio keuangan.

Dalam mengukur rasio profitabilitas ini rasio keuangan yang digunakan adalah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi.

⁶⁴ Mohammad Jafar Hafshah, *Kemitraan Usaha*, (Jakarta: Erlangga, 2002),51-53.

Tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan ialah:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan.⁶⁵

D. Pembiayaan Pensiunan.

1. Pembiayaan.

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁶⁶

⁶⁵ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 197.

⁶⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 73.

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli;
- b. Pembiayaan dengan prinsip sewa;
- c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil;
- d. Pembiayaan dengan akad pelengkap.

Pembiayaan dengan prinsip jual-beli ditujukan untuk memiliki barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa. Prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerja sama yang ditujukan guna mendapatkan barang dan jasa sekaligus. Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual beli seperti Murabahah, Salam, dan Istishna serta produk yang menggunakan prinsip sewa yaitu Ijarah dan IMBT.

Sedangkan kategori ketiga, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil hasil ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati di muka. Produk perbankan yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah Musyarakah dan Mudharabah. Sedangkan pembiayaan dengan akad pelengkap ditujukan untuk memperlancar pembiayaan dengan menggunakan tiga prinsip di atas.⁶⁷

⁶⁷ Adiwirman Dan Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 97-98.

Sesuai dengan akad pengembangan produk, maka bank syariah memiliki banyak jenis pembiayaan. Adapun jenis produk/jasa pembiayaan pada bank syariah. Jenis-jenis pembiayaan pada dasarnya dapat dikelompokkan berdasarkan pembiayaan menurut tujuan dan jangka waktunya.⁶⁸

Apabila terjadi kerugian karena proses normal dari usaha, dan bukan karena kelalaian atau kecurangan pengelola, kerugian ditanggung sepenuhnya oleh pemilik modal, sedangkan pengelola kehilangan tenaga dan keahlian yang telah dicurhkannya. Apabila terjadi kerugian karena kelalaian dan kecurangan pengelola, maka pengelola bertanggung jawab sepenuhnya.⁶⁹

Rukun dari akad mudharabah yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa yaitu: (1) Pelaku akad, yaitu shahibul maal (pemodal) adalah pihak yang memiliki modal tetapi tidak bisa berbisnis, dan mudharib (pengelola) adalah pihak yang pandai berbisnis, tetapi tidak memiliki modal; (2) Objek akad, yaitu modal (maal), kerja (dharabah), dan keuntungan (ribh); (3) Sighah, yaitu Ijab dan Qabul.⁴⁸ Aplikasi: Pembiayaan modal kerja, pembiayaan proyek, pembiayaan ekspor.

Proporsi keuntungan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad sesuai dengan proporsi modal yang disertakan, atau dapat pula berbeda dari proporsi modal yang mereka sertakan.⁷⁰

⁶⁸Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), 41-42.

⁶⁹ Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta:PT. Rajagrafindo Persada, 2011), 61

⁷⁰*Ibid*, 51.

Rukun dari akad musyarakah yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu: (1) Pelaku akad, yaitu para mitra usaha; (2) Objek akad, yaitu modal (maal), kerja (dharabah), dan keuntungan (ribh); dan (3) Shighah, yaitu Ijab dan Qabul.⁷¹ Pembiayaan dengan prinsip jual beli (piutang). Untuk jenis pembiayaan dengan prinsip ini meliputi: a) Pembiayaan Murabahah Pembiayaan murabahah adalah perjanjian jual-beli antara bank dan nasabah dimana bank syariah membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin/keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan nasabah.⁷²

Tingkat keuntungan ini bisa dalam bentuk lumpsum atau persentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara spot (tunai) atau bisa dilakukan di kemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu, murabahah tidak dengan sendirinya mengandung konsep pembayaran tertunda (deferred payment), seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian orang yang mengetahui murabahah hanya dalam hubungannya dengan transaksi pembiayaan di perbankan syariah, tetapi tidak memahami Fikih Islam. Rukun dari akad murabahah yang harus di penuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

(1) Pelaku akad, yaitu ba'i (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan musytari (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang; (2) Objek akad, yaitu mabi' (barang dagangan) dan tsaman

⁷¹ *Ibid*, 52.

⁷² Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), 46.

(harga); dan (3) Shighah, yaitu Ijab dan Qabul.⁷³ b) Pembiayaan Salam
Pembiayaan salam adalah bentuk jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari (advanced payment atau forward buying atau future sales) dengan harga, spesifikasi, jumlah kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.⁷⁴

2. Pensiunan.

a. Pengertian pensiun.

Pensiun merupakan istilah umum untuk menyatakan pemberian jaminan tunai dalam jangka panjang guna menghadapi resiko hari tua, cacat, dan kematian prematur atau kematian dini (kematian muda) di kemudian hari. Dengan demikian, pensiun tersebut tidak hanya menjamin hari tua, yaitu kehidupan setelah mencapai umur tertentu, tetapi juga jika mengalami cacat tetap total dan meninggal dunia sebelum mencapai batas umur yang ditentukan (55 tahun).⁷⁵

Pensiun adalah hak seseorang untuk memperoleh penghasilan setelah bekerja sekian tahun dan sudah memasuki usia pensiun atau ada sebab-sebab lain sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan.⁷⁶ Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1969, bahwa pensiun adalah jaminan hari tua dan sebagai balas jasa terhadap Pegawai Negeri Sipil yang telah bertahun-tahun mengabdikan dirinya kepada Negara. Sebagaimana dikemukakan diatas, bahwa salah satu

⁷³ *Ibid*, 101.

⁷⁴ *Ibid* 46-47.

⁷⁵ Zaeni Asyhadie, *Aspek-aspek Hukum Jaminan Sosial Tenaga Kerja*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 157.

⁷⁶ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) 289.

tujuan pensiun adalah sebagai jaminan hari tua, sebagai balas jasa terhadap Pegawai Negeri Sipil beserta keluarganya. Pada hari tua, kekuatan jasmani makin lama makin berkurang, daya tahan jasmani makin lama makin lemah yang menyebabkan lebih sering terserang penyakit, tanggungan adakalanya tidak makin berkurang, yang semuanya ini memerlukan pembiayaan yang cukup tetapi pendapatan makin berkurang.⁷⁷

Program pensiun yang dahulu hanya dinikmati oleh para pegawai negeri (sipil, TNI dan POLRI) dan beberapa perusahaan besar, kini telah berkembang pada perusahaan menengah dan kecil. Para karyawan sadar bahwa program pensiun tersebut akan menjamin kelangsungan hidup mereka dihari tua, sehingga menimbulkan ketentraman kerja. Di lain pihak, para pengusaha juga menyadari bahwa program pensiun bagi karyawannya akan mendorong motivasi kerja yang maksimal.

b. Tujuan pelaksanaan program pensiun

- a) Kewajiban moral, yaitu perusahaan mempunyai kewajiban moral untuk memberikan rasa aman kepada karyawan pada saat mencaai usia pensiun.
- b) Loyalitas, dengan diadakannya program pensiun maka karyawan diharapkan akan mempunyai loyalitas dan dedikasi tinggi terhadap perusahaan.
- c) Kompetisi pasar tenaga kerja, dengan memasukan program pensiun sebagai bagian dari total kompensasi yang diberikan kepada karyawan, diharapkan perusahaan akan memiliki daya saing dan nilai lebih dalam

⁷⁷ Miftah Thoha, *Manajemen Kepegawaian Sipil Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), 46.

usaha mendapatkan karyawan yang berkualitas dan profesional di pasaran tenaga kerja.⁷⁸

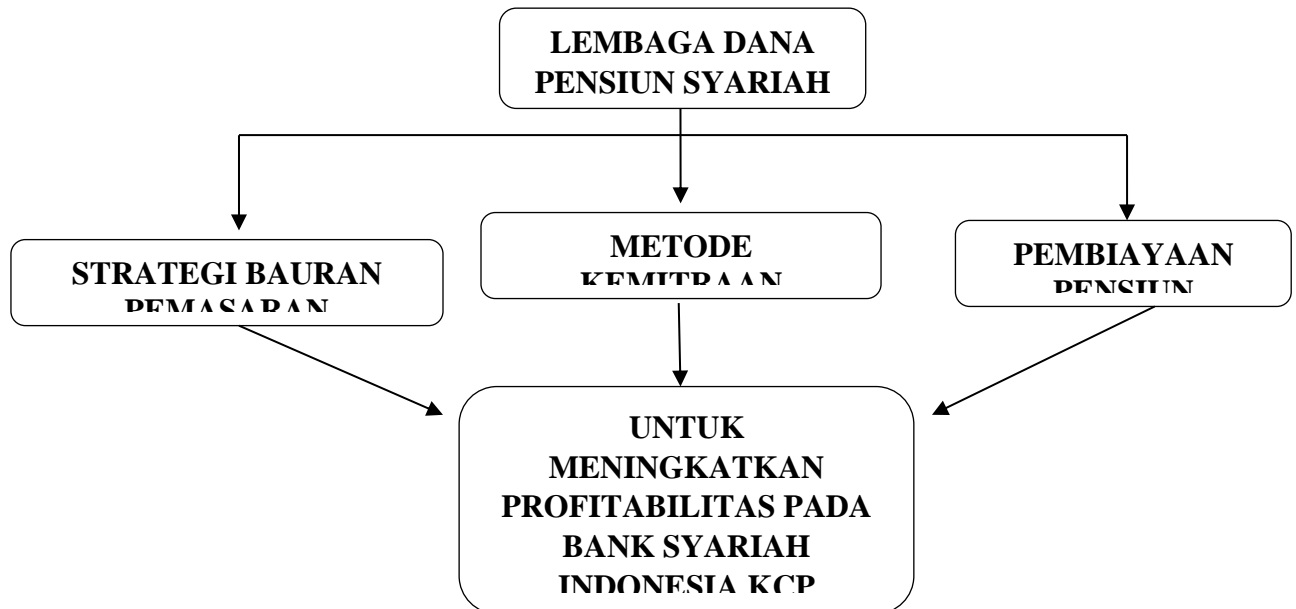
- c. Fungsi program pensiun meliputi: .
 - a) Fungsi Asuransi Program pensiun mempunyai fungsi asuransi karena memberikan jaminan kepada peserta untuk mengatasi risiko kehilangan pendapatan yang disebabkan kematian atau usia pensiun.
 - b) Fungsi Tabungan Program pensiun dikatakan mempunyai fungsi tabungan karena selama masa kerja karyawan harus membayar iuran (premi). Perusahaan pemberi kerja atas lembaga keuangan bertugas mengumpulkan dan mengembangkan iuran dari peserta (karyawan perusahaan, karyawan mandiri) dimana iuran tersebut diperlakukan sebagai tabungan. Kemudian dana tersebut dikembangkan yang selanjutnya akan dimanfaatkan untuk membaayar pensiun kepada peserta. Besarnya pensiun yang diterima oleh peserta setelah menjalani masa pensiun (purna tugas) tergantung pada akumulasi dana yang telah disetor, jangka waktu sebagai peserta, dan hasil pengembangan dana yang telah disetor.
 - c) Fungsi Program pensiun memiliki fungsi karena manfaat yang akan diterima oleh peserta dapat dilakukan secara berkala selama hidup.⁷⁹

⁷⁸ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2013), 161.

⁷⁹ *Ibid*, 161-162.

E. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Untuk mendapatkan pembahasan yang bermutu dan akurat bagi penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif. Skripsi ini membahas tentang Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun di Bank BSI KC Palu Woltermonginsidi, sehingga penulis mendapatkan data menggunakan metode pendekatan kualitatif. Untuk mengadakan pengkajian selanjutnya terhadap istilah pendekatan penelitian kualitatif ini, kiranya perlu penulis mengemukakan beberapa definisi agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna dari penelitian kualitatif ini. Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, karena data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.

Kriteria pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti, data yang pasti adalah data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya. bukan data yang sekedar terlihat, terucap, tetapi data yang mengandung makna dibalik yang terlihat dan terucap tersebut.

Jenis penelitian pendekatan deskripsi kualitatif dengan cara reduksi data (merangkum dan memilih hal-hal pokok) tersebut untuk menyusun dari pada proposal ini. data-data yang dimaksud berkisar pada penelitian tentang Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas

Pada Pembiayaan Pensiun di Bank BSI KC Palu Woltermonginsidi dan ditambahkan dengan data-data pendukung lainnya.

Metode kualitatif adalah penelitian yang data-datanya berupa kata-kata (bukan angka-angka) yang berasal dari wawancara, catatan laporan, dokumen dan lain-lain. Penelitian yang mendiskripsikan secara analisis suatu peristiwa atau proses bagaimana adanya dalam lingkungan yang alami untuk memperoleh makna yang mendalam dari hakikat proses tersebut.⁸⁰

Metode penelitian kualitatif yaitu berupa observasi, dokumentasi, wawancara, dan penelahan dokumen, pada hakikatnya penelitian kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan, antara lain:

1. Menyesuaikan metode kualitatif lebih muda jika berhadapan dengan kenyataan ganda.
2. Metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden.
3. Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman, pengaruh bersama dan terhadap pola-pola yang dihadapi.⁸¹

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian berada di Bank BSI KC Palu Woltermonginsidi. Alasan penulis menjadikan sebagai lokasi penelitian karena ingin mengetahui bagaimana Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun di Bank BSI KC Palu

⁸⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif R&D* (Bandung; alfabeta, 2008), 22.

⁸¹ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung; PT. Remaja Rosdaya, 2002), 10.

Woltermonginsidi. Disamping itu, lokasi penelitian juga mudah dijangkau, sehingga memudahkan penulis untuk mengumpulkan data sesuai dengan kebutuhan rencana penyusunan proposal, dan penulis juga sangat berharap untuk memperoleh nilai tambahan dalam melakukan penelitian ini dan sebagai langka awal bentuk pengabdian dan aplikasi keilmuan selama melakukan studi.

C. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, kehadiran penulis sebagai instrument penelitian sekaligus sebagai pengumpul data. Oleh karena itu, kehadiran penulis di lokasi dalam usaha melakukan penelitian, penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian tersebut.

Kehadiran peneliti dilokasi penelitian bertindak selaku instrument penelitian sekaligus sebagai pengumpul data, S. Margono mengemukakan bahwa kehadiran penulis di lokasi selaku instrument utama adalah sebagai berikut:

Manusia merupakan alat (*instrument*) terutama mengumpulkan data. penelitian kualitatif menghendaki penelitian atau dengan bantuan orang lain sebagai alat utama mengumpul data. Hal ini dimaksud agar lebih mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan yang ada di lapangan.⁸²

Dalam penelitian di Bank BSI KC Palu Woltermonginsidi, peneliti membawa surat keterangan izin meneliti dari kampus UIN Datokarama Palu yang ditujukan kepada pimpinan dan karyawan Bank BSI KC Palu Woltermonginsidi yang akan menjadi sasaran dalam wawancara/*interview*. surat tersebut merupakan permohonan izin penulis untuk melakukan penelitian di Bank yang diteliti.

⁸² Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (cet. II: Jakarta: Rineka Cipta),3

Dalam hal ini kehadiran penulis bertindak sebagai pengamat penuh yang mengamati secara teliti segala sesuatu aktifitas karyawan dalam menerapkan strategi bauran pemasaran dengan kemitraan dalam peningkatan profitabilitas pada pembiayaan pensiun tersebut maka penulis mencari informasi dengan mewawancarai (*interview*) akan memberikan informasi yang lebih akurat dan valid.

D. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data diperoleh dengan penulis, datang langsung ke tempat (lokasi) penelitian dengan menggali data dari beberapa informan yang telah ditetapkan oleh sumber data, dan data yang diambil harus benar-benar memenuhi kriteria yang dijadikan alat dalam keputusan.

Menurut Suharsini Arikunto bahwa sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh sumber data bisa berupa benda, perilaku manusia, tempat dan sebagainya. yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh dari lapangan penelitian, yaitu mencari data dengan wawancara dan angket untuk memperoleh data yang lebih kongkrit yang berkaitan dengan hal yang diteliti.⁸³

adapun jenis sumber data yang dikumpulkan oleh penulis terdiri dari 2 macam yaitu:

1. Data primer

Menurut Burhan Bungin data primer adalah data yang diambil dari sumber data pertama di lapangan. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh

⁸³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktek* (Ed, Revisi, cet 12, Jakarta 2002),107.

secara langsung dengan melakukan observasi terhadap kajian-kajian yang ada.⁸⁴ data lapangan yang mengungkap Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun di Bank BSI KC Palu Woltermonginsidi, sumber data diantaranya informan, yaitu orang yang memberikan informasi penulis yakni informasi dari pimpinan Bank dan karyawan Bank diperoleh penulis dengan cara menetapkan metode observasi wawancara dan dokumentasi yang berupa informasi yang telah terpilih dan telah ditetapkan sebelumnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui dokumen dan catatan-catatan, dan wawancara, melalui objek peneliti. Sedangkan menurut Husaein Umar menemukan bahwa “data sekunder merupakan data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpulan data primer atau pihak lain misalnya dalam bentuk table atau diagram”.⁸⁵

Data sekunder merupakan data yang penulis ambil dari sumber lain tanpa tulisan sebagai pelengkap yang diteliti dan yang menyangkut Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun di Bank BSI KC Palu Woltermonginsidi

⁸⁴ Burhan Bungin, dalam Winarno Surakhamd (ED), *Dasar dan Tekhnik Research Pengantar Metodologi Ilmiah*, (Bandung: Kencana 2002) 155.

⁸⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tasir Bisnis*, (Cet,IV: Jakarta: PT Raja Grafindo,2000).42.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik observasi merupakan metode pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun kelapangan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. sebagaimana dijelaskan oleh Cholid Narbuko bahwa observasi adalah alat pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencari secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.⁸⁶

Observasi langsung tersebut dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kondisi Bank BSI KC Palu Woltermonginsidi, yang menjadi lokasi penelitian ini serta peran pimpinan Bank dan karyawan Bank. instrumen penelitian yang digunakan dalam observasi langsung adalah alat tulis menulis untuk mencatat data yang didapatkan di lapangan, untuk transkrip wawancara memakai alat perekam suara.

2. *Interview* atau Wawancara

Teknik *interview* atau wawancara, merupakan salah satu metode yang digunakan penulis dalam memperoleh data mengenai kondisi serta efektifitas dari objek penelitian yang diperoleh berdasarkan pendapat atau tanggapan bagi mereka yang dianggap berkompeten terhadap masalah yang diteliti.

⁸⁶ Cholid Narbuko dan Abu Ahmad, *metodologi Penelitian*, (Cet, IV; Jakarta; PT Bumi Aksara 2002).70.

Teknik *interview* atau wawancara, dilakukan secara bebas dan terarah serta mendalam, dengan menggunakan pedoman wawancara. wawancara ini dilakukan dengan para informan secara terstruktur dan komperenshif.

Menurut Kartono, *Interview* adalah suatu percakapan atau Tanya jawab yang dilakukan seseorang secara lisan di antara dua orang atau lebih yang berlangsung secara berhadapan, secara fisik, serta diarahkan kepada suatu masalah tertentu.⁸⁷

Berdasarkan teknik interview atau wawancara diatas, merupakan teknik dalam mengumpulkan data melalui tanya jawab atau wawancara secara langsung dan alat perekam, serta memberikan pertanyaan yang sudah disiapkan oleh penulis sehingga lebih memperdalam informan tentang Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun di Bank BSI KC Palu dan yang akan di wawancarai disini adalah Pimpinan Bank dan Karyawan Bank.

3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi bertujuan agar data yang diperoleh merupakan data yang benar-benar valid. Dokumentasi yang dimaksud disini adalah alat-alat tulis atau transkrip atau catatan informasi dari hasil wawancara dan penulis juga menggunakan kamera sebagai bukti adanya penelitian benar-benar dilakukan.

F. Teknik Analisis Data

untuk menghimpun kembali data-data tersebut penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

⁸⁷ Kartono, *Metodologi Penelitian*, (Cet, II; Bandung Mandar Mas, 1990), 187.

1. Reduksi Data

Yaitu setelah peneliti memperoleh semua data yang diperlukan, selanjutnya data tersebut dihimpun ke dalam kumpulan data sesuai dengan tujuan arah data tersebut sehingga data-data itu dapat berfungsi nantinya dalam proposal ini sebagaimana yang dibutuhkan.

2. Penyajian Data

Yaitu agar setiap data, yang diperoleh dapat disajikan dalam bentuk proposal ini, baik dalam bentuk grafik, tabel ataupun dengan jalan menyajikannya dalam bentuk penjelasan kata-kata serta penalaran dari kalimat-kalimat yang menjelaskan data-data tersebut sehingga data yang disajikan dapat dipahami dengan baik dan benar.

3. Verifikasi Data

Yaitu setelah data yang diperoleh dapat dikumpulkan, maka setiap data dapat diketahui mana yang sesuai dan tidak sesuai dengan pembahasan proposal ini. atau dalam hal ini diverifikasi data masih bersifat sementara dan umum sehingga dari data ini dilakukan pengujian kembali akan kebenaran data tersebut agar dalam pembahasan proposal ini benar-benar objektif.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data merupakan bagian terpenting dalam suatu penelitian kualitatif. Hal ini dimaksudkan agar data yang diperoleh benar-benar valid, dan dapat dipertanggung jawabkan tingkat kredibilitasnya.

Uji keabsahan data dalam suatu penelitian kualitatif sering di tekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Valid adalah data yang tidak berbeda antara

data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian.⁸⁸

Dalam penelitian ini penulis mengecek keabsahan data dengan menggunakan metode triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data lain. Triangulasi teknik, berarti penelitian menggunakan teknik data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang sama.

⁸⁸ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Cet, 9; Bandung: Alfabet, 2014), 117.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Tentang Bank BSI KCP Woltermonginsidi

1. Sejarah berdirinya Bank BSI KCP Woltermongin

Industri perbankan Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk 17,25%, sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing dibawah 5%. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru

pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktifitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan negeri.

Kantor cabang pembantu Bank Syariah Indonesia di wilayah Kota Palu bermula pada tahun 2021 yang membuka 5 cabang di Kota Palu pertama yaitu Komplek Palu Plaza Blok 1V, Jln. Sis. Aljufri, Boyaoge, Kec. Tatanga, Kota Palu, Sulawesi Tengah 94111. Yang kedua Jln. Gajah Mada No. 77, Siranindi Kecamatan Palu Barat, Kota Palu 94111, yang ketiga Jln. Prof. Moh. Yamin No. 46, Tatura Utara Kecamatan Palu Selatan Kota Palu 94236, yang keempat Jln. Basuki Rahmat No. 58 Tatura Selatan Kecamatan Palu Selatan, Kota Palu 94111, dan yang kelima Jln. Woltermonginsidi Lulu Selatan, Kecamatan Palu Timur Kota Palu 94112.

Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi yang berkantor di Ruko Jln. Woltermonginsidi No. 9779, merupakan Jln. Utama di Woltermonginsidi. Selain itu

juga letaknya yang sangat strategis mudah untuk diakses dan terletak di pusat perkantoran kota palu.⁸⁹

2. Sejarah Dana Pensiun Lembaga Keuangan Syariah

Program pensiun adalah suatu program yang mengupayakan tersedianya uang pensiun atau disebut juga manfaat pensiun bagi pesertanya setiap bulan. Umumnya program pensiun menawarkan produk yang berupa dana pensiun. Adapun dana pensiun ada dua jenis. Pertama dana pensiun lembaga BUMN, Kedua dana pensiun pemberi kerja.

Menurut UU No. 11 tahun 1992 Bab 1 pasal 1 (ayat 2), Dana pensiun pemberi kerja (DPPK) adalah 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.

Sedangkan dana pensiun lembaga keuangan DPLK, menurut UU Nomor 11 tahun 1992 pasal 1 (ayat 4), adalah 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.

Saat ini, sejumlah bank BUMN atau BUMD memiliki program pensiun iuran pasti melalui penyelenggaraan DPLK. Dalam Bank Syariah Mandiri

⁸⁹ *Sejarah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Monginsidi*. Diakses Dari www.syariahindonesia.co.id pada tanggal 10 Juni 2023

memiliki layanan DPLK yang dikenal sebagai Program Pensiun Iuran Pasti DPLK Syariah Mandiri.

3. Sejarah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Monginsidi

Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan. Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah. Dalam pembiayaan pensiun ini dapat digunakan antara lain:

- a. Biaya sekolah (akad ijarah).
- b. Renovasi rumah (akad murabahah).
- c. Pembelian peralatan kebutuhan rumah tangga (akad murabahah).
- d. Pembelian kendaraan bermotor (akad murabahah).
- e. Pembelian barang untuk usaha (akad murabahah).

Jumlah dan jangka waktu pembiayaan pensiun ini ialah sebagai berikut:

- a. Jumlah pembiayaan maksimal RP 10 juta – 350 juta.
- b. Jangka waktu pembiayaan 1 sampai 15 tahun.

Dalam hal persyaratan pada pembiayaan pensiun ini terdiri dari beberapa persyaratan diantaranya:

- a. Kriteria Nasabah:
 - 1) Cakap Hukum.

- 2) Pensiunan Pegawai Negeri Sipil Pusat/Daerah, TNI, POLRI, Pensiunan Pegawai BUMN/ Swasta/ Asing yang memperoleh penghasilan pensiunan (pensiun bulanan).
 - 3) Pada saat jatuh tempo pembiayaan, usia nasabah maksimal 74,6 tahun.
 - 4) Bersedia memindahkan pembayaran pensiun bulannya melalui BSM.
- b. Dokumen yang diperlukan:
- 1) Asli surat permohonan pembiayaan lengkap dari nasabah.
 - 2) Fotocopy KTP pemohon dan suami/istri.
 - 3) Fotocopy Kartu Keluarga.
 - 4) Fotocopy Surat Nikah/ Cerai.
 - 5) Asli surat keputusan pensiun nasabah.
 - 6) Fotokopi rekening telfon dan listrik.
 - 7) Fotokopi SHM/ SHGB/ INB/PBB untuk pembiayaan dengan jaminan rumah.
 - 8) Fotokopi BPLB/ STNK/ Faktur pembelian untuk pembiayaan dengan jaminan kendaraan bermotor.
 - 9) Surat pernyataan dan kuasa untuk memotong pensiun bulanan yang di terima di tanda tangani nasabah atas materai.⁹⁰

1. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

b. Misi

⁹⁰ *Sejarah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Monginsidi*. Diakses Dari www.syariahindonesia.co.id pada tanggal 10 Juni 2023

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah indonesia
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggan para talenta terbaik indonesia

2. Prinsip-prinsip Bank Syariah Indonesia

a. Prinsip mudharabah

Perjanjian antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai pemilik dana (Sahibul mall) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (mudharib) untuk mengelolah suatu kegiatan ekonomi dengan menyepakati nisbah bagi hasil atas keuntungan yang akan di peroleh, sedangkan kerugian yang timbul adalah resiko pemilik dana kecuali *mudharib* melakukan kesalahan yang disengaja, atau menyalahi perjanjian.

b. Prinsip wadi'ah

Adalah titipan dimana pihak pertama menitipkan dana atau benda kepada pihak kedua selaku penerima titipan dengan konsekuensi titipan tersebut sewaktu-waktu dapat di ambil kembali, dimana penitip dapat dikenakan biaya titipan.

c. Prinsip jual beli terdiri dari :

- 1) Murabahah akad jual beli antara dua belah pihak dimana pembeli dan penjual menyepakati harga jual yang terdiri dari harga beli ditamba ongkos pembelian dan keuntungan bagi penjual.
- 2) Salam pembelian barang dengan pembayaran dimuka dan barang di serahkan kemudian.
- 3) Ishtisna pembelian barang melalui pesanan dan diperlukan proses untuk pembuatannya sesuai dengan pesanan pembeli dan pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan.

d. Jasa-jasa :

- 1) Ijarah akad pemindahan hak jurnal (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujra*) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri, bila terdapat kesepakatan pengalihan pemilikan pada akhir masa sewa disebut *ijarah mumtahiya bit tamlik* (IMBT).
- 2) Wakalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakilkan.
- 3) Kafalah jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafill*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang di tanggung (*makfuul'anhu, ashil*), dan penanggung dapat menerima imbalan (*Fee*) sepanjang tidak memberatkan.
- 4) Sharf transaksi jual beli mata uang, baik antara mata uang sejenis maupun antar mata uang berlainan jenis dengan penyerahan segera/

spot berdasarkan kesepakatan harga sesuai dengan harga pasar pada saat pertukaran.

e. prinsip kebajikan

Yaitu penerimaan dan penyaluran dana kebajikan dalam bentuk *zakat infaq sadaqoah (ZIS)* dan lainnya, serta penyaluran *qardul hasan* yaitu penyaluran dalam bentuk pinjaman untuk tujuan menolong golongan miskin dengan penggunaan produktif tanpa diminta imbalan kecuali pengembalian pokok hutang.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu hubungan fungsional yang mengatur tanggung jawab dan kewenangan setiap personil didalam melakukan tugas atau pekerjaan yang akan dikerjakan sekaligus menunjukkan ketegasan dan batas tanggung jawab masing-masing personil. Dengan demikian setiap personil mempunyai tanggung jawab yang berbeda.

a. Branch manager

- 1) Memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan (micro, business banking, customer), pendanaan, FBI, contribution margin dan laba bersih yang ada lokasi dan berada dalam koordinasinya.
- 2) Menggali potensi bisnis di lokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portofolio pembiayaan, penghimpunan dana pihak ketiga, perbaikan kualitas aktiva produktif, peningkatan pendapatan non operational.

- 3) Memastikan segala aktivitas operasional memenuhi ketentuan dan prudensialitas
- b. Branch Operation & Service Manager
- 1) Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
 - 2) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - 3) Memastikan ketersediaan likuiditas yang memadai.
- c. Customer Service
- 1) Memberikan informasi produk dan jasa BSM kepada nasabah.
 - 2) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito serta keluhan nasabah dan stock opname kartu ATM.
- d. Teller
- 1) Melakukan transaksi tunai & non tunai sesuai dengan ketentuan.
 - 2) Mengelola saldo kas Teller sesuai limit yang ditentukan.
 - 3) Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/ uang palsu.
- e. Back Office
- 1) Mengelola urusan utang piutang.
 - 2) Mempunyai tanggung jawab terhadap penyelenggaraan pemesanan barang terhadap supplier.

- 3) Memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengecekan barang pada barang yang akan mendekati masa kadaluarsa.
 - 4) Memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan pengecekan stock barang yang sudah hamper habis.
- f. Consumer Business Relationship Manager
- 1) Meningkatkan pertumbuhan portofolio pendanaan, pembiayaan dan fee based pada segmen consumer.
 - 2) Memastikan tersedianya data dan membuat rencana kerja berdasarkan data calon nasabah dan potensi pasar.
 - 3) Melaksanakan kerja sama dengan pihak ketiga seperti developer, perusahaan, SKPD pemerintah daerah serta instansi lainnya.
- g. Micro Banking Manager
- 1) Memastikan tercapainya target bisnis yaitu pembiayaan, pendanaan dan fee based.
 - 2) Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi performing, financing, dan maintenance terhadap seluruh nasabah segmen mikro.
 - 3) Memastikan pelaksanaan penagihan, restrukturisasi dan recovery nasabah kol 1 sampai dengan write off sesuai target yang ditetapkan.
- h. Funding & Transaction

- 1) Melakukan aktifitas sales seperti presentasi, canvassing, dan menjelaskan produk, biaya serta program guna mencapai target pencairan.
- 2) Mengumpulkan aplikasi pembukaan rekening nasabah sesuai ketentuan dan SLA.
- 3) Maintenance nasabah pendanaan untuk top up saldo.

i. Risk

- 1) Melakukan verifikasi usaha, kelayakan usaha dan penilaian agunan.
- 2) Melakukan kunjungan ke lokasi usaha nasabah dan agunan.
- 3) Melakukan penilaian agunan sesuai ketentuan yang berlaku dengan melengkapi form penilaian agunan.
- 4) Melakukan penginputan pada sistem aplikasi Financing Approval System (FAS) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 5) Membuat nota Analisa Pembiayaan (NAP) melalui sistem FAS atau manual berdasarkan hasil verifikasi dan penilaian agunan.
- 6) Menyampaikan laporan bulanan ke unit risk berupa:
 - a. Acceptance dan disbursement rate.
 - b. Total aplikasi yang rusak.
 - c. Laporan pencatatan SLA (dimulai sejak input scoring sampai dengan pencairan).
- 7) Melakukan monitoring atas kinerja pembiayaan sesuai kelolaannya.

j. Micro Financing Sales

- 1) Melakukan pencapaian penjualan sesuai target bisnis yang ditentukan.
- 2) Mengoptimalkan upaya pemasaran dan penjualan produk
- 3) outlet mikro kepada calon nasabah mikro.
- 4) Memastikan adanya pengajuan BI Checking untuk verifikasi profil calon nasabah.

k. Sales Force

- 1) Membuat daftar pelanggan prospek sesuai dengan segmentasi bank yaitu pembiayaan pensiun.
- 2) Melakukan proses penjualan sesuai daftar target yang sudah ditemukan dan disepakati bersama.
- 3) Menyiapkan materi/tools yang akan digunakan dalam proses penjualan mulai dari awal pengenalan, negosiasi sampai dengan akad pengajuan pembiayaan.
- 4) Membuat laporan aktivitas sales harian sesuai dengan format laporan yang disepakati.
- 5) Menambah pengetahuan terhadap produk pembiayaan pensiunan dan berusaha meningkatkan kemampuan pembinaan hubungan dan penjualan ke nasabah.

l. Office Boy

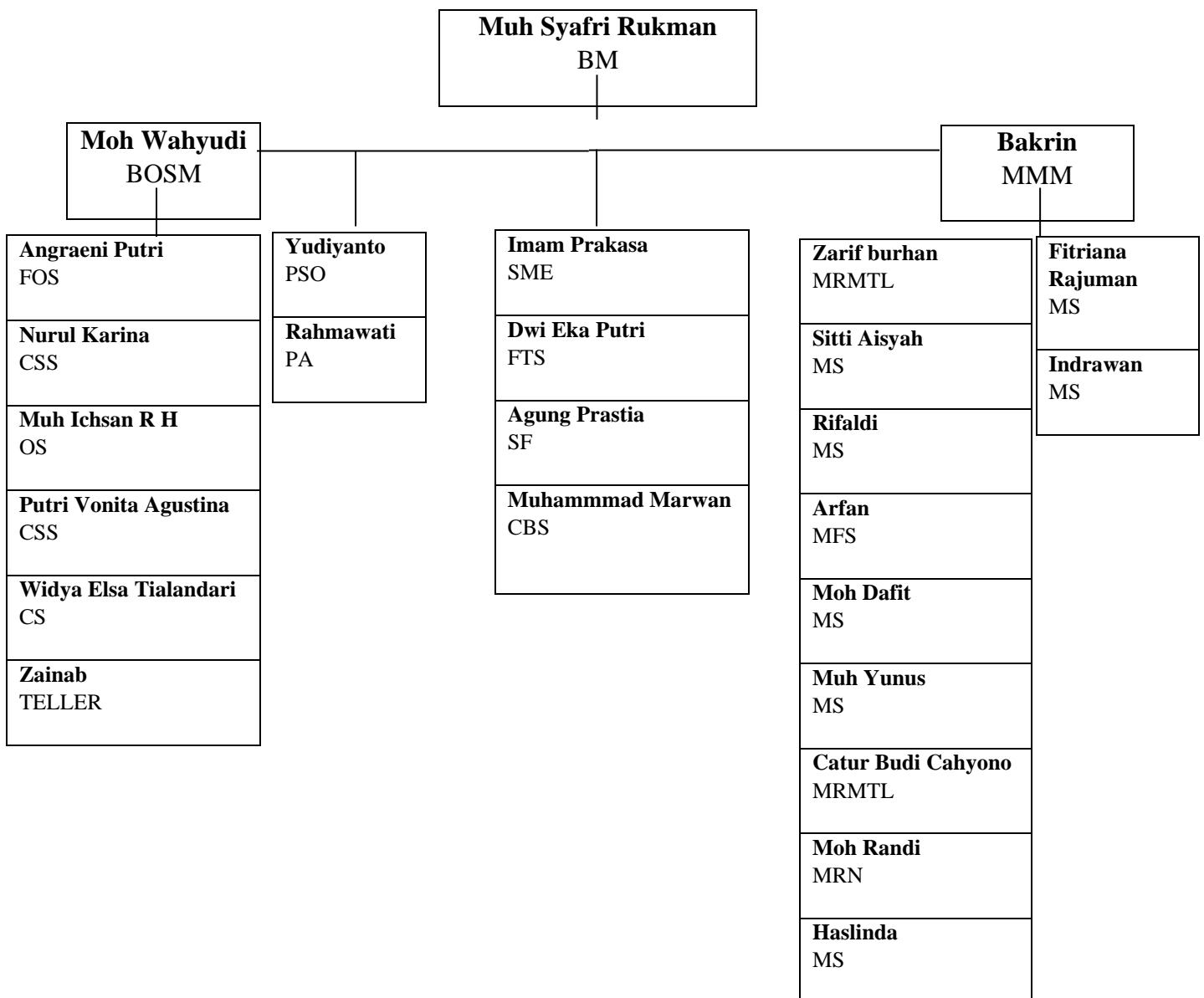
- 1) Membersihkan banking hall.
- 2) Menajaga kebersihan lingkungan kantor.

3) Membersihkan Pantry.

Security

- 1) Menjaga keamanan kantor dan lingkungan kantor.
- 2) Menyambut nasabah dan membantu pelayanan nasabah di bangking hall.

STRUKTUR ORGANISASI
BANK BSI KCP WORTELMONGINSIDI



B. Temuan hasil penelitian

A. Prosedur pemberian pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi

Di Bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi terdapat produk pembiayaan yang di peruntukan untuk kalangan pensiunan, pembiayaan pensiun ini adalah pembiayaan yang di berikan kepada para pensiunan PNS pusat atau PNS Daerah, Pensiunan TNI, dan POLRI, dan pensiunan pegawai BUMN/BUMD yang manfaat dana pensiunnya dikelola oleh Dapen dan memiliki manfaat pensiun bulanan dan telah menerima SK pensiun, yang didasari oleh perjanjian kerja sama antara pihak Bank dengan pengelola dana pensiun.

Adapun jenis pembiayaan pensiun yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesai KCP Woltermonginsidi terdiri dari:

1. pembiayaan pensiun dan pra pensiun

Pembiayaan pensiun dan pra pensiun merupakan fasilitas pembiayaan yang dirancang khusus bagi para pensiunan dan pra pensiun atau pegawai yang 6 bulan lagi akan pensiun(pra pensiun)yang telah menerima SK pensiun. Produk ini di tawarkan dengan limit pembiayaan pernasabah sebesar 10 juta sampai 350 juta dengan jangka waktu 15 tahun atau usia saat jatuh tempo 74,6 tahun atau dapat disesuaikan dengan gaji pensiun yang didapat serta proses pembayaran yang mudah.

2. pembiayaan janda pensiunan

pembiayaan yang diberikan kepada istri dari almarhum pensiun yang menerima manfaat dana pensiun setiap bulannya yang di tentukan oleh pengelola pensiun. Produk ini dirancang dengan masa waktu pembayaran selama 10 tahun atau usia jatuh tempo berusia 70 tahun atau dapat di sesuaikan dengan manfaat pensiun yang di terima oleh janda pensiun serta proses pembayaran yang mudah.

3. Take over pembiayaan pensiun

pembiayaan pindah bayar manfaat pensiun dari lain bank ke bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi atau pindah pembiayaan nasabah dari Bank lain ke Bank syariah indonesain KCP Woltermonginsidi.

Dari pembiayaan di atas Bank berhak memperoleh pendapatan (margin) dari nasabah yang melakukan pembiayaan yakni berupa tambahan yang di tetapkan diawal. Sedangkan kewajiban yang harus di penuhi nasabah adalah membayar angsuran atau cicilan pokok ditambah dengan margin yang telah ditetapkan.⁹¹

Dalam hal bisnis, persaingan adalah hal yang akan terus dan tidak akan berhenti untuk terjadi. Untuk itulah setiap pembisnis di tuntut untuk selalu siap dan sigab menghadapi persaingan dan tantangan bisnis yang muncul. Setiap perusahaan pastinya punya cara tersendiri untuk memikat konsumen yang tak kalah panas. Setiap perbankan tentunya mempunyai strategi pemasaran sendiri dan berbeda-beda.

⁹¹ Wawancara dengan Pak Agung Prasetya sales force KCP Woltermonginsidi Pada Tanggal 12 juni 2023

Strategi pemasaran bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi dalam produk pembiayaan pensiun syariah ialah dengan cara meningkatkan promosi pada nasabah para pensiun, meningkatkan mutu pelayanan dan kualitas sumber daya manusia Tujuan dari strategi bauran pemasaran ini adalah menarik dan meningkatkan nasabah serta mempertahankan nasabah pembiayaan pensiun yang sudah ada di bank syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi. Dengan melakukan strategi bauran pemasaran ini dengan terus menerus dan dilakukan secara baik dipastikan penyaluran pembiayaan produk pembiayaan pensiun syariah di bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi berjalan dengan baik dan selalu memenuhi target yang di tentukan. Sehingga akan berdampak baik dalam perkembangan produk pembiayaan di BSI KCP Woltermonginsidi.

Walaupun produk pembiayaan pensiun syariah ini di bank syariah masih dinilai sangat baru akan tetapi pencapaian yang di lakukan BSI KCP Woltermonginsidi selama ini sangatlah baik.

B. Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Pembiayaan Pensiun

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penerapan merupakan perbuatan menerapkan sehingga penerapan ini dapat dikatakan sebagai suatu perbuatan mempraktekkan dalam hal teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang di inginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan telah tersusun sebelumnya.⁹²

⁹² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diakses dari <https://kbbi.web.id/penerapan>, pada tanggal 10 juni 2023 pukul 20.00 Wita

Jika dapat disimpulkan bahwasannya penerapan merupakan suatu perbuatan yang mempraktekkan suatu strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun yang menggunakan prinsip 7P yang meliputi *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence*.

1. Produk

Produk yang ada dalam bank syariah indonesia KCP woltermonginsidi terbagi dalam tiga produk pembiayaan yaitu Micro pembiayaan, konsumen pembiayaan, serta pembiayaan pensiun. Dalam produk pembiayaan micro, micro dapat di gunakan oleh pengusaha sedangkan dalam pembiayaan konsumen ini mempunyai mitra guna yang sudah bekerja sama dengan bank syariah indonesia yang mana gaji tersebut sudah berada pada bank dan pihak bank siap untuk membiayai. Untuk pembiayaan pensiun ini ada produk otto, produk otto ini digunakan untuk pembiayaan kendaraan. Dalam pembiayaan pensiun ini pihak bank bisa membiayai mulai dari usia 50-75 tahun dan untuk batas usia janda 4-5 tahun. Sedangkan akad yang di gunakan pembiayaan pensiun adalah akad murabahah dan ijarah tetapi akan yang sering di gunakan adalah akad murabahah. Hal ini di paparkan oleh bapak Moh Syafri Rukman selaku branch manager bank syariah indonesia KCP wortermonginsidi sebagai berikut:

“Produk pembiayaan ini menggunakan akad murabahah yang mana produk ini akan di jual belikan oleh bank dengan nasabah yang tujuannya agar lebih memudahkan nasabah dalam pembiayaan pensiun.”⁹³

⁹³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Moh Syafri Rukman Selaku Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 11 juni 2023.

Hal tersebut di perkuat dengan pemaparan pendapat dari Bapak Agung Pra Setia selaku Sales Force bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi:

“Produk yang ada di BSI KCP Woltermonginsidi ada 3 produk pembiayaan yaitu produk pembiayaan micro, produk pembiayaan konsumen dan produk pembiayaan pensiun. produk pembiayaan micro ini di gunakan untuk pengusaha yang melakukan usahanya sendiri. sedangkan pada pembiayaan konsumen, pembiayaan yang sudah mandiri yang mana gajinya sudah berada pada bank dan pihak bank siap untuk membiayai. Dalam pembiayaan pensiun tertadap produk otto, yang mana produk ini digunakan untuk pembiayaan kendaraan. dalam pembiayaan pensiun ini menggunakan akad murabahah yang nantinya produk-produk tersebut akan dijual belikan pihak bank dengan nasabah dengan tujuan agar dapat menambah modal usaha nasabah itu sendiri.”⁹⁴

Hal tersebut diperkuat dengan pemaparan pendapat dari Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi sebagai berikut:

“Produk pembiayaan ini merupakan produk murabahah yang dapat membantu para pegawai seperti saya yang telah memasuki masa pensiun dan produk ini dapat menambah modal usaha saya.”⁹⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan di Bank BSI KCP Woltermuginsidi menggunakan akad murabahah yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam pembiayaan pensiun dan membantu pegawai yang memasuki masa pensiun untuk menambah modal usahanya. Bank BSI KCP Woltermonginsidi memiliki tiga produk yaitu: produk pembiayaan micro, produk pembiayaan konsumen dan produk pembiayaan pensiun. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yag dilakukan oleh Juneda

⁹⁴ Hasil Wawancara Dengan Bapak Agung Pra Setia selaku sales force bank syariah indonesia KCP woltermonginsidi tanggal 12 juni 2023

⁹⁵ Hasil Wawancara Dengan Ibu Norma Selaku Nasabah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 13 juni 2023

dengan hasil penelitian yaitu Produk merupakan unsur yang paling penting karena dapat memengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.⁹⁶

2. Price

Sistem Margin dan bagi hasil dalam pembiayaan pensiun pada bank syariah KCP Woltermonginsidi masi terbilang rendah dibanding dengan bank-bank lain dan sistem margin ini sangat pantas di persaingkan dengan bank-bank lain. Dengan plafond mulai dari Rp 10 juta sampai dengan Rp 350 juta dengan margin 11,5% jangka waktu pada pembiayaan pensiun 1- 15 tahun. Hal ini di paparkan oleh bapak Agung Pra Setia selaku sales force bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi sebagai berikut.

“Sistem margin dan bagi hasil pada pembiayaan pensiun ialah menetapkan angsuran untuk produk pembiayaan pensiun, harga sangat bersaing dengan bank lainnya seperti bank jatim, bank bri serta margin yang kompetitif. Plafon pembiayaan pensiun di bank syariah KCP Woltermonginsidi mulai dari Rp 10 juta sampai dengan Rp 350 juta dengan margin 11,5%. Jangka waktu pada pembiayaan pensiun 1-15 tahun, jumlah pembiayaan juga dapat di sesuaikan dengan gaji pensiun yang di peroleh setiap bulannya sehingga angsuran tidak memberatkan nasabah. Dengan margin yang kompetitif dan angsuran yang tetap menjadi keunggulan bank syariah indonesia untuk menarik minat nasabah.”⁹⁷

⁹⁶ Juneda. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Pare-Pare, *Jurnal Balanca*, no.2 volume 1 2019

⁹⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak Agung prasetia Selaku Sales force Bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi tanggal 12 juni 2023

Hal tersebut juga di perkuat dengan pemaparan pendapat dari bapak Agung Prasetya selaku sales force bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi sebagai berikut:

“Sistem margin bagi hasil dalam pembiayaan pada bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi ini kita sangat bersaing meskipun produk ini masih terbilang baru tapi pantas di persaingan dengan bank lain dan bahkan dalam pembiayaan marginya lebih murah dari bank jatim atau bank bri meskipun sedikit. Untuk biaya masih murah dikita dari pada bank bersaing apalagi bank BTN itu sangat jauh. Plafon pembiayaan pensiun di bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi mulai dari Rp 10 juta sampai dengan Rp 350 juta dengan margin 11,5 %.”⁹⁸

Hal tersebut juga di perkuat dengan pemaparan pendapat dari Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

“Sistem margin dan bagi hasil dalam pembiayaan pensiun masih sangat murah di sini dan bahkan sangat layak di persaingkan dengan bank lain. Saya dulu pernah di bank bri dan setelah mengetahui sistem margin dan bagi hasil sangat murah di sini saya langsung pindah dan bahkan teman-teman saya, saya beritahu untuk pindah dan menjadi nasabah pembiayaan pensiun di bank syariah indonesia. Selain itu untuk profit yang saya peroleh ketika menjadi mitra di BSI ialah kurang dari 500 sampai dengan 1 juta dan dengan profit tersebut saya lebih bisa mengembangkan usaha kerajinan saya.”⁹⁹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa sistem margin dan bagi hasil dalam pembiayaan pensiun di Bank BSI KCP Woltermonginsidi terbilang baru dan murah tetapi pantas dipersaingkan dengan bank lainnya. Plafon pembiayaan pensiun di Bank BSI KCP Woltermonginsidi mulai dari 10 juta

⁹⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Agung Prasetya selaku sales force bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi tanggal 12 juni 2023

⁹⁹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi tanggal 13 juni 2023

sampai dengan 350 juta dengan sistem margin 11,5%. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Juneda yaitu Harga merupakan program pemasaran untuk bisa disesuaikan pada fitur produk, saluran, dan bahkan dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar. Harga sangat penting untuk diperhatikan, karena harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.¹⁰⁰

3. Promotion

Promosi yang dilakukan bank syariah Woltermonginsidi ialah dapat digunakan dengan cara periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*) hal ini dipaparkan oleh bapak Arfan selaku micro financing sales bank syariah indonesia KCP woltermonginsidi sebagai berikut:

“Cara melakukan promosi untuk produk pembiayaan pensiun ialah pertama dengan periklanan (*advertising*), periklanan yang digunakan oleh bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi ini melalui media elektronik yang terletak di website bank syariah indonesia, banner dan brosur bahkan *door to door* kerumah para pensiun. Penjualan pribadi (*personal selling*), yang mana apabila peserta puas akan pelayanan pihak bank syariah indonesia maka peserta tersebut akan lebih yakin sehingga peserta tersebut memberikan informasinya juga kepada tetangganya yang menunjukkan lebih menguntungkan bagi pihak bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi.”¹⁰¹

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaparan dari bapak Agung Prasetya selaku sales kerja bank syariah KCP woltermonginsidi sebagai berikut:

“cara mempromosikan produk pembiayaan pensiun ialah kita bisa menggunakan cara periklanan (*advertising*) seperti banner, brosur *door to door* dari rumah kerumah nasabah pembiayaan pensiun. Penjualan

¹⁰⁰ Juneda. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Pare-Pare, *Jurnal Balanca*, no.2 volume 1 2019

¹⁰¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Arfan selaku micro financing sales bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi tanggal 12 juni 2023

pribadi (*personal selling*) dengan adanya promosi ini akan lebih menguntungkan pihak bank syariah indonesia bahwasanya bank syariah indonesia tersebut lebih mempunyai nasabah pembiayaan pensiun.”¹⁰²

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaparan pendapat dari Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi sebagai berikut:

“Cara mempromosikan produk pembiayaan pensiun ini ialah pihak bank syariah indonesia dulu mendatangi saya dan mengadakan sosialisasi terkait pembiayaan pensiun dan bahkan memberikan selebaran brosur yang terkait dengan pembiayaan pensiun”¹⁰³

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa promosi yang digunakan di Bank BSI KCP Woltermonginsidi dalam produk pembiayaan pensiun yaitu, dengan menggunakan periklanan (*advefrtising*) seperti benner, brosur *dood to door* kerumah para pensiun, media elektronik yang terletak diwebside Bank Syariah Indonesia dan melakukan sosialisasi dengan para pensiunan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Juneda yaitu Promosi merupakan satu upaya untuk menawarkan barang dagangan kepada calon pembeli. Kegiatan promosi produk dan jasa bank lebih baik dilakukan lewat media masa cetak dan audiovisua,l seperti: majalah, surat kabar, dan televisi.¹⁰⁴

4. place

¹⁰² Hasil Wawancara Dengan Bapak Agung Prasetya selaku sales force bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi tanggal 12 juni 2023

¹⁰³ Hasil Wawancara Dengan Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun bank syariah KCP Woltermonginsidi tanggal 13 juni 2023

¹⁰⁴ Juneda. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Pare-Pare, *Jurnal Balanca*, no.2 volume 1 2019

Lokasi bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi ini sudah terbilang cukup strategis dan bahkan mudah dijangkau pada wilayah kota palu. Hal ini dipaparkan oleh bapak Arfan selaku micro financing sales Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi sebagai berikut.

“Lokasi bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi sudah strategis dan mudah dijangkau pada wilayah kota palu saja yang terletak di dekat jalan raya hal ini merupakan cukup stategis karena aksesnya mudah di jangkau masyarakat luas dengan menggunakan berbagai sarana transportasi. Kantor bank syariah yang berada di tepi jalan sehingga dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan. Parkir yang luas dan nyaman memudahkan akses bagi nasabah baik pengendara pengguna motor maupun mobil.”¹⁰⁵

Hal tersebut juga di perkuat dengan pemaparan pendapat dari bapak Moh Agung Prasetya selaku sales force bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut :

“Lokasi ini sudah stratagis dan mudah di jangkau yang mana berada di tengah kota yang dekat dengan jalan raya dan juga berada di tepi jalan. Dalam bank syariah indonesia KCP Woltermonginsidi juga mempunyai parkir yang luas dan nyaman hal ini dapat memudahkan bagi nasabah.”¹⁰⁶

Hal tersebut juga di perkuat dengan pemaparan pendapat dari Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun bank syariah indonesia KCP woltermonginsidi, sebagai berikut:

¹⁰⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Arfan selaku micro financing sales Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi tanggal 12 juni 2023

¹⁰⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Moh Agung Prasetya selaku sales force Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi tanggal 2 juni 2023

“Lokasi bank syariah indonesia ini sudah strategis dan mudah di jangkau yang mana dekat dengan rumah saya bahkan lokasi ini sama-sama ada di google maps.”¹⁰⁷

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi terbilang cukup strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat luas dengan menggunakan berbagai sarana transportasi. hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Hajar Mukaromah Widia Sekar Rani yaitu tempat termasuk perencanaan pemasaran dalam penentuan lokasi. “perencanaan lokasi mempunyai peran sangat penting dan menunjang perkembangan perusahaan dan lokasi akan menentukan sejumlah keuntungan, seperti perusahaan berada pada posisi kuat dalam persaingan kemampuan pelayanan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dan sebagainya”.¹⁰⁸

5. People

Pihak yang terkait dalam pembiayaan pensiun ini terbagi menjadi 2 yaitu pihak internal dan pihak eksternal, pihak internal terdiri dari Nasabah, Sales Force, CBRM, FF Approve sedangkan pihak eksternal ialah BKD dan Taspen. Hal ini dipaparkan oleh Bapak Arfan micro financing sales Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

“Pihak yang terkait dalam pembiayaan pensiun ini terdiri dari pihak internal dan pihak eksternal, pihak internal terdiri dari Sales Force

¹⁰⁷ Hasil Wawancara Dengan Ibu Norma selaku Nasabah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi tanggal 13 juni 2023

¹⁰⁸ Hajar Mukaromah Widia Sekar Rani. Analisi Marketing Mix Terhadap Produk Tabungan Pada Bank BRI Syariah KCP Kebumen. *Jurnal Ulumudin Ilmu-ilmu Keislaman 2 volume 11*, 2021.

bagian penanganan terkait pembiayaan pensiun, CBRM bagian marketing dan FF Approve, FF disini merupakan suatu sistem yang mana semua hal kelengkapan dokumen, KTP, dan sebagainya diupload oleh sistem sehingga cabang ini tugasnya hanya mengupload dokumen dan diverifikasi dan diputuskan oleh FF Approve dan untuk pihak eksternalnya itu BKD dan Taspen karena BKD dan Taspen orang mengintervensi pak ini ada kebangkrutan jadi eksternal kami dan mitra di Pembiayaan Pensiunan kami itu hanya BKD dan Taspen.”¹⁰⁹

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaparan pendapat dari Bapak Moh Agung Prasetya selaku Sales Force Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

“Pihak yang terkait dalam pembiayaan pensiun yaitu nasabah, Sales Force, CBRM, FF Approve dan untuk mitra nya atau pihak eksternal itu BKD dan Taspen.”¹¹⁰

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaparan pendapat dari Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

“Pihak yang terkait ini terdiri dari Nasabah seperti saya, CBRM Masdimas yang menangani terkait semua pembiayaan, dan Sales Force seperti Pak Moh Agung Prasetya yang menangani bagian pembiayaan pensiun dan juga marketing.”¹¹¹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pihak yang terkait di Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi dalam pembiayaan pensiun terbagi menjadi dua yaitu pihak internal dan pihak eksternal. Pihak internal terdiri dari nasabah, sales force, CBRM, dan FF Approfe, sedangkan pihak eksternal

¹⁰⁹ Hasil wawancara Dengan Bapak Arfan Selaku Micro Financing Sales Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 12 juni 2023

¹¹⁰ Hasil Wawancara Dengan Bapak Moh Agung Prasetya selaku Sales Force Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 12 juni 2023

¹¹¹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Norma Selaku Nasabah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 13 juni 2023

terdiri dari BKD, dan Taspen. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Hajar Mukaromah Widia Sekar Rani yaitu People ialah pelanggan dan karyawan yang terlibat dalam kegiatan yang memproduksi produk dan layanan.¹¹²

6. Process

Proses pembukaan pembiayaan pensiun ini harus melalui beberapa tahap yang mana tahap pertama nasabah harus mengisi form pendaftaran, setelah itu collecting data dan diupload oleh CBRM, setelah itu nasabah dikonfirmasi, akad turun, nasabah diharuskan TTD akad, akad diproses setelah semuanya clear baru pembiayaan tersebut cair.¹¹³

Hal ini dipaparkan oleh Bapak Arfan selaku Micro Financing Sales Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

“Proses nya ialah pengajuan, dilakukan analisa cabang fungsinya hanya melakukan collecting data kemudian diupload di sistem diverifikasi di FF kemudian sama FF diapprove di FF kami melakukan akad kemudian hasil akad kami keluarkan dibagian operation untuk dilakukan pencairan terus dicabang memonitoring apabila nasabah itu take over jika itu baru berarti kami harus kordinasi ke Taspen.”¹¹⁴

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaparan pendapat dari bapak Moh Agung Prasetya selaku Sales Force Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

¹¹² Hajar Mukaromah Widia Sekar Rani. Analisa Marketing Mix Terhadap Produk Tabungan Pada Bank BRI Syariah KCP Kebumen. *Jurnal Ulumudin Ilmu-ilmu Keislaman 2 volume 11*, 2021.

¹¹³ Juneda, Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC Pare-Pare, *Jurnal Balanca*, 2, Vol. 1, (2019).

¹¹⁴ Hasil Wawancara Dengan Bapak Arfan Selaku Micro Financing Sales Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 12 juni 2023

“Proses pembiayaan pensiun yang pertama ialah isi form pendaftaran, kalau dari nasabah sudah tidak ada yang lain cuma mengisi form pendaftaran selanjutnya tanda tangan akad langsung cair sedangkan untuk pihak bank yang menangani pembiayaan pensiun ini ialah isi form pendaftaran, *colecting data*, persyaratan-persyaratannya itu terus diajukan ke CBRM, CBRM upload data dan setelah itu nunggu konfirmasi dan lain sebagainya nanti nasabahnya ditelpon dikonfirmasi apakah benar atas nama ini pinjaman sekian setelah dikonfirmasi semuanya oke akad turun selanjutnya tanda tangan akad, setelah tanda tangan akad, akadnya ini diupload lagi dan diproses baru nanti cair terakhir.”¹¹⁵

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaparan pendapat dari Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

“Proses pengajuan pembiayaan pensiun saya dulu yang pertama datang ke Bank Syariah Indonesia untuk melakukan pendaftaran setelah itu saya pulang dan beberapa hari kemudian setelah semuanya sudah diproses saya ditelpon pihak bank yang menangani pembiayaan pensiun untuk dimintai konfirmasi setelah itu saya disuruh tanda tangan akad, setelah tanda tangan akad, akad tersebut diupload dan setelah itu dananya sudah cair. Setelah proses pengajuan selesai proses tersebut tidak berhenti disini bahkan dengan pembayaran diambilkan dari gaji yang saya peroleh dengan proses pendampingan manajemen oleh Bank Syariah Indonesia dalam usaha saya ialah dilakukan dengan menyurvei setiap bulan dengan menanyakan bagaimana cara mengembangkan jenis-jenis usaha kerajinan yang mungkin dapat di contoh dari kelompok lain, tetapi juga mempertimbangkan baik buruknya bila saya mengembangkan usaha kerajinan tersebut di daerah saya dengan mempertimbangkan potensi yang ada.”¹¹⁶

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa proses pengajuan pembukaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi melalui beberapa tahapan yaitu mengisi form pendaftaran setelah itu dilakukan *colecting*

¹¹⁵ Hasil Wawancara Dengan Bapak Moh Agung Prasetya Selaku Sales Force Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 12 juni 2023

¹¹⁶ Hasil Wawancara Dengan Ibu Norma Selaku Nasabah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 13 juni 2023

data dan diupload oleh CBRM setelah itu menunggu konfirmasi dari FF Approf untuk melakukan akad kemudian hasil akad akan dikeluarkan dibagian operation dan dilakukan pencairan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh R. Agrosamdhyo yaitu Jumlah pegawai yang terkait dalam produk pembiayaan pensiun adalah pegawai dan nasabah di kantor cabang pembantu.¹¹⁷

7. Physical Evidence

Sarana prasarana dalam pembiayaan pensiun ini seperti halnya parkir yang bersih dan cukup luas, Pendingin ruangan AC, jaringan Wifi dan juga brosur yang nantinya dapat digunakan untuk mempromosikan produk.

Hal ini dipaparkan oleh Bapak Arfan selaku Micro Financing Sales Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

“Sarana prasarana dalam pembiayaan pensiun kalau menurut saya area parkir yang cukup luas dan bersih, terdapat pendingin ruangan seperti halnya AC, jika masih antri nasabah bisa menunggu dikursi yang empuk , kemudian juga terdapat jaringan wifi, Di Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi juga memiliki brosur terkait pembiayaan pensiun.”¹¹⁸

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaparan pendapat dari Bapak Moh Agung Prasetya selaku Sales Force Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

¹¹⁷ R. Agrosamdhyo. Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Ayani Singaraja. *Jurnal Widya Balina 1 volume 6 2021*

¹¹⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Arfan Selaku Micro Financing Sales Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 12 juni 2023

“Sarana prasarana dalam pembiayaan pensiun menurut saya ada brosur, jaringan wifi, AC dan juga parkir yang cukup luas yang dapat membuat nyaman nasabah pembiayaan pensiun.”¹¹⁹

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaparan pendapat dari Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi, sebagai berikut:

“Sarana prasarana pembiayaan pensiun yang saya ketahui dulu melihat dari brosur, parkir yang bersih, dan juga dalam ruangan terdapat pendingin ruangan seperti halnya AC.”¹²⁰

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa saran dan prasarana yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi seperti halnya parkir yang bersih dan cukup luas, pendingin ruangan AC, jaringan wifi dan juga brosur yang digunakan untuk mempromosikan produk pembiayaan pensiun. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh R. Agrosamdhyo Untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat atau nasabah selalu menjaga kebersihan serta menyediakan tempat atau ruang tunggu yang luas dan nyaman sehingga nasabah merasa nyaman.¹²¹

C. Dampak penerapan strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas dalam pembiayaan pensiun.

¹¹⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Moh Agung Prasetya selaku Sales Force Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 12 juni 2023

¹²⁰ Hasil Wawancara Dengan Ibu Norma selaku nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi Tanggal 13 juni 2023

¹²¹ R. Agrosamdhyo. Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Ayani Singaraja. *Jurnal Widya Balina 1. Volume 6*, 2021

Karena dalam penerapan strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun tentukan saja menimbulkan berbagai dampak yang akan ditemui dalam strategi bauran pemasaran ini. Dari penelitian yang telah dilakukan kepada manager, pegawai beserta nasabah pembiayaan pensiun ini memiliki pendapat yang beragam. Dampak yang dialami dalam strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun ini berdampak positif maupun negatif. Untuk dampak positif strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun yakni dengan adanya produk baru yaitu pembiayaan pensiun, maka mampu memberikan laba kepada nasabah guna menambah modal usaha. Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi memberikan sistem margin dan bagi hasil yang murah dibandingkan dengan Bank lain hal ini dimungkinkan akan dapat mendatangkan calon nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Wolter Monginsidi.

Mengetahui produk baru, dengan adanya promosi yang melalui 2 cara periklanan (*Advertising*) dan juga penjualan pribadi (*personal selling*) maka calon nasabah dapat mengetahui bahwa Bank Syariah Indonesia ini memiliki produk baru yaitu pembiayaan pensiun dan juga akan lebih menguntungkan bagi nasabah pembiayaan pensiun. Lokasi pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Wolter Monginsidi ini dapat membantu nasabah untuk melakukan pembiayaan pensiun yang mana lokasi tersebut mudah dijangkau dikalangan yang tempat tinggalnya dikota. Meningkatkan citra Bank, dengan adanya pihak yang terkait yang mana pihak tersebut dibagi menjadi 2 yaitu pihak internal dan pihak eksternal, pihak internal disini meliputi nasabah, sales force, CBRM, dan FF Aprove sedangkan dipihak eksternal ialah mitra kita BKD dan Taspen pembiayaan

pensiun ini maka akan membantu dalam meningkatkan citra Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi dapat meringankan calon nasabah dalam pengajuan pembiayaan pensiun.

Dalam sarana prasarana yang ada seperti halnya parkir yang bersih dan luas, pendingin ruangan seperti halnya AC, kursi empuk untuk menunggu antrian dipanggil, jaringan wifi dan brosur ini memudahkan nasabah dalam mengajukan pembiayaan pensiun. Dalam strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun tidak hanya dampak positif saja tetapi juga berdampak negatif yang mana dampak negatif terkait strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun ialah produk pembiayaan pensiun ini masih belum tersosialisasikan dengan baik sehingga masyarakat khususnya perdesaan masih kurang terkenal. Dengan sistem margin dan bagi hasil pada pembiayaan pensiun yang sangat murah dibandingkan dengan Bank lain maka akan berpengaruh pada usia jatuh tempo yang semakin pendek hal ini akan membuat pihak nasabah kurang nyaman. Kurangnya sumber daya manusia yang sangat terbatas dalam hal promosi akan menimbulkan keberadaan Bank Syariah Indonesia kurang diminati masyarakat perdesaan.

Dengan adanya lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Woltermonginsidi ini masih terbatas hal ini menjadikan nasabah yang jauh dari lokasi memilih bank lain yang berada disetiap desa seperti halnya BRI sehingga Bank Syariah Indonesia KCP Wolter Mongisidi masih kurang dikenal dan bahkan belum mempunyai nasabah pinggiran. Pihak yang terkait ini Bank Syariah Indonesai perlu menjaga hubungan baik dengan mitra maupun nasabahnya karena semisal hubungan tersebut kurang baik akan berpengaruh pada citra perusahaan dan

bahkan nasabahnya memilih untuk melakukan pembiayaan di Bank lain. Pada proses pembiayaan pensiun ini pihak Bank mengalami sistem yang sering trobel hal ini akan menghambat jalanya transaksi dan bahkan nasabah menjadi tidak nyaman harus menunggu terlalu lama. Kurangnya menarik dalam desain pada brosur dan juga jaringan internet yang lambat sehingga nasabah lebih tertarik di Bank lain.

D. Kendala-kendala yang dihadapi BSI KCP Woltermonginsidi dalam penerapan strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas dalam pembiayaan pensiun

Dalam menjalankan strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas dalam pembiayaan pensiun tidak selalu berjalan lancar, pasti ada kendala-kendala yang dihadapi oleh perusahaan tersebut baik kendala yang muncul dari internal maupun eksternal perusahaan tersebut. Kendala-kendala tersebut sangat menghambat pertumbuhan disuatu perusahaan tersebut. Begitu juga yang dialami oleh kepada calon nasabah.

Berikut beberapa faktor penghambat pelaksanaan pemasaran pembiayaan pensiun di BSI KCP WolterMonginsidi:¹²²

1. Karena produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia masih tergolong baru dab baru BSI saja yang menjalankan produk pembiayaan ini banyak dari para pensiun yang belum mengetahuinya sehingga harus melakukan pemasaran produk ini secara insentif.

¹²² Hasil wawancara dengan bapak Arfan selaku micro financing sales BSI KCP Woltermonginsidi pada 12 juni 2023

2. Promosi melalui media elektronik tidak terlalu efektif karena para calon nasabah merupakan para pensiun yang sudah lanjut usia. Pemasaran menggunakan seperti website atau media sosial lainnya kurang begitu efektif sehingga banyak informasi yang disampaikan melalui media elektronik tersebut tidak sampai kepada para nasabah pembiayaan pensiun ini.
3. Tingginya persaingan dengan Bank Konvensional yang lebih banyak memiliki unit cabang di daerah –daerah dan juga lebih dikenal para pensiunan.
4. Masyarakat Indonesia masih belum memahami betul mengenai perbankan syariah terkait aplikasi, dan produk-produk yang terdapat di Bank Syariah. Ini merupakan salah satu kendala besar bagi Bank Syariah. Masih banyak masyarakat menganggap bahwa sistem Bank Syariah sama dengan Bank Konvensional.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pembahasan skripsi pada bab sebelumnya tentang penerapan strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun di BSI KCP Woltermonginsidi maka diperoleh kesimpulan adalah dengan Penerapan strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun sudah bersinergi kepada seluruh anggota mitra yang bergabung baik itu BKD maupun Taspen. Dalam penerapannya meliputi *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*. Karena pada penerapan strategi bauran pemasaran ini merupakan sarana paling kuat dalam memasarkan suatu produk hal ini mampu meningkatkan perkembangan penjualan produk dana pensiun dengan cara *door to door* mendatangi langsung kerumah-rumah para pensiun yang dilakukan oleh *sales force*.
2. Faktor penghambat serta pendukung dalam penerapan strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan. Dalam hal ini sesuai dengan teori menurut William J. Stanton yang dikutip Basu Swastha dan Irawan bahwa faktor yang mempengaruhi strategi bauran pemasaran pada pembiayaan pensiun ialah sebagai berikut. kondisi dan kemampuan penjualan, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, faktor lain. Demikian faktor-faktor yang mempengaruhi strategi bauran pemasaran. Ada pengusaha yang berpegangan pada satu prinsip bahwa

“paling penting membuat barang yang baik”. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan brosur yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

B. Saran

Pada akhir penyusunan skripsi ini penulis mengemukakan beberapa hal pokok sebagai saran bagi penulis diantaranya adalah :

1. Kepada Direktur PT.Bank Syariah Indonesia KCP wolter monginsidi agar lebih mencari solusi dalam meningkatkan kreatifitas dan kualitas layanan dalam penerapan strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun.
2. Diharapkan kepada Direktur PT. Bank Syariah Indonesia KCP Wolter Monginsidi lebih aktif dan lebih gencar dalam memasarkan hasil produk pembiayaan pensiun kemasyarakat pedalaman secara masif karena banyak mereka yang belum mengetahui tentang produk pembiayaan pensiun.
3. Skripsi ini di harapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran terhadap bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiyaan pensiun di PT Bank Syariah Indonesia KCP Wolter Monginsidi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Abu dan Narbuko Cholid. *metodologi Penelitian*. Cet, IV; Jakarta; PT Bumi Aksara 2002. Aris, Wahyu dan Sulaksana Jaka Sumardjo. *Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis*. Jakarta: Penebar Swadaya, 2004.
- Akrasana, dan James. *Aspek-Aspek Financial Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: LP3ES, 1993.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Kapita Selekt Perbankan syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UII pres, 2008.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktek* Ed, Revisi, cet 12, Jakarta 2002. Asyhadie, Zaeni. *Aspek-aspek Hukum Jaminan Sosial Tenaga Kerja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2008.
- _____. *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. 2011.
- Ascarya. *Akad Dan Produk Bank Syariah Di Indonesia*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2015.
- Assauri. Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. 2017.
- Asyari, Sofyan. *Management Pemasaran: Dasar Konsep Dan Strategi* . Jakarta Pt: Raja Grafindo. Persada, 2004. Cet Ke-7.
- Bungin, Burhan. dalam Winarno Surakhamd (ED), *Dasar dan Teknik Research Pengantar Metodologi Ilmiah*, Bandung. Kencana 2002.
- B. Minner, Jhon Dan A, Stiner George. *Kebijakan Dan Strategi Management, Ed. Ii, Penerjemah Ticoalu Dan Agus Dharma. Sh. M. Ed*. Jakarta: Erlangga. 1996.
- Dahlan, Ahmad. *Teoritik, Praktik, Dan Kritik*. Yogyakarta: Teras, 2012.
- Fanani, Asnan Muhammad Dan Asnawi Nur. *Pemasaran Syariah Teori Filosofi & Isu isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Hafsah, Jafar Mohammad. *Kemitraan Usah*. Jakarta: Erlangga. 2002.
- Hamid, Lutfi. *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*. Senayan Abadi Publising: Jakarta : 2003
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html. diakses pada tanggal 12 Juni 2023.

Idri, Hadis *Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenada Media. 2015.

Juneda. *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Pare-pare* Jurnal balanca No.2, Volume 1 2019

J Moleong, Lexy *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung; PT. Remaja Rosdaya, 2002.

Jurnal Managemen Dan Star-Up Bisnis, Volume. 1 No. 3, Tahun 2018.

Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Depok: Rajawali Pers. 2017.

Keller, Lane Kevin Dan Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.web.id/strategi>. Diakses pada tanggal 10 juni 2023.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) <https://kbbi.web.id/penerapan>, diakses pada tanggal 10 juni 2023.

Kartono, *Metodologi Penelitian*. Cet, II; Bandung Mandar Mas, 1990.

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Kasmir. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Lupioyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaraan Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.

Lukviarman, Niki. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Padang: Andalas Universiti, 2006.

Wahyudi, Agustinus Sri. *Managemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik*. Jakarta Binapura Aksara, 1996.

Martono. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yogyakarta: Ekonisia, 2013.

Mubasit. *Manegement Pemasaran*. Fakultas Dakwah Iain Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2012.

- Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016.
- Muhamad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Upp Amp, 2005.
- _____. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2015.
- Nurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Parmudi, Muhammad. *Sejarah Dan Doktrin Bank Islam*. Yogyakarta. Kutub, 2005.
- Rahmatullah. *Model Kemitraan Pemerintah dengan Perusahaan dalam Mengelola Csr: Studi Kasus Di Kota Cilegon*. Jurnal Informasi. Vol. 17, No. 1 2012.
- Rumanti, Assumpta Maria. *Dasar-Dasar Public Relations Teori Dan Praktik*. Jakarta: Grasindo, 2002.
- S. Sula, Muhammad & Hermawan K. *Syariah Marketing*. Jakarta: Mizan media utama, 2006.
- Subanar. *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFE, 1997.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Cet, 9; Bandung: Alfabet, 2014.
- _____. *Metode Penenlitan Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif R&D* Bandung: Alvabeta, 2008.
- Shomad, Abd. Dan P. Usanti Trisadini. *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Soekidjo, Notoatmodjo. *Pendidikan dan perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Thoha, Miftah. *Manajemen Kepegawaian Sipil Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Tjiptono, Fandi. Et.Al. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2008.
- Ulumudin. *Analisi Marketing Mix Terhadap Produk Tabungan Pada Bank BRI Syariah KCP Kebumen*. Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, No. 2, Volume 11.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tasir Bisnis*, Cet, IV: Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2000.

- Umar, Husen. *Staregi Management In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Usman, Rachmadi. *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia*. Jakarta Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Velentasari, Elisa. Pembiayaan Pensiun Syariah BSM Tumbuh 165 Persen, Diakses Dari [https://:www.cnnindonesia.com](https://www.cnnindonesia.com) Pada tanggal 10 Juni 2023.
- Widya. *Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Ayani Singaraja*. Balina Jurnal No.1 Volume 6, 2021.
- W.Paul, Gordon Dan P.Guiltinan Joseph. (*Penerjemah: Agus Maulana*), *Strategi Dan Program Manajemen Pemasaran Edisi 3*. Jakarta: Erlangga, 1992.
- Sejarah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Monginsidi*. Diakses Dari www.SyariahIndonesia.co.id pada tanggal 10 Juni 2023
- Zuhri, Muh. *Riba dalam Al-Qur'an dan Masalah Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

A. Kepada Pak Arfan (selaku micro financing sales)

1. Bagaimana sejarah bank BSI KCP Wolter monginsidi ?
2. Apa saja visi dan misi BSI KCP wolter monginsidi ?
3. Prinsip apa saja yang digunakan oleh BSI KCP wolter monginsidi ?
4. Kendala apa saja yang dihadapi oleh BSI dalam menerapkan strategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitailitas pada pembiayaan pensiun.

B. Kepada pak Agung Prasetia (selaku sales force)

1. Untuk pemberian dana pensiun di bank BSI KCP wolter monginsidi diberikan kepada siapa saja ?
2. Bagaimana cara menerapkan sterategi bauran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitaspada pembiayaan pensiun ?
3. Apa saja dampak yang dihadapi dalam penerapan sterategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun ?
4. Kendala apa saja yang dihadapi oleh BSI dalam menerapkan sterategi bauran pemasaran dengan metode kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pemasaran ?

C. Nasabah

1. Bagaimana pendapat anda tentang produk pembiayaan pensiun yang menggunakan strategi bauran pemasaran 7P ?

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
NOMOR : 727 / TAHUN 2022
TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

- Membaca : Surat saudara : **Ainun Nadia** / NIM **19.5.15.0103** mahasiswa jurusan **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu dengan judul skripsi : **PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN KEMITRAAN DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA PEMBIAYAAN PENSIUN DI BANK BSI KOTA PALU KCP PALU PLAZA**
- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.
- b. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional
4. Peraturan Presiden Nomor 61 Tahun 2021 tentang Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.

Website : www.uindatokarama.ac.id email: humas@uindatokarama.ac.id

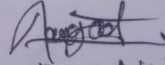
PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Ainun Nadia NIM : 195150103
TTL : Kulingkinari, 14/08/2000 Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Perbankan Syariah Semester : VI
Alamat : Kel. Palupi HP : 082292652730

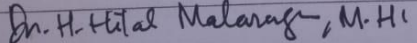
Judul :

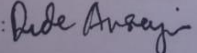
- o Judul I
Penerapan Strategi bujukan pemasaran dengan kemitraan dalam meningkatkan profitabilitas pada pembiayaan pensiun di bank BSI Kota Palu ~~dan Bank Mega~~
~~Bank Palu Plaza~~
- o Judul II
Pengaruh Pemasaran pribadi terhadap keputusan nasabah menabung dalam perspektif bisnis Islam di bank Mega Syariah kota Palu
- o Judul III
Pengaruh kepemimpinan motivasi pelatihan islami dan kompensasi syariah terhadap kinerja karyawan di Bank BSI kota Palu

Palu, 30 Mei 2022
Mahasiswa,

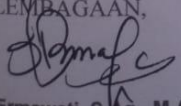

Ainun Nadra
NIM 195150103

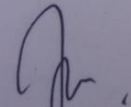
Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Pembimbing I : , M.Hi

Pembimbing II : 
a.n. Dekan
Wakil Dekan BIDANG AKADEMIK DAN
KELEMBAGAAN,

Ketua Jurusan,


Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag
NIP. 19770331 200312 2 002


IRFAN PAKKAWARU, S.E., M.S.A., Ak., C.A
NIP. 197805052015031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu, Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 240 /Un.24/F.V/PP.00.9/06/2023
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palu, 9 Juni 2023

Kepada Yth.
Pimpinan BSI KCP Wolter Monginsidi
di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Ainun Nadia
NIM : 19.5.15.0103
TTL : Ampana Kulingkinari, 14 Agustus 2000
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : BTN Palupi

Untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: ***"PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN METODE KEMITRAAN DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA PEMBIAYAAN PENSIUN DI BANK BSI WOLTER MONGINSIDI"***

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan Penelitian di BSI KCP Wolter Monginsidi

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam.

Dekan,



Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 041606/B.II/3/2021 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
7. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor : 457/Un.24/KP.07.6/12/2021 tentang Pengangkatan Dekan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TAHUN AKADEMIK 2021/2022
- PERTAMA : 1. **Dr. H. Hilal Malarangan, M.HI** (Pembimbing I)
2. **Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si., M.Si** (Pembimbing II)
- KEDUA : Pembimbing I bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan substansi/isi skripsi.
Pembimbing II bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan metodologi penulisan skripsi.
- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA UIN DATOKARAMA Palu Tahun Anggaran 2022.
- KEEMPAT : Jangka waktu penyelesaian skripsi dimaksud selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal ditetapkannya Keputusan ini.
- KELIMA : Segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini.

Ditetapkan di : Palu
Pada Tanggal : 06 Juni 2022

Dekan,

Dr. H. Hilal Malarangan, M.HI
NIP. 19650505 199903 1 002

Tembusan :

1. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;

SURAT KETERANGAN
No.02/684-03/9041

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Moh.Wahyudi
Jabatan : *Branch Operations & Service Manager*

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ainun Nadia
NIM : 19.5.15.0103
Universitas : UIN Datokarama Palu
Judul Skripsi : PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN
METODE KEMITRAAN DALAM MENINGKATKAN
PROFITABILITAS PADA PEMBIAYAAN PENSIUN DI BANK
BSI KCP WOLTER MONGINSIDI

Menerangkan bahwa nama yang tertera di atas benar telah melakukan penelitian di
Bank Syariah Indonesia KC Palu Wolter Monginsidi pada bulan April 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.
Terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT BANK SYARIAH INDONESIA
KC Palu Wolter Monginsidi


BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
KC Palu Wolter Monginsidi
Moh. Wahyudi
Branch Operations & Service Manager





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PENULIS



Nama : AINUN NADIA
Tempat Tanggal Lahir : Desa kuling kinari 14 Agustus 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 1 dari 9 Bersaudara
Status Keluarga : Anak Kandung
Agama : Islam
Alamat Sekarang : Jln. alitrof btn. palupi

B. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Lukman
Agama : Islam
Pekerjaan : Nelayan
Alamat :-
2. Nama Ibu : Evi
Agama : Islam
Pekerjaan : URT (Urusan Rumah Tangga)
Alamat :-

C. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri desa kuling kinari (Lulus Tahun 2013)
2. SMP/MTS : SMP 2 tojo una-una (Lulus Tahun 2016)
3. SMA/MA : SMA 2 Batu Daka (Lulus Tahun 2019)
4. S1 : Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Jurusan
Perbankan Syariah

