STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI KC PADANG PANJANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

SAFRI YENNA
Nim : 3316.236

PROGRAM S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

Edit dengan WPS Office

TAHUN 2020 M/1441H

ABSTRAK

Skripsi ini bejudul “strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada PT Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang” yang disusun oleh SAFRI YENNA Nim 3316236, jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi atas bimbingan Ibu Hj. Zulhelmi,SE,MM. Latar belakang penelitian ini adalah Terjadinya fluktuasi jumlah pembiayaan pensiun pada BSM Kc Padang Panjang dan perkembangan jumlah nasabah BSM Kc Padang Panjang berkembang secara siginifikan yakni menagalami kenaikan setiap tahunnya. Jenis produk pembiayaan yang ada pada BSM padang panjang sebanayak 9 jenis pembiayaan, yaitu: pembiayaan implan, pembiayaan pensiun, pembiayaan griya BSM, pembiayaan oto BSM, pembiayaan gadai emas BSM, pembiayaan BSM cicil emas, pembiayaan murabahah BSM. pembiayaan mudharabah BSM, pembiayaan musyarakah BSM, , namun dalam penelitian penulis hanya memfokuskan pada strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada BSM Kc padang panjang. Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pihak BSM Kc Padang Panjang. Data yang terkumpul kemudian penulis lakukan analisis matriks SWOT. Dari penelitian yang telah dilakukan, maka strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun adalah strategi SO melalui Meningkatkan strategi pengembangan produk melalui kerja sama dengan pemerintahan kota Padang Panjang, Memberikan inovasi-inovasi baru agar BSM memiliki pandangan baik oleh nasabah/calon nasabah, Terus melakukan *training*/pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan kualitas SDM. Oleh karena itu BSM memiliki kemampuan untuk meningkatkan dan merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kinerja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk melaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan BSM dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang.

KataKunci: Strategi pengembangan, pembiayaan pensiun, analisis SWOT

Edit dengan WPS Office

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, pembiayan pensiun atau bentuk lainnya yang serupa.

Menurut Undang-Undang perbankan Nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.[1]

Al-Qur'an juga membahas tentang perbankan syariah di dalam QS An-Nisa ayat 29

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ

إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka-suka

[1] Ismail, MBA., AK *perbankan syariah* (jakarta: prenamedia group,2011), hal 30

Edit dengan WPS Office

diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dalam ayat tersebut menjelaskan di dalam menjalankan sebuah bisnis harus sesuai dengan syariat islam berdasarkan prinsip kerelaan dari masing-masing pihak yang bekerja sama dan tidak saling dirugikan atau merugikan orang lain.

Sesuai dengan tugas pokok dan fungsi bank yaitu menyalurkan dana kepada masyarakat, dalam dunia perbankan konvensional penyaluran dana ini dikenal dengan istilah perkreditan, sedangkan dalam dunia perbankan syariah penyaluran dana ini dikenal dengan istilah pembiayaan. Pembiayaan merupakan salah satu kegiatan utama yang ada dalam bank. Dalam hal memberikan pembiayaan atau penyaluran dana kepada nasabah, produk pembiayaan syariah terbagi dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaanya. Produk-produk pembiayaan tersebut diantaranya pembiayaan dengan prinsip jual-beli, pembiayaan dengan prinsip sewa, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, dan pembiayaan dengan akad pelengkap.

Pembiayan dibank syariah, pada dasarnya merupakan seluruh kesepakatan bank dengan nasabah yang memerlukan dana untuk membiayai kegiatan atau aktivitas tertentu sesuai akad yang telah disepakati. Akan tetapi bank syariah mengimplementasikan pembiayaan bebas dari yang namanya riba. Pembiayaan bank syariah

Edit dengan WPS Office

tidak menggunakan mekanisme bunga, melaikan menggunakan skema murabahah (akad jual beli), mudharabah (bagi hasil), musyarakah (penanaman modal/investasi), ijarah/IMBT (akad sewa/sewa beli), salam/istishna (akad jual beli sewa dengan penyerahan barang dibelakang) dan qard (pinjaman).

Bank Syariah Mandiri mempunyai berbagai macam produk baik menghimpun dana dan penyaluran dana. Produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri yaitu produk *funding* yaitu seperti tabungan, deposito dan giro, dan produk *financing* berupa pembiayaan konsumer (pembiayaan pensiunan, pembiayaan otto, pembiayaan implan dan pembiayaan kepemilikan rumah) serta pembiayaan warung mikro. Dalam program *financing* atau pembiayaan, salah satu produk pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri adalah pembiayaan pensiun yang merupakan pembiayaan konsumtif yang hanya diberikan kepada para pensiun yang berasal dari lingkungan pesiun karyawan, (PNS, BUMN atau BUMD) atau janda pensiun.

Pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan yang mempunyai resiko pembiayaan yang kecil, karena pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri didasari oleh perjanjian kerjasama antara pihak Bank Syariah Mandiri dengan lembaga pengelola dana pensiun seperti PT Taspen maupun dana pensiun lainnya dan mempunyai landasan hukum berupa Surat Persetujuan Bank Indonesia No. 10/357/DPbS tanggal 19 Maret 2008 tentang Produk Pembiayaan kepada Pensiunan,

Edit dengan WPS Office

yang menjamin kelancaran pembayaran angsuran nasabah dengan cara pemotongan gaji (manfaat pensiun) yang diterima oleh pensiun setiap bulannya.[2]

Tujuan diadakannya program pembiayaan pensiun adalah untuk memberikan manfaat pasti bagi perorangan maupun karyawan atau pekerja, membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dihari tua dan membantu memenuhi kebutuhan para pensiun yang kekurangan atau membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhannya, seperti diketahui para pegawai negeri yang telah memasuki masa pensiun memiliki pendapatan yang relatif kecil dibandingkan saat pegawai tersebut masih aktif bekerja sebagai pegawai negeri sipil atau karyawan BUMN/BUMD. Oleh karena itu pembiayaan pensiun ini cukup diminati oleh para pensiunan.

Strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kc Padang Panjang selama ini ialah bekerja sama dengan pihak PT taspen dalam menawarkan produk pembiayaan pensiun dengan cara pihak taspen mengkonfirmasi data-data para pensiun. Kemudian data-data tersebut dijadikan daftar bagi pihak bank dalam mengembangkan produk pembiayaan pensiun.[3]

PT BSM KC padang panjang adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. salah satu produk unggulan PT BSM KC Pdg panjang

[2] Wawancara dengan kakak Fauziah, marketing BSM Kc Padang panjang, 7april 2020
[3] Wawancara dengan kakak Fauziah, marketing BSM Kc Padang panjang, 7april 2020

Edit dengan WPS Office

adalah pembiayaan pensiunan, PT BSMKC padang panjang yang ditetapkan terhadap produk pembiayaan pensiuanan menunjukkan perkembangan nasabah yang cukup signifikan.

Berikut perkembangan jumlah nasabah pensiun pada PT. BSM KC Padang Panjang dari lima tahun terakhir:

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang Tahun 2015-2019

NO	Tahun	Nasabah	Naik/turun	
			Σ	%
1	2015	148	–	–
2	2016	152	4	2,70
3	2017	182	30	19,74
4	2018	186	4	2,20
5	2019	206	20	10,75

sumber: PT. Bank Syariah Mandiri KC. Padang Panjang

Pada tabel 1.1 di atas dapat kita lihat bahwa jumlah nasabah pembiayaan pensiun pada PT.Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang dalam jangka 5 terakhir mengalami kenaikan. Dimana pada tahun 2015 jumlah nasabah pensiun sebanyak 148 orang. pada tahun

Edit dengan WPS Office

2016 jumlah nasabah menjadi 152 orang atau naik sebanyak 4 orang. Pada tahun 2017 jumlah nasabah naik menjadi 182 orang atau naik sebanyak 30 orang. Pada tahun 2018 jumlah nasabah naik menjadi 186 atau bertambah sebanyak 4 orang. Pada tahun 2019 jumlah nasabah naik menjadi 206 atau naik sebanyak 20 orang.

Berikut perkembangan jumlah pembiayaan pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang dari tahun ke tahun:

Tabel 1.2

Jumlah Pembiayaan Pensiun

Tahun 2015-2019

NO	Tahun	Σ (000)	Naik/Turun	
			Rp	%
1	2015	10.218	-	-
2	2016	5.237	*(4.981)*	(48,75)
3	2017	3.785	(1.452)	(27,73)
4	2018	1.465	(2.320)	(61,73)
5	2019	4.754	3.289	224,51

sumber: PT. Bank Syariah Mandiri KC. Padang Panjang

Pada tabel 1.2 di atas dapat kita lihat pada tahun 2015-2019 bahwa jumlah pembiayaan pensiun pada PT.Bank Syariah Mandiri mengalami fluktuasi. Dimana pada tahun 2015 jumlah pembiayaan

Edit dengan WPS Office

yaitu sebanyak 10.218.000 rupiah. Pada tahun 2016 mengalami penurunan yaitu sebanyak Rp 4.981 atau sebesar 48,75% dibanding tahum 2015. Pada tahun 2017 jumlah pembiayaan pensiunan mengalami penurunan dibanding 2016 yaitu sebanyak Rp 1.452 atau sebesar 27,73%. Dan pada tahun 2018 mengalami penurunan lagi dibanding 2017 yaitu sebanyak Rp 2.320 atau sebesar 61,73%. Dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan yaitu sebanyak Rp. 3.289 atau sebesar 224,51% dibanding 2018.[4]

Berdasarkan urain latar belakang si atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **"Strategi pengembangan Produk Pembiayaan Pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Padang panjang"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Terjadinya kenaikan nasabah PT. BSM Kc Padang Panjang semenjak tahun 2015 sampai tahun 2019
2. Terjadinya penurunan jumlah pembiayaan pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang tahun 2016 – 2018

C. Batasan Masalah

[4] Wawancara dengan abang Niko Gemaiel, marketing BSM Kc Padang panjang, 7april 2020

Edit dengan WPS Office

Agar penelitian ini mempunyai arahan yang jelas serta tidak keluar jauh dari pokok permasalahan, maka diperlukan pembatasan masalah yang sedang diteliti. Penelitian ini dibatasi pada strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada PT Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan penelitian di atas, maka perumusan masalah yang dapat dikemukakan yaitu “Bagaimana strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang”.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada PT Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang.

F. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas, kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

   Dapat memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman baru bagi penulis dibidang pengembangan produk pembiayaan pensiun.

2. Bagi Pihak Bank Syariah Mandiri

Edit dengan WPS Office

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam strategi pengembangan produk serta memperhatikan potensi pada pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi tentang bagaimana pengembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri dan tambahan literatur untuk penelitian selanjutnya.

G. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap pemahaman judul di atas, maka penulis perlu menjelaskan istillah sebagai berikut:

Strategi : Merupakan rencana tindakan yang menjabarkan alokasi Sumber daya dan aktivitas untuk menanggapi lingkungan dan Membantu organisasi mencapai sasaran. [5]

Pengembangan Produk : Merupakan strategi untuk perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang modifikasi segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk

[5] Djoko Muljon, Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam,(Yogyakarta,Andi:2012), hal 15-16

Edit dengan WPS Office

meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat di wujudkan.[6]

Pembiayaan Pensiun : pembiayaan yang diberikan kepada pensiunan atau janda pensiun dalam rangka memberikan kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan para pensiun.

H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika yang terdiri dari beberapaa bab atau bagian yaitu sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

bab ini menjelaskan latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penjelasan judul dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

bab ini menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan

[6] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: Prenhallindo 2007), hal. 320

Edit dengan WPS Office

permasalan, kerangkan pemikiran teoritis.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, informan penelitian, obyek penelitian, jenis dan sumbert data, teknis analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang pokok dari penelitian. Dalam bab ini berfungsi untuk menjabarkan masalah yang diteliti agar pembaca dapat memahami isi dari masalah yang diteliti tersebut.

BAB V : Penutup

dalam bagian penutup akan disajikan kesimpulan serta saran untuk penelitian lebih lanjut.

BAB II
LANDASAN TEORI

1. Konsep Strategi

a. Pengertian strategi

Istillah strategi berasal dari kata yunani *strategeia (stratos*

Edit dengan WPS Office

= militer; ag = memimpin), yang artinya seni dan ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering dawarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin angkat perang agar dapat menang perang. Strategi adalah kerja besar bagi sebuah organisasi. Dalam situasi hudup atau mati, strategi merupakan tao dari kesinambungan hidup atau kepunahan. Pelajaran mengenai ini tidak boleh diabaikan. [7]

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapain visi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *strategi* adalah Ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebujaksanaan tertentu dalam perang maupun damai. Secara ekplesit, strategi adalah rencana tindakan yang nmenjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran. Intinya, strategi adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing.

Strategi tidak hanya digunakan dalam angkatan perang juga sudah dapat digunakan dalam kegiatan bisnis. Jenderal Karl Von Clausewits tahun 1831 dalam bukunya *"On War"* mengatakan

[7]H. Zulkarnain,MM. *Ilmu menjual pendekatan teoritis dan kecakapan menjual* (yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal74-75

Edit dengan WPS Office

bahwa bisnis adalah sebuah peperangan. Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversivikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidisi dan usaha patungan atau *join adventure*.

seperti strategi yang digunakan dalam bisnis ialah Strategi Besar (Grand Strategy), Strategi besar adalah recana umum yang berupa tindakan-tindakan besar yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran jangka panjang[8]. Strategi besar dibedakan dalam beberapa kategori, yaitu:

a) Pertumbuhan

Pertumbuhan (growth) dapat dilakukan secara internal meliputi pengembangn produk baru atau produk lama yang mengalami perubahan dan dilakukan secara eksternal dengan memperoleh tambahan divisi bisnis atau diservikasi yang artinya mengakuisisi bisnis yang terkait dengan lini produk saat itu.

b) Stabilitas

Stabilitas (stability) atau startegi diam, artinya organisasi ingin tetap berada pada ukuran yang sama atau

Edit dengan WPS Office

tumbuh perlahan dengan cara-cara yang masih dapat dikendalikan.

c) Pemangkasan

Pemangkasan (retrenchment) berarti organisasi terpaksa melalui periode terjadinya penurunan dengan menyusutan unit bisnis yang ada saat ini atau menjual atau melikuidasi keseluruhan unit bisnis.

d) Penggabungan

Penggabungan berarti organisasi harus melakukan penggabungan setelah memiliki banyak perusahan dengan badan hukum yang berbeda namun mempunyai kegiatan usahayang sama. Merger dilakukan untuk memuadahkan peran kontrol internal perusahaan.

b. Tingkatan Strategi

Terdapat 3 tingkatan strategi dalam organisasi, yaitu[9]

a. Strategi tingkat perusahaan

Strategi tingkat perusahaan (corporate strategy) ditetapkan oleh manajemen tertinggi di dalam organisasi dan mengarah pada bisnis yang akan dilakukan serta bagaimana sumber daya yang dialokasikan diantara bisnis tersebut. Strategi korporasi secara umum melibatkan tujuan jangka panjang yang berhubungan dengan organisasi secara

[9]Djoko Muljono. *Pintar strategi bisnis koperasi simpan pinjam* (yogyakarta:Andi,2012), hal 16-17

Edit dengan WPS Office

keseluruhan dan investasi keuangan secara langsung. Stratgei korporasi dirumuskan oleh manajemen puncak dan dirancang sedemikian rupa guna mencapai tujuan organisasi.

b. Strategi Tingkat Bisnis

Strategi tingkat bisnis (business strategy) ditetapkan oleh masing-masing unit bisniss strategi. Strategi bisnis biasa di formulasikan oleh manajer tingkat bisnis melalui negosiasi dengan manajer korporasi dan memusatkan pada bagaimana cara bersaing dalam dunia bisnis. Strategi bisnis melalui dan diperoleh serta didukung oleh strategi korporasi.

c. Strategi tingkat fungsional

Strategi tingkat fungsinal mempunyai lingkup yang lebih sempit dibandingkan strategi korporasi dan strategi bisnis. Strategi ini berhubungan dengan fungsi bisnis seperti fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi SDM, fungsi keuangan, fungsi riset, dan pengembangan. Strategi fungsional harus harus mengarah kepada strategi bisinis. Konsep mereka yang paling utama adalah bergantung kepada hasil jawaban bagaimana cara menerapkannya.

2. Pengembangan Produk

a. Pengertian produk baru

Setiap perusahaan harus mengembangkan ptoduk baru, pengembangan produk baru akan membentuk masa depan

Edit dengan WPS Office

perusahaan, produk baru harus diciptakan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Pelanggan selalu menginginkan adanya perubahan dari suatu produk, dengan demikian pengembangan produk merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan.

Pengertian produk baru menurut Booz, Allen & Hamilton terdapat 6 kategori, yaitu: [10]

1) *New to the world product*

   Produk baru bagi dunia: produk baru yang menciptakan suatu produk yang sama sekali baru.

2) *New product line*

   Lini product baru: produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kali.

3) *Additions to existing product lines*

   Tambahan pada lini produk yang sudah ada: produk-produk baru yang melengkapi suatu lini produk perusahaan yang telah mantap (ukuran kemasan, rasa dan lain-lain).

4) *Improvements and revisins of existing product*

[10] Fajar Laksana. Manajemen Pemasaran: pendekata praktis (yogyakarta: grah Ilmu,2008) hal57

Edit dengan WPS Office

Perbaikan dan revisi produk yang telah ada: produk baru yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang lebih hebat dan menggantikan product yang telah ada.

5) *Repositioning*

Penentuan kembali posisi: produk yang telah ada diarahkan kepada segmen atau pasar baru

6) *Cost reductions*

Pengurangan biaya: produk baru yang menyediakan kinerja serupa dengan harga yang lebih murah.

b. Proses Keputusan Pengembangan Produk

Tahapan-tahapan dalam proses pengembangan produk, yaitu [11]

1) *Idee Generation (memunculkan ide)*

Memunculkan ide baru tentang pengembangan produk. Ide baru ini harus dipertimbangkan apakah ide ini feasible atau layak untuk diproses, jika ide ini layak maka diteruskan tapi jika tidak maka dihentikan (drop).

2) *Idea Screening (penyaringan ide)*

Penyaringan ide, dari ide baru tersebut kemudian

[11] Fajar Laksana. Manajemen Pemasaran: pendekata praktis (yogyakarta: grah Ilmu,2008) hal58

Edit dengan WPS Office

disaring dengan menganilisis apakah ide tersebut sesuai dengan tujuan, strategi dan sumber daya perusahaan, jika sesuai dengan teruskan jika tidak sesuai maka hentikan.

3) *Concept Development Testing (pengembangan dan pengujian konsep)*

Pengembangan dan pengujian konsep. Selanjutnya ide tersebut di uji, apakah ide tersebut memiliki konsep yang baik untuk produk tersebut, sehingga konsumen akan terangsang untuk mencobanya. Jika ya teruskan jika tidak maka dihentikan ide tersebut.

4) *Marketing Strategy Development (pengembangan strategi pemasaran)*

Pengembangan strategi pemasaran, untuk melaksanakan ide pengembangan produk, apakah perusahaan dapat memperoleh strategi pemasaran yang efektif, jika ya teruskan jika tidak hentikan.

5) *Business Analysis (analisa bisnis)*

Apakah produk ini dapat menguntungkan, jika ya

Edit dengan WPS Office

teruskan dan jika tidak hentikan.

6) *Product Development (pengembangan produk)*

Apakah ide produk baru tersebut telah layak dikembangkan secara teknis dan komersial, jika ya teruskan, jika tidak hentikan.

7) *Market Testing (tes pasar)*

Tes pasar, apakah penjualan produk sejalan dengan harapan kita, jika ya teruskan dan jika tidak, apakah produk ini kita kembalikan ketahap pengembangan produk, maka jika ya teruskan kembali ketahap pengembangan produk, namun jika tetap tidak maka ide produk ini dihentikan.

8) *Commercialization (komersialisasi)*

Apakah penjualan produk memenuhi harapan perusahaan, jika ya teruskan dan buat rencana untuk masa depan, jika tidak, apakah kita perlu lakukan modifikasi produk atau program pemasaran, jika ya maka lakukan penjualan kembali dan jika tidak hentikan.

c. **Strategi pengembangan produk**

Edit dengan WPS Office

Untuk memenuhi permintaan yang semakin meningkat terhadap layanan perbankan seiring meningkatnya aset perbankan syariah, strategi baru telah dikembangkan dan diperkenalkan kepada industri perbankan syariah. Pasar perbankan secara umum diidentifikasi mengarah kepada permintaan terhadap layanan akan pinjaman cepat seperti kredit tanpa agunan dan kredit skala kecil (mikro). Hal yang sama terjadi pada perbankan syariah disebabkan target pasar yang sama dan adanya kecendrungan replikasi produk (*product mirroring*) perbankan syarian dari perbankan konvensional. Akan tetapi, produk semacam ini dapat menyebabkan peningkatan pembiayaan yang bersifat konsumtif.Oleh karena itu, diperlukan produk penyeimbang yang mendukung sektor produktif. Untuk itu diupayakan adanya dorongan bagi bank syariah agar menggunakan produk yang menghasilkan aset produktif. Selain itu, produk yang meningkatkan kebersamaan bank dan nasabah juga perlu dikaji dan dikembangkan, agar *core product* perbankan syariah yang merupakan *sharing economics* tetap dapat dipertahankan. Untuk keperluan tersebut, sebuah kajian mengenai produk bagi hasil, yaitu *musyarakah mutanaqisah* dan *mudharabah muqayyadah* dilaksanakan dengan melibatkan semua pihak, termasuk di dalamnya industri dan lembaga pendukung.

Agar memungkinkan percepatan pertumbuhan industri, produk-produk yang telah dipasarkan di negara lain kini tengah

Edit dengan WPS Office

dikaji untuk penerapannya di tanah air. Untuk itu sebuah Komite Kerja dibentuk yang melibatkan lembaga terkait seperti Dewan Syariah Nasional-MUI dan Ikatan Akuntan Indonesia. Komite ini membahas antara lain kemungkinan penerapan produk-produk tersebut di tanah air dan dapat mengeluarkan rekomendasi kepada lembaga terkait agar memperoleh penjelasan dari sisi syariah, akuntansi dan lainnya. Penciptaan produk baru lazimnya diiringi dengan teknik pemasaran yang baik dan tepat. Strategi pemasaran produk pada tahun 2010 diselenggarakan dengan melakukan aliansi strategis dengan media masa (radio, televisi dan media cetak) dan penyelenggaraan kegiatan (*event organizer*) berupa pameran (*expo*), agar produk tersebut dikenal luas dan langsung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas. Dalam *expo* tentu misalnya masyarakat dapat langsung mendaftar untuk kartu kredit syariah atau melakukan permohonan pembiayaan untuk pembelian produk syariah yang sedang dipamerkan. Melalui strategi ini bank syariah mencatat banyak keberhasilan, baik dalam peningkatan portofolio maupun pemasaran produk baru.

Fasilitator pelaksanaan *Working Group* (WG) pengembangan produk bersama Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Ikatan Kuntan Indonesia (IAI) antara lain berupa penyiapan materi dan pembahasan usulan rekomendasi terkait fatwa perbankan syariah, untuk kemudian disampaikan kepada Badan Pelaksana Harian DSN

Edit dengan WPS Office

untuk diproses lebih lanjut sampai dengan terbitnya fatwa jika diperlukan fatwa atau sebatas opini syariah DSN-MUI. Selanjutnya keputusan yang dikeluarkan DSN-MUI tersebut ditindaklanjuti oleh Bank Indonesia dengan penyusunan ketentuan perbankan syariah jika diperlukan serta standar akuntansinya oleh Dewan Standar Akuntansi Syariah IAI. Selain itu, mempersiapkan materi pembahasan dan Komite Perbankan Syariah (KPS), dimana KPS ini dibentuk sebagai salah satu amanah Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksudkan dalam rangka implementasi prinsip syariah berupa fatwa ke dalam Peraturan Bank Indonesia, serta diharapkan juga KPS ini dapat berperan serta dalam pengembangan perbankan syariah secara umum[12.]

3. Pembiayaan

a. Pengertian pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Pemilik dana percaya kepada penerima dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari

[12]Darsono dkk, *Perbankan Syariah di Indonesia : Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan ke Depan,* (Jakarta : Rajawali Pers,2007), hal 180

Edit dengan WPS Office

pemberi pembiayaann, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan.[13]

Menurut Undang-Undang perbankan No.10 tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka panjang waktu tertentu dengan imabalan atau bagi hasil. Di dalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan prinsip syariah. Aturan yang digunakan sesuai dengan hukum islam.

b. Landasan syariah

Landasan hukum tentang pembiayaan terdapat dalam alqur'an yakni:

۞وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم بَعۡضٗا فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي ٱؤۡتُمِنَ أَمَٰنَتَهُۥ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥۗ وَلَا تَكۡتُمُواْ ٱلشَّهَٰدَةَۚ وَمَن يَكۡتُمۡهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٞ قَلۡبُهُۥۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ عَلِيمٞ

Artinya : jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak

[13] Ismail, MBA., AK *perbankan syariah* (jakarta: prenamedia group,2011), hal105-106

Edit dengan WPS Office

secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada allah tuhannya: dan janganlah kamu (para saksi) meneymbunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.[14]

c. Jenis –Jenis pembiayaan

Pembiayaan bank syariah dibedakan menjadi beberapa jenis antara lain:[15]

1) Pembiayaan yang dilihat dari tujuan penggunaan.
2) Pembiayaan dilihat dari jangka waktu.
3) Pembiayaan dilihat dari sektor usaha.
4) Pembiayaan dilihat dari segi jaminan.
5) Pembiayaan dilihat dari jumlahnya.

d. Pembiayaan Pensiun

[14] Al-Qur'an, albaqarah ayat 283
[15] Ismail, MBA., AK *perbankan syariah* (jakarta: prenamedia group,2011), hal113

Edit dengan WPS Office

Pembiayaan pensiun adalah pembiayaan yang diberikan kepada pensiunan dalam rangka memberikan kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan untuk menjembatani kebutuhan para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan.

Akad yang digunakan dalam pembiayaan pensiun adalah murabahah dan ijarah. Akad Murabahah adalah jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan cicilan. Pada Perjanjian murabahah, bank membiayai pembelian barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabah dengan membali dari pemasok barang dan kemudian menjual kembali kepada nasabah dengan menambahkan suatu keuntungan. Akad Ijarah adalah akad memindahkan hak guna atas suatu barang dalam bentuk tertentu dengan pembayaran sewa (ujrah) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut.

4. Analisis SWOT

a. Analisis SWOT

SWOT singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness*

Edit dengan WPS Office

(Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threat* (Tantangan). Analisis SWOT berisi evaluasi faktor internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahannya dan faktor eksternal berupa peluang dan tantangan. Strategi yang dipilih harus sesuai dan cocok dengan kapabilitas internal perusahaan dengan situasi eksternalnya. Analisis SWOT hanya bermanfaat dilakukan apabila telah secara jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi, dan ke arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan organisasi/manajemen dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran-sasaran organisasi selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan dari para stakeholder.

Dalam praktik sering ditemui bahwa penggunaan Analisis SWOT sebagai alat perencanaan strategik tidak memberikan hasil yang diharapkan, yang disebabkan salah satu atau gabungan dari faktor-faktor sebagai berikut.

1) Visi, misi dan ukuran keberhasilan organisasi tidak ditetapkan secara jelas dan tegas atau tidak digunakan dalam mengidentifikasikan peluang dan ancaman yang

Edit dengan WPS Office

dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi.

2) Data dan informasi yang digunakan kurang lengkap, kurang spesifik dan kurang akurat, sehingga dalam perumusan faktor strategisnya tidak fokus.
3) Analisis lebih ditekankan kepada kecanggihan metode dan bukan kepada filosofi, kesungguhan dalam melakukan analisis serta kegunaan hasil SWOT itu sendiri.
4) Terlalu beragamnya pendekatan analisis yang dikenal dan ditawarkan, tetapi relatif sedikitnya referensi dan bahan bacaan yang komprehensif dan studi kasus yang ada yang menyebabkan model dan pendekatan yang digunakan sering kurang sesuai dengan karakter organisasi yang bersangkutan.
5) Pemberian bobot dan peringkat diatur sedemikian rupa untuk menempatkan perusahaan pada posisi yang diinginkan atau tidak digunakan dengan semestinya. Karena itu tidak jarang terjadi, sekalipun Analisis SWOT menempatkan perusahaan pada kuadran yang menghendaki perusahaan memilih strategi konsolidasi, tetapi dari sasaran-sasaran dan program yang ditetapkan perusahaan justru mencerminkan strategi ekspansi.

Edit dengan WPS Office

b. Langkah-langkah Analisis SWOT

1) Persiapan: Menyamakan Pemahaman (Persepsi)

a) Perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi melalui penelaahan terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya organisasi dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistic dalam mewujudkan misi dan visinya.

b) Mengumpulkan jenis dan kualitas data dan informasi yang internal dan eksternal yang diperlukan.

c) Menyamakan Langkang-Langkah (Prosedur) dalam melakukan analisis eksternal dan internal.

Metode Pendekatan: Pemaparan, Diskusi dan latihan, Pengumpulan data dan informasi, Brainstorming dan analisis.

2) Mengidentifikasi Internal Factor dan Eksternal Factor

Sebelum melakukan analisis terhadap lingkungan usaha (faktor-faktor eksternal) dan kondisi sumber daya (faktor-faktor internal) perlu diperhatikan sifat telaah faktor eksternal dan internal.

Edit dengan WPS Office

Eksternal Factor	*Internal Factor*
a) Mengembangkan daftar peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang perlu dihindarkan b) Tidak bertujuan mengembangkan daftar panjang dan lengkap semua faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pencapaian misi dan visi c) Mengenali faktor-faktor kunci saja dan menawarkan respon yang mungkin dilakukan	a) Semua organisasi mempunyai kekuatan dan kelemahan, tidak satupun yang kuat atau lemah di segala bidang b) Tidak mungkin melakukan peninjauan semua bidang fungsional organisasi (pemasaran, keuangan, akunting, manajemen, system akuntansi kompuer, produksi dan operasi) dan

Edit dengan WPS Office

	sub-bidang secara mendalam c) Mengenali faktor-faktor kunci saja dan menawarkan respon yang mungkin dilakukan[16]

c. Faktor-Faktor Dalam Analisis SWOT

1) Faktor Kekuatan

Faktor kekuatan yang dmiliki oleh suatu perusahaan adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran karena satuan bisnis memiliki sumber, keterampilan produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akann dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Bidang -bidang keunggulan itu antara lain ialah kekuatan pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan

[16] Syafrizal Helmi Situmorang, *Bisnis: Perencanaan dan Pengembangan,* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), hal. 237

Edit dengan WPS Office

dipasar, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan para berbagai pihak yang berkepentingan.[17]

2) Faktor Kelemahan

Faktor kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dalam hal kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

3) Faktor Peluang

Peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

4) Faktor Ancaman

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.

d. Kaitan product life cycle dengan boston consulting group (BCG)

Product life cycle adalah siklus hidup dimana suatu konsep penting yang memberikan pemahaman tentang dinamika kompetitif suatu produk. Siklus hidup produk ini yaitu suatu grafik yang menggambarkan riwayat produk sejak diperkenalkan ke pasar sampai sampai dengan ditarik

[17]Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik,* (Jakarta: PrenaMedia Group, 2014), hal. 15.

Edit dengan WPS Office

dari pasar. Boston consulting group (BCG) berkaitan erat dengan siklus hidup produk (product life cycle) karena Boston Consulting Group (BCG) sebagai penentu kebijakan setiap unit produk dan bisnis.

5. Kajian terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan atau berkaitan dengan judul penelitian yang penulis angkat sebagai objek penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut:

Penelitian dari Ani Yunita dengan judul "Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah di Indonesia". Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan produk pembiayan *murabah* pada bank syariah ialah komunikasi eksternal baik dalam rangka edukasi prinsip syariah maupun produk-produk yang ditawarkan, menciptakan efisiensi melalui inovasi produk dan inovasi proses, dan mengembangkan budaya syariah sebagai salah satu usaha menuju *goodcorporate governance.*[18]

Penelitian dari Ryan Kurniawan yang berjudul "strategi damn Proses pengembangan produk : Studi kasus industri kreatif di wilayah jawa barat" hasil penelitian dapat disimpulkan dalam menerapkan

18

Edit dengan WPS Office

strategi pengembangan produk baru, perusahaan bersifat responsif terhadap pasar. keinginan dan perubahan pasar merupakan pemicu utama dalam menentukan arah produk baru yang dikembangkan. industri manufaktur di indonesia ditandai dengan tingkat peluncuran produk yang rendah. 53% dari perusahaan menyatakan hanya memiliki kurang dari 4 produk baru setiap tahunya, dengan fokus poduk derivatif dan bukan radikal (breakthrough).

penelitian dari Dina Maisyaroh dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengajukan Pembiayaan Pensiun di PT.Bank Syariah Mandiri Area Pekanbaru” hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji parsial, faktor yang paling dominan yaitu faktor psikologi terhadap keputusan nasabah mengajukan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Area Pakanbaru. Dari uji simultan dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah mengajukan nasabah di Bank Syariah Mandiri Area Pakanbaru. Dari analisis korelasi anatar variabel bebas (kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis dan bauran pemasaran) dengan variabel terikat (keputusan nasabah) memiliki hubungan yang cukup kuat. Disarankan kepada perusahaan untuk memberikan pelayanan yang bagus kepada nasabah, seperti karyawan terampil, ramah dalam menghadapi nasabah, bertanggung jawab dalam melayani nasabah

Edit dengan WPS Office

ketika bertransaksi, sehingga ketertarikan nasabah dalam mengajukan pembiayaan pensiun semakin bertambah.[19]

Penelitian dari Meyrina Ferdiana Putri dengan judul "Implementasi Akad Murabahah Terhadap Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Bukopin KC Surabaya" hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan khusus diberikan kepada para pensiun. pensiun yang dimaksud adalah penerima manfaat pensiun yang berasal dari Aparatur Sipil Negara Pusat, Aparatur Sipil Negara Daerah, TNI-POLRI yang telah memiliki SK pensiun. prinsip syariah yang ditetapkan pada produk pensiun ini ini adalah prinsip jual beli *murabahah*. pada penerapan akad *Murabahah* dalam produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Bukopin KC Surabaya telah sesuai dengan ketentuan penerapan akad *murabahah* dari fatwa DSN MUI NO: 04/DN-MUI/IV/2000 tentang ketentuan umum pembiayaan *murabahah*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah kebenaran inter subjektif. Kebenaran inter subjektif adalah kebenaran yang dibangun dari jalinan berbagai

[19]Dina Maisyaroh, *fakto-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menagujakan pembiayaan pemsiun di PT. Bank Syariah Mandiri Area Pekanbaru,* jurnal tabarru". vol.2. No. 1 (2019)

Edit dengan WPS Office

faktor yang bekerja bersama- sama. Kebenaran dan fakta tergantung dari interpretasi orang yang melihat dan mengalaminya. Oleh karena itu, kebenaran akan selelu bersifat jamak, tidak objektif tapi subjektif.[20]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang peneliti lakukan berada diwilayah padang panjang di Bank Syariah Mandiri yang beralamat Jl Soekarno Hatta No. 5C-5D, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat. penulis memilih lokasi ini karena lokasi dekat dengan tempat tinggal dan peningkatan nasabah setiap tahun meningkat. penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal 10 maret 2020 sampai selesai.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data iformasi yang bermakna yang dapat berupa tulisan, suara, gambar, angka dan kombinasinya. Dalam penelitian kuantitatif yang merupaka bentuk data dalam kuantitas atau angka maka, data riset dibagi menjadi dua yaitu sumber data prumer dan sumber data sekunder:

1. Sumber data primer

[20]Anis Fuad, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014) hal.2

Edit dengan WPS Office

Data primer adalah data yang diperoleh lansung dan subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk pertanyaan-pertanyaan penelitian berupa wawancara peneliti dengan atau staf pihak BSM kota Padang Panjang.

2. Sumber data sekunder

Data yang diperoleh dari berbagai literatur dan referensi lain seperti buku, najalah, makalah dan artikel yang mengandung informasi berkaitan dengan masalah yang dibahas, dihimpun dari berbagai tempat mulai dari perpustakaan hingga situs internet.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Narasumber dalam penelitian ini adalah marketing / junior consumer banking relation manager, di Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Panjang

E. Teknik Pengumpulan Data

Edit dengan WPS Office

1. **Wawancara**

metode wawancara juga biasa disebut dengan interview. metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan reponden atau orang yang diwawancara. berkaitan dengan penelitian ini, penulis mewawancara kepadamarketing pembiayaan PT. Bank Syariah Mandiri KC padang panjang untuk mendapatkan informasi.

2. **Observasi**

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengimpun data penelitian yang didapat dari hasil pengamatan peneliti. jenis-jenis informasi tentu dapat diperoleh melalui pengamatan langsung oleh peneliti.

3. **Dokumentasi**

dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data jumlah nasabah dan pembiayaan pensiun yang di salurkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang

F. Teknik Analisis Data

Ada dua model dan teknis analisis dalam penelitian ini,

Edit dengan WPS Office

yaitu:

1. **Analisis deskriptif kuanlitatif**

   Berdasarkan inti penyusunan metode penelitian, dan teknik penelitian maka dalam melaksanakan penganalisaan penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan salah satu metode analisis yang bersifat deskriptif kuanlitatif.

2. **Analisis SWOT**

   Analisis SWOT adalah identifiksi berbagai faktor secara simetris untuk merumuskan strategi perusahaan.[21]Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunies*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*treats*). Proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan. Model dalam tahap pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari dua yaitu matriks faktor strategi ekstrnal dan matriks faktor strategi internal. Model yang digunakan dalam tahap analisis yaitumatriks Tows atau SWOT.

[21] Fredy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia, 2001), hal.20

Edit dengan WPS Office

3. Internal Faktor Evalution (IFE) dan Ekstenal Faktor Evaliation (EFE)

1) Internal Faktor Evalution (IFE)

Mengevaluasi faktor-faktor yang berada dilingkungan internal organisasi yaitu beberapa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

2) Eksternal faktor evaluation (EFE)

Mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh pada objek penelitian yang berada di luar organisasi.

Pemberian bobot digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal perusahaan yang penting, cukup penting, dan sangat penting. Pembierian bobot di ururtkan menjadi 0,01 (sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang) 0,15 (tinggi) sedangkan rating atau peringkat digunakan untuk menilai sejauh mana faktor internal dan eksternal penting atau tidak penting dikembangkan. Pemberian rating diurutkan dari 1 sampai 4 dimana 1 (tidak penting), 2 (cukup penting), 3 (penting), dan 4 (sangat penting).

Setelah faktor internal dan eksternal diberi nilai berdasarkan bobot ratingnya, maka nilai dikalikan sehingga diperoleh angka hasil perkalian yang kemudian dijumlahkan berdasarkan faktor internal dan eksternal. Setelah semua nilai dijumlahkan maka dipilih strategi yang memiliki nilai

Edit dengan WPS Office

besar.

tabel 3.1

Bobot score ekternal

Faktor strategi Ekternal	Skala prioritas (SP)	Konstanta (K)	SP X K	Bobot
Peluang • • •				

Edit dengan WPS Office

Total				
Ancaman • • •				
Total				

Sumber : Data diolah Sendiri

tabel 3.2

Bobot score internal

Faktor strategi Internal	Skala prioritas (SP)	Konstanta (K)	SP X K	Bobot

Edit dengan WPS Office

Kekuatan • • •				
Total				
Kelemahan • • •				
Total				

Sumber : Data diolah Sendiri

4. Matriks SWOT

Salah satu model analisis SWOT yang merupakan rangkuman dari beberapa model adalah sebagai berikut:

Edit dengan WPS Office

Faktor Eksternal / Faktor Internal	Opportunitues (S)	Threats (W)
Strengths (O)	Comparative Adventage (S.O)	Mobilization (W.O)
Weaknesses (T)	Investment Divestment (W.O)	Demage Control (W.T)

Diagram di atas menampilkan matrik 6 kotak, dua yang paling di atas adalah kotak faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman/ tantangan, sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah kotak faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan organisasi. Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategic yang timbul sebagai hasil kontak antara faktor-faktor eksternal dan faktor-faktor internal.

1) *Comparative Adventage* (Keunggulan Komparatif)

Edit dengan WPS Office

Adalah apabila para pengambil keputusan telah melihat peluang yang tersedia dan ternyata juga memilikiposisi internal yang kuat, dua elemen strategik yang paling baik bertemu sehingga para eksekutif tidak boleh membiarkannya hilang, tetapi sebaliknya harus memperkuatnya dengan berbagai perencanaan yang mampu mendukungnya lebih cepat, namunharus senantiasa waspada terhadap perubahan yang tidak menentu dalam lingkungan.

2) *Mobilization*

Adalah interaksi dan pertemuan ntara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi oleh para pengambil keputusan dengan kekuatan organisasi.Disini para eksekutif hendaknya berusaha memobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kalau mungkin dapat mengubahnya sebagai peluang.

3) *Investment Divestment*

Adanya yang memberi pilihan bagi para eksekutif karena situasinya kabur.Peluang yang tersedia sangat meyakinkan, tetapi tidak ada kemampuan organisasi untuk menggarapnya dan memberikan reaksi positif.Kalau dipaksakan, bias memakan biaya terlalu besar sehingga

Edit dengan WPS Office

merugikan organisasi.

4) *Demage Control*

Adalah kotak paling lemah dari semua sel karena membawa bencana bagi organisasi, paling tidak merugikan program-programnya.Sudah terancam dari luar, lalu dihadapkan pada sumber daya yang sangat lemah.Strategi yang harus ditempuh ialah mengendalikan kerugian yang diderita sehingga tidak separah yang diperkirakan.

Edit dengan WPS Office

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1) Gambaran Umum PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah paska krisi ekonomi dan moneter pada 1998/1999. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak juli 1997, yang disusul dengan krisis multi- dimensi termasuk dipanggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negativeyang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi bank-bank konvensional mengalami krisis yang luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merkapitalisasi sebagian bank -bank di indonesia. Lahirnya undang-undang No. 10 tahun 1998, tentang atas undang-undang No.7 tahun 1992 tentang perbankan, pada bulan november 1998 telah memberi peluang yang sangat baik

Edit dengan WPS Office

bagi tumbuhnya bank-bank syariah di indonesia.

Undang-undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah. Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dangang Negara dan PT. Mahkota Prestasi juga berdampak krisis. BSP berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. pada saat bersaman pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dengan Negara, Bank Bumi Daya, Bank Eksim dan Bapindo) menjadi satu bank baru dengan nama PT. Bank Mandiri (persero) pada tanggal 31 juli 1999, rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi Bank Syariah (dengan nama Bank Syariah Mandiri). kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (persero) tbk sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsilidasiserta membentuk tim pengembangan perbankan syariah. pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Edit dengan WPS Office

Tim pengembangan Bank syariah memandang bahwa memberlakukan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversiPT. Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenannya, Tim pengembangan perbankan syariah segera mempersipakan sistem dan impra strukturnya sehinga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengn nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagai nama tercantum dalam akta notaris: sutjipto, SH, No 23 tanggal 8 september 1999. perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1/KAP/KEP.BGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 novembel 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebgai bank yang mampu memadukan idealism e usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnnya. Haromini antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya diperbankan indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun indonesia yang lebih baik.

Edit dengan WPS Office

Sama halnya pada saat kantor kas Bank Syariah Mandiri yang terletak di Jl. soekarno Hatta di padang panjangpada hari jumat 9 agustus dengan anggapan untuk mendukun pemberdayaan dan potensi perekonomian daerah Bank Syariah Mandiri (BSM) dengan pandangan pemerintah daerah dan semua kalangan adalah mita dengan tanpa membedakan suku, agama dan semua golongan dengan semangat rahamtullah lil'alamin. engan potensi yang dimiliki kota padang panjang seperti pada sector agribisnis, industri kerajinan dan perdagangan sangat digarab potensial dengan pola syariah dan nilai religius yang sangat kuat dimiliki oleh masyarakat kota dengan julukan serambi mekkah, hal inilah yang menjadi acuan sejalan dari visi dan misi Bank Syariah Mandiri untuk menjadi bank syariah yang terpercaya dalam rangka mewujudkan pertumbuhan dan mengutamakan penghimpunann dana consumer dan penyaluran pembiayaan pada sekmen UMKM sehingga bank syariah Mandiri merasa optimis untuk meningkatkan layanan dan memperluas layanan koperasi dikota padang panjang.

2) **Visi dan misi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang**

adapun visi dan misi PT. Bank Syariah Mandiri adalah:

1. Visi

"Bank Syariah Terdepan dan Modren"

Edit dengan WPS Office

Bank syariah terdepan yaitu menjadi bank syariah yang selalu unggul diantara pelaku industri perbankan syariah di indonesia pada segmen *consumer, micro*, SME, *commercial,* dan *corporate.* Bank syariah modren menjadi Bank Syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampui harapan nasabah.

untuk nasabah, BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan. untuk pegawai, BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional. untuk investor, institusi keuanagan syariah indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

2. Misi

   a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri berkesinambungan.

   b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

   c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penayaluran pembiayan pada segmen ritel.

Edit dengan WPS Office

d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.

e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.

f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. [22]

3) Moto, Slogan dan tagline PT. Bank Syariah Mandiri KC. Padang Panjang.

Gambar 1.1

"TERDEPAN, MODERN, MENETRAMKAN"

Moto, Slogan dan tagline, merupakan suatu pernyataan semangat atau keinginan yang dapat mendorong setiap individu untuk berbuat sesuai dengan moto/slogan yang dimaksud

5 Perilaku ETHIC:

1. Perilaku Excellence
   a. Antusias, visioner, perbaikan terus-menerus, bermental juara
   b. Disiplin, fokus dan berorientasi pada hasil
2. Perilaku teamwork
   a. Berperan aktif dan saling mendukung untuk kontribusi positif

[22] www.mandirisyariah.co.id

Edit dengan WPS Office

b. Membangun koordinasi dan komunikasi yang aktif

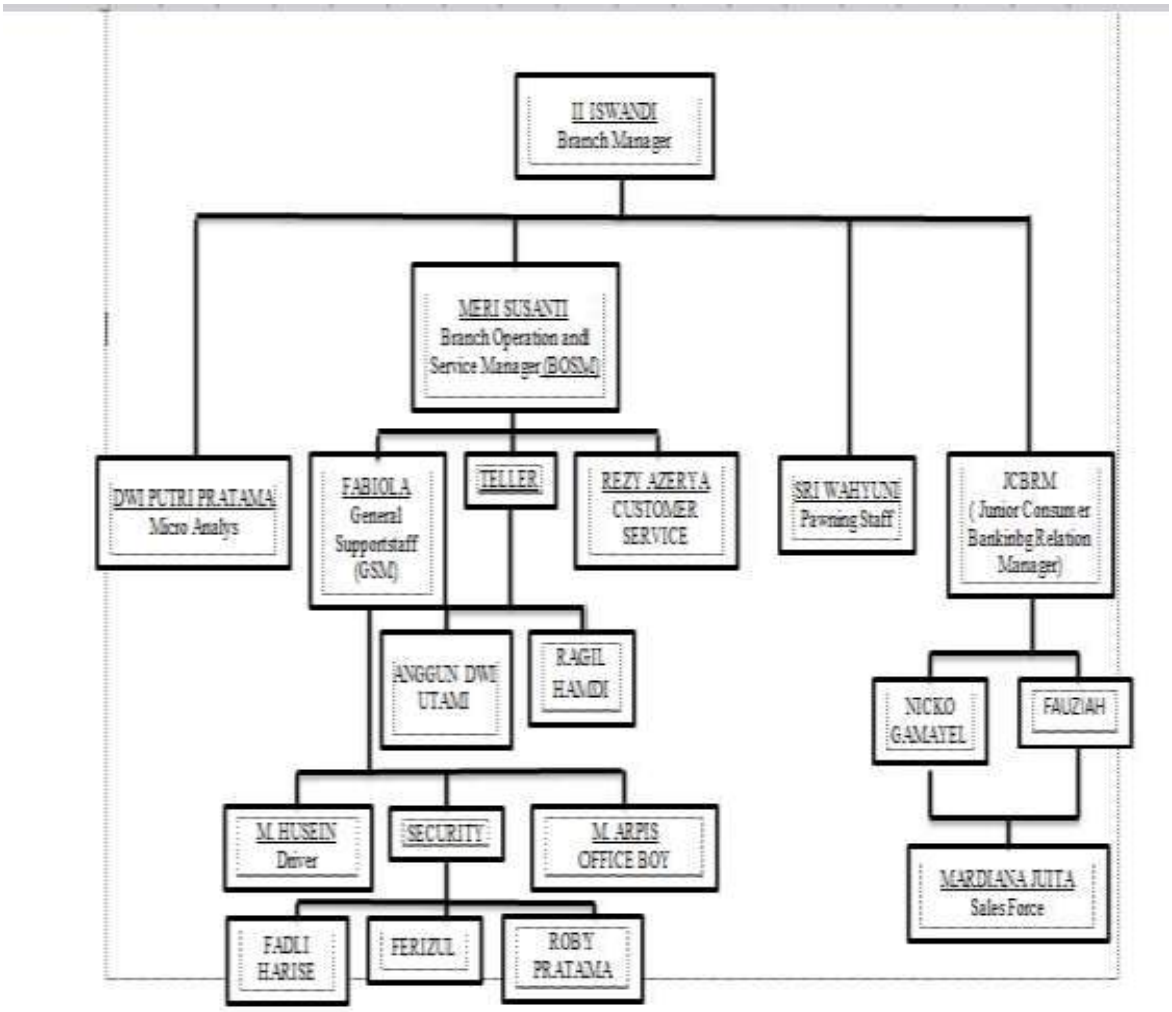
3. Perilaku Humanty
   a. Menjadikan kerja sebgaai ibadah
   b. memberikan manfaat kepada Bank Syariah Mandiri, masyarakatdan lingkungan
4. Perilaku Integrity
   a. Berpikir, berkata, bertindak dengan benar dan terpuji
   b. Bersungguh-sungguh melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai ketentuan dan kepatutan
5. Perilaku *customer focus*
   a. Produktif untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan
   b. Inovasi berkelanjutan untuk memberikan solusi melebihi harapan pelanggan[23]

4) Struktur organisasi, deskripsi tugas dan tanggung jawab

[23] Perilaku ETHIC PT. Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang 2018

Edit dengan WPS Office

1. struktur organisasi



2. Tugas pokok fungsi

a. Tugas Kepala Cabang (*Branch manager*)

1) Mengelola secara optimal sumber daya cabang agar dapat mendukung kelancaran operasi cabang

2) Mengkoordinir Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) tahunan cabang

3) Menetapkan dan melaksanakan strategi pemasaran produk

Edit dengan WPS Office

bank guna mencapai tingkat volume atau sasaran yang telah ditetapkan baik produk pendanaan maupun jasa-jasa

4) Memastikan realisasi target operasional cabang serta menetapkan upaya-upaya pencapaiannya
5) Melakukan kegiatan penghimpuanan dana, pemasaran, pembiayaan, pemasaran jasa-jasa dan mencapai target yang telah ditetapkan.[24]
6) Melakukan review terhadap ketajaman dan kedalaman analisis pembiayaan guna antisipasi resiko
7) Mengimplementasi corporat culture Bank Syariah Mandiri seluruh cabang.

b. Tugas Manger Marketing (Marketing Manager)

1) Mengelola secara optimal sumber daya agar dapat mendukung kelancaran operasional cabang.
2) Membuat rencana tahunan bidang pemasaran agar dapat mendukung kelancaran operasional cabang.
3) Mereview syarat dan persyaratan dalam surat penegasan Persetujuan Pembiayaan (SP3) telah sesuai dengan yang diputuskan komite pembiayaan cabang atau kantor pusat.
4) melaksakan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh kantor cabang.

[24] Buku Agenda PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang 2019

Edit dengan WPS Office

c. Tugas manager operasional (*service manager*)

1) Mengelola secara optimal sumber daya bidang operasional agar dapat mendukung kelancaran operasional cabang.
2) Membuat rencana dan sasaran kerja tahunan cabang dibidang operasi.
3) Melakukan pengecekan pemenuhan syarat dan persyaratan pembiayaan berdasarkan surat penegasan persetujuan pembiayaan (SP3) dan akad pembiayaan.
4) melakukan tugas lain yang diberikan oleh kepala cabang.

d. Tugas Retail Banking Officer (RBO)

1) memastikan tersedianya data calon nasabah.
2) memastikan terlaksananya program marketting dan pengelolaan nasabah yang ditetapkan oleh kantor pusat.
3) memastikan tingkat kesehatan nasabah sesuai ketentuan yang berlaku.
4) memastikan tercapainya tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan Bank Syariah Mandiri sesuai Standar yang ditetapkan.

e. Tugas sales Asisstant (AS)

1) Memastikan kelengkapan dokumen nasabah sebagai bahan pembuatan Nota Analisa Pemniayaan (NAP)
2) Memastikan tersedianya Nota Analisa Pembiayaan (NAP)
3) Memastikan kelengkapan persyaratan penandatanganan akad dan pencairan pembiayaan nasabah.

Edit dengan WPS Office

4) Memastikan dokumentasi *current file* sesuai ketentuan yang berlaku.
5) memastikan tersediannya surat peringatan pembayaran kewajiban nasabah.
6) Memastikan tersedianya SP3 atau surat penolakan atas permohonan pem
7) biayaan nasabah yang ditolak
8) Memastikan tersedianya laporan portofolio nasabah.
9) Memastikan tersediannya laporan pencapain target MM, BBO, RBO dan PBO.

f. Tugas Priority Banking Officer (PBO)
1) Memberikan pelayanan prima (*service excellent*) dalam setiap interaksi dengan mudah
2) meningkatkan portofolio nasabah.
3) melakukan *sattlement* astas transaksi nasabah ke unit kerja terkait.
4) Menindak lanjuti dan menuntaskan permohonan dan keluhan nasabah.

g. Tugas Kantor Gadai (*officer* Gadai)
1) Memasukkan data nasabah, barang jaminan, taksiran dan uang pinjaman kedalam komputer.
2) Memberikan nomor pada Surat Bukti Gadai Emas BSM sesuai dengan nomor yang diterbitkan komputer.

Edit dengan WPS Office

3) Memasukkan data bukti gadai ke kas debet dan kredit

h. Tugas *back Office* (BO)

1) Melaksanakan pemeriksaan ulang atas semua transaksi transfer keluar atau masuk maupun nota debit keluar atau masuk setiap hari.

2) memeriksa kebenaran atas kecocokan antara fisik bangko nota kredit atau nota debit.

i. Tugas bagian administrasi

1) Mencairkan pembiayaan costumer, rahn, haji.

2) Pengecekan BI-Checking.

3) Pemindah bukuan dari rekening ke rekining

4) Pengarsipan dokumen legal pembiayaan.

5) Monitoring nasabah tunggakan

j. SDI (Sumber Daya Insani)

1) Menatausahakan absensi harian pegawai (pagi dan sore hari)

2) Menatausahakan membayar uang lembur pegawai.

3) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan.

k. Tugas Customer Service (CS)

1) Sebagai *receptionis* atau sebagai penerima tamu yang datang ke bank.

2) Sebagai deskman atau melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasbah

3) sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus

Edit dengan WPS Office

sebagai pelaksana *cross selling.*

4) sebagai costumer relation officer atau orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah agar tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi nasabah.
5) sebagai komunikator atau sebagai atau sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

l. Tugas Teller

1) Mengambil atau menyimpan uang tunai dari atau kedalam berangkas kas atau *teller*.
2) Melaksanakan pengawasan branka.
3) pada saat awal hari akhir mengambil atau menyimpan box *teller,* pada awal atau akhir membuka atau menutup brangkas *teller.*
4) Melayani penyetoran tunai maupun non-tunai dengan benar dan cepat.
5) Membuka mutasi kas secara benar melalui terminalnnya.

m. Tugas *security*

1) Memastikan 30 menit sebelum jam pelayanan dimulai kondisi dibanking home sudah siap.
2) Stand by di posisi.
3) Membuka pintu, menyambut nasabah dengan ramah dan

Edit dengan WPS Office

antusias.

4) Mengucapkan salam, kritik dan ditawarkan bantuan.
5) posisi berdiri tegap tidak bersandar pada dinding.
6) Mengarahkan dan mengantarkan nasabah ketempat yang dituju.
7) Mengucapkan salam dan terima kasih saat nasabah keluar.

E. Produk-produk dan Jasa PT. Babnk Syariah Mandiri KC. Padang Panjang

produk-produk Bank Syariah Mandiri terbagi menjadi produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk layanan jasa lainnya, yaitu sebagai berikut:

1. Produk penghimpunan dana

   Mengutamakan dana pada Bank Syariah Mandiri bukan hanya sekedar menyimpan atau menitipkan dana. Dana yang dihimpun oleh Bank Syariah Mandiri akan dikelola secara optimal dan akan disalurkan untuk pembiayaan berbgai macam usaha yang halal dan produktif bagi masyarakat, sehingga bagi hasil yang diperoleh nasabah akan lebih terjamin kehalalannya. Produk penghimpunan terdiri dari:

   a. Tabungan

      1) Tabungan BSM

         Tabungan BSM adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan penyetorannya dapat dilakkan

Edit dengan WPS Office

setiap saat selama jam buka kas di counter BSM atau melalui ATM, manfaatnya yaitu aman dan terjamin, kemudahan bertaransaksi diseluruh outlet BSM, kemudahan bertransakasi dimanapun kapanpun menggunakan layanan *e -banking* BSM, kemudahan dalam menyalurkan zakat, infak dan sedekah. Fitur yang diberikan adalah berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudahrabah mtlaqah, bagi hasil yang kompetitis, online diseluruh outlet BSM, Failitas e-banking, yaitu bsm mobile banking dan bsm net banking, fasilitas bsm card yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit dan kartu potongan harga di merchant yang telah bekerja sama dengan BSM akad Mudaharabah Mutlaqah adalah akad antara pihak pemilik modal (shahibul mal) dengan pengelola (mudharib) untuk memperoleh keuntungan, yang demikian akan dibagikan sesuai nisbah yang di sepakati.[25]

2) Tabungan Investa Cendekia

Produk tabungan investasi berjangka yang dibuat khusus untuk membantu perencanaan kebutuhan dana pendidikan putra-putri anda. Manfaat yang diberikan yaitu rasa aman dan nyaman karena adanya jaminan pasti untuk memperoleh pendidikan yang baik dimasa yang akan datang, pembukaan rekening TIC ini ialah semua berusia 17 tahun

[25] Buku Agenda PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang 2019

Edit dengan WPS Office

sampai 55 tahun bisa membuka rekening TIC ini dan yang ingin memperoleh jaminan kepastian pendidikan bagi putra-putrinya dimasa yang akan datang. jangka waktu TIC ini minimal 1 tahun dan maksimal 20 tahun.

3) Tabungan Dollah BSM

Tabungan Dollah BSM adalah tabungan dalam mata uang dollar (USD) yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai dengan ketentuan BSM. Fitur-fitur dan biaya yang diberikan ialah berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah,* akad *wadi'ah yad dhamanah* adalah akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan dapat mempergunakan barang/uang yang dititipkan dan ketika sang penitip meminta kembali barang/uang yang dititipkan maka harus dalam keadaan utuh. Dalam akad ini sesuai dengan kebijaksanaan, pihak yang dititipi dapat memberikan bonus kepada sang penitip barang/uang dengan tidak diperjanjikan dalam akad sebelumnya. Setoran awal minimum USD 100, dengan saldo minimum USD 100, biaya administrasi maksimum yang diberikan adalah USD 0,5 dan dapat mengurangi saldo minimal biaya tutup rekening USD 5.

4) Tabungan Mabrur BSM

Tabungan Mabrur BSM adalah tabungan dalam mata

Edit dengan WPS Office

uang rupiah yang bisa membantu pelaksanaan haji dan umrah dengan mudah. fitur-fitur yang diberikan antaranya adalah sudah berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad *Mudharabah mutlaqah. Mudharabah Mutlaqah* adalah akad anata pihak pemilik modal (*shahibul maal*) dengan pengelola (*mudharib*) untuk memperoleh keuntungan yang kemudian akan dibagikan sesuai nisbah yang disepakati. Dalam hal ini pengelola (bank) diberikan kuasa penuh untuk mengelola modal atau menentukan arah investasi sasuai syariah. Pihak bank berhak mengelola dana nasabah yang disimpan. Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi. Manfaat yang diberikan pada produk ini adalah aman dan terjamin serta tersedia via *online* dengan SISKOHAT kementrian Agama untuk kemudahan pendaftaran haji.

5) Tabungan Simpatik BSM

Tabungan Simpatik BSM adalah tabungan berdasarkan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat – syarat yang disepakati. Fitur dan biaya diantaranya berdasarkan prinsip syariah dengan akd wadi'ah (titipan). akad wadiah adalah berdasarkan prinsip titipan dengan bank sebagai pengelola barang/uang yang dititipkan dari nasabah dan akan

Edit dengan WPS Office

dikembalikan lagi ke nasabah berdasarkan jangka waktu yang telah ditetapkan. Manfaatnya diantara lain aman dan terjamin, online diseluruh outlet BSM, bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM, fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit dan kartu potongan harga di *merchent* yang telah bekerja sama dengan BSM, failitas e-banking yaitu BSM Mobile Banking dan BSM Net Banking, penyaluran Zakat, infak dan sedekah.

b. Deposito

Deposito BSM adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah* untuk perorangan dan non perorangan. *Mudharabah mutlqah* adalah akad anata pihak pemilik modal (shahibul maal) dengan pengelola (mudharib) untuk memperoleh keuntungan yang kemudian akan dibagikan sesuai nisbah yang disepakati. Dalam hal ini pengelola (bank) diberikan kuasa penuh untuk mengelola modal atau menentukan arah investasi sesuai syariah.

Manfaat yang diberikan adalah dana aman dan terjamin, pengelola dana secara syariah, bagi hasil yang kompetitif, dapat dijadikan jaminan pembiayaan, fasilitas Automatic Roll Over (ARO).

c. Giro

Edit dengan WPS Office

Tabungan Giro BSM adalah sarana penimbunan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah. Fitur dan biaya yang ditawarkan adalah berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yad dhamanah. Kemudian transaksi dengan menggunakan cek/bilyet giro, fasilitas intercity clearing untuk kecepatan pembayaran inkaso (kliring atar wilayah), fasilitas BSM Card sebagai kartu ATM sekaligus debet (untuk perorangan), fasilitas pengiriman account statement setiap awal bulan, bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakn BSM.[26]

2. Produk Penyaluran BSM

Jenis jasa kredit atau penyaluran dana oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) kepada masyarakat antara lainnya:

a. Pembiayaan implan

pembiayaan implan adalah pembiayaan consumer dalam mata rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). BSM implan dapat belum berpengalaman mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan

[26] *Buku Agenda PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang 2019*

Edit dengan WPS Office

perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas. peruntukan pembiayaan ini adalah untuk pembelian barang konsumen dan untuk pembelian/memperoleh manfaat atau jasa (contoh untuk biaya dana pendidikan). Manfaat yang diberikan adalah bagi perusahaan merupakan salah satu bentuk penghargaan kepada karyawan, *outsourcing*s sumber dana dan administrasi pinjaman, bagi karyawan mendapatkan kesempatan dan kemudahan memperoleh kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan.

b. Pembiayaan Pensiun

pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayan consumer (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adlah akad mudharabah dan ijarah. Akad mudharabah adalah akad berdasarkan prinsipbagi hasil dimana bank sebagai pemberi modal (shahibul maal) dan nasabah bertindak sebagai mudharib pengelola dari modal yang telah diberikan oleh bank. Kriteria nasabah antara lain cakap hukum, pensiuanan pegawai negeri

Edit dengan WPS Office

sipil pusat/daerah, TNI, POLRI, pensiunan pegawai BUMN/swasta/asing yang memperoleh penghasilan pensiun (pensiun bulanan), pada saat jatuh tempo pembiayaan, usia nasabah maksimal 70 tahun, bersedia memindahkan pensiun bulanannya melalui BSM.

c. Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayan jangka pendek, menengah atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (consumer), maupun bekas, dilingkungan developer dengan system *murabahah*. Akad murabahah adalah akad jual beli antara bank dan nasbah, dimana bank membeli barangyang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang telah disepakati.

d. Pembiayaan Oto BSM

PembiayaanOto BSM adalah pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor baik baru maupun bekas dengan sistem murabahah. Dimana pada pembiayaan BSM oto harus dari jenis kendaraan motor atau mobil dengan kondisi kendaran baru atau bekas. untuk kendaraanbar, jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun sedangkan kendaraan bebas hingga 10 tahun (dihitung termasuk usia kendaraan da jangka waktu pembiayaan).

keunggulan produk ini antara lain ringan dengan uang muka

Edit dengan WPS Office

mulai dari 20% dengan jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun, fleksibel bebas menentukan jenis kendaraan bermotor baik baru maupun bekas, dengan cicilan yang tetap selama masa pembiayaan dapat mengalokasikan angsuran setiap bulan secara pasti dan terkendali, dengan menginkompetitif dan tidak berubah sampai akhir masa pembiayaan, proses cepat dan mudah serta bbas biaya penalty.

e. Pembiayaan Gadai Emas Bsm

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternative memperoleh uang tunai dengan cepat dengan jenis jaminan berupa logam mulia dan perhiasan. keunggulan yang dimiliki adalah harga murah dan terjamin, proses mudah dan tepat, biaya pemeliharaan murah dapat berkoneksi dengan fasilitas lainnya seperti rekening tabungan, ATM, dll. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini adalah qardh dalam rangka rahn. dimana akad qardh dalam rangka rahn adalah akad pemberian pinjaman bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas antar bank menjaga barang jaminannya yang diserahkan.

f. Pembiayaan BSM Cicil Emas

BSM Cicil Emas merupakan produk yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pemindahan/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan)

Edit dengan WPS Office

dengan cara mudah dan menguntangkan dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram. Biaya yang diperuntukan sesuai dengan jangka waktu yang diinginkan paling singkat 2 (dua) tahun dan paling lama hingga 5 (lima) tahun dengan pembayaran bisa dilakukan dengan cara angsuran dengan jumlah yang sama setiap bulan. akad pengikat yang digunakan adalah akad murabahah (dibawah tangan) dan pengikat agunan menggunakan akad *Rahn* (pinjaman).

g. Pembiayaan Murabahah Bank Syariah Mandiri (BSM)

pembiayaan murabahah Bank Syariah Mandiri adalah pembiayan berdasarkan akad jual beli antara bank dengan nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

h. Pembiayaan Mudharabah Bank Syariah Mandiri (BSM)

pembiayaan Mudharabah Bank Syariah Mandiri adalah pembiayan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai nisbah yang disepakati.

i. Pembiayaan Musyarakah Bank Syariah Mandiri

pembiayaan musyarakah Bank Syariah Mandiri (BSM) adalah pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

Edit dengan WPS Office

3. Produk Jasa BSM

a. BSM Card

merupakan produk jasa BSM yang fungsi utama yaitu sebagai kartu ATM dan kartu debit. BSM card dapat digunakan bertransaksi di BSM ATM, juga dapat digunakan di ATM prima, ATM MEPS, EDC Mandiri serta EDC prima /BCA. Dapat digunakan dalam berbagai bentuk transaksi seperti pembayaran tagihan teklepon, pembayaran kartu *biller* kartu kredit, pembayaran PLN postpaid, pembayaran PAM, Pembayaran TV kabel/internet.

b. BSM Sentra Bayar

BSM Sentra Bayar merupakan layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelangganan dengan manfaat pembayaran tagihan yang tepat waktu dan mudah, bisa dilakukan secara tunai, autodebet, SMS Banking atau melalui ATM BSM.

c. BSM Jual Beli Valas

BSM jual beli Valuta Asing adalah pertukaran mata uang dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnyayang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiridengan nasabah. Transaksi valas ini menggunakan akad sarf, dengan kurs mata uang jual beli yang telah ditetapkan oleh BSM, perhitungan kurs jual beli valuta asing

Edit dengan WPS Office

harus didasarkan pada valuta rupiah dan dapat dilakukan secara tunai atau dengan pendebetan rekening.

d. BSM Electronic Payroll

Pembayaran gaji karyawan melalui teknologi terkini Bank Syariah Mandiri secara mudah, dengan teknologi payrollini dapat menerima segala jenis system informasi teknologi yang digunakan perusahaan dengan pembayaran yang dilayani untuk mata uang gaji dapat dilakukan lebih dari satu kali setiap bulan.

e. BSM Inttercity Clearing

BSM Intercity Clearing adalah produk jasa penagihan warkat (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank luar wilayah kliringdengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya pada media penarikan I/C ini dapat dilakukan diseluruh cabang BSM dan hanya dapat digunakan pada bank yang memiliki jasa yang sama.

f. BSM Transfer Lintas Negara Western Union

BSM Transfer Lintas Western Union adalah produk jasa pengiriman uang/penerimaan keriman uang secara cepat (*real time on line)* yang dilakukan lintas negara atau dalam satu negara (domestik). layanan produk berupa *will call* yaitu layanan pengiriman uang atau penerimaan kiriman uang dimana penerimanya adalah orang/perorangan, *Quick pay* yaitu layanan

Edit dengan WPS Office

pengiriman uang dimana penerimanya adalah badan usaha yang telah terdaftan sebagai *client list* di system *Western Union* dan layanan tambahan lainnya seperti pengiriman berita (*message),* pengiriman sandi pengamanan (*test question*), pengantaran uang ke alamat penerima (*physical delivery),* notifikasi pengiriman uang kepada penerima (*phone notification*).

4. Jasa Operasional BSM

a. Inkaso

Inkaso adalah produk jasa BSM yang berfungsi sebagai penagihan warkat bank lain dimana bank tertariknya berbeda wilayah kliring atau berada diluar negeri, hasilnya penagihan akan dikredit kereking nasabah. Dengan karakteristik mata uang rupiahatau valuta asing lainnya (SD dan SGD), hasil inkaso BSM dikreditkan rekening nasabah atau ditransfer ke nasabah dibank lian, bank hanya menerima aman atau mewakili (wakalah) nasabah, bila terjadi kesalahan/ keterlamabatan hasil inkaso BSM, maka Bank Syariah Mandiri tidak bertanggung jawab.

b. Transfer Dalam Kota (LLG)

Transfer dalam kota (LLG) adalah produk jasa

Edit dengan WPS Office

pemindahan dana anatar bank dalam wilayah kliring lokal, dengan karakteristik dana berasal dari pembayaran tunai atau pendebetan rekening, pengiriman hanya dalam bentuk rupiah dan batas waktu transfer sesuai dengan jadwal kliring yang ditentukan Bank Syariah Mandiri.

c. BSM Antar Valas

BSM Transfer Valas adalah produk jasa layanan transfer valuta asing (valas) antar rekening bank di indonesia atau luar negeri dalam 130 mata uang. BSM Transfer Valas menggunakan payment instruction berbasis SWIFT yang sangat terjamin keamanan. Penerima (beneficiary) dana atau pengirim (sender) dapat mengirim atau menerima dana dalam mata uang dollar amerika (USD), Dollar Australia (AUD), Dollar Singapore, EURO dan Yen Jepang (JPY).

d. BSM RTGS (Real Time Gross Settlement)

BSM RTGS (Real Time Gross Settlement) adalah produk jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara *real time* dengan kemudahan seperti dalam melakukan transaksi bisnis khususnya dalam transaksi keuangan sehingga kredibilitas nasabah dapat terjamin, dana yang ditransfer dalam hitungan menit dapat diterima dibank tujuan dengan aman dan mudah serta perlu membawa uang tunai untuk menyelesaikan

Edit dengan WPS Office

transaksi bisnis.[27]

F. Pembahasan Penelitian

1. mulai berdirinya BSM Padang Panjang Sama halnya pada saat kantor kas Bank Syariah Mandiri yang terletak di Jl. soekarno Hatta di padang panjangpada hari jumat 9 agustus dengan anggapan untuk mendukun pemberdayaan dan potensi perekonomian daerah Bank Syariah Mandiri (BSM) dengan pandangan pemerintah daerah dan semua kalangan adalah mita dengan tanpa membedakan suku, agama dan semua golongan dengan semangat rahamtullah lil'alamin. engan potensi yang dimiliki kota padang panjang seperti pada sector agribisnis, industri kerajinan dan perdagangan sangat digarab potensial dengan pola syariah dan nilai religius yang sangat kuat dimiliki oleh masyarakat kota dengan julukan serambi mekkah, hal inilah yang menjadi acuan sejalan dari visi dan misi Bank Syariah Mandiri untuk menjadi bank syariah yang terpercaya dalam rangka mewujudkan pertumbuhan dan mengutamakan penghimpunann dana consumer dan penyaluran pembiayaan pada sekmen UMKM sehingga bank syariah Mandiri merasa optimis untuk meningkatkan layanan dan memperluas layanan koperasi dikota padang panjang.
2. Produk yang terdapat pada BSM Padang Panjang Jenis jasa kredit

[27] Buku Agenda PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang 2019

Edit dengan WPS Office

atau penyaluran dana oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) kepada masyarakat antara lainnya:

a. Pembiayaan implan

pembiayaan implan adalah pembiayaan consumer dalam mata rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). BSM implan dapat belum berpengalaman mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas. peruntukan pembiayaan ini adalah untuk pembelian barang konsumen dan untuk pembelian/memperoleh manfaat atau jasa (contoh untuk biaya dana pendidikan). Manfaat yang diberikan adalah bagi perusahaan merupakan salah satu bentuk penghargaan kepada karyawan, *outsourcing*s sumber dana dan administrasi pinjaman, bagi karyawan mendapatkan kesempatan dan kemudahan memperoleh kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan.

b. Pembiayaan Pensiun

pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayan consumer (termasuk untuk pembiayaan

Edit dengan WPS Office

multiguna) kepada pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adlah akad mudharabah dan ijarah. Akad mudharabah adalah akad berdasarkan prinsipbagi hasil dimana bank sebagai pemberi modal (shahibul maal) dan nasabah bertindak sebagai mudharib pengelola dari modal yang telah diberikan oleh bank. Kriteria nasabah antara lain cakap hukum, pensiuanan pegawai negeri sipil pusat/daerah, TNI, POLRI, pensiunan pegawai BUMN/swasta/asing yang memperoleh penghasilan pensiun (pensiun bulanan), pada saat jatuh tempo pembiayaan, usia nasabah maksimal 70 tahun, bersedia memindahkan pensiun bulanannya melalui BSM.

c. Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayan jangka pendek, menengah atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (consumer), maupun bekas, dilingkungan developer dengan system *murabahah*. Akad murabahah adalah akad jual beli antara bank dan nasbah, dimana bank membeli barangyang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang telah disepakati.

d. Pembiayaan Oto BSM

Edit dengan WPS Office

PembiayaanOto BSM adalah pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor baik baru maupun bekas dengan sistem murabahah. Dimana pada pembiayaan BSM oto harus dari jenis kendaraan motor atau mobil dengan kondisi kendaran baru atau bekas. untuk kendaraanbar, jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun sedangkan kendaraan bebas hingga 10 tahun (dihitung termasuk usia kendaraan da jangka waktu pembiayaan).

keunggulan produk ini antara lain ringan dengan uang muka mulai dari 20% dengan jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun, fleksibel bebas menentukan jenis kendaraan bermotor baik baru maupun bekas, dengan cicilan yang tetap selama masa pembiayaan dapat mengalokasikan angsuran setiap bulan secara pasti dan terkendali, dengan menginkompetitif dan tidak berubah sampai akhir masa pembiayaan, proses cepat dan mudah serta bbas biaya penalty.

e. Pembiayaan Gadai Emas Bsm

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternative memperoleh uang tunai dengan cepat dengan jenis jaminan berupa logam mulia dan perhiasan. keunggulan yang dimiliki adalah harga murah dan terjamin, proses mudah dan tepat, biaya pemeliharaan murah dapat berkoneksi dengan fasilitas lainnya seperti rekening tabungan, ATM, dll. Akad yang digunakan dalam

Edit dengan WPS Office

pembiayaan ini adalah qardh dalam rangka rahn. dimana akad qardh dalam rangka rahn adalah akad pemberian pinjaman bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas antar bank menjaga barang jaminannya yang diserahkan.

f. Pembiayaan BSM Cicil Emas

BSM Cicil Emas merupakan produk yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pemindahan/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara mudah dan menguntangkan dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram. Biaya yang diperuntukan sesuai dengan jangka waktu yang diinginkan paling singkat 2 (dua) tahun dan paling lama hingga 5 (lima) tahun dengan pembayaran bisa dilakukan dengan cara angsuran dengan jumlah yang sama setiap bulan. akad pengikat yang digunakan adalah akad murabahah (dibawah tangan) dan pengikat agunan menggunakan akad *Rahn* (pinjaman).

g. Pembiayaan Murabahah Bank Syariah Mandiri (BSM)

pembiayaan murabahah Bank Syariah Mandiri adalah pembiayan berdasarkan akad jual beli antara bank dengan nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

Edit dengan WPS Office

h. Pembiayaan Mudharabah Bank Syariah Mandiri (BSM)

pembiayaan Mudharabah Bank Syariah Mandiri adalah pembiayan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai nisbah yang disepakati.

i. Pembiayaan Musyarakah Bank Syariah Mandiri

pembiayaan musyarakah Bank Syariah Mandiri (BSM) adalah pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

3. Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun, Bank Syariah Mandiri Padang panjang memiliki beberapa strategi pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis dapatkan di lapangan, ada beberapa strategi pemasaran yang di lakukan oleh Bank Syariah Mandiri Padang Panjang, yaitu:

a. Melakukan kerja sama dengan PT. Taspen 23 Brosur Bank Syariah Mandiri 49 PT. Taspen (persero) atau Tabungan dan Asuransi adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang Asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun Pegawai Negeri Sipil. TASPEN adalah singkatan dari Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri. Perusahaan ini dibentuk sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1969 tentang “Pensiun Pegawai dan Pensiun Janda/Duda

Edit dengan WPS Office

Pegawai", yang selanjutnya juga memfasilitasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1992 tentang "Dana Pensiun", serta Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2004 tentang "Sistem Jaminan Sosial Nasional". Salah satu cara PT.Taspen melakukan kerja sama dengan perbankan yaitu dengan cara menunjuk langsung perbankan yang biasa melakukan hubungna kerja sama. Salah satu bank yang terpilih oleh PT.Taspen untuk melakukan hubungan kerja sama adalah Bank Syariah Mandiri. Dalam hubungan kerja sama antara PT.Taspen dengan Bank Syariah Mandiri adalah untuk memudahkan layanan pensiun bagi Pegawai Negri Sipil (PNS). Layanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada pensiunan adalah dengan mempermudah pembayaran gaji pensiun. Selain itu Bank Syariah Mandiri memberikan kemudahan bagi pensiun dengan cara memberikan pembiayaan modal kerja dan konsumtif lainnya dengan sistem syariah. Dengan syarat bagi nasabah yang ingin melakukan pembiayaan harus membuka tabungan pensiun di Bank Syariah Mandiri, itu akan membuat nasabah akan merasa nyaman dalam melakukan transaksi. 50 Untuk meningkatkan pelayanan PT.Taspen memberikan upaya terbaik dalam mewujudkan kesejahteraan Pegawai Negri Sipil dan pensiun, melalui program dana pensiun dan tabungan hari tua. Pada tahun 2015 bertempat di Ruang Auditorium Kantor

Edit dengan WPS Office

Pusat PT.Taspen melakukan penandatanganan perjanjian kerja sama dengan PT. Bank Syariah Mandiri terkait dengan fasilitas kredit kepada peserta Taspen. Acara ini dihadiri jajaran Direksi dan jajaran pejabat di lingkungan kerja masing-masing perusahaan. Dalam melakukan hubungan kerja sama Bank Syariah Mandiri dengan PT.Taspen melakukan suatu perjanjian. Bank dan PT.Taspen membuat nota kesepakatan dengan menjelaskan peraturan kedua belah pihak dalam melakukan kerja sama. Nota kesepakatan antara keduanya di tandatangani dengan nomor perjanjian kerja sama No.16/413A/PKS/DIR tahun 2015. Kerja sama ini dilandasi semangat saling menghormati agar bisa memberikan pelayanan, mempercepat dan memperluas pelayanan pensiun yang melebihi harapan. Bank Syariah Mandiri bisa memberikan informasi ke Taspen menerima dan meneliti klaim, menerima dan meneliti non klaim, menerusan permohonan klaim dan non klaim kepada PT. Taspen dan kita tidak akan mempersulit dalam pengurusan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri. Selain itu keuntungna lain yang diterima Bank Syariah Mandiri adalah dana pensiun yang ada di taspen akan masuk ke BSM, Bank Syariah Mandiri mendapatkan nasabah dan serta Bank Syariah Mandiri mendapatkan foto folio pembiayaan pensiun. Keuntungna bagi Taspen yaitu dengan perjajian kerja sama akan mempermudah 51 pensiun untuk mendapatkan

Edit dengan WPS Office

akses layanan, tidak perlu untuk datang ke PT.Taspen cukup dengan datang ke Bank Syariah Mandiri.

b. Visiting door to door Visiting door to doo yaitu mengunjungi dari rumah ke rumah calon nasabah. Visiting door to door merupakan suatu strategi yang memerlukan sebuah energi yang luar biasa. Hal tersebut di karenakan strategi door to door membutuhkan tenaga lebih, mental dan taktik yang kuat karena harus berhadapan langsung dengan nasabah atau calon nasabah, Bank Syariah Mandiri Padang Panjang melakukan strategi door to door yaitu dengan membawa data yang telah disediakan oleh Database yang merupakan perusahaan rekanan Bank Syariah Mandiri untuk pemasaran produk pembiayaan pensiun, Strategi visitng door to door di Bank Syariah Mandiri Padang Panjang juga dapat memberikan keuntungan kepada nasabah nantinya. Misalnya jika nasabah berhalangan hadir untuk melakukan akad atau melakukan pembayaran ke bank, pihak bank bersedia mendatangi rumah nasabahnya.

4. akad yang digunakan dalam pembiayaan pensiun adalah murabahah dan ijarah.
5. Tujuan diadakannya program pembiayaan pensiun adalah untuk memberikan manfaat pasti bagi perorangan maupun karyawan atau pekerja, membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dihari tua dan membantu memenuhi

Edit dengan WPS Office

kebutuhan para pensiun yang kekurangan atau membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

6. Sarana dan prasarana yang digunakan oleh BSM Padang Panjang sebagai alat pendukung pengembangan produk pembiayaan pensiun adalah computer, lemari arsip, brankas, meja, kursi tunggu, dan kursi karyawan.

7. pdosedur dan syarat produk pembiayaan pensiun
   a. Hanya berlaku bagi pemilik rekening tabungan Bank Syariah Mandiri
   b. Tanpa penambahan biaya apapun
   c. Pertanggungan langsung aktif setelah nasabah menerima sertifikat
   d. Santunan meninggal dunia karena kecelakaan sebesar Rp.25.000.000,
   e. Gratis perlindungan asuransi selam 2 bulan
   f. Jika terjadi klaim santunan asuransi akan dibayarkan ke dalam rekening nasabah di Bank Syariah Mandiri
   g. Berusia 17-65 tahun dan tidak sedang menjalani tugas, aktivitas dan hobi yang beresiko tinggi.
8. tantangan atau ancaman dalam mengembangkan produk pembiayaan pensiun

   a. kurangnya pemahaman masyarakat terhadap perbedaan produk yang ditawarkan dari bank konvensional dengan bank syariah

   b. masih ada sebagian masyarakat yang hanya mementingkan bagaimana cara mendapatkan pembiayaan tanpa

Edit dengan WPS Office

memperhatikan unsur riba

9. Rencana BSM Padang Panjang kedepannya dalam merealisasikan pembiayaan untuk masyarakat yaitu dengan memberikan pelayanan kepada nasabah dengan sebaik mungkin, mempromosikan produk pembiayaan yang ada di BSM Padang panjang, mengadakan pelatihan bagi SDM yang ada di bagian pembiayaan pensiun agar mereka dapat meningkatkan kemampuan teknis, meningkatkan jumlah SDM dan melakukan pembiayaan pada nasabah.

g. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu kunci keberhasilan bagi para manajer untuk dapat mengenal lingkungan Internal dan Eksternal, yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesess*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*treath*). Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan maka dapat dijelaskan:

a. Analisis lingkungan internal (Kekuatan dan Kelemahan)

1) Kekuatan (*strength*)

a. Lokasi yang strategis bisa meningkatkan perkembangan BSM Padang panjang karena terletak di lokasi keramaian dan mudah di jangkau oleh masyarakat.

b. Visiting door to door Visiting door to doo yaitu mengunjungi

Edit dengan WPS Office

dari rumah ke rumah calon nasabah. Visiting door to door merupakan suatu strategi yang memerlukan sebuah energi yang luar biasa. Hal tersebut di karenakan strategi door to door membutuhkan tenaga lebih, mental dan taktik yang kuat karena harus berhadapan langsung dengan nasabah atau calon nasabah, Bank Syariah Mandiri Padang Panjang melakukan strategi door to door yaitu dengan membawa data yang telah disediakan oleh Database yang merupakan perusahaan rekanan Bank Syariah Mandiri untuk pemasaran produk pembiayaan pensiun, Strategi visitng door to door di Bank Syariah Mandiri Padang Panjang juga dapat memberikan keuntungan kepada nasabah nantinya. Misalnya jika nasabah berhalangan hadir untuk melakukan akad atau melakukan pembayaran ke bank, pihak bank bersedia mendatangi rumah nasabahnya.

c. strategi dari Bank Syariah Mandiri KC Padang Panjang dalam mengembangkan produk pembiayaan pensiun adalah dengan memberikan pelayanan kepada nasabah dengan sebaik mungkin, mempromosikan produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KC Padang panjang khususnya produk pembiayaan pensiun, mengadakan pelatihan bagi SDM yang ada di bagian pembiayaan pensiun agar mereka dapat meningkatkan kemampuan teknis, meningkatkan jumlah

Edit dengan WPS Office

SDM dan melakukan pembiayaan pada nasabah.

d. Seluruh karyawan BSM padang panjang sebagai marketing
e. Familiaritas karyawan yang tinggi

2) weakness (kelemahan)

a. Sistem operasional yang kurang canggih
b. Lambatnya proses pencairan pembiayaan juga akan menjadi salah satu kelemahan bagi BSM dalam memuaskan pelayanan terhadap calon nasabah
c. Masih terbatas dan kurangnya SDM pada BSM Padang Panjang, sehingga memperlambat proses pencairan pembiayaan
d. Jumlah karyawan yang kurang di BSM Padang Panjang menyebabkan sistem kerja dan pelayanan pada BSM tersebut menjadi kurang efektif.

3) Opportunity (Peluang)

a. menawarkan produk yang menarik kepada calon nasabah BSM Padang Panjang
b. Mayoritas masyarakat disekitar BSM beragama islam
c. Dengan meningkatkan promosi atau pengenalan untuk menarik nasabah, karena lokasi yang strategis terletak antara pasar dan pusat kota. Kepercayaan masyarakat terhadap BSM

Edit dengan WPS Office

yang sangat baik

4) Threat (Tantangan)

a. Masih ada anggapan masyarakat bahwa Lembaga Syariah tidak jauh berdeda terhadap Lembaga Konvensional

b. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap BSM Padang Panjang.

c. Karakteristik masyarakat yang beragam.

d. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap sistem keuangan syariah , langkah yang dilakukan pihak BSM Padang Panjang mengatasi hal tersebu tdengan mengadaakan sosialisasi selingkup sistem keuangan syariah kepada masyarakat setempat.

Dari uraian di atas maka dapat dibuat matriks SWOT pada BSM Padang Panjang yang di dapat dari hasil penelitian dan dapat diformulasikan matriks SWOT berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang telah di uraikan sebelumnya, terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Analisis SWOT pada BSM Padang Panjang

Edit dengan WPS Office

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
1. Mempunyai tempat yang strategis 2. Visiting door to door 3. Melalukan sistem jemput langsung 4. memberikan pelayanan kepada nasabah dengan sebaik mungkin 5. Familiaritas karyawan yang tinggi	1. Sistem operasional yang kurang canggih 2. Lambatnya proses pencairan pembiayaan 3. Masih terbatas dan kurangnya SDM pada BSM Padang Panjang
Peluang (O)	**Ancaman (T)**
1. menawarkan produk yang menarik kepada calon nasabah BSM Padang Panjang 2. Mayoritas masyarakat disekitar BSM beragama islam 3. Dengan meningkatkan	1. Masih ada anggapan masyarakat bahwa Lembaga Syariah tidak jauh berdeda terhadap Lembaga Konvensional 2. Kurangnya pemahaman

Edit dengan WPS Office

promosi atau pengenalan untuk menarik nasabah	masyarakat terhadap BSM Padang Panjang. 3. Karakteristik masyarakat yang beragam. 4. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap sistem keuangan syariah

Sumber: Pengolahan Hasil Wawancara

h. Analisis IFE (*internal factor evaluation*) dan EFE (*external factor evaluation*)

Dalam analisis matriks IFE dan EFE penulis akan menilai 2 buah matriks. Pertama IFE *matrik* yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan, yaitu kekuatan *(strength)* dan kelemahan *(weakness).*Kedua EFE *matrik* yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dari luar yaitu peluang *(opportunity*) dan ancaman *(threat).*

Pemberian bobot di urutkan menjadi 0,01 (sangat rendah), 0,05

Edit dengan WPS Office

(rendah) dan 0,15 (tinggi). Jumlah seluruh bobot baik pada masing-masing bagian internal dan eksternal harus berjumlah 1,0 atau 100 persen. Sedangkan rating peringkat digunakan untuk menilai sejauh mana faktor internal dan eksternal penting atau tidak penting untuk dikembangkan. Pemberian nilai rating diurutkan 1 sampai 4 dimana, tidak penting : 1, cukup penting : 2, penting : 3, sangat penting : 4.

Secara keseluruhan nilai skor yaitu merupakan hasil kali bobot dengan rating akan memberikan besar jumlah, total pada keempat faktor baik kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

1) Analisis *internal factor evaluation* (IFE)

Analisis IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan faktor internal yang didapat pada perusahaan IFE, gambaran kondisi internal perusahaan terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating bobot yang diambil dari hasil wawancara dengan salah satu karyawan di bagian marketing.

Edit dengan WPS Office

Tabel 4.2

Hasil IFE BSM Padang Panjang

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
	Kekuatan *(strength)*			
1.	Mempunyai tempat yang strategis	0,15	3	0,45
2.	Visiting door to door	0,15	4	0,6
3.	Melalukan sistem jemput langsung	0,15	4	0,6

Edit dengan WPS Office

4.	memberikan pelayanan kepada nasabah dengan sebaik mungkin	0,10	3	0,3
5.	Familiaritas karyawan yang tinggi	0,10	3	0,3
Jumlah		**0,65**		**2,25**
Kelemahan *(weakness)*				
1.	Sistem operasional yang kurang canggih	0,10	3	0,3
2.	Lambatnya proses pencairan pembiayaan	0,15	3	0,45
3.	Masih terbatas dan kurangnya SDM pada BSM Padang Panjang	0,10	2	0,2
Jumlah		**0,35**		**0,95**
TOTAL (S+W)		**1,00**		**3,2**

Sumber: Pengolahan hasil wawancara

Edit dengan WPS Office

Berdasarkan hasil analisis matrik IFE pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa sisi internal terlihat bahwa total nilai kekuatan di masing-masing elemen adalah kekuatan 2,25 dan kelemahan 0,95 maka dapat diperoleh total bobot skor pada tabel IFE 3,2. Hasil menunjukan bahwa BSM padang panjang memiliki posisi internal yang kuat dalam mengatasi kelemahan yang ada.

2). Analisis *external factor evaluation* (EFE)

Lingkungan eksternal perusahaan merupakan faktor di luar kendali perusahaan yang dapat memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan.Keberhasilan perusahaan terletak pada kemampuannya beradaptasi dalam lingkungan yang selalu berubah dan berkembang sesuai perkembangan zaman. Faktor-faktor eksternal didapatkan dari pengamatan lingkungan sekitar dan melakukan wawancara karyawan BSM.

Tabel 4.3

Edit dengan WPS Office

Hasil EFE BSM KC Padang Panjang

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
	Peluang *(opportunity)*			
1.	menawarkan produk yang menarik kepada calon nasabah BSM Padang Panjang	0,15	4	0,6
2.	Mayoritas masyarakat disekitar BSM beragama islam	0,15	3	0,45
3.	Dengan meningkatkan promosi atau pengenalan untuk menarik nasabah	0,15	2	0,3
4.	Tidak adanya biaya administrasi	0,10	3	0,3

Edit dengan WPS Office

Jumlah		**0,55**		**1,65**
	Ancaman *(threat)*			
1.	Masih ada anggapan masyarakat bahwa Lembaga Syariah tidak jauh berdeda terhadap Lembaga Konvensional	0,15	2	0,3
2.	Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap BSM Padang Panjang	0,10	4	0,4
3.	Karakteristik masyarakat yang beragam.	0,10	3	0,3
4.	Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap sistem	0,10	2	0,2

Edit dengan WPS Office

	keuangan syariah			
Jumlah		**0,45**		**1,2**
TOTAL (O+T)		**1,00**		**2,85**

Sumber: Pengolahan hasil wawancara

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas dapat dilihat dari sisi eksternal terlihat bahwa nilai bobot peluang dari masing-masing elemen adalah 1,65 sedangkan ancaman 1,2 maka dapat diperoleh total bobot tabel EFE sebesar 2,85. Hal ini menunjukkan bahwa BSM Padang Panjang mampu merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada.

1. Matrik SWOT

Setelah diidentifikasi dan dianalisis serta ditentukan analisis bobot dari rating masing-masing faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan di BSM padang panjang, maka semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Melalui matrik ini akan mempermudah dalam melihat lebih rinci mengenai elemen dari faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi bersaing dan pengembangan pada BSM padang panjang.

a. Strategi dalam memaksimalkan kekuatan (S-O)

Edit dengan WPS Office

1) Meningkatkan strategi pengembangan melalui kerja sama dengan pemerintahan kota Padang Panjang

2) Memberikan inovasi-inovasi baru agar BSM memiliki pandangan baik oleh nasabah/calon nasabah.

3) Terus melakukan *training*/pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan kualitas SDM.

b. Strategi kekuatan untuk menghadapi tantangan (S-T)

1) Melakukan survei lapangan dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah/calon nasabah

2) Memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk memakai sistem keuangan syariah

3) Komunikasi yang baik dengan nasabah untuk meminimalisir timbulnya ketidaknyamanan nasabah.

c. Strategi dalam meminimalisir kelemahan (W-O)

1) Meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang pembiayaan pensiun BSM KC Padang Panjang

2) Mempertahankan pelayanan yang didukung tanpa biaya administrasi agar pembiayaan BSM diminati masyarakat.

d. Kelemahan untuk menghadapi tantangan (W-T)

Edit dengan WPS Office

1) Memberikan pemahaman kepada calon nasabah tentang pentingnya bertransaksi dengan keuangan syariah

2) Menjaga nama baik BSM dengan melaksanakan prinsip syariah agar mampu bersaing dengan para pesaing.

Dari uraian di atas, maka dibuat matrik SWOT pada BSM KC Padang Panjang yang penulis dapatkan berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan dapat diformulasikan matrik SWOT kedalam tabel 4.4 yaitu:

Tabel 4.4

Matrik SWOT BSM KC Padang Panjang

IFE	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)

Edit dengan WPS Office

	1. Mempunyai tempat yang strategis 2. Visiting door to door 3. Melalukan sistem jemput langsung 4. BSM KC Padang Panjang memberikan kesempatan kepada pengusaha kecil 5. Familiaritas karyawan yang tinggi	1. Sistem operasional yang kurang canggih 2. Lambatnya proses pencairan pembiayaan 3. Masih terbatas dan kurangnya SDM pada BSM Padang Panjang

Edit dengan WPS Office

EFE		
Peluang (O)	**Strategi (SO)**	**Strategi (WO)**
1. menawarkan produk yang menarik kepada calon nasabah BSM Padang Panjnang	1. Meningkatkan strategi pengembangan melalui kerja sama dengan pemerintahan	1. Meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang pembiayaan pensiun BSM KC Padang Panjang

Edit dengan WPS Office

2. mayoritas masyarakat disekitar BSM beragama islam 3. dengan meningkatkan promosi atau pengenalan untuk menarik nasabah	kota Padang Panjang 2. Memberikan inovasi-inovasi baru agar BSM memiliki pandangan baik oleh nasabah/calon nasabah 3. Terus melakukan *training*/pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan kualitas SDM.	2. Mempertahankan pelayanan yang didukung tanpa biaya administrasi agar pembiayaan BSM diminati masyarakat.
Ancaman (T)	**Strategi (ST)**	**Strategi (WT)**
1. Masih ada anggapan	1. Melakukan survei lapangan dalam	1. memberikan pemahaman kepada

Edit dengan WPS Office

masyarakat bahwa Lembaga Syariah tidak jauh berdeda terhadap Lembaga Konvensional 2. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap BSM 3. Karakteristik masyarakat yang beragam. 4. kurangnya pemahaman masyarakat terhadap sistem keuangan syariah	memberikan pembiayaan kepada nasabah/calon nasabah 2. Memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk memakai sistem keuangan syariah 3. Komunikasi yang baik dengan nasabah untuk meminimalisir timbulnya ketidaknyamanan nasabah	calon nasabah tentang pentingnya bertransaksi dengan keuangan syariah. 2. menjaga nama baik BSM dengan melaksanakan prinsip syariah agar mampu bersaing dengan para pesaing.

Sumber: Pengolahan hasil wawancara

Edit dengan WPS Office

Dari matrik SWOT di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa alternatif yang mungkin digunakan dalam strategi bersaing baik antar lembaga keuangan syariah maupun pembiayaan BSM padang panjang.

2. Analisis Bobot Skor

Setelah dilakukan analisa strategi yang telah ditetapkan baik itu strategi SO, strategi WO, strategi ST, strategi WT. Maka langkah berikutnya yang harus diambil adalah dengan memilih salah satu dari keempat strategi yang telah ditetapkan. Perusahaan dapat menilai manakah dari keempat strategi itu yang mempunyai nilai lebih tinggi dan lebih baik lagi.Sehingga keputusan yang diambil dapat berkualitas dan sangat mempengaruhi perusahaan untuk melihat strategi yang dapat digunakan BSM padang Panjang. Untuk itu dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.5

Total Bobot Skor pada Matrik SWOT

IFE / EFE	Kekuatan *(strength)*	Kelemahan *(weakness)*

Edit dengan WPS Office

Peluang *(opportunity)*	Strategi (SO) Total skor 2,25 + 1,65 = 3,9	Strategi (WO) Total skor 0,95 + 1,65 = 2,6
Ancaman *(threat)*	Strategi (ST) Total skor 2,25 + 1,2 = 3,45	Strategi (WT) Total skor 0,95 + 1,2 = 2,15

Sumber: Pengolahan hasil wawancara

Berdasarkan pada tabel 4.5 di atas dan telah dilakukan pertimbangan semua faktor yang mempengaruhi strategi bersaing dan pembiayaan pada BSM Padang panjang, maka dapat disimpulkan bahwa alternatif yang terpilih adalah strategi SO, yang memiliki skor tertinggi yaitu 3,9. BSM padang panjang dapat meningkatkan lebih daya saingnya. Strategi yang perlu dilakukan untuk pembiayaan agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, yang dapat dilakukan BSM KC Padang Panjang, beberapa strategi SO yang dapat diterapkan adalah:

1) Meningkatkan strategi pengembangan melalui kerja sama dengan pemerintahan padang panjang

2) Meningkatkan strategi perkembangan melalui membrikan kesempatan pembiayaan kepada usaha kecil

Edit dengan WPS Office

3) Memberikan inovasi-inovasi baru agar BSM memiliki pandangan baik oleh nasabah/calon nasabah.

4) Terus melakukan *training*/pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan kualitas SDM.

Oleh karena itu BSM memiliki kemampuan untuk meningkatkan dan merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kinerja yang lebih baik.Sehingga arah kebijakan yang tepat untuk melaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan BSM dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang.

Jadi dapat disimpulkan strategi yang dijelaskan didukung dengan adanya alternatif kekuatan dan peluang untuk menarik nasabah yang lebih banyak dengan melakukan pembiayaan dan pelayanan guna memuaskan nasabah.

Edit dengan WPS Office

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun di BSM Kc padang panjang adalah :

Edit dengan WPS Office

1. alternatif yang terpilih adalah strategi SO, yang memiliki skor tertinggi yaitu 3,9. BSM Kc Padang panjang dapat meningkatkan lebih daya saingnya.

   Strategi SO yaitu :

   a. Meningkatkan strategi pengembangan melalui kerja sama dengan pemerintahan kota Padang Panjang

   b. Memberikan inovasi-inovasi baru agar BSM memiliki pandangan baik oleh nasabah/calon nasabah.

   c. Terus melakukan *training*/pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan kualitas SDM.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran kepada pihak terkait, saran yang akan penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BSM Kc Padang Panjang

   Perlu adanya wadah atau sarana supaya nasabah bisa menyampaikan kritik atau saran kepada BSM, untuk bahan pertimbangan BSM bisa meningkatkan perkembangan BSM tersebut.Serta menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah dan mealakukan survei lapangan mengenai perkembangan usaha nasabah. Dan memberikan pelayanan kepada nasabah dengan lebih maksimal lagi agar nasabah merasa puas dan nyaman dengan

Edit dengan WPS Office

pelayanan tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai masalah ini secara mendalam, serta menambah teori yang mendukung.

DAFTAR PUSTAKA

Anis Fuad. 2014. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif.* Yogyakarta: Graha Ilmu

Al-Qur'an, albaqarah ayat 283

Edit dengan WPS Office

Djoko Muljon. 2012. Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam. Yogyakarta,Andi

Fajar Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran: pendekata praktis*. yogyakarta: graha Ilmu

Prof. Dr. H. Zulkarnain,MM. 2012. *Ilmu menjual pendekatan teoritis dan kecakapan menjual*. yogyakarta: Graha Ilmu

Imam Gunawan. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek.* Jakarta: PT. Bumi Aksara

Ismail, MBA., AK. 2011. *perbankan syariah*. jakarta: prenamedia group

Maisyaroh Dina. 2019. *faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah mengajukan pembiayan pensiun di PT. Bank Syariah Mandiri Area Pekanbaru.* pekanbaru: jurnal tabarru'. vol.2. No. 1

M. Sulhan dan Ely Siswanto.2008.*Manajemen Bank Konvensional dan Syariah*. Malang: UIN Malang Press

Muhammad. 2007.*Lembaga Ekonomi Syariah*. yogyakarta: Graha Ilmu

Muhammad Sadi IS. 2015. *Konsep Hukum Perbankan Syariah*. Malang: Setara Pres

Prof. Dr. H. Zulkarnain,MM. 2012. *Ilmu menjual pendekatan teoritis dan kecakapan menjual*. yogyakarta: Graha Ilmu

Rangkuti Fredy. 2001. Analisis SWOT: *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia

Sondang P. Siagian, 2014. *Manajemen Strategi* Jakarta: PrenaMedia Group

Edit dengan WPS Office

Syafrizal Helmi Situmorang. 2009. *Bisnis: Perencanaan dan Pengembangan.* Jakarta: Mitra Wacana Media

Tamrin Abdullah. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan*. jakarta: PT.Rajagrafindo Persada.

Edit dengan WPS Office