STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN PADA PT. BANK NAGARI SYARIAH CAPEM BUKITTINGGI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan (S1) PerbankanSyariah

Oleh:

MELDA GUTMAWATI

3314.050

JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

BUKITTINGGI

2018/1439 H

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bacalah dengan menyebut nama tuhanmu

Dia telah menciptakan manusia dari segumpal Darah, Bacalah, dan tuhanmulah

Yang maha mulia

Yang mengajar manusia dengan pena ,

Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.

(QS Al-Alaq 1-5)

Maka nikmat tuhanmu yang manakah yang kamudustakan?

(QS Ar-Rahman 13)

Niscaya, allah akan mengangkat (Derajat) orang-orang beriman diantaramu

Dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat

(QS : Al-Mujadillah 11)

Ya Allah

Waktu yang sudah kujalani dengan jalan hidup yang sudah menjadi takdirku, lara hati, suka dan duka, sedih bahagia,dan bertemu dengan orang-orang yang memberiku sejuta pengalaman bagiku, warna-warni dan hitam putih kehidupan yang kujalani, aku bersimpuh dan bersujud dihadapan Mu ya Allah, engkau berikan aku karunia danrah matmu, kesehatan dan kesempatan untuk sasampai di penghujung awal perjuanganku

Segala Puji bagi Mu ya Allah

Alhamdulillah.... Alhamdulillah.... Alhamdulillahirobbil'alamin

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung, yang Maha Besar, Maha Tinggi, Maha Adil, Maha Mendengardan Maha Mengabulkan, atas takdir mutelah kau jadikan aku manusia yang senantia berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani bahtera kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagi ku untuk meraih segala harapan dan cita-citaku.

Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih kepada baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW,, menadahkan doa dalam bersyukur yang tiada terkira, engkau merupakan nabi tauladan umat yang menjadikan aku senantiasa menjadi manusia yang berakhlak dan beriman.

TERIMAKASIH KU UNTUK:

Ayahanda (SAIPUL) dan Ibunda (TARDAH)Tercinta...

Kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk Ayahanda dan Ibunda Tercinta, yang tiada hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat, motivasi,arahan dan saran serta kasih sayang yang tiada tarabe serta pengorbanan yang tak pernah tergantikan sehingga aku selalu kuat menjalani setiap masalah dan rintangan didepanku.. Ayah..Ibu..terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusan ku untuk membalas semua keringat pengorbananmu..Ayah..Ibu.. yang tidak pernah mengenal lapar yang penting aku kenyang, yang tidak pernah mengenal haus yang penting aku nyaman, yang tidak pernah tidur yang penting aku nyenyak, Birrul Walidani Ihsana, yang menghebatkan aku adalah Ayah dan Ibu, dalam Hidupmu demi Hidupku kalian ikhlas dan sabar mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah, dalam sakit berjuang hingga segalanya demi sibuah hati agar bersekolah tinggi untuk dapat meraih asa dan cita-cita yang tak tergantikan.. Ayah Ibu..gunung emas yang aku persembahkan untuk membalas segala pengorbanan dan jasa kalian tidak akan pernah terbalaskan, maka dari itu aku memohon dan berdoa kepada tuhan agar segala keringat, lelah dan pengorbanan yang telah ayah ibu berikan kepada ku menjadi lading dan amal ibadah di syurga nanti. Allahummaghfirliwaliwalidayyawarhamhummakamarabbayyanashaghirrah... amiiinn

Kakakku (Soni) dan Adikku (Anissa & Indah)

Terimakasih atas segala doa, dukungan dan dorongan semangat yang telah kalian berikan untukku, semoga saja aku bisa menjadi kakak dan adik yang kalian banggakan, menjadi kakak yang baik buat adik-adik, dan menjadi adik yang patuh kepada kakak. Semoga kita semua tetap akur dan menjadi anak yang membanggakan orang tua dan keluarga...

Keluarga Besar (Ama Cup, Maktus, Bak Ompong, Nen Saraning, Bg Deni, Roni, Mamak Roy, Ceelok Deldll yang tidak bias Namanya ditulis satu persatu), terimaksih buat dukungan dan motivasi yang telah diberikan, semoga aku menjadi anak yang berguna nantinya dan kita semua berada dilindungan allah SWT.. amiinn

Gengs The Ucul Next Generation (Gita Permata Sari (Cugito), Dila Putri Ramadhani (Cudilo), Dedek Anggraini (Cikodek), Ahmad Ridho (Cikudo), Rahma Yudi Andika Putra (Ciyuyud) dan Arjunaidi (Cijuna) terimakasih yang teramat dalam dan terspesial untuk kalian, teman seperjuangan, selokal, semakan, seminum, tempat berbagi pikiran, saling memotivasi dan menguatkan, kalian serta sahabat terbaik sesudah keluarga yang mengisihari-hariku selama 4 tahun ini, yang diisi dengan kekonyolan kalian, canda tawa, gurauan, tangisan pokoknya diaduk menjadi satu persahabatan yang tidak ternilai harganya, semoga kita semua sukses dan persahabatan ini akan tetap ada walaupun nantinya kita berpisah.

Kost Wisma Rabithah (adik tercinta Cyntia)

Terkhusus buat adikku Cyntia, teman tidur, teman curhat, semakan dan seminum dalam atap dan ranjang yang sama, terimaksih untuk kebersamaan ini yang sudah terjalin menjadi suatu ikatan persaudaraan meskipun bukan sedarah dan sekandung, tetap semangat untuk adikku dan mudah-mudahan kuliahnya cepat selesai....

Terimaksih juga aku ucapkan kepada teman-teman seperjuangan SI Perbankan Syariah BP 14, sahabat sedari kecil (Meri Anggraini) Sahabat Rechymli, Sahabat Brothsist, Sahabat Adipati, sahabat KKN, dan sahabat-sahabat yang luar biasa lainnya yang seiman dan seagama yang berada dalam perjuangan yang sama, mudah-mudahan kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT hendaknya.

Spesial Buat Seseorang

Buat seseorang yang masih menjadi rahasia illahi, yang menghuni dan singgah direlung hati, terimaksih untuk semua yang pernah tercurah untukku, yang selalu berkata brmimpilah setinggi langit jika terjatuh, akan jatuh diantara bintang-bintang, terimaksih untuk Seluruh motivasi, dukungan, arahan dan kasih sayangnya yang selalu terlontarkan lewat benih-benih doa, semoga keyakinan dan takdir kita terwujud dalam satu harapan, inshaallah jodohnya kita bertemudan disatukan atas izin Allah SWT.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah keinginan dan pengharapan agar hidup jauh lebih bermakna, hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai, mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berusaha dan berdoa untuk menggapainya. Jatuh berdiri lagi. Kalah mencobalagi. Gagal Bangkit lagi.

Never Give Up!

Sampai Allah SWT berkata "Waktunya Pulang"

Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapatku persembahkan kepada kalian semua, terimakasih beribu terimaksih kuucapkan...

Atas segala kekhilafan dan kekuranganku, kurendahkan hati serta diri menjabat tangan meminta beribu-ribu maaf tercurah.

Pelajarilah ilmu karena belajar itu disisi allah merupakan suatu kebaikan, menuntut ilmu itu suatu tasbih, mencari ilmu itu suatu jihad. Mengajarkan ilmu itu suatu sedekah sedangkan menggunakan ilmu itu bagi yang membutuhkannya merupakan suatu pendekatan diri dari Allah SWT (Hadist)

Skripsi ini kupersembahkan.-by**"MELDA GUTMAWATI"**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama/NIM	: Melda Gutmawati/3314.050
Tempat/Tanggal Lahir	: Inderapura/20 Juli 1995
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/Tugas Akhir) saya dengan judul di atas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa Skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot hingga batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Agustus 2018

Penulis,



Melda Gutmawati

NIM. 3314.050

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama MELDA GUTMAWATI, Nim. 3314.050 dengan judul **"Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada PT. Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi"** memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Agustus 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
H. Harfandi, SE, M.Si	**Rahmi MA**
NIP. 196211101999031001	**NIP. 197605152009012002**

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul "**Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada PT. Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi**" yang disusun oleh **Melda Gutmawati NIM 3314.050** telah diuji dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, pada hari Selasa, 11 September 2018 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan S1 Perbankan Syariah.

Bukittinggi, 11 September 2018

Tim Penguji

Ketua	Sekretaris
H. Harfandi, SE.,M.Si	**Rahmi, MA**
NIP. 196211101999031001	**NIP. 197605152009012002**

Penguji Utama

Sandra Dewi, SE., MM	**Dr. Iiz Izmuddin, MA**
NIP. 197307172014112002	**NIP. 197503032001121007**

Penguji Pendamping

H. Harfandi, SE.,M.Si	**Rahmi, MA**
NIP. 196211101999031001	**NIP. 197605152009012002**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE.,M.Si
NIP. 196211101999031001

KATA PENGANTAR



Assalammu'alaikumWr.Wb

Alhamdulillah segenap puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi". Selanjutnya shalawat serta salam teruntuk kepada Nabi besar Muhammad SAW sebagai pembawa risalah yang benar dan telah meninggalkan dua pedoman hidup untuk manusia sebagai petunjuk kejalan yang benar, yakni Al-Qur'an dan Sunnah. Skripsi ini penulis susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Perbankan Syariah pada jurusan SI Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Penghargaan yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis (Ayahanda dan Ibunda) yang terus memberikan inspirasi dan dukungan baik moril dan materil. Ucapan terimakasih atas do'a dan kasih sayangnya yang tulus dalam setiap jejak langkah hidup penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini, semua harapan beliau akan menjadi janji yang akan penulis tunaikan.

Penulis menyadari Bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Ibu **Dr. RidhaAhida, M.Hum** selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi beserta jajarannya.
2. Bapak **H. Harfandi, SE, M.Si** selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi beserta jajarannya.
3. Ibu **Sandra Dewi, SE, MM** selaku Ketua Jurusan SI Perbankan Syariah yang telah memberikan kepada penulis untuk menuntut ilmu di IAIN Bukittinggi.
4. Bapak **Novi Hendri** selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah member arahan, nasehat dan motivasi demi kelancaran proses belajar penulis.
5. Bapak **H. Harfandi SE, M.Si** selaku pembimbing I dan Ibu **Rahmi, MA** selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan buah pikiran untuk memberikan bimbingan, ide, nasehat serta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak/ibu Dosen IAIN Bukittinggi khususnya Dosen-Dosen Jurusan SI Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membekalimu, motivasi dan semangat kepada penulis
7. Bapak/ibu kepala beserta staf perpustakaan IAIN Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
8. Pimpinan Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi Bapak Rayemfis, SE selaku Direktur utama yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi, dan seluruh Karyawan/karyawati Bank Nagari Cabang Pembantu

Syariah Bukittinggi yang telah bersedia memberikan data dan informasi yang penulis butuhkan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

9. Seluruh teman-teman seperjuangan Jurusan SI Perbankan Syariah umumnya teman **lokal PS B angkatan 2014,** terkhususnya untuk Grup **The Ucul Next Generation.**

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya tulis dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua serta dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan

Bukittinggi, Agustus 2018

Penulis

MeldaGutmawati

3314.050

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBARAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

LEMBAR HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....iv

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR.....ix

DAFTAR LAMPIRAN.....x

ABSTRAK xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Identifikasi Masalah.....9

C. Batasan Masalah 9

D. Rumusan Masalah.....10

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 10

F. DefenisiOperasional.....11

G. Kajian Terdahulu 13

H. Sistematika Penulisan 15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi 17
2. Macam-MacamStrategi 18

B. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran 19
2. LandasanSyariah 21
3. TujuanPemasaran 22
4. PengertianStrategiPemasaran 23
5. PerencanaanPemasaranProduk Bank 24

C. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan 34
2. LandasanSyariah 36
3. JenisPembiayaan 37
4. TujuanPembiayaan 41
5. FungsiPembiayaan 42

D. Pensiun

1. PengertianPensiun 43
2. JenisPensiun 44
3. HakAtasPensiunPegawai 46
4. Dana Pensiun 48
5. PembiayaanPensiun 49

E. Analisis SWOT

1. Pengertian SWOT 61
2. TujuanPenerapan SWOT Di Perusahaan 63

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....65
B. Lokasi dan waktu Penelitian 65
C. InformanPenelitian.....66
D. Teknik Pengumpulan Data.....67
E. Teknik Analisis Data.....68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GambaranUmum Bank NagariCapemSyariah Bukittinggi

1. SejarahPendirian Bank NagariCapemSyariahBukittinggi 75
2. VisidanMisi Bank NagariCapemSyariahBukittinggi.....79
3. StrukturOrganisasi Bank NagariCapemSyariahBukittinggi 80

B. StrategiPemasaranProdukPembiayaanPensiunPada BankNagariCapemSyariahBukittinggi

1. AnalisisInternal Faktor Evaluation (IFE).....87
2. AnalisisEksternalFaktor Evaluation (EFE).....100
3. Matrik SWOT 106
4. AnalisisMatrik IFE Dan EFE.....107
5. Analisis Total BobotSkor.....110

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 117

B. Saran.....117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

TABEL

1. Jumlah Pensiunan PNS Kota Bukittinggi dan Jumlah Nasabah Pembiayaan Pensiun Pada PT. Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi 6
2. Jumlah Pensiun PNS Kota Bukittinggi dan Persentase yang Tercapai Oleh Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi 7
3. Matriks SWOT.....73
4. Total Bobot Skor.....74
5. Analisa SWOT pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi 90
6. Hasil analisa matrik IFE Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi..... 104
7. Hasil analisa matrik EFE Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi 110
8. Formulasi srategi Produk Pembiayaan Pensiun pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi 113
9. Hasil Analisa Tabel Bobot Skor..... 117

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

1. Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi 86

ABSTRAK

Skripsi ini atas Nama **MELDA GUTMAWATI, NIM 3314.050,** dengan judul skripsi**‘‘STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN PADA BANK NAGARI CABANG PEMBANTU SYARIAH BUKITTINGGI”**, Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi tahun akademik 2018, dengan jumlah 118 halaman.

Dalam penulisan skripsi ini, yang menjadi permasalahan adalah bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun. Penulisan skripsi ini dilatar belakangi oleh kurangnya peminat nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dilihat dari jumlah nasabah pensiun dan persentase yang tercapai oleh Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dari tahun 2012-2016

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang strategi yang dilaksanakan serta kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dalam memasarkan produk pembiayaan pension kepada nasabah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* yaitu, penelitian lapangan yang bersifat *deskriptif kualitatif*, waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan. Dengan lokasi penelitian Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi.Teknik analisis dan pengumpulan data yang penulis gunakan melalui wawancara, observasi, dokumentasi danAnalisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan pension dalam memasarkan pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dapat dilakukan dengan menerapkan strategi SO *(Strenghts-Opportunity)* yaitu dengan cara memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang yang ada yakni mengambil dan memanfaatkan kepercayaan masyarakat tentang adanya pembiayaan pension serta merebut hati dan menjaga nasabah pensiun, dengan meningkatkan strategi pemasaran dan promosi dengan tetap menonjolkan keunggulan produk untuk menarik nasabah agar semakin loyal, memaksimalkan produk pembiayaan pensiun yang inovatif kepada masyarakat Kota Bukittinggi yang mayoritas pensiun, memaksimalkan wilayah yang luas dengan strategi dan layanan yang berkualitas sebagai bentuk apresiasi kepada nasabah untuk tetap melakukan pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi, serta memaksimalkan strategi pemasaran dalam pelayanan kepada nasabah serta dalam mengajak nasabah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*) akan menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat berdasarkan prinsip syariah. Secara garis besar produk pendanaan bank syariah menggunakan prinsip *wadi'ah*, *qardh,* maupun *ijarah.*Penyaluran dana kepada masyarakat adalah berupa pembiayaan didasarkan pada akad jual beli yang menghasilkan produk *murabahah, salam, istishna',* akad yang berdasarkan prinsip sewa-menyewa yang menghasilkan produk *Ijarah* dan *Ijarah muntahia bitamblik (ijarah wa iqtina),* akad yang berdasarkan prinsip bagi hasil yang menghasilkan produk *mudharabah, musyarakah, muzaroah,* dan *musaqah* dan akad pinjam-meminjam yang bersifat sosial (*tabarru*) berupa *qardh, qard al hasan.*[1]

Dalam proses pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia terdapat beberapa kendala yang dihadapi, yaitu pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap operasional bank syariah, Peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah, Jaringan kantor bank

[1]Abdul Ghofar Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yoyakarta,: Gadjah Mada Uniersity Press, 2007), cet. 1, hal. 99

syariah yang belum luas, Sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah yang masih sedikit.[2]

Salah satu penyaluran dana bank syariah adalah dengan kegiatan pembiayaan. Kegiatan pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri atau lembaga.

Pembiayaan adalah penyediaan uang dan kesepakatan antara bank dan pihak lain yang mewajiban pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.[3] Pembiayaan sudah di jelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah 28 :

"Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran,maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui."

Pada akad yang berdasarkan prinsip jual beli terdapat produk *murabahah.Murabahah* adalah istilah dalam fikih Islam yang berarti suatu jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang dan baiya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (*margin*) yang diinginkan. Atau dengan kata lain*Murabahah* adalah suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah dengan keuntungan yang

[2]Addul Ghofar Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia,* ...hal. 99
[3]Kamsir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2000), hal. 73

disepakati. [4]Misalnya seseorang membeli barang kemudian menjual kembali dengan harga tertentu.[5]

Sebagai unit bisnis, bank senantiasa berorientasi laba.Kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemesan jangan diharapkan keutuhan pelanggan atau nasabah akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasaran secara terpadu dan terus menerus melakukan riset pemasaran.Untuk melakukan kegiatan pemasaran tersebut, para pemasar atau orang yang memasarkannya harus memahami perencanaan pemasaran dalam mengeluarkan suatu kebijakan produk-produknya melihat beberapa aspek.Beberapa aspek tersebut berupa aspek kepantasan, kelayakan serta melihat kebutuhan dan posisi perkembangan suatu pasar.[6]

Salah satu lembaga keuangan syariah yang melakukan kegiatan pemasaran dan pembiayaan itu adalah Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi.Produk yang terdapat pada Bank Nagari Syariah tersebut yaitu pada jenis pembiayaan konsumtif dalam bentuk pembiayaan pensiun.Pemensiunan/pemberhentikan pada tempat pekerjaan merupakan suatu tindakan pemberian penghormatan kepada pegawai yang produktifitasnya sudah

---

[4]Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005, h. 92-93

[5]Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 81-82

[6]Sentot imam wah jono, *manajemen pemasaran bank*, (Yogyakarta: graham ilmu,2010), hal 3

turun karena berbagai sebab dengan mengingat jasa-jasa pegawai tersebut selama bekerja dalam perusahaan.Pemberian penghormatan tersebut direalisasikan dengan pemberian bebas tugas dengan menerima uang pensiun setiap bulan. Besarnya uang pensiun biasanya paling maksimal setengah dari gaji tertinngi semasa ia bekerja aktif.[7] Hal tersebut tergantung kepada kedudukan dan lamanya pengawai tersebut bekerja pada suatu perusahaan/ tempat ia bekerja.

Para Pegawai Negeri Sipil Daerah yang telah memasuki usia atau masa pensiun terdaftar pada Badan Kepegawaian Daerah. Badan Kepegawaian Daerah atau di singkat (BKD) merupakan salah satu unit kerja, organisasi, instansi yang di bentuk oleh pemerintah/pemerintah daerah dan sekaligus dipercaya untuk menyelenggarakan berbagai urusan di bidang kepegawaian daerah termasuk dalam hal pengadaan pelamaran umum dan tenaga honorer yang diangkat menjadi calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) dan Pegawai Negeri Sipil (PNS) Serta Pendataan Pegawai Negeri Sipil Yang Telah Memasuki Usia Pensiun. Pegawai Negeri Sipil pusat TNI, POLRI yang telah memasuki usia pensiun terdapat pada lembaga tabungan dan asuransi pensiun yang disingkat dengan TASPEN. TASPEN merupakan Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun Pegawai Negeri Sipil. Para pensiun yang tercatat merupakan para pensiun yang memang memasuki usia lanjut atau masa kerja pensiun dan pensiunan dini. Dari data yang penulis

[7]Manullang, *Dasar Dasar Manajemen*,(Yogyakarta UGM, Press, 2012), hal. 147

dapatkan rata-rata umur pensiunan yang ada di kota Bukittinggi yaitu sekitar 60 tahunan. [8]

Pensiunan yang ada di kota Bukittinggi masih mempunyai usia produktif untuk bekerja, sedang pada tempat ia bekerja sudah memasuki usia pensiun kerja. Melihat perkembangan dan kebutuhan para pensiun yang ada di kota Bukittinggi. Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi ini mengeluarkan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan para pensiun yang mana gaji pensiunnya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari untuk keperluan kehidupannya, maka dari itulah Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi ini mengeluarkan satu produk yaitu pembiayaan pensiun.[9]

Produk pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan yang diberikan kepada pensiun atau penyaluran fasilitas pembiayaan konsumer kepada para pensiunan, batas maksimal pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada pensiunan 75% dari gajinya, dengan pembayaran angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulannya. Maksud 75% disini, seorang pensiunan menerima gaji sebesar Rp.1.000.000,00/bulannya, batas maksimal pembayan angsuran pembiayaan perbulannya 75% atau Rp.750.000 dan sisanya bisa diambil oleh pensiun yang melakukan pembiayaan. Berdasarkan wawancara awal yang penulis lakukan dengan pimpinan *Analis Pembiayaan* Bank

[8]www.TASPEN.Com

[9]Wawancara bersama Fitri Agustini, *Analis Pembiayaan Bank Nagari Syariah Kantor Cabang Pembantu Bukittinggi.*

Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi, bahwasanya pembiayaan pensiun dikeluarkan pada tahun 2010. Hal itu dilatar belakangi oleh semakin banyaknya pekerja atau pegawai yang memasuki usia pensiun sementara ia masih harus selalu memenuhi kebutuhan hidupnya, maka dari itu sebagian pegawai pensiun merasa dana pensiunnya belum memenuhi atau tidak cukup untuk kehidupannya. Oleh karena itu pada seorang pegawai yang telah memasuki usia pensiun maka kebanyakan ia membuka usaha yang dapat menambah kebutuhannya sehari-hari disamping itu dana pensiunnya juga bisa diterimanya.[10]

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari kantor Badan Kepegawaian Daerah (BKD) dan Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi tercatat jumlah pensiun yang ada di kota Bukitttinggi pada tahun 2012-2016 dan data jumlah nasabah pembiyaan pensiun pada Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi periode 2012-2016, dapat dilihat sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Pensiunan PNS Kota Bukittinggi dan Jumlah Nasabah Pembiayaan Pensiun pada PT. Bank Nagari Cabang Syariah Pembantu Bukittinggi

No	tahun	Pegawai Pensiun Baru	Total Pensiun	Nasabah Baru	Total Nasabah
1.	2012	148	148	4	4
2.	2013	152	300	6	10
3.	2014	182	482	4	14
4.	2015	186	486	5	16

[10]Wawancara bersama Fitri Agustini, *Analis Pembiayaan Bank Nagari Syariah Kantor Cabang Pembantu Bukittinggi.*

5.	2016	206	696	7	21

Sumber: Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa banyaknya jumlah pegawai pensiun yang ada pada kota Bukittinggi. Sedangkan Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi hanya mampu menarik nasabah pembiayaan sebanyak 4 orang pada tahun 2012, 6 orang pada tahun 2013 dan pada tahun selanjutnya Bank Nagari Syariah Kantor Cabang Pembantu Bukittinggi menurun menjadi 4 orang pada tahun 2014 dan pada tahun selanjutnya naik menjadi 5 orang pada tahun 2015 dan 7 orang pada tahun 2016. Dari jumlah pensiun yang tercatat pada Badan Kepegawaian Daerah dan Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi.[11]

Dari keterangan pihak Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dijelaskan bahwa jumlah nasabah pembiayaan pensiun masih jauh dari target yang mana targetnya 10% dari jumlah pensiun yang ada di kota Bukittinggi, dapat dilihat sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1.2

Jumlah Pensiun PNS Kota Bukittinggi Dan Persentase Yang Tercapai Oleh Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi.

No	tahun	Total Pensiun	Target	Nasabah Yang Tercapai	Persentase
1.	2012	148	14	4	2,7 %
2.	2013	300	30	6	3,2 %
3.	2014	482	48	4	2,1 %

[11]Wawancara bersama Rio Mustika Henra, *Administrasi Pembiayaan...*,

4.	2015	486	52	5	3,0 %
5.	2016	696	68	7	3,9 %

Sumber: Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat jumlah nasabah pembiayaan pensiun belum mencapai target. Dari banyaknya pensiun yang ada dikota Bukittinggi, namun pada Bank Nagari Syariah Cabang PembantuBukittinggi terlihat bahwa masih sedikitnya nasabah pembiayaan pensiun sebanyak 2,7% pada tahun 2012, 3,2% pada tahun 2013, 2,1% pada tahun 2014, 3,0% pada tahun 2015, dan 3,9% pada tahun 2016.

Sedangkan pembiayaan tersebut sudah ada di bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi sejak tahun 2010.Berdasarkan tinjauan penulis pada penelitian yang pernah dilakukan Oleh Ardila Arianti pada Bank Syariah Mandiri, jumlah nasabah pembiayaan di bank tersebut lebih banyak dibanding yang ada di Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi.Sedangkan produk tersebut baru ada di Bank Mandiri Syariah pada tahun 2012.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti dan membahas serta mengangkatnya dalam skripsi yang berjudul: "**Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada PT. Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan di atas, dapat penulis identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi.
2. Perkembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi.
3. Bentuk pemasaran produk pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi.
4. Kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi dalam pemasaran produk pembiayaan pensiun.
5. Meningkatnya jumlah pembiayaan pensiunan yang ada di kota Bukittinggi setiap tahunnya pada Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi.
6. Sedikit atau belum tercapainya target nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi?

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan masalah yaitu: **Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi?**

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui dan menganalisa strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada PT. Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

a. Dapat digunakan sebagai serana untuk menambah wawasan dalam memahami strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun bagi pembaca.
b. Untuk penulis sendiri, hasil penelitian diharapkan dapat memperdalam pengetahuan tentang strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun.
c. Untuk akademis, hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta dapat menambah pengetahuan, menjadi sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

d. Hasil penelitian penulis diharapkan dapat membantu masyarakat memahami tentang produk pembiayaan pensiun serta kelebihan yang di miliki oleh produk pembiayaan pensiun.
e. Dengan hasil penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Perbankan Syariah.

F. Defenisi Operasional

Untuk lebih mempermudah pemahaman judul dan menghindari kesalapahaman dalam memahami skripsi penulis maka perlu dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

Strategi pemasaran merupakan rencana yang dijabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Sedang yang penulis maksud strategi pemasaran ini adalah perencanaan yang digunakan Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun kepada konsumen untuk mencapai apa yang dinginkan oleh bank tersebut.

Produk pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana dari pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Sedang penulis maksud dengan produk pembiayaan ini adalah produk pembiayaan yang ada pada Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi yang berupa produk yang di tawarkan kepada masyarakat

menyalurkan dana pada Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi.

Pensiun adalah seseorang tidak bekerja lagi karena usia sudah lanjut dan harus diberhentikan, ataupun atas permintaan sendiri (pensiun muda). Yang penulis maksud pensiun yaitu seseorang yang tidak bekerja lagi, baik karena usianya, maupun mengundurkan diri.

Produk pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan yang diberikan kepada pesiun atau penyaluran fasilitas pembiayaan konsumer kepada para pensiunan, batas maksimal pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada pensiunan 75% dari gajinya, dengan pembayaran angsuran melalui pemotongan uang pesiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulannya.

Strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh bank dalam memasarkan produknya agar produk tersebut banyak diminati oleh banyak orang. Yang penulis maksud suatu cara yang dilakukan oleh bank untuk memperkenalkan produk pembiayaan pensiun kepada pensiunan yang ada, agar produk tersebut diminati serta terjadi peningkatan jumlah nasabahnya.

Maksud dari judul skripsi ini secara keseluruhan adalah perencanaan yang digunakan bank dalam memasarkan barang (produk)

kepada orang yang tidak bekerja lagi karna usia lanjut/sudah diberhentikan dari tempat kerjanya sebagai Pengawai Negeri Sipil (PNS).

G. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini dipaparkan beberapa literature penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti penulis tentang bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun, yakni sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh **Salfia Sasmita (3110.015)** dengan judul **"Manajemen Resiko Pembiayaan Pensiun Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh".** Penelitian ini terfokus pada upaya untuk mengendalikan resiko yang terjadi didalam pengembalian pembiayaan dimana pembayarannya dengan angsuran melalui pemotongan uang pension langsung yang diterima oleh bank setiap bulan pada setiap lembaga keuangan perbankan syariah yang beroperasi sesuai prinsip syariah pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Payakumbuh.

Penelitian yang dilakukan oleh Ira Amita (3108.009) dengan judul **"Strategi Pemasaran Produk Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat sebagai Produk Investasi Syariah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Payakumbuh"**. Penelitian ini terfokus pada bagaimana cara bank memasarkan produk DPLK Muamalat

sebagai produk investasi syariah yang dapat diterima untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah pada bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Payakumbuh.

Penelitian yang dilakukan oleh **Anita Silvia (3109.007)** dengan judul **"Penerapan Strategi Segmentasi Pasar dalam Penyaluran Pembiayaan MurabahahTerhadap PNS Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Pembantu Bukittinggi".**Penelitian ini berfokus pada strategi segmentasi pasar untuk memperluas pasar sasaran dalam menyalurkan pembiayaan murabahah terhadap Pegawai Negeri Sipil pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Pembantu Bukittinggi.

Jadi, beda penelitian ini dengan tiga kajian terdahulu adalah penelitian ini berjudul "**Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun pada PT. Bank Nagari Syariah Cabang Pembantu Bukittinggi**" yang terfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun yang dilakukan oleh PT. Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi untuk mencapai target sasaran nasabah pensiun pada setiap tahunnya.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan, maka penulis membagi penulisan ini menjadi lima bab, yaitu:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, defenisi operasional, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori meliputi pengertian strategi, macam-macam strategi, pengertian pemasaran, landasan syariah pemasaran, tujuan pemasaran, strategi pemasaran, perencanaan pemasaran produk bank, pengertian pembiayaan, landasan syariah tentang pembiayaan, jenis-jenis pembiayaan, tujuan pembiayaan, fungsi pembiayaan, pengertian pensiun, jenis pensiun, hak atas pensiun, pengertian dana pensiun, jenis program dana pensiun dan pembiayaan pensiun.

BAB III : METODE PENELITIAN

Yang terdiri dari jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, sampel sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang gambaran biografi umum PT. Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi, visi dan misi, Struktur organisasi dari PT. Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi tersebut, serta strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun dan kendala-kendala apa saja yang terdapat dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun tersebut.

BAB V : PENUTUP

Merupakan uraian tentang kesimpulan dan saran yang diambil dari pembahasan penelitian dan memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan.Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku, namun adapula langkah yang paling mudah.Disamping itu, banyak rintangan dan cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan.Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan dengan hati-hati dan terarah.[12]

Menurut *Lawrence R. Jauch & WF Gluech* (1984) strategi merupakan rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk mematikan tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.17 Strategi adalah pola keputusan yang membentuk dan mengungkapkan tujuan maksud dan sasaran sebuah organisasi menghasilkan kebijakan pokok dan rencana pencapaian sasaran, dan menentukan perusahaan dimana rencana organisasi itu akan dijalankan. Pengarahan strategi adalah fungsi manajemen puncak.Manajemen puncak

[12]Kasmir,*Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers. 2011), hal. 186

harus menetapkan jalan masa rencana pemadanan produk pasar dan menetapkan arah bank.[13]

2. Macam-Macam Strategi

Dalam manajemen strategi perusahaan pada umumnya mempunyai 3 tingkatan strategi, yaitu: [14]

1. Strategi Korporasi

   Strategi ini menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap arah pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis dan ini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa.

2. Strategi Unit Bisnis

   Strategi ini biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industrinya atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut.

   Strategi bisnis umumnya menekankan pada peningkatan laba produksi dan penjualan. Strategi bisnis yang di implementasikan biasanya merupakan salah satu strategi *Overall cast leadership* atau *Diferesiasi*

[13]Irwan Purwanto, *Management Strategi*, (Bandung: CV Yrama Media, 2006), hal. 74
[14]Husen Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategi*, (Jakarta Rajawali Pers. 2010), hal. 17-18

.

3. Strategi Fungsional

Strategi ini menekankan pada pemaksimalan sumber daya produktivitas.Dalam batasan oleh perusahaan dan strategi bisnis yang berada disekitar mereka, departemen fungsional seperti fungsi pemasaran, SDM, keuangan, produk operasi mengembangkan strategi untukmengumpulkan bersama-sama berbagai aktivitas dan kompetensi mereka guna meningkatkan kinerja perusahaan.[15]

B. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan studi tentang proses pertukaran yaitu bagaimana transaksi dimulai, dimotivikasikan dan dikonsumsikan. Pemasaran dapat pula disebut penciptaan dan pemberian suatu standar hidup. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.[16]

Dan Menurut Solati Siregar dalam bukunya Muhammad, pemasaran lembaga keuangan atau jasa keuangan adalah usaha untuk menciptakan dan melayani permintaan pasar atau nasabah, sehingga

[15] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta : Unit Penerbit Dan Percetakan AMP YKPN, 2005), hal. 222

[16] Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta : 2002), hal. 6

memperoleh keinginan bagi lembaga keuangan dan masyarakat.[17] Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk dan jasa bank yang ditunjuk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasaan.

Pengertian pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptkan penawaran dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Manajemen pemasaran adalah analisis, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang mengguntungkan dengan pemberian sasaran (*Target buyer's*) dengan tujuan untuk mencapai organisasi.

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasaan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan**.**[18]

Terdapat perbedaan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan.Kebutuhan (*Needs)* merupakan bawaan dasar biologis setiap

[17] Melayu S.P Hasibuan, *Dasar Dasar Perbankan*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2008), hal. 143

[18]Murti, *Manajemen Pemasaran …* hal. 6

manusia dan tidak dapat direkayasa oleh pemasaran.Jadi bersifat internal.Setiap kebutuhan untuk makan, minum, pakaian, tempat tinggal, rasa aman. Keinginan *(Wants)* merupakan hasrat akan pemuasan tertentu dari kebutuhan yang lebih mendalam sedangkan permintaan *(Demand)* merupakan keinginan produk spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya, seperti banyak orang yang berkeinginan membeli rumah, tapi hanya sedikit orang yang mampu membelinya.

2. Landasan Syariah

a. Al-Qur'an (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 ٢٩

Artinya: *wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian diantara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yangkalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya allah itu maha kasih sayang pada kalian. (QS. An-Nisa ayat 29)*

Dalam berdagang, pemasaran adalah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholdernya. Rasulullah SAW telah mengajarkan kepada umatnya untuk berdagang menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam

beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan bathil, namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho.

3. Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk dan jasa sesuai bagi konsumen sehingga produk dan jasa dapat terjual dengan sendirinya.Tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang.Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan bisa juga dilakukan sebagai langka untuk mencapai tujuan jangka panjang.Demikian juga dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah :[19]

1. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
2. Memaksimumkan kepuasaan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang di inginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini ditularkan ke nasabah lain melalui ceritanya.

[19]Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta : Andi, 2002), hal.186

3. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasbah memiliki berbagai pilihan pula.

4. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

4. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana yang di jabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.24 Strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk atau jasa perbankan yang ditunjukkan pada peningkatan penjualan.

Strategi pemasaran ini sangat penting mengingat sebaik apapun segmentasinya, pasar adalah sasarannya dan posisi pasarnya yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat, justru strategi pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya.

Strategi pemasaran adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan sasaran, maksud, dan tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dicapai oleh perusahaan.

5. Perencanaan Pemasaran Produk Bank

Perencanaan produk jasa bank harus dirancang dengan baik dan benar.Rencana yang baik jika realitis dan menantang untuk diperjuangkan dalam mencapai tujuan.Perencanaan pemasaran bank ini merupakan bauran pemasaran yang mencakup unsur-unsur *produk, price, promotion* dan *place.*[20]

a. Strategi Produk

Produk menurut *Philip Kotler* adalah suatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, di konsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.Sedangkan dalam *marketing mix*, langkah yang pertama dilakukan adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu di ingat adalah yang berkaitan dengan produk yang utuh, mulai dari nama produk, bentuk, isi atau bungkusannya.

Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen.Tujuan menawarkan produk kepasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan

[20]Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2001), hal. 186

konsumen.Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut :

a. Penentuan logo dan moto

Logo merupakan cirri khas suatu perusahaan produk, sedangkan motto merupakan serangkaian kata yang berisikan misi dan visa perusahaan dalam melayani masyarakat.Baik logo maupun motto harus dirancang secara baik dan benar. Dalam menentukan logo dan motto perlu beberapa pertimbangan, yaitu : harus memiliki arti (dalam arti positif), harus menarik perhatian, harus sudah di ingat.[21]

b. Menciptakan merek.

Merek merupakan suatu tanda bagi konsumen untuk mengenal barang dan jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya. Agar merek mudah dikenal masyarakat, penciptaan merek harus mempertimbangkan factor-faktor berikut : mudah dikenal, terkesan hebat dan modern, menarik perhatian, memiliki arti.

c. Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkusan suatu produk. Penciptaan kemasan pun harus memenuhi berbagai pesyaratan sebagai berikut

[21]Melayu S.P Hasibuan … hal. 149

:Kualitas kemasan, Bentuk dan ukuran desain menarik, Warna yang menarik, Keputusan label.

Label merupakan sesuatu yang diletakkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian kemasan. Didalam label harus dijelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya, waktu kadaluarsanya dan informasi lainnya. [22]

Pengembangan produk ini menyangkut perubahan / penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Produk yang ada pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi adalah produk pembiayaan pensiun.Produk ini digunakan untuk pembiayaan konsumtif bagi para pensiunan.Produk ini sudah ada di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dari tahun 2010. Kelebihan dari produknya antara lain : Proses cepat dan syarat mudah, adil dan menguntungkan, jangka waktu maksimal 15 tahun, pembiayaan bisa diperbaharui kapanpun, jangka waktu khusus (bisa pakai jangka waktu pensiun), Sistem angsuran tetap (bukan kerucut).

[22]Ali Musa Pasaribu, *Kewirausahaan Berbasis Agribisnis*, (Yogyakarta C.V Andi Offset 2012), hal. 118

b. Strategi Harga

Harga, yang dimaksud dengan harga adalah pengganti nilai produk (*produk value)* nilai bukan hanya sekedar biaya produksi ditambah laba yang di inginkan.Di dalam harga produk terkandung juga harga atas citra (*image)* dan gengsi yang tertempel.Tujuan dari penetapan strategi ini adalah dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran, termasuk kebijakan penetapan harga.[23]

Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix.*Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan untuk mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan.

Salah dalam menentukan harga akan bersifat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak laku produk dipasar.Penentukan harga yang ditetapkan harus di sesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentukan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut :[24]

[23]Murti, *Manajemen Pemasaran,* ….hal. 5
[24]Kasmir, *Kewirausahaan* ... hal.191

a. Untuk bertahan hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin.Tujuannya adalah agar produk dan jasa ditawarkan laku dipasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

b. Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat, sehingga laba menjadi maksimal.Penentukan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

c. Untuk memperbesar *market share*

Untuk memperbesar *market share* maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga murah yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

d. Mutu produk

Tujuan penentuan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing.Biasa harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibandingkan harga persaingan.

e. Karena pesaing

Penentukan harga dengan melihat harga persaingan bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan oleh pesaing.Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.

Berdasarkan brosur yang diperoleh dari Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dilihat dari segi harga, pembiayaan pensiun biayanya murah tanpa biasa provisi.plafond sampai dengan 300 juta dan tanpa agunan tambahan. Sedangkan biaya administrasi hanya 1% dari plafond dan marginnya sebesar 10,50%.

c. Strategi Distribusi

Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ketangan konsumen akhir. Distribusi dapat pula diartikan sebagai cara menentukan metode dan jalur yang akan disepakati dalam menyalurkan produk kepasar. Pendek atau panjang jalur yang digunakan perlu dipertimbangkan secara matang.[25]

Strategi distribusi penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran.Keterlambatan dalam menyalurkan mengakibatkan perusahaan kehilangan waktu dan kualitas barang serta di ambil kesempatan oleh pesaing. Oleh karena itu perusahaan harus memiliki

[25]Kasmir, *Kewirausahaan ....,* hal. 195

strategi untuk mencapai target pasar dan menyelenggarakannya fungsi distribusi yang berbeda-beda. [26]

Yang dimaksud dengan lokasi Bank adalah tempat dimana diperjual belikan produk Perbankan dan pusat pengendalian Perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor Bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi lokasi ATM.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga maupun distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung.[27]

Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan.Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya,baik barang maupun jasa.

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah

[26]Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta Kencana. 2005), hal. 163

[27]Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank,* (Yogyakarta Graham Ilmu, 2010), hal. 134

a. Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang paling sering digunakan oleh Bank dalam rangka mengkomunikasikan produk dan jasa Bank.Dalam iklan biasanya termuat manfaat produk, harga, dimana bisa didapatkan. Sementara itu dari tujuan dari kegiatan iklan adalah member informasi, menimbulkan proses dan mempengaruhi pembeli dan konsumen untuk memutuskan membeli produk bank. Meskipun secara umum tujuan pemasangan iklan adalah untuk mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat sasaran, namun tujuan spesifik pemasangan iklan bagi bank beraneka macam, di antaranya: untuk pemberitahuan atau untuk mengingatkan kembali, penarik perhatian, dan pembangun citra.[28]

Beberapa keunggulan iklan sebagai pilihan promosi menjadi pertimbangan pemasangan iklan, diantaranya :

1. Persentasi publik, artinya pesan yang sama kepada masyarakat banyak.
2. *Pervasiveness,* artinya suatu iklan memungkinkan bank mengulang pesan beberapa kali.
3. *Amplified expressiveness*, artinya bank pemasang iklan dapat mengekpresikan keinginan dan tujuannya dalam beriklan secara meluas dengan perpaduan warna, suara atau bentuk bentuk produk.
4. *Impersonality*, iklan bersifat tidak personal artinya meskipun iklan ditujukan kepada kelayakan umum namun individu tetap bisa

[28]Kasmir, *Kewirausahaan* ... hal. 198

mengabaikan atau menikmati iklan sewaktu waktu. Hal ini berarti iklan memungkinkan untuk menunda respon tidak harus sekarang.

b. Promosi Penjualan *(Sales Promotion)*

Promosi penjualan adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan jalan menjual secara langsung kepada pelanggan.Kegiatan promosi penjualan bisa berupa pemberian diskon, pemberian voucher belanja produk, atau dengan kegiatan kontes. Dalam industry perbankan, promosi penjualan biasanya dilakukan dengan kegiatan-kegiatan seperti: Pemberian bagi hasil khusus, Pemberian insentif bagi nasabah dengan jumlah tertentu, Pemberian hadiah atau *souvenir* langsung untuk setiap pembukaan rekening baru, Pemberian kupon undian untuk hadiah promosi. [29]

Dengan menggunakan promosi penjualan, penjualan perusahaan atau bank dapat memetik manfaat, diantaranya :

1. Komunikasi, Bank dapat melakukan komunikasi langsung dengan pelanggan. Beberapa informasi secara timbal balik dapat terjadi, bank dapat mengetahui produk yang disukai dan yang dihindari, spesifikasi produk favorit, fitur fitur yang dicari. Dalam promosi penjualan bank juga dapat menerima atau merangsang timbulnya kritik membangun untuk perbaikan produk.
2. Insentif, Bank dapat memberikan tambahan perhatian kepada nasabah setia dengan hadiah, tambahan fasilitas atau kemudahan lainnya. Bank

[29]Kasmir, *Kewirausahaan* ... hal. 199

dapat memberi persetujuan permohonan kartu kredit atau *up-grate* kartu kredit secara gratis dan seketika pada saat promosi penjualan.

3. Invitas, Bank dapat mengundang nasabah pada saat promosi penjualan dengan maksud untuk merealisasikan pembelian produk.

Promosi penjualan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, pemilihan cara tertentu disesuaikan dengan tujuan dan karakteristik promosi penjualannya. Cara promosi penjualannya adalah sebagai berikut:

a) Promosi konsumen, promosi jenis ini langsung ditujukan kepada konsumen akhir (*end user*) dalam bentuk pemberian hadiah langsung, *voucher*, kupon diskon, kupon undian dan sampel produk.
b) Promosi dagang, promosi jenis ini biasanya berlangsung bersamaan dengan pameran dagang. Pada event pameran, promosi berlangsung dengan pembagian sampel, diskon dan insentif lainnya. Tujuan promosi dagang tidak melulu kepada *end user*.
c) Promosi wiraniaga (*sales person*), berlangsung melalui kantes penjualan. Bagi sales mana yang mencetak rekor penjualan tertinggi akan mendapat hadiah, demikian pula bagi sales dengan kriteria tertentu, misalnya paling sedikit membuat kesalahan *administrative* juga mendapat hadiah.

c. Publisitas *(Publicity)*

Publisitas adalah kegiatan Bank dalam rangka mengenal ke publisitas dengan media media yang dikenalkan non komersial.Bagi Bank publisitas dapat ditempuh dengan menyelenggarakan suatu kegiatan yang melibatkan

masyarakat umum dan cenderung bukan merupakan ajang penjualan produk dan pengiklanan, sehingga mampu menarik perhatian wartawan media masa untuk meliput dan menyiarkannya sebagai berita publisitas.

Meski mempunyai kesamaan dengan iklan yaitu disiarkan dan diberitakan dalam media masa, publisitas lebih netral karena tidak memuat pesan pesan propaganda untuk mengkonsumsi produk bank. Masyarakat akan menilai publisitas akan media masa sebagai informasi, berita yang layak diketahui oleh masyarakat secara umum dan luas. [30]

Strategi promosi yang digunakan oleh Bank untuk memasarkan produk pembiayaan pensiun adalah melalui brosur.Dimana didalam brosur dipaparkan jumlah plafon pembiayaan serta angsuran berjangka waktu. Dalam brosur dijelaskan juga margin pertahun dan perbulan serta simulasi pembiayaannya.[31]

C. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyedia dana untuk memenuhi kebutuhan pihak pihak yang merupakan *deficit unit*.Pembiayaan sangat bermanfaat bagi bank

[30]Kasmir, *Kewirausahaan ...* hal. 199
[31]Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank ....* Hal. 136-138

syariah, nasabah dan pemerintah. Pembiayaan adalah hasil yang paling besar di antara penyalur dana yang lainnya dilakukan oleh bank syariah.[32]

Pembiayaan dalam perbankan syariah atau istilah teknisnya aktiva produktif, menurut ketentuan Bank Indonesia adalah penanam dana bank syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, *qard*, surat berharga syariah, penetapan, penyertaan modal sementara dan komitmen pada rekening administrasi serta sertifikat *wadiah* Bank Indonesia.

Pasal 1 ayat (25) Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, menyatakan pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan dipersamakan dengan itu berupa :

a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah.*
b. Transaksi dalam bentuk sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah mutahiyah bintamwil.*
c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam* dan *istisna'.*
d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh.*
e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksimulti jasa.

[32]Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank* … hal. 139-140

2. Landasan Syariah

a. Al-Qur'an (Al-Maidah ayat 1)

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَٰمِ إِلَّا مَا يُتۡلَىٰ عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ ١

Artinya: hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kcuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya allah menetapkan hokum-hukum menurut yang dikehendaki-nya.

b. Al-Hadist

Dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW Bersabda: "Sesungguhnya Allah SWT Berfirman: "*Aku pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama salah satunya tidak menghianati 3 temannya*". (H.R. Abu Dawud No. 2936, dalam kitab Al Buyu dan Hakim).

Yang menjadi dalil dari ayat dan hadist diatas adalah diterangkan kepada kita agar tidak memakan harta sesame kita, kecuali dengan jalan perniagaan atau jual beli atas dasar suka sama suka. Dengan tidak menguntungkan salah satu pihak dan juga tidak merugikan pihak lainnya

3. Jenis Pembiayaan

a. Pembiayaan Dilihat Dari Tujuannya

1) Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang diberikan untuk tujuan konsumtif yang hanya di nikmati oleh pemohon. Pembiayaan konsumtif diperlukan oleh pengguna dana untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kebutuhan konsumsi dapat dibedakan atas kebutuhan primer (pokok atau dasar) dan kebutuhan sekunder.Kebutuhan primer adalah kebutuhan pokok, baik barang, seperti makan, minum, baikpun berupa jasa, seperti pendidikan dasar pengobatan.

Bank syariah dapat menyediakan pembiayaan komersil untuk pemenuhan kebutuhan barang konsumtif dengan menggunakan sekema berikut ini :[33]

a. *Al-bai' tshaman Ajil* (salah satu bentuk murabahah) atau jual beli angsuran
b. *Al ijarah Al Muntahia Bin Tamlik* atau sewa beli
c. *Al Musyarakah Mutanaqhishah,* dimana bank secara bertahap bank menurunkan jumlah partisipasi.
d. *Al-Ran* untuk memenuhi kebutuhan jasa.

Pembiayaan konsumtif diatas digunakan untuk pemenuhan kebutuhan sekunder.Pada umumnya kebutuhan primer tidak dapat dipenuhi dengan pembiayaan ini.Seseorang yang belum mampu memenuhi kebutuhan primer

[33]Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik,* (Jakarta : Gema insane press, 2001), hal. 160

dikategorikan fakir atau miskin. Maka ia wajib diberikan zakat atau sedekah, atau maksimal diberikan pinjaman kebajikan *(Al Qardh Al Hasan)* yaitu pinjaman dengan kewajiban pengembalian pokoknya saja, tampa imbalan apapun.[34]

2) Pembiayaan Produktif

Pembiayaan produktif adalah pembiayaan yang manfaatnya untuk kegiatan produksi yang menghasilkan suatu barang dan jasa.[35]

3) Pembiayaan Perdagangan

Pembiayaan perdagangan adalah pembiayaan yang memberikan untuk pembelian barang sebagai persediaan untuk dijual kembali.

b) Pembiayaan Dilihat Dari Jangka Waktunya

Pembiayaan jangka pendek *(Short Term Financing)* yaitu pembiayaan yang berjangka waktu maksimal 1 tahun.Pembiayaan jangka pendek biasanya diberikan oleh bank syariah untuk membiayai modal kerja perusahaan yang mempunyai siklus usaha satu tahun, pengembalian disesuaikan dengan kemampuan nasabah.Pembiayaan jangka menengah (*medium term financing*) yaitu pembiayaan yang berjangka waktu 1-3 tahun.Pembiayaan jangka panjang yang berjangka waktu lebih dari 3 tahun.

c) Pembiayaan Dilihat Dari Penggunaannya

[34]Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta : kencana, 2011), hal. 105
[35]Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: 2004), hal. 196

1) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan jangka pendek dan menengah yang digunakan untuk kebutuhan modal kerja bagi kelancaran kegiatan usaha, antara lain untuk pembelian bahan baku, bahan penolong, biaya produksi seperti upah tenaga kerja, biaya distribusi dan sebagainya.

Bank syariah dapat membantu memenuhi seluruh kebutuhan modal kerja tersebut bukan dengan meminjamkan uang, melainkan dengan menjalinkan hubungan *partnership* dengan nasabah, dimana bank bertindak sebagai penyandang dana (*shahibul mal*) sedangkan nasabah sebagai pengusaha (*mudharib*).

Skema pembiayaan seperti ini disebut dengan *mudharabah* (*trust financing*). Fasilitas ini dapat diberikan untuk jangka waktu tertentu, sedangkan bagi hasil dibagi secara periodik dengan nisbah yang disepakati, setelah jatuh tempo, nasabah mengembalikan jumlah dana tersebut beserta porsi bagi hasil (yang belum dibagikan) yang menjadi bagian bank.[36]

2) Pembiayaan Investasi

Pembiayaan investasi yaitu pembiayaan jangka menengah dan panjang untuk melakukan investasi seperti pembelian barang-barang modal, serta

[36]Yusak laksamana, *Panduan Praktik Account Officer Bank Syariah Memahami Praktis Proses Pembiayaan Di Bank Syariah*, (Jakarta : P.T Alek Media Koputindo), hal.22

jasa yang diperlukan untuk rehabilitas maupun ekspansi usaha yang ada dengan pembelian mesin, peralatan dan pembangunan pabrik.

Pembiayaan investasi adalah pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kitannya dengan itu.Pembiayaan investasi diberikan kepada para nasabah untuk keperluan investasi, yaitu keperluan penambahanmodal guna mengadakan *rehabilitasi*, peluas usaha ataupun pendirian proyek baru.[37]

3) Pembiayaan Multi Guna

Pembiayaan multi guna adalah pembiayaan jangka pendek dan menengah bagi perorangan untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti biya pendidikan, biaya pernikahan, pembelian peralatan rumah tangga, dan sebagainya.

Pembiayaan yang ada di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Padang Panjang adalah pembiayaan pensiun seperti pembiayaan konsumtif berdasarkan akad *murabahah.*Pembiayaan ini diperuntukkan bagi pensiunan Pegawai Negeri Sipil, TNI dan POLRI.[38]

4. Tujuan Pembiayaan

Tujuan pembiayaan yang dilaksanakan perbankan syarian terkait dengan *Stake holder* adalah :

a. Pemilik

[37]Yusak Laksamana, *Panduan* … hal. 22
[38]Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah* … hal. 168

Dari sumber pendapatan diatas, para pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan atas dana yang ditanam pada bank tersebut.

b. Pegawai

Para pegawai mengharapkan dapat memperoleh kesejahteraan dari bank yang di kelolahnya.

c. Masyarakat

1. Pemilik dana

Sebagai pemilik, mereka mengharapkan dari dana yang di investasikan akan diperoleh bagi hasil.

2. Debitur yang bersangkutan

Para debitur, dengan menyediakan dana baginya, mereka terbantu guna menjalankan usahanya (sector produktif) atau terbantu dalam pengadaan barang yang di inginkan (pembiayaan konsumtif).[39]

5. Fungsi Pembiayaan

Ada beberapa fungsi pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat penerima, diantaranya :

a) Meningkatkan Daya Guna Uang

Penabung menyimpan uangnya pada bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam pesentase tertentu

[39]Yusak Laksamana, *Panduan* … hal 34

ditingkatkan kegunaanya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas bank tersebut.

b) Meningkatkan Daya Guna Barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaanya kurang ketempat yang lebih bermanfaat.[40]

c) Meningkatkan Peredaran Uang

Pembiayaan yang disalurkan via rekening–rekening Koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, promes dan sebagainya.

d) Menimbulkan Kegairahan Berusaha

Setiap manusia adalah makhluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi yaitu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya.

e) Stabilitas Ekonomi

Dalam perekonomian yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha seperti pengendalian inflasi, peningkatkan ekspor, rehabilitasi prasarana dan pemenuhan kebutuhan pokok rakyat.

f) Sebagai Jembatan Untuk Meningkatkan Pendapatan Nasional

[40]Ismail, *Perbankan* ... hal. 114

Para usahawan yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya.Peningkatan usaha berarti meningkatkan profit.

g) Sebagai Alat Hubungan Ekonomi Internasional

Bank sebagai lembaga kredit / pembiayaan tidak saja bergerak di dalam negeri tapi juga diluar negeri.

D. Pensiun

1. Pengertian Pensiun

Awal kata pensiun terkait erat dengan apa yang dinikmati oleh pegawai pemerintah, yaitu mendapatkan gaji rutin setiap bulan sejak sampai pensiun meninggal dunia sampai sang anak beranjak dewasa. Umumnya gaji pensiun lebih kecil dibandingkan dengan gaji semasa bekerja.

Tetapi, dengan makin besarnya peranan swasta dalam sector perekonomian modern, termasuk di Indonesia. Maka program pensiun akan memberikan kepastiantentang masa depan dan hal ini memotivasi untuk bekerja lebih giat dan meningkatkan produktivitas.[41]

Pensiun menurut kamus besar bahasa Indonesia (2008 : 1124) adalah tidak bekerja lagi karena masa tugasnya telah selesai. Schwartz (dalam Hurlock, 2009 : 417) berkata bahwa pensiun dapat merupakan

[41]Mandala Manurung, Prathama Rahardja, *Uang* … hal.316

akhir pola hidup atau masa transisi kepola hidup baru. Pensiun selalu menyangkut perubahan peran, perubahan keinginan dan perubahan secara keseluruhan terhadap pola hidup setiap individu.

Pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan yang diberikan kepada pensiun atau penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiun, dengan pembayaran angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung diterima oleh bank setiap bulannya.Akad yang digunakan akad *murabahah* atau *ijarah.*

2. Jenis Pensiun

a) Pensiun Sukarela

Beberapa pekerja menjalani masa pensiun secara sukarela, seringkali sebelum masa pensiun wajib.

Hal ini individu lakukan karena alasan kesehatan atau keinginan untuk menghabiskan sisa hidupnya dengan melakukan hal-hal yang lebih berarti buat diri individu dari pekerjaannya.[42]

b) Pensiun Wajib yang terjadi secara regular atau lebih awal

Bagi yang lain, pensiun dilakukan secara terpaksa atau disebut juga karena wajib pensiun, karena organisasi dimana individu bekerja menetapkan usia tertentu sebagai batas seseorang untuk pensiun tanpa

[42]Fandy Achmad, *Pengaruh Optimism Menghadapi Masa Pensiun Terhadap Post Power Syndrome Pada Anggota Badan Pembina Pensiunan Pegawai* (BP3) Pelindo Semarang 2013, Online), tersedia http://www.dapentel.co.id/dmdocuments/pundi.pdf.

mempertimbangkan apakah mereka senang atau tidak. Bagi individu yang lebih suka sikap bekerja tetapi dipaksa keluar pada usia wajib pensiun seringkali menunjukkan sikap kebencian dan akibatnya motivasi individu untuk melakukan penyesuaian diri yang baik pada masa pensiun sangat rendah, serta cenderung mengalami kemunduran fisik dan psikologis.[43]

c) Pensiun Dini

Sementara kebanyakan pekerja pensiun pada usia wajib regular, dewasa ini terdapat juga kecenderungan untuk meminta masa pensiun lebih awal dari usia wajib pensiun. Individu yang mengambil masa pensiun lebih awal, seperti kasus pensiun sukarela, karena alasan kesehatan atau karena mereka ingin menghabiskan sisa hidupnya untuk mengerjakan hal hal yang berarti yang lebih menyenagkan.

Kadang kadang pensiun lebih awal terpaksa diambil karena kebijaksanaan manajemen yang ingin mengadakan berbagai perubahan dan pembaharuan sehingga mendesak pekerja lanjut usia untuk berhenti bekerja, untuk memberikan kesempatan bagi pekerja baru. [44]

Tapi kadang- kadang pensiun juga dijalani dengan sukarela. Beberapa pekerja mungkin merasa kecewa karena terpaksa untuk keluar dari pekerjaannya atau pensiun sebelum usia wajib pensiun.

[43]Fandy Achmad, … hal.32
[44]Nainggolan, *Pembinaan Pegawai Negeri Sipil* (Jakarta : 1984), hal. 250

Namun sebagian pekerja justru merasa puas mengalami sebelum waktunya. Kepuasaan individu bergantung tidak sebanyak pada keinginan individu untuk tetap bekerja seperti pada situasi keuangan individu dalam bentuk pensiun dan apakah individu mempunyai keinginan lain atau tidak. Seberapa baik pekerja menyesuaikan diri dengan masa wajib pensiun secara regular sangat bergantung pada seberapa baik persiapan mereka dalam menghadapinya.

3. Hak Atas Pensiun Pegawai

a. Pegawai yang diberhentikan dengan hormat sebagai Pegawai Negeri Sipil berhak menerima pensiun pegawai, jika ia pada saat pemberhentiannya sebagai Pegawai Negeri Sipil:

1. Telah mencapai usia sekurang-kurangnya 50 tahun dan mempunyai masa kerja untuk pensiun sekurangnya 20 tahun.

2. Oleh badan atau pejabat yang ditunjuk oleh departemen kesehatan berdasarkan peraturan tentang pengujian kesehatan pegawai negeri sipil, dinyatakan tida dapat bekerja lagi dalam jabatan apapun juga karena keadaan jasmani dan rohani, yang tidak disebabkan oleh dan karena ia menjalankan kewajiban jabatan.

3. Mempunyai masa kerja sekurang- kurangnya 4 tahun dan oleh badan/pejabat yang ditunjuk oleh departemen kesehatan

berdasarkan peraturan tentang pengujian kesehatan pegawai negeri sipil, dinyatakan tidak dapat bekerja lagi dalam jabatan apapun juga karena keadaan jasmani dan rohani, yang tidak disebabkan oleh dan karena ia menjalankan kewajiban jabatan.

b. Pegawai Negeri Sipil yang diberhentikan atau dibebaskan dari pekerjaannya karena penghapus jabatan, perubahan dalam susunan pegawai, penertiban aparatur Negara atau karena alasan-alasan dinas lainnya dan kemudian tidak bekerja kembali sebagai Pegawai Negeri Sipil, berhak menerima pensiun pegawai apabila ia diberhentikan dengan hormat Sebagai Pegawai Negeri Sipil. Dan pada saat pemberhentiannya sebagai Pegawai Negeri Sipil telah berusia sekurang-kurangnya 50 tahun dan memiliki masa kerja untuk pensiun sekurang-kurangnya 10 tahun.

c. Pegawai Negeri Sipil yang telah menjalankan suatu tugas Negara tidak diperkerjakan kembali sebagai Pegawai Negeri Sipil, berhak menerima pensiun Pegawai Negeri Sipil ia diberhentikan dengan hormat sebagai Pegawai Negeri Sipil ia telah mencapai usia sekurangnya 50 tahun dan memiliki masa kerja untuk pensiun sekurang kurangnya 10 tahun.

d. Apabila Pegawai Negeri Sipil yang dimaksud pada poin 2 dan 3 diatas pada saat ia diberhentikan sebagai Pegawai Negeri Sipil telah memiliki masa kerja untuk pensiun sekurang kurangnya 10 tahun akan tetapi pada

saat itu belum mencapai usia 50 tahun, maka pemberian pensiun kepadanya ditetapkan pada saat ia mencapai usia 50 tahun.

4. Dana Pensiun

a. Pengertian Dana Pensiun

Dana pensiun merupakan dana yang sengaja dihimpun secara khusus dengan tujuan untuk memberikan manfaat kepada karyawan pada saat mereka mencapai usia pensiun, meninggal dunia atau cacat.

Dana yang terhimpun ini dikelola dalam suatu lembaga yang disebut *trust* sedangkan pengelolaannya disebut *trustee* dapat juga dilakukan oleh perusahaan asuransi atau badan lainnya yang berbentuk khusus untuk mengelola dana tersebut.

b. Jenis Program Dana Pensiun

1. Program pensiunan pasti

Program pensiun hanya bertanggung jawab untuk menyusun atau menetapkan jumlah iuran para peserta iuran.Iuran biasanya dipungut berdasarkan persentase tertentu dari gaji karyawan. Beberapapembayaran yang diterima oleh para peserta program setelah pensiun nanti, sangat tergantung pada aset dana pensiun, program dana pensiun memberikan sejumlah pilihan investasi kepada para peserta program dana pensiun.

2. Program pensiun manfaat pasti

Dalam program pensiun manfaat dana pasti, program pensiun melakukan pembayaran–pembayaran dalam jumlah tertentu kepada peserta ketika mereka memasuki usia pensiun. Penetapan besarnya penghasilan yang diperoleh biasanya didasarkan pada masa kerja dan penghasilan karyawan. Pelaksanaan program dana pensiun yang terkumpul untuk membeli polis asuransi jiwa. Program pensiun manfaat pasti yang dijamin dalam produk–produk asuransi dinamakan *insurance plan*.Sedangkan yang tidak dijamin oleh asuransi dinamakan *non insurance plan.*

3. Program pensiun kombinasi

Program pensiun kombinasi (*designer pensiun*) merupakan kombinasi antara program pensiunan iuran pasti dengan program pensiunan manfaat pasti.Program ini mulai dikenal di Amerika Serikat pada tahun 1985. Program kombinasi ini mempunyai daya tarik, karena mengurangi kelemahan dari kedua program pensiun yang lain.

E. Pembiayaan Pensiun

Menurut Undang-Undang republik indonesia 11 tahun 1969 pasal 2 Tentang pembiayaan pensiun, pensiun-pegawai, pensiun-janda/duda dan tunjangan-tunjangan serta bantuan-bantuan di atas pensiun yang dapat diberikan berdasarkan ketentuan-ketentuan dalam Undang Undang ini :[45]

Bagi pegawai negeri/bekas pegawai negeri yang terakhir sebelum berhenti sebagai pegawai negeri atau meninggal dunia, berhak menerima

[45]Mandala Manurung, Prathama rahardja, *Uang* ... hal. 317

gaji atas beban anggaran pendapatan dan belanja negara, menjelang pembentukan dan penyelenggaraan suatu dana pensiun yang akan diatur dengan peraturan pemerintah di biayai sepenuhnya oleh negara, sedangkan pengeluaran pengeluaran untuk pembiayaan itu dibebankan atas anggaran termaksud.

Pembiayaan pensiun merupakan Pinjaman yang diberikan kepada pensiun pegawai negeri sipil (PNS), TNI, POLRI, dan pensiun BUMN/BUMD yang uang pensiunnya di bayarkan melalui PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat atau penyaluran fasilitas pembiayaan konsumer kepada para pensiunan, batas maksimal pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada pensiunan 75% dari gajinya, dengan pembayaran angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulannya.

Tujuan diadakannya program pembiayaan pensiun adalah untuk membantu memenuhi kebutuhan para pensiuan 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 pensiunan khususnya di kotaBukittinggi.

Dalam memberikan pembiayaan Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi mempunyai prosedur yang harus dilalui oleh nasabah apabila akan mengajukan pembiayaan pensiun. Hal tersebut dilakukan agar pelaksanaan kegiatan pembiayaan sesuai dengan yang direncanakan, maka dari itu perlu adanya prosedur pemberian pembiayaan yang baik, hal ini dilakukan untuk menekan resiko yang timbul dari prosedur pemberian pembiayaan yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku.

Prosedur pemberian pembiayaan adalah suatu tahapan-tahapan penilaian mulai dari pengajuan proposal pengajuan kredit atau pembiayaan dan dokumen-dokumen yang diperlukan, pemeriksaan keaslian dokumen, analisis kredit atau pembiayaan sampai dengan kredit atau pembiayaan tersebut dikucurkan.[46]

> Prosedur pembiayaan merupakan proses yang kompleks dan terstruktur. Prosedur pembiayaan yang kompleks melibatkan proses yang berawal dari pengumpulan informasi dan *verifikasi* nasabah serta objek pembiayaan, proses analisis dan persetujuan pembiayaan, proses administrasi dan pembukuan pembiayaan, proses pemantauan pembiayaan, hingga pelunasan dan penyelamatan pembiayaan. Prosedur pembiayaan merupakan sebuah proses yang tersetruktur dari sisi prosedur yang digunakan, sumber daya yang melaksanakan, waktu penyelesaian

[46]Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, hlm. 104

proses pembiayaan, serta resiko yang dihadapi bank. Prosedur pembiayaan mengacu pada kebijakan dan pedoman yang telah ditetapkan, serta teradministrasi dan terdokumentasi dengan baik.[47]

Prosedur pemberian dan penilaian kredit atau pembiayaan oleh dunia perbankan secara umum antarbank yang satu dengan bank lain tidak jauh berbeda. Yang menjadi perbedaan mungkin hanya terletak pada persyaratan dan ukuran-ukuran penilaian yang ditetapkan oleh bank dengan pertimbangan masing-masing.Dalam praktiknya prosedur pemberian kredit atau pembiayaan secara umum dapat dibedakan antara peminjaman perseorangan dan peminjaman oleh suatu badan hukum, kemudian dapat pula ditinjau dari segi tujuannya apakan untuk konsumtif atau produktif.

a. Tujuan Prosedur Pemberian Pembiayaan Pensiun

Adapun tujuan diadakannya prosedur pemberian pembiayaan oleh lembaga perbankan adalah untuk memastikan kelayakan suatu kredit atau pembiayaan diterima atau ditolak.Dalam menentukan kelayakan suatu kredit atau pembiayaan maka setiap tahap selalu dilakukan penilaian yang mendalam.Apabila dalam penilaian mungkin ada kekurangan, maka pihak bank dapat meminta kembali ke nasabah atau langsung ditolak.

[47]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hlm. 105-106

b. Prosedur Pemberian Pembiayaan Pensiun

Untuk memberikan pembiayaan setiap bank mempunyai proses yang terstruktur. Adapun prosedur pemberian pembiayaan menurut Ikatan Bankir Indonesia dalam buku yang berjudul Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah adalah sebagai berikut: [48]

1. Pengumpulan Informasi

Pengumpulan informasi merupakan langkah awal yang dilakukan oleh bank dalam memproses sebuah pembiayaan. Informasi yang dikumpulkan antara lain berkaitan dengan orang atau badan yang mengajukan permohonan pembiayaan, aktivitas bisnis/usaha, perizinan, dan agunan. Cakupan informasi yang dikumpulkan oleh bank dari nasabah ditentukan oleh jenis penggunaan pembiayaan yang disampaikan oleh nasabah.

Pada pembiayaan konsumer dengan tujuan penggunaan konsumsi, seperti pembelian rumah, pembelian kendaraan, dan pembelian konsumer lain, informasi yang dikumpulkan cukup mengenai identitas pemohon, penghasilan, serta barang yang akandibiayai. Pada pembiayaan produktif seperti usaha kecil dan menengah, serta pembiayaan usaha besar atau sering disebut pembiayaan *korporasi/komersil*, informasi yang dikumpulkan cukup

[48] *Ibid*, hal 115-117

banyak.Tidak hanya menyangkut identitas orang atau pengurus perusahaan, namun juga informasi terkait aktivitas usaha perusahaan.

2. Verifikasi Data

Informasi yang telah dikumpulkan untuk diproses perlu dipastikan akurasinya karena proses pembiayaan yang baik dibangun dengan data dan informasi yang akurat. Data dan informasi yang akurat ini sangat diperlukan dalam pengambilan keputusan pembiayaan yang tepat.Untuk itu, seluruh data dan informasi yang dikumpulkan perlu melewati tahap verifikasi data.Hal tersebut diperlukan untuk memastikan keabsahan data dan kesesuaian dengan fakta.[49]

Pada pembiayaan produktif, metode verifikasi data dan informasi yang digunakan antara lain *on the spot checking* (OTS), *bank checking, trade checking atau personal checking.*Pada pembiayaan konsumer, verifikasi data dan informasi dilakukan untuk memastikan kebenaran data pribadi calon nasabah pembiayaan, seperti data tempat tinggal, penghasilan, pekerjaan, dan lain-lain.verifikasi data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode yaitu *interview* nasabah, pengecekan silang, *bank checking,* kunjungan ke lokasi usaha *(on the spot), trade checking,* kunjungan ke lokasi agunan, *negative list checking.*

[49]*ibid*

3. Analisis Pembiayaan

Analisis pembiayaan dilakukan melalui analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.Analisis dilakukan oleh bank untuk medapatkan gambaran yang lengkap mengenai nasabah dan aktivitas usahanya.Pada pembiayaan konsumer, analisis yang dilakukan relatif lebih sederhana dibandingkan dengan analisis pembiayaan produktif.Pada pembiayaan produktif, analisis pembiayaan meliputi analisis kualitatif, analisis kuantitatif, dan analisis agunan yang dilakukan secara komprehensif untuk melihat potret nasabah sekaligus usahanya secara utuh.[50]

4. Evaluasi Kebutuhan dan Persetujuan Pembiayaan

Tahap lanjutan dalam proses analisis pembiayaan adalah tahap evaluasi kebutuhan pembiayaan. Pemberian fasilitas pembiayaan perlu mempertimbangkan kebutuhan nasabah.Pemberian pembiayaan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, dengan tetap memperhatikan kondisi keuangan nasabah.

Untuk menentukan jumlah pembiayaan yang sesungguhnya, evaluasi kebutuhan pembiayaan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Secara umum, evaluasi pembiayaan dilakukan dengan cara berdasarkan nilai jaminan, berdasarkan penghasilan nasabah,

[50]Kasmir.(2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Laninnya*.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

berdasarkan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh nasabah untuk pembiayaan usaha, berdasarkan studi kelayakan, berdasarkan analisis keuangan.

5. Administrasi dan Pembukuan Pembiayaan

Tahap lanjutan setelah pembiayaan disetujui adalah proses administrasi dan pembukuan pembiayaan yang meliputi beberapa proses seperti:

a. Surat Pemberitahuan Keputusan Pembiayaan

Setelah permohonan pembiayaan memperoleh keputusan dari pejabat pemutus, bank akan menerbitkan Surat Pemberitahuan Keputusan Pembiayaan (SPKP) untuk nasabah. Penerbitan SPKP bertujuan untuk memastikan syarat pembiayaan sesuai dengan usulan/persyaratan yang disetujui dan ditetapkan, termasuk persyaratan jaminan yang harus dipenuhi calon nasabah pembiayaan, pemberian fasilitas pembiayaan tergantung pada pemenuhan ketentuan/kondisi dan dokumentasi yang dipersyaratkan serta keseuaian dengan prosedur persetujuan pembiayaan, konfirmasi persetujuan nasabah pembiayaan, yangselanjutnya menjadi dasar untuk menandatangani perjanjian pembiayaan dan pengikatan agunan serta pengikatan lainnya yang terkait.

1. Akad Pembiayaan

Perjanjian pembiayaan merupakan perikatan secara tertulis antara bank dengan nasabah pembiayaan dengan jenis akad yang disepakati.Perjanjian pembiayaan mengatur hak dan kewajiban para pihak sebagai akibat adanya transaksi pembiayaan.

2. Pengikatan Agunan

Setelah penandatanganan perjanjian pembiayaan dilakukan, bank akan mendapatkan dokumen agunan sehingga dapat melakukan pengikatan. Dokumentasi/pengikatan agunan harus lengkap/sempurna agar tidak menimbulkan masalah yang tidak dikehendaki.Pengikatan agunan dapat berupa Hak Tanggungan, Surat Kuasa Membebankan Hak Tanggungan (SKMHT), Fidusia, Gadai, atau Hipotek.

3. Penutupan Asuransi Agunan

Salah satu upaya mengamankan agunan dan memperkecil resiko pembiayaan, agunan pembiayaan harus di *cover* atau ditutup dengan asuransi.Besar dan jangka waktu penutupan asuransi adalah minimal senilai agunan selama jangka waktu pembiayaan.Selain penutupan asuransi kerugian untuk agunan, ada juga penutupan asuransi jiwa bagi nasabah pembiayaan.Penutupan asuransi jiwa berlaku pada nasabah pembiayaan konsumtif atau pembiayaan tanpa agunan.

4. *Disbursement* (Pencairan Pembiayaan)

Tahapan pencairan pembiayaan adalah tahapan saat fasilitas pembiayaan diserahkan kepada nasabah dalam bentuk pencairan dana pembiayaan. Pencairan dilakukan setelah dipastikan bahwa seluruh dokumentasi dan persyaratan pembiayaan telah dipenuhi nasabah.

Sedangkan menurut Kasmir dalam bukunya yang berjudul Manajemen Perbankan prosedur pemberian pembiayaan adalah sebagai berikut:

a. Pengajuan Proposal

Untuk memperoleh fasilitas pembiayaan dari bank maka tahap yang pertama pemohon harus mengajukan permohonan pembiayaan secara tertulis dalam suatu proposal.proposal pembiayaan harus dilengkapi dengan dokumen yang dipersyaratkan oleh bank yang bersangkutan.

b. Penyelidikan Berkas Pinjaman

Tahap selanjutnya adalah penyelidikan dokumen yang diajukan oleh pemohon.Tujuannya untuk mengetahui apakah berkas yang diajukan sudah lengkap sesuai persyaratan yang telah ditetapkan, jika menurut pihak perbankan belum lengkap maka nasabah diminta untuk segera melengkapi berkas tersebut.

c. Penilaian Kelayakan Pembiayaan

Dalam penilaian layak atau tidak suatu pembiayaan disalurkan, maka perlu dilakukan penilaian pembiayaan. Penilaian kelayakan suatu

pembiayaan dapat dilakukan dengan menggunakan prinsip 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition Of Economy).*

d. Wawancara Pertama

Tahap ini merupakan penyelidikan kepada calon nasabah dengan cara berhadapan langsung dengan calon nasabah. Tujuannya adalah untuk mendapatkan keyakinan apakah berkas tersebut sesuai dan lengkap seperti yang bank inginkan.

e. Peninjauan ke Lokasi (*On The Spot*)

Setelah memperoleh keyakinan atas keabsahan dokumen dari hasil penyelidikan dan wawancara maka langkah selanjutnya adalah melakukan peninjauan ke lokasi yang menjadi objek pembiayaan.Kemudian hasil *on the spot* dicocokkan dengan hasil wawancara pertama.

f. Wawancara Kedua

Hasil peninjauan ke lapangan dicocokan dengan dokumen yang ada serta hasil wawancara satu dalam wawancara dua.Wawancara kedua ini merupakan kegiatan perbaikan berkas, jika mungkin ada kekurangan-kekurangan pada saat setelah dilakukan *on the spot* di lapangan.

g. Keputusan Pembiayaan

Setelah melalui berbagai penilaian mulai dari kelengkapan dokumen serta penilaian yang meliputi semua aspek studi kelayakan pembiayaan, maka langkah selanjutnya adalah keputusan pembiayaan.

Keputusan pembiayaan adalah menentukan apakah pembiayaan layak untuk diberikan atau ditolak, jika layak, maka dipersiapkan administrasinya, biasanya keputusan pembiayaan mencakup akad pembiayaan yang ditanda tangani, jumlah pembiayaan yang diterima, jangka waktu pembiayaan, dan biaya-biaya yang harus dibayar. Keputusan pembiayaan biasanya untuk jumlah tertentu merupakan keputusan tim. Begitu pula bagi pembiayaan yang ditolak, maka hendaknya dikirim surat penolakan sesuai dengan alasannya masing-masing. [51]

h. Penandatanganan Akad Pembiayaan

Penandatanganan akad pembiayaan merupakan kelanjutan dari diputuskannya pembiayaan. Sebelum pembiayaan dicairkan, maka terlebih dahulu calon nasabah menandatangani akad pembiayaan, kemudian mengikat jaminan pembiayaan dengan hipotek atau surat perjanjian yang dianggap perlu. Penandatanganan dilaksanakan antara bank dengan debitur secara langsung atau melalui notaris.

i. Realisasi Pembiayaan

Setelah akad pembiayaan ditandatangani, maka langkah selanjutnya adalah merealisasikan pembiayaan.Realisasi pembiayaan diberikan setelah penandatanganan surat-surat yang diperlukan dengan

[51]Kasmir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 105-113

membuka rekening giro atau tabungan di bank yang bersangkutan. Dengan demikian, penarikan dana pembiayaan dapat dilakukan melalui rekening yang telah dibuka.

Pencairan atau pengambilan uang dari rekening sebagai realisasi dari pemberian pembiayaan dapat diambil sesuai ketentuan dan tujuan pembiayaan. Pencairan dana pembiayaan tergantung dari kesepakatan kedua belah pihak dan dapat dilakukan sekaligus atau secara bertahap.

F. Analiasa SWOT

1. Defenisi SWOT

Dalam setiap organisasi mempunyai perencanaan sendiri sendiri yang berbeda satu sama lain. Hal ini berbeda walaupun bentuk organisasinya sama karna beberapa hal antara lain :*pertama* perbedaan dalam bentuk organisasi dan misi yang akan dicapai dala mewujudkan tujuannya. *Kedua* dalam organisasi yang sama diperlukan perencanaan yang berbeda karena perbedaan waktu pelaksanaan. *Ketiga*, setiap manejer mempunyai gaya kepemimpinan sendiri-sendiri sehingga perencanaan yang diambil juga berbeda.

Apa yang menjadi tujuan akhir suatu organisasi atau perusahaan yang bersifat jangka panjang. Tujuan demikina dapat dilihat sebagai misi-pernyataan umum identitas dan pedoman dalam bentuk strategi organisasi.Misi perusahaan hakikatnya menjelaskan kegunaan dan alasan mengapa perusahaan ada. Misi

merupakan bagian penting dalam menajemen karena keberadaan misi dinyatakan secara formal biasanya membuat perusahaan akan berhasil. Biasanya ditandai dengan adanya spesifikasi karakter, keunggulan dan keunikan perusahaan yang mampu membedakan dengan para pesaing akan banyak membawa manfaat bagi perusahaan yang bersangkutan. Meski berbagai pernyataan mendasar yang telah diuraikan, hal yang paling penting digunakan dalam melakukan rencana Global perusahan mengunkan analisis SWOT.[52]

Analisa SWOT adalah alat yang berguna untuk menganalisa situasi suatu organisasi secara keseluruhan.[53]SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan),*weaknesses*(kelemahan),*oppourtunity*(peluang), dan *threats* ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisa suatu organisasi yang berorientsi *profit* dan *non profit* dengan tujuan utamauntuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.[54]

Meskipun mempunyai berbagai keterbatasan analisis SWOT merupakan peralatan yang bermanfaat untuk menganalisis situasi perusahaan secara keseluruhan. Dengan analisis SWOT diharapkan perusahaan mampu menyeibangkan antar kondisi internal yang dreferensikan oleh kekuatan dan kelemahan dengan kesempatan dan ancaman dari lingkungan ekternal yang ada dengan teliti.

---

[52] Usman efendi, *Asas Manajemen cetak ke 1*, (Jakarta Raja wali pers:, 2014) hlm.94
[53] Amin widjaja tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta:rineka cipta,1993) hlm.168
[54] Irham fahmi, *Manajeman Teori,Kasus dan Solusi*,(Bandung:alfabeta,2014), hlm.343

2. Tujuan penerapan SWOT di Perusahaan

Penerapan SWOT pada perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penetapan analisa SWOT tersebut dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang.

Tujuan lain diperlukan analisa SWOT adalah dimana setiap produk yang beredar di pasaran akan mengalami pasang surut dalam penjualan atau di kenal dengan istilah daur hidup produk(*life cycle product*). Konsep daur ulang produk dirujuk berdasarkan keadaan realitas yang terjadi di pasar, bahwa konsumen memiliki tingkatan kejenuhan dalam memakai suatu produk.[55]

Adapun setiap fase tersebut adalah,

a. Pada fase 1 adalah masa perkenalan suatu perusahaan dalam meluncurkan produk ke pasaran. Pada fase ini konsumen mulai mengenal dan menilai kualitas dan kuantitas produk tersebut. Tahap ini disebut juga sebagai tahap apresiasi konsumen terhadap suatu produk.
b. Pada fase ke II adalah masa pertumbuhan pada saat produk yang diciptakan oleh perusahaan tersebut telah masuk ke pasaran dan mulai memiliki nilai perhatian lebih dari para publik, dan publik sebagai

[55] Irham fahmi, *Manajeman Teori,Kasus dan Solusi*,(Bandung:alfabeta,2014), hlm.344

konsumen mulai menyukai produk tersebut untuk diminati dalam artian telah mulai terbentuk loyalitas produk pada beberapa konsumen dan ini akan terus berlanjut pada konsumen yang lainnya.

c. Pada fase ke III dimana produk perusahaan telah mencapai kematangan atau kedewasaan, yaitu produk perusahaan telah masuk ke setiap benak konsumen dan para konsumen telah mengenal produk tersebut memiliki kualitas dan nilai di pasaran. Contohnya produk indomie,produk philip,air mineral.

d. Pada fase ke IV adalah masa penurunan penjulan suatu produk. Pada fase ini konsumen sudah mulai merasa jenuh terhadap produk yang dipakainya, sehingga pada fase ini mengharuskan perusahaan melakukan bebagai antisipasi jika tidak menginginkan dampak itu semakin parah. Tingkat keparahan itu bisa mengakibatkan pada Penurunan penjualan yang otomatis menyebabkan menurunnya pendapatan perusahaan. Berdampak pada menurunnya perusahaan di mata konsumen.[56]

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

[56] Irham fahmi, *Manajeman Teori,Kasus dan Solusi*,(Bandung:alfabeta,2014), hlm.344

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan *(field research*) yang merupakan usaha pengumpulan data yang dilakukan langsungdilapangan atau lokasi penelitian dengan melakukan wawancara atau observasi.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif.Metode ini bertujuan untuk pemdeskripsian secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi.Yang mengambarkan tentang bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar atas, Jembatan Limpapeh. Lokasi penelitian dilakukan di Bank Nagari Capem Syariah,Bukittinggi.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dimulai pada awal bulan Mei sampai akhir Juli 2018. Pengumpulan mengumpulkan data-data atau informasi mengenai semua bahan yang berkaitan denagn strategi pemasaran produk pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

3. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah ;

a) Data Primer

Segala informasi yang diperoleh dari lapangan, dapat diperoleh juga dengan metode observasi atau wawancara dengan orang yang

terlibat pada objek penelitian agar dapat tercapai sesuai tujuan.Dalam penelitian ini sumber informasi lapangan diperoleh dari observasi dan wawancara kepada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi seperti mewawancarai Analis Pembiayaan, Marketing officer, kepala pimpinan Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

b) Data Sekuder

Data sekunder adalah jenis data dalam bentuk yang sudah dipublikasidan informasi yang dikeluarkan diberbagai informasi atau perusahaan termasuk majalah, jurnal dan lembaga lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.[57]

Data yang diperoleh secara tidak langsung, hanya didapat dari buku pustaka baik bacaan maupun data yang memungkinkan serta relevan dengan penelitian, serta didapat dari situs internet, buku-buku metode penelitian, buku-buku perbankan syariah dan ekonomi serta majalah-majalah dan brosur.

4. Informan Penelitian

Informasi merupakan orang yang dijadikan sebagai tempat untuk mendapatkan informasi yang berkenaan dengan masalah yang penulis pecahkan.Dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah wakil Pimpinan Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

5. Teknik Pengumpulan Data

[57]Supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif*,(Jakarta:Rineka Cipta, 1993), Cet.Ke-1, Hlm. 8.

a) Wawancara

Pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden untuk memperoleh informasi verbal dari responden.Metode wawancara membutuhkan kemampuan atau pendekatan personal yang kreatif dalam mengembangkan bahan wawancara dan mampu mendorong informan bercerita bebas dan terbuka.Hasil wawancara sangat subjektif[58].

Wawancara ini interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang (antara peneliti dan Kepala Bank Nagari Capem Syariah dan Karyawan) di Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi mengenai pertanyaan yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

Metode wawancara terstruktur dalam mengajukan beberapa pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya sudah disiapkan. Dari pertanyaan tersebut peneliti akan mencatat semua jawaban di buku catatan atau membuktikan wawancara dengan berfoto dengan responden atau sumber data. Hasil dari wawancara tersebut di buat rangkuman yang lebih sistematis terhadap hasil wawancara.

b) Observasi

[58]Tony Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik,* (Yokyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 21

Observasi adalah seorang peneliti yang mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian dengan cara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.[59]

Kegiatan observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematik kejadian-kejadian,perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Salah satu peranan pokok dalam melakukan observasi ialah untuk menemukan interaksi yang kompleks dengan latar belakang sosial yang alami.

Observasi yaitu dilakukan dengan pengamatan langsung ke Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi .Serta mengamati strategi pemasaran produk pembiayaab pension.

6. Teknik Analisis Data

a) Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis yang terdiri dari analisis strategi pembiayaan pensiun yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan.Menurut Kotler analisis SWOT adalah

[59]Kholid Nurbuko dan Ahmad, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), hlm . 94

evaluasi terhadap keseluruham kekuatan, kelemahan, peluang da ancaman.[60]

Sedangkan menurut Sutojo dan Kleinsteuber analiss SWOT adalah menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya di harapkan lebih mudah tercapai.[61]

Analisis SWOT adalah suatu pekerjaan yang cukup berat hanya dengan itu alternative-alternatif stratejik dapat disusun.Kegagalan menaganalisisnya berarti gagal dalam mencari realsi dan titik temu antara faktor-faktor stratejik dalam lingkungan internal dan yang terdapat dalam lingkungan ekternal, sambil mencari hubungannya dengan misi, tujuan, dan sasaran organisasi juga merupakan kegagalan dalam memepersiapkan suatu keputusan stratejik yang baik.

b) IFE dan EFE

1) IFE (*Internal Faktor Evaluation)*

Mengevaluasi factor-faktor yang ada dilingkungan internal organisasi yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

[60]Philp Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas, cetakan pertama, jilid 1 dan II, terjemahan Hendra Teguh (Jakarta: PT. Erlangga), 2008, hlm. 88

[61]Siswanto Sutojo, dan F. Kleinstauber, *Strategi Manajemen Pemasaran, seri manajemen* no. 6, cetakan pertama, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2002), hlm. 8

a. Kekuatan (Strengths)

Kekuatan merupakan sumber daya yang berhubungandengan pesaing dan kebutuhan pangsa pasar yang suatu perusahaan sediakan atau diharapkan perusahaan tersedia.Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia pada perusahaan tersebut.

b. Kelemahan (weaknesses)

Kelemahan merupakan suatu batasan atau kekurangan satu atau lebih sumber daya atau kompetensi yang berhubungan denagn pesaing yang menghambat pelaksanaan efektif pada perusahaan.

2) EFE (*Eksternal Faktor Evaluation)*

Mengevaluasi factor-faktor yang ada di luar lingkungan organisasi (peluang dan ancaman).

a. Peluang (Opportunities)

Peluang merupakan keadaan utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, segmen pasar, perubahan dalam persaingan atau keadaan peraturan, perubahan teknologi dan hubungan pembeli dan pemasok yang baik dapat menjadi peluangdalam perusahaan.

b. Ancaman (*Threats)*

Ancaman merupakan keadaan utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.Ancaman merupakan kunci penghalangatas posisi sekarang atau posisi yang diinginkan dalam suatu perusahaan.

Pemberian bobot yang dignakan untuk menilai factor internal dan ekternal yang penting, tidak penting, cukup penting, dan sangat penting. Pemberian bobot di urutkan menjadi 0,01(sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang), dan 0,15 (tertinggi). Sedangkan rating atau peringkat digunakan untuk menilai sejauh mana factor internal dan ekternal penting atau tidak penting untuk dikembangkan.Pemberian nilai rating diurutkan dari 1 sampai 4 dimana 1 (tidak penting), 2 (cukup penting), 3 (penting) dan 4 (sangatpenting).

Setelah factor internal diberi nilai berdasarkan bobot dan rantingnya, maka nilai dikalikan sehingga memperoleh angka hasil kali yang kemudiaan di jumlahkan berdasarkan factor internal dan ekternal.Setelah semua di jumalahkan maka dipilih strategi yang memiliki nilai yang besar.

3) Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisis dan diberi bobot serta peringkat untuk masing-masing dari factor interal (kekuatan dan kelemahan) serta factor eksternal (peluang dan ancaman), maka dari semua factor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Melalui marik SWOT akan terlihat secara lebih rinci elemen dari factor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan)dan eksternal (ancaman dan peluang) yang dapat menigkatkan kemampuan bersaing Bank Nagari.

Pada matrik SWOT dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yaitu S-O (*Strengths-Opportunities*), S-T (*Strengths-Threats*), W-O (*Weaknesses-Opportunities*) dan W-T (*Weaknesses-Threats*).

Matrik SWOT ditunjukkan dengan menggunakan analisis SWOT dalam perumusan keputusan strategis guna penyusunan perencanaan usaha yang baik dengan menggunakan salah satu metode SWOT diantara berbagai metode yang ada, yaitu Matrik SWOT yang merupakan rangkuman dari berbagai metode.Matrik SWOT juga dapat dimanfaatkan dalam mencapai peluang usaha.

Berikut penjelasan mengenai matrik SWOT yang tergambar melalui tabel 3.1 di bawah ini.[62]

[62]Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2004) hlm. 19

Tabel 3.1

Internal / **Eksternal**	***Strengths* (Kekuatan)** **S**	***Weaknesses* (Kelemahan)** **W**
***Opportunities* (Peluang)** **O**	**S-O** Mengoptimalkankemampuan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang	**W-O** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang
***Threats* (Ancaman)** **T**	**S-T** Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari luar.	**W-T** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari luar.

Sumber : Freddy Rangkuti 2004 : 31

4) Tabel Bobot Skor

Tabel bobot skor adalah merupakan tabel yang menunjukkan skor pada masing-masing strategi SO, ST, WO dan WT. Tabel bobot skor akan memberikan panduan kepada para pengguna mengenai skor untuk masing-masing strategi, sehingga nantinya pengguna dapat mengambil keputusan, manakah strategi yang paling tepat yang akan diambil oleh perusahaan.

Strategi yaang akan diambil adalah strategi yang mempunyai skor tertinggi. Sebagaimana tabel berikut.

Tabel 3.2

Total Bobot Skor

IFE / EFE	Strengths (S) (Kekuatan)	Weaknesses (W) (Kelemahan)
Opportunities (Peluang) O	Total skor strategi SO	Total skor strategi WO
Threat (Ancaman) T	Total skor strategi ST	Total skor strategi WT

Sumber : Freddy Rangkuti 2004 : 31

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi

1. Sejarah Pendirian Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi.

Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatera Barat secara resmi berdiri pada tanggal 12 maret 1962, dengan nama PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat yang disahkan melalui Akta Notaris Hasan Qalby No.9 dengan modal awal lima puluh juta rupiah. Pendirian tersebut dipelopori oleh pemerintahan daerah, tokoh masyarakat serta pengusaha swasta di Sumatera Barat atas dasar pemikiran perlunya suatu Lembaga Keuangan yang berbentuk bank, yang secara khusus membantu pemerintah dalam melaksanakan pembangunan didaerah. Pendiriannya disahkan melalui Surat Keputusan Wakil Mentri Pertama di Bidang Keuangan RI No.BUM/9-44/11 tentang izin usaha PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat yang berkedudukan di Padang.[63]

Berdasarkan Undang-Undang No. 13 tanggal 18 Agustus 1962 tentang ketentuan-ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah Syariah Sumatera Barat maka dasar hukum Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat di ganti dengan Peraturan Daerah Tingkat I Provinsi Sumatera Barat No. 4 tahun 1962. Sehingga (Perseroan Terbatas) PT Bank Pembangunan Daerah

[63]Bank nagari, www,banknagari.co.id

Sumatera Barat diubah menjadi Perusahaan Daerah Sumatera Barat.Berdasarkan SK Direksi Bank Indonesia No.23/60/KEP/DIR maka Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat menjadi Bank Devisa pada tanggal 17 Januari 1991.[64]

Dalam perjalanannya tahun 1996 melalui Pemerintahan Daerah No.2/1996 disahkan penyebutan nama sebagai Bank Nagari dengan maksud untuk lebih dikenal membangun *brand image* dan juga dilakukan peningkatan modal dasar dari 50 miliar menjadi 150 miliar.

Sesuai dengan perkembangan dan untuk lebih leluasa dalam menjalankan bisnis, tanggal 16 Agustus 2006 berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat No. 3 Tahun 2006, bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat berubah dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas, yang didirikan berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Nomor I Tanggal 1 Februari 2007 dihadapan Notaris H. Hendri Final, S.H. dan disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Azazi Manusia Republik Indonesia dengan Keputusan Nomor W3-00074 HT.01.01-TH.2007 tanggal 4 April 2007. Pada tanggal 25 Januari 2007 Pengesahan Anggaran Dasar Perubahan Badan Hukum Bank dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas (PT).[65]

[64]Bank nagari, www,banknagari.co.id
[65] Bank nagari, www,banknagari.co.id

Saat ini Bank Nagari telah berstatus sebagai Bank Devisa sesuai dengan Surat Keputusan Deputi Gubernur Bank Indonesia No.9/20/Kep.DpG/2007 serta telah memiliki Unit Usaha Syariah, Bank Nagari juga merupakan Bank Pembangunan Daerah pertama yang membuka Kantor Cabang di Luar Daerah. Pada tanggal 4 Mei 2007, Bank Indonesia mengeluarkan izin kepada Bank Nagari untuk membuka Kantor Cabang Syariah Padang sesuai dengan surat persetujuan Bank Indonesia No. 9/50/DPbS/Pdg tanggal 26 April 2007, sehingga terhitung sejak tanggal 4 Mei 2007, kantor Bank Nagari Cabang Syariah Padang mulai beroperasi. Dengan meningkatnya animo masyarakat yang umumnya Muslim untuk menggunakan Perbankan Syariah, maka pada tanggal 12 Juni 2008, Kantor Cabang Syariah Payakumbuh dibuka.

Kemudian terhitung tanggal 5 Juli 2010 dibuka 4 Capem Syariah, sesuai dengan Surat Bank Indonesia tanggal 17 Juni 2010 Nomor 12/2/DPbS/Pdg, perihal Pembukaan Kantor Cabang Pembantu Syariah, yaitu Capem Syariah Bukittinggi, Capem Syariah Padang Panjang, Capem Syariah Solok, dan Capem Syariah Simpang Empat. Kantor Cabang Pembantu Syariah yang berinduk pada Kantor Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh, yaitu Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dan Capem

Syariah Padang Panjang.Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi berdiri pada tanggal 05 Desember 2010.[66]

Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi sejak dibuka pada tanggal 5 Juni 2010 hingga 2014, mengalami perkembangan yang cukup pesat. Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi telah memiliki asset sebesar Rp 100.086.741.184,- dan pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat sebesar Rp 99.263.542.659,- sedangkan dana yang terhimpun sampai dengan tahun 2014 sebesar Rp 16.674.230. 115,- Sesuai dengan perkembangannya PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat telah beberapa kali mengalami perubahan, pemilik/ pemegang saham saat ini adalah : Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kabupaten, Pemerintah Kota dan KSUB Karyawan Bank Nagari.

Adapun pilar utama Bank Nagari adalah: Manajemen dan karyawan, Nasabah, Pemegang saham. Adapun *core value* Bank Nagari adalah: Komitmen, Integritas dan Loyalitas.

Maksud dan Tujuan Pendirian PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat adalah : "Bank didirikan dengan maksud untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang, serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat." Dengan demikian tugas dan fungsi PT.

[66]Buku agenda Bank Pembangunan Daerah (BPD) Sumatra Barat Cabang Pembantu Bukittinggi,2018

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat adalah, Penggerak dan pendorong pertumbuhan ekonomi di daerah, Sebagai pemegang kas daerah, Salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah.

Selanjutnya pada pasal 3 Peraturan Daerah No.4 tahun 1973 menyebutkan bahwa maksud dan tujuan pendirian PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat adalah untuk :

a. Mengembangkan pertumbuhan ekonomi dalam rangka mempertinggi taraf hidup rakyat sesuai dengan rencana pembangunan daerah.
b. Menambah pendapatan Pemerintah Daerah, sebagaimana diatur dalam pasal 4 Perda No.15 tahun 1992 maksud dan tujuan pendirian Bank Pembangunan Daerah dikembangkan lagi menjadi membantu / mendorong pembangunan daerah di segala bidang dan menambah sumber pendapatan daerah serta menunjang pengembangan dunia usaha dan pertumbuhan ekonomi dengan tujuan mempertinggi taraf hidup rakyat.[67]

2. Visi dan Misi Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi

a. Visi

Menjadi Bank Pembangunan Daerah terkemuka dan terpercaya di Indonesia.[68]

b. Misi

1) Memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Mencerminkan dasar atau latar belakang

[67]Bank nagari, www,banknagari.co.id
[68]Bank nagari, www,banknagari.co.id

didirikannya bank, sesuai yang diamanahkan dalam Akta Pendirian, yang merupakan cita-cita dan tujuan yang akan diperankan, yaitu turut membangun kegiatan ekonomi yang kuat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2) Memenuhi dan menjaga kepentingan *stakeholder* secara konsisten dan seimbang. Bank akan senantiasa menjalankan dengan prinsip untuk memenuhi tanggung jawab kepada pemilik, nasabah, karyawan dan masyarakat.

3) Menjaga agar bank ini bertumbuh dan berkembang dengan baik dan sehat.

4) Memberikan pelayanan yang prima.

5) Memberikan keuntungan yang memadai bagi pemegang saham.

6) Memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat.

3. Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi

Dalam setiap perusahaan ataupun lembaga perbankan, struktur organisasi mempunyai arti sangat penting agar pelaksanaan kegiatan maupun usaha dapat berjalan dengan baik dan lancar, sesuai dengan hirarki dari masing-masing unsur dapat berjalan dengan professional. Berdasarkan PBI No. 6/24/PBI/2004 struktur organisasi UUS PT. BPD Sumatera Barat hampir sama dengan bank konvensional

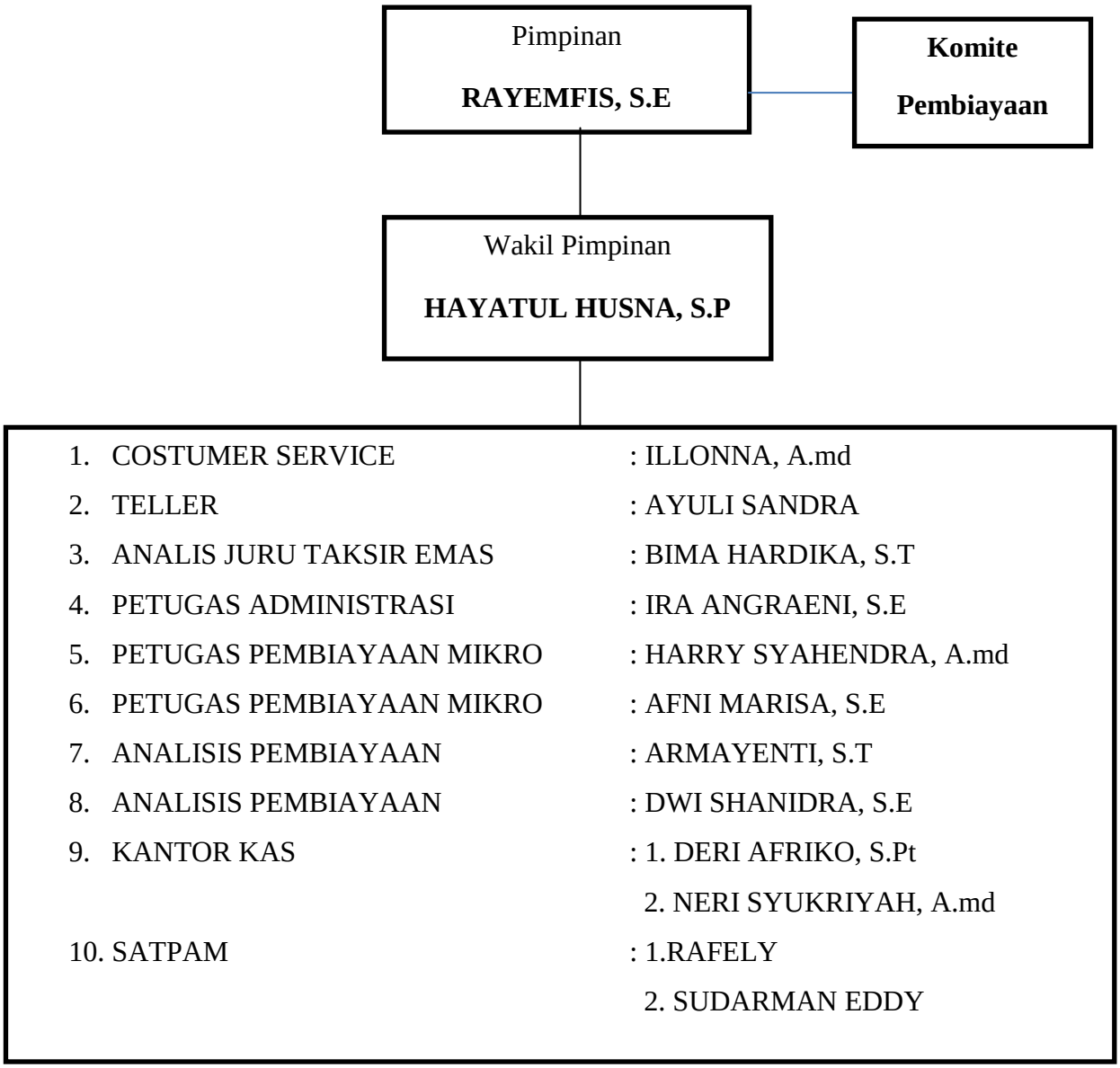
yang membedakannya adalah keharusan adanya Dewan Pengawas Syariah yang bertugas :

a. Memastikan dan mengawasi kesesuaian kegiatan operasional Bank terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh DSN.
b. Menilai aspek syariah atas pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan Bank.
c. Memberikan opini dari aspek syariah terhadap pelaksanaan operasional bank secara keseluruhan dalam laporan publikasi bank.
d. Mengkaji produk dan jasa baru yang belum ada fatwa untuk dimintakan fatwa kepada DSN.
e. Menyampaikan laporan hasil pengawasan syariah minimal 6 bulan sekali kepada Direksi, Komisaris, DSN dan Bank Indonesia.[69]

[69]Bank nagari, www,banknagari.co.id

Gambar 4.1

STRUKTUR ORGANISASI BANK NAGARI CABANG PEMBANTU SYARIAH BUKITTINGGI



Sumber: Wawancara bersama Dwi Shanidra, Marketting Officer Bank Nagari Syariah Capem Bukittingi.

Tugas dari Unit Usaha Syariah adalah:

1) Mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan kantor cabang syariah atau unit syariah.
2) Menempatkan dan mengelola dana yang bersumber dari kantor cabang syariah dan unit syariah.
3) Menerima dan menatausahakan laporan keuangan dari kantor cabang syariah atau unit syariah dalam rangka penyusunan laporan gabungan.
4) Melakukan kegiatan lain sebagai kantor induk dari kantor cabang syariah dan unit syariah.

Saat ini Bank nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi terdiri dari 9 orang karyawan.

1) Pemimpin Cabang

   Tugas pokoknya:

   a) Mewakili Direksi dalam melaksanakan tugas-tugas bank di wilayah kerja kantor cabang.
   b) Merencanakan, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan tugas-tugas init kerja kantor cabang.
   c) Membina dan mengembangkan kemampuan kerja seluruh pegawai yang berada dibawah kantor cabang.

2) Wakil Pemimpin Cabang

Tugas pokoknya:

a) Membantu Pemimpin Cabang dalam melaksanakan, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan tugas-tugas bank di wilayah kerja kantor cabang.
b) Membina dan mengembangkan kemampuan kerja seluruh pegawai yang berada di bawah kantor cabang.
c) Melaksanakan tugas-tugas pokok pemimpin cabang apabila pemimpin cabang tidak masuk kantor.

3) Analis Pembiayaan

Tugas pokoknya:

a) Mempersiapkan rekomendasi atau appraisal atas permohonan seluruh pembiayaan yang diajukan masyarakat atau nasabah kepada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi.
b) Mempersiapkan rekomendasi atau appraisal atas perpanjangan atau restrukturisasi seluruh pembiayaan yang diajukan masyarakat atau nasabah kepada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi.
c) Mempersiapkan rekomendasi-rekomendasi yang berkaitan dengan penarikan atau penukaran sebagai agunan pembiayaan, pemberian keringan kewajiban, penghapus bukuan pembiayaan macet, hapus tagih pembiayaan dan lain sejenisnya dikantor cabang pembantu syariah.

d) Melakukan taksasi atas agunan pembiayaan bersama-sama dengan petugas atau pejabat yang ditetapkan oleh pejabat yang berwenang.

e) Bertindak sebagai sponsor atas rekomendasi seluruh pembiayaan yang diajukan masyarakat atau nasabah kepada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi.

f) Mempersiapkan data dan analisis yang berkaitan dengan penyusunan rencana kerja pembiayaan kantor cabang pembantu syariah.

4) Petugas administrasi pembiayaan.

Tugas Pokoknya :[70]

a) Mempersiapkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan realisasi seluruh pembiayaan mencangkup perjanjian pembiayaan berikut perjanjian turutannya serta warkat-warkat realisasi pembiayaan berupa kuitansi atau nota-nota.

b) Membuat laporan yang berhubungan dengan pembiayaan.

B. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi

Analisis SWOT, yakni dengan menganalisis situasi dan kondisi perusahaan, yang terdiri dari kekuatan, kelemahan,peluang serta ancaman (SWOT) dari strategi pemasaran produk pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dalam menjaga loyalitas nasabahnya pensiunnya.

[70]Bank nagari, www,banknagari.co.id

Perumusan strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun dapat dilakukan dengan menggunakan analisa SWOT. Analisis ini membandingkan antara faktor internal dan faktor ekternal terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi yang akan datang dengan menentukan Strategi apa yang dilakukan, kendala-kendala serta faktor-faktor pendorong dan penghambat yang ditemukan setelah melakukan penelitian pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi sebagai berikut:

Tabel 4.2
Tabel Analisa SWOT pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi

Kekuatan	**Kelemahan**
1. Dalam memasarkan produk pembiayaan pension sangatlah gencar dan efektif, melalui perencanaan pemasaran mencakup unsur-unsur yaitu product, price, promotion, dan place dalam melakukan strategi pemasaran pembiayaan pension. 2. Bank Nagari Syariah selalu melakukan inovasi terbaru agar pembiayaan pensiun tetap unggul dibandingkan dengan pembiayaan lainnya. 3. Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi memiliki promosi yang unggul serta apresiasi kepada nasabah yang sangat baik. 4. Miladnya Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi Adanya margin khusus (Murah)	1. Teknologi perusahaan yang masih bergabung dengan Bank induk. 2. Sebaran atau brosur Bank Nagari Syariah yang masih sedikit. 3. Sebagian karyawan kurang memahami produk pembiayaan pensiun secara detail. 4. Adanya keterlambatan atau gangguan jaringan yang membuat nasabah merasa terganggu.

pada pembiayaan pension setiap tahunnya.	
Peluang 1. Strategi dan Promosi yang dilakukan Bank Nagari Syariah yang dapat menarik nasabah baru serta nasabah lama makin loyal. 2. Kondisi penduduk kota Bukittinggi sekitarnya yang mayoritas sudah pensiun.. 3. Wilayah Strategi Pemasaran dan promosi yang cukup luas dan strategis. 4. Adanya ajakan dari nasabah Bank Nagari Syariah kepada nasabah dari Bank lain dengan kepuasan pelayanan yang diberikan oleh Analis Pembiayaan Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi	**Ancaman** 1. Tangapan yang kurang baik dari masyarakat serta banyaknya nasabah yang kurang memahami dan tidak tau adanya produk pembiayaan pension. 2. Tingkat persentase margin dan bagi hasil yang kalah saing dengan Bank Syariah lannya. 3. Adanya produk sejenis di Bank Syariah lain yang lebih menarik. 4. Bank-Bank kompetitor yang lebih gencar dalam melakukan promosi serta kunjungan ke nasabah.

Sumber:penelitian lapangan(data diolah)

1. Internal Faktor Evaluation (IFE)

Analisis yang dilakukan terhadap lingkungan internal yaitu variabel-variabel yang merupakan faktor-faktor kunci yang dikuasai oleh perusahaan.Analisis faktor internal ini menghasilkan sejumlah imformasi tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan.Hasil dari faktor internal diperoleh dari hasil pengamatan langsung dan wawancara dengan pihak terkait. Setelah dilakukan penelitian pada Bank Nagari Capem Syariah

Bukittinggi ditemukan beberapa kekuatan dan kelemahan Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi diantaranya yaitu:

a. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan merupakan suatu kelebihan khusus yang berasal dari perusahaan, faktor yang menjadi kekuatan dari Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi adalah :

1) Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Pembantu Bukittinggi melalui Perencanaan pemasaran mencakup beberapa unsur-unsur yaitu *product, price, promotion,* dan *place* dalam melakukan strategi pemasaran pembiayaan pensiun dengan menggunakan variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran.

a) Pemasaran melalui strategi produk (*Product*)

Dalam memasarkan produk Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi menggunakan brosur, dari mulut kemulut nasabah dan memasang spanduk di depan kantor. Tujuan agar produk pembiayaan pensiun ini banyak diminati oleh masyarakat, Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang sudah memasuki usia pensiun untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah. Dimana produk pembiayaan pensiun merupakan fasilitas pembiayaan yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan para pegawai pensiun yang sudah berhenti dari tempat

kerjanya untuk memamfaatkan masa tuanya dengan membuka usaha yang diinginkan oleh nasabah.[71]

Pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dalam melakukan strategi pemasaran produk dengan cara menawarkan kelebihan produk kepada masyarakat dan para pensiun yang ada di kota Bukittinggi agar banyak masyarakat yang berminat dalam melakukan pembiayaan pensiun. Bank tersebut melakukan dengan cara menampilkan margin di brosur tersebut.

Kelebihan yang terdapat dalam produk pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi adalah sebagai berikut.

a. Proses cepat dan syarat mudah
b. Adil dan menguntungkan
c. Jangka waktu maksimal : 10 tahun
d. Pembiayaan bisa diperbaharui kapanpun
e. Jangka waktu khusus (bisa pakai jangka waktu pensiun)
f. Sistim angsuran tetap (bukan kerucut)
g. Margin murah 10,50%

[71] Wawancara bersama Dwi Shanidra, *Marketing Officer Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi,* 24 April 2018

Manfaat yang di peroleh oleh nasabah dalam pembaiyaan produk pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi adalah sebagai berikut:

a. Dengan melakukan pembiayaan pensiun maka nasabah bisa membuka usaha untuk memenuhi kebutuhan dan hidupnya.
b. Dengan melakukan pembiayaan pensiun nasabah juga bisa menerima 25% dari gaji pensiunnya yang mana bank tidak memotong secara keseluruhan dari gaji pensiunnya, bank hanya bisa menyalurkan pembiayaan kepada pegawai pensiun sebesar 75% dari gajinya tersebut.[72]

b) Pemasaran melalui strategi harga (*Price*)

Dalam memasarkan strategi harga Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi menggunakan brosur yang memaparkan margin atau harga serta jumlah plafon dari pembiayaan tersebut, serta memasang spanduk di depan kantor. Penentuan harga sangat penting di perhatikan untuk mengingat harga merupakan salah satu penyebab diminati atau tidaknya suatu produk atau jasa yang di tawarkan oleh Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi itu sendiri. Jika harga suatu produk (margin tinggi), produk tersebut sedikit atau bahkan tidak diminati oleh nasabah, terlebih produk tersebut banyak terdapat di tempat lain.[73]

---

[72] Wawancara bersama Dwi Shanidra, *Marketing Officer Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi,* 24 April 2018

[73] Wawancara bersama Dwi Shanidra, *Marketing Officer Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi,* 24 April 2018

Dalam produk pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi harga yang di tetapkan oleh bank dalam pembiayaan pensiun ini adalah sebagai berikut:

a. Harga pembiayaan pensiun murah tanpa biaya provisi
b. Plafond pembiayaan pensiun dari 10 juta sampai dengan 300 juta tanpa agunan tambahan
c. Biaya administrasi 1% dari plafond
d. Margin yang ditetapkan oleh bank sebesar 10,50% pertahunnya.[74]

c) Pemasaran melalui strategi distribusi

Dalam memasarkan pembiayaan pensiun melalui strategi distribusi Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi menggunakan brosur dan memasang spanduk di depan kantor. Lokasi Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi yang beralamat di Jalan Prof. M. Yamin, SH No. 05 Kelurahan Tarok Kota Bukittinggi Sumatera Barat sangat strategis karena lokasi ini terletak dijalan raya yang sering dilintasi oleh kendaraan-kendaraan menuju ke pasar-pasar dan lainnya. Sehingga masyarakat dengan mudah dapat melihat lokasi bank tersebut.

---

[74]Wawancara bersama Dwi Shanidra, *Marketing Officer Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi,* 24 April 2018

Dalam mendistribusikan produk pembiayaan pensiun kepada nasabah, maka yang harus dilakukan adalah melaksanakan prosedur dan memenuhi persyaratan yang telah ditentukan bank.Prosedur pelaksanaan produk pembiayaan pensiun Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi adalah sebagai berikut:

a. Nasabah pembiayaan pensiun harus datang dulu ke Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dengan menemui bagian pembiayaan atau menanyakan kepada *costumer service*.
b. Petugas pembiayaan dan *costumer service* akan menjelaskan kepada nasabah tentang cara-cara pembiayaan pensiun.
c. Setelah petugas pembiayaan menjelaskan kepada nasabah pensiun tentang pembiayaan yang diberikan kepada pensiun atau penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiunan, batas maksimal pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada pensiunan 75% dari gajinya, dengan pembayaran angsuran melalui pemotongan uang pesiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulannya. Batas umur untuk peminjaman pembiayaan pensiun yaitu 70 tahun.
d. Apabila nasabah pensiun sudah setuju untuk melakukan pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi, maka langkah selanjutnya nasabah pensiun mempersiapkan untuk mengisi formulir pembiayaan pensiun yang telah disediakan oleh petugas pembiayaan.[75]

[75]Bank nagari, www,banknagari.co.id

Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam melakukan pembiayaan pensiun di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi yaitu:

a. KTP suami / istri

b. Foto 4x6 dua suami /istri

c. Bukti prin out buku tabungan yang berisi uang pensiun yang diterima setiap bulannya

d. Karib (berapa tanggungannya)

e. SK pensiun (yaitu berapa uang pensiunnya setiap bulan, dan siapa yang berhak menerima uang pensiun dan berapa jumlah yang harus diterima oleh ahli waris jika pensiun sudah meninggal)

f. Npwp (Nomor Pokok Wajib Pajak)

d) Pemasaran Melalui Strategi Promosi (*Promotion*)

Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan.Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling penting dan ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.Tujuan promosi untuk menginformasikan produk yang di tawarkan agar dapat menarik calon konsumen yang baru.[76]

[76]Kasmir, *Pemasaran Bank*...,hal. 198

Strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi untuk memasarkan produk pembiayaan pensiun adalah melalui brosur, spanduk, melalui mulut ke mulut oleh nasabah yang sudah menjadi nasabah pembiayaan pensiun ke nasabah yang lainnya dan oleh pegawai bank itu sendiri.[77]

a. Promosi melalui penyebaran brosur

Dalam mempromosikan produk pembiayaan pensiun kepada para pensiun yang ada, Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi menyebarkan brosur kepada para pensiun yang datang ke Bank dan melalui mulut kemulut nasabah pensiun yang mengambil gajinya di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi.

b. Promosi melalui spanduk

Promosi melalui spanduk, Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi melakukan pemasangan spanduk yang dilakukan oleh kantor pusat, dari bank ini sendiri spanduknya hanya di depan kantor Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi.

c. Strategi pemasaran melalui pegawai bank

Pihak Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun kepada nasabah melalui mulut kemulut, yang di lakukan melalui perantara *costumer service*.Promosi dilakukan dengan menyampaikan produk-produk yang ada di Bank Nagari

[77]Dwi Shanidra, *Marketing Officer* ..., 24 April 2018

Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi seperti nasabah yang menabung di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dalam transaksi dengan nasabah dan pihak bank mengimformasikan dan menjelaskan kepada nasabah bahwa disini ada produk pembiayaan pensiun, dengan demikian nasabah tersebut yang menginformasikan kepada kerabat atau keluarga dan orang-orang terdekat nasabah.[78]

e) Pemasaran melalui bukti fisik

Strategi bukti fisik yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun yaitu melalui brosur, dalam brosur ini di jelaskan tentang produk yaitu di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi.

Menurut marketing officer Dwi Shanidra mengatakan*: bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan pension pada Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi sudah sangat gencar dan efektif serta maksimal karena pihak bank telah melakukan upaya pemasaran dengan product, price, promotion, place seperti menggunakan brosur, dari mulut kemulut nasabah dan memasang spanduk di depan kantor dan menawarkan kelebihan dan manfaat produk, yang dapat menarik hati nasabah supaya produk ini di minati oleh nasabah.*

2) Bank Nagari Syariah selalu melakukan inovasi terbaru agar pembiayaan pensiun tetap unggul dibandingkan dengan pembiayaan lainnya.
3) Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi memiliki promosi yang unggul serta apresiasi kepada nasabah yang sangat baik.

[78]Dwi Shanidra, *Marketing Officer* ..., 24 April 2018

4) Miladnya Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi Adanya margin khusus (Murah) pada pembiayaan pension setiap tahunnya.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan merupakan hal-hal dari perusahaan yang menghambat perkembangan dari perusahaan, beberapa kelemahan yang dimiliki oleh Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi adalah:

1. Teknologi perusahaan yang masih bergabung dengan Bank induk.

   Setiap perusahaan memiliki teknologi untuk menunjang operational perusahaan seperti halnya Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi yang membutuhkan teknologi untuk menunjang operational serta transaksi keuangan yang dilakukan oleh Bank, dalam hal teknologi Bank Nagari Syariah masih bergabung dengan Bank induk sebelum spin off hingga menjadi salah satu Bank swasta yang berbasis syariah, hal ini yang masih menjadi kelemahan dari Bank Nagari Syariah yang belum memiliki teknologi tersendiri yang mendukung transaksi keuangan dan pembiayaan. Bank Nagari syariah harus membayarkan uang sewa akan teknologi yang di pakai oleh Bank Nagari Syariah ini.

2. Sebaran atau brosur pembiayaan Pensiun di Bank Nagari Syariah yang masih sedikit.

   Penyebaran brosur pembiayaan pension di Bank Nagri Syariah terbilang cukup kecil dan belum maksimal dengan market share sekitar 10% yang berbanding terbalik dengan penyebaran brosur yang dilakukan oleh Bank-Bank Syariah lain maupun Bank Konvensional. Hal ini merupakan kelemahan sekaligus tantangan bagi praktisi dan Analis Pembiayaan umumnya Marketting Officer untuk meningkatkan lagi sebaran brosur pada setiap daerah ataupun nasabah yang lainnya. .

3. Sebagian karyawan kurang memahami produk pembiayaan pensiun secara detail

   Pemahaman akan pembiayaan pensiun secara meyeluruh sangat diperlukan oleh setiap karyawan, kebanyakan dari karyawan Bank Nagari Syariah tidak menguasai tentang pembiayaan-pembiayan yang ada pada Bank Nagari Syariah. Ini merupakan kelemahan yang sangat dominan sehingga nasabah yang ingin melakukan pembiayaan menjadi bimbang dan ragu. Pemahaman akan pembiayaan terkhususnya pembiayaan pensiun ini diperlukan saat nasabah memiliki keraguan akan akad, defenisi dari margin, bagi hasil serta apa perbedaannya dengan Bank Konvensional dan Bank-Bank Syariah lainnya..

4. Adanya keterlambatan atau gangguan jaringan yang membuat nasabah merasa terganggu

Jariangan/koneksi yang bagus merupakan hal yang penting dalam melayani nasabah agar nasabah merasa puas akan pelayanan diberikan namun ada beberapa waktu jaringan atau koneksi dengan sistem mengalami gangguan yang menyebabkan nasabah merasa kurang nyaman, dan menyita banyak waktu. seperti yang diungkapkan oleh ibu Rahma Ningsih mengatakan bahwa :

"Tak jarang gangguan jaringan yang menjadi kendala saat saya melakukan transaksi di Bank yang membuat saya harus menunggu beberapa saat yang menyita waktu saya, saat lagi di kejar waktu untuk melakukan pembayaran pembiayaan pension kepada Bank."[79]

Hal tersebut dungkapakn oleh Budy Mulyanawan oleh pihak Bank yang mengatakan bahwa :

"Memang ada saat tertentu Bank mengalami gangguan jaringan yang berimbas kepada nasabah tidak dapat melakukan pembayaran transaksi di Bank Nagari Syariah untuk beberapa waktu, hal ini disikapi oleh Bank dengan memberikan ucapan permintaan maaaf melalui telfon atau bekunjung kerumah nasabah semata-mata untuk menebus kesalahan dari pihak Bank.[80]

[79] Wawancara Pribadi dengan Ibu Amelia Safitri nasabah Bank Nagari Syariah, Tanggal 06 april 2018, 15.45,

[80] Wawancara dengan budhy mulyawan sebagai operational menager Nagari Syariah Bukittinggi, tanggal 03 april 2018, 11.10, di kantor Bank Nagari Syariah Bukittinggi

Tabel 4.3

Hasil analisa matrik IFE

Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi

No.	Faktor internal	bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
1	Dalam memasarkan produk pembiayaan pension sangatlah gencar dan efektif, melalui perencanaan pemasaran mencakup unsur-unsur yaitu product, price, promotion, dan place dalam melakukan strategi pemasaran pembiayaan pension.	0,15	5	0,75
2	Bank Nagari Syariah selalu melakukan inovasi terbaru agar pembiayaan pensiun tetap unggul dibandingkan dengan pembiayaan lainnya	0,15	3	0,45
3	Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi memiliki promosi yang unggul serta apresiasi kepada nasabah yang sangat baik	0,15	4	0,60
4	Miladnya Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi Adanya margin khusus (Murah) pada pembiayaan pension setiap tahunnya	0,15	3	0,45
Jumlah		**0,60**		**2,25**
Kelemahan				

1	Teknologi perusahaan yang masih bergabung dengan Bank induk.	0,15	3	0,45
2	Sebaran Brosuk Pembiayaan Pensiun Bank Nagari Syariah yang masih sedikit.	0,10	3	0,30
3	Sebagian karyawan kurang memahami tentang Pembiayaan Pensiun secara detail.	0,10	2	0,20
4	Adanya keterlambatan atau gangguan jaringan yang membuat nasabah merasa terganggu.	0,05	2	0,10
Jumlah		**0,40**		**1,05**
Total		**1,00**		**3,30**

Sumber: Penelitian Lapangan (data diolah)

Pemberian bobot nilai yaitu 0,10 (sangat rendah), 0,25 (rendah), 0,50 (sedang), 0,75 (tinggi), 1,00 (sangat tinggi) jumlah seluruh bobot nilai pada masing-masing bagian internal dan ekternal harus berjumlah 1,00 atau 100%. Dalam menentukan rating diberikan poin sebagai berikut: 5 (sangat baik), 4 (baik), 3 (cukup baik), 2 (tidak baik) 1 (sangat tidak baik). Secara keseluruhan nilai skor yaitu merupakan hasil kali bobot dengan rating akan memberikan besaran jumlah total pada keempat faktor baik kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Berdasarkan analisa matrik IFE pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa skor internal terlihat bobot nilai kekuatan dimasing-masing elemen adalah 2,25 kelemahan 1,05, maka dapat diperoleh total bobot skor pada tabel IFE 3,00. Hal ini menunjukan saat

ini Bank Nagari Capem Syariah bukittinggi cukup unggul dalam meggunakan kekuatan dengan mengatasi kelemahan yang ada pada strategi promosi yang ada.

2. Analisis Ekternal Faktor Evaluation (EFE)

Lingkungan ekternal perusahaan merupakan faktor dari luar kendali perusahaan yang dapat memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan keberhasilan perusahaan terletak pada kemampuan beradaptasi dan menghadapi dengan lingkungan luar perusahaan yang selalu berubah-ubah. Hal ini mempengaruhi strategi perusahaan untuk menentukan bagaimana cara serta kapan saat yang tepat untuk bertahan dan berkembang.

Faktor-faktor ekternal yang didapat dari pengamatan lingkungan sekitar dan melakukan wawancara dengan bagian Operational manager Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

a. Peluang

1. Strategi dan Promosi yang dilakukan Bank Nagari Syariah yang dapat menarik nasabah baru serta nasabah lama makin loyal.

Promosi yang sangat baik dilakukan oleh Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi juga dipandang sangat menarik perhatian masyarakat terutama masyarakat kalangan menengah kebawah yang tertarik akan produk Pembiayaan Pensiun yang dimiliki oleh Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi. Strategi dan promosi yang dilakukan sangat lah maksimal,

efektif dan inovatif sehingga menarik kepercayaan nasabah terhadap produk pembiayaan pension.

2. Kondisi penduduk kota Bukittinggi sekitarnya yang mayoritas banyak yang pension.

   Keberadaan penduduk Bukittinggi yang merupakan mayoritas banyak yang pension menjadi sumber potensian dan ini merupakan peluang yang sangat besar untuk menjadi nasabah Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

3. Wilayah Strategi Pemasaran dan promosi yang cukup luas dan strategis.

   Dengan luasnya wilayah segmen pasar membuat Bank Nagari Syariah memiliki peluang yang amat besar dalam memaksimalkan promosi produk pembiayaan pension yang dimiliki oleh Bank Nagari Syariah disamping untuk menjaga loyalitas nasabah yang telah bergabung.Ini merupakan kesempatan yang besar untuk menwarkan produk pembiayaan pension ke calon nasabah baru dengan melihat luas wilayah Bukittinggi sekitarnya dimana sebaran produk pembiayaan pensiun yang masih sedikit. Contoh marketing Bank Nagari selalu turun ke lapangan tak hanya di daerah Bukittinggi saja namun mencakup daerah agam seperti tilatang kamang, ampek angkek, banuhampu, sungai puar, canduang, kamang, kapau, padang panjang, payakumbuh untuk mempromosikan produk pembiayaan syariah menggunakan berbagai macam strategi untuk menarik banyak nasabah.

4. Adanya ajakan dari nasabah Bank Nagari syariah kepada nasabah dari Bank lain dengan kepuasan pelayanan yang diberikan.

   Hal ini merupakan sebuah apresiasi dari nasabah kepada Bank Nagari Syariah yang telah memberikan kepercayaan terhadap pembiayaan-pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dengan pelayanan yang prima, memuaskan sesuai syariah islam, tak sedikit nasabah yang merasa puas akan kinerja Marketting Operational yang mampu meyakinkan nasabah pension untuk melakukan pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi membuat meraka mengajak sanak saudara beralih ke Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dalam melakukan pembiayaan pensiun.

b. Ancaman .

   1) Tangapan yang kurang baik dari masyarakat serta banyaknya nasabah yang kurang memahami dan tidak tau adanya produk pembiayaan pension.

      Promosi yang dilakukan oleh Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi kepada nasabah kurang mendapat tanggapan positif dari masyarakat ini dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap Pembiayaan pension yang ada di Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dan mereka lebih memilih bank BTPN karena dianggap lebih mudah.

2) Tingkat persentase margin dan bagi hasil yang kalah saing dengan Bank Syariah lannya.

Tingkat persentase margin dan bagi hasil yang dimiliki oleh Bank Nagari Syariah terbilang cukup tinggi di banding Bank Syariah lainnya yaitu sekitar 8% untuk biaya margin serta bagi hasil yang diterapkan oleh Bank Nagari Syariah sekitar 60:40 hal ini jauh lebih murah di Bank syariah lainnya, seperti contoh perbandingan di Bank BSM biaya marginya sekitar 6% dan bagi hasilnya dengan nasabah 40:60%.

3) Adanya produk pembiayaan pensiun sejenis di Bank Syariah lain yang lebih menarik.

Produk yang dimiliki oleh Bank Nagari Capem Syariah Bukittingi terbilang hampir sama dengan produk yang dimiliki oleh Bank syariah lainnya yang terbilang menarik untuk calon nasabah untuk bergabung, hanya saja yang membedakan dengan produk yang dimiliki dengan produk Bank syariah lainnya yaitu cara Strategi dan promosi, melayani, etika, personal pegawai kepada nasabah. Hal ini menuntut pihak Bank Nagari Syariah melakukan inovasi akan produk pembiayaan pensiun dan layanan yang dimiliki.

4) Bank-Bank kompetitor yang lebih gencar dalam melakukan promosi serta kunjungan ke nasabah.

Gencarnya promosi yang dilakukan oleh Bank kompetitor kepada nasabah pensiun dan calon nasabah pensiun Bank Nagari Capem Syariah ini merupakan sebuah ancaman yang nyata kepada pihak Bank dalam melakukan perekrutan nasabah-nasabah baru serta dapat mengoyahkan kesetian nasabah pembiayaan pension di Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi untuk beralih ke Bank lainnya yang dipandang lebih menguntungkan bagi nasabah tersebut. Contoh nasabah pembiayaan pension melakukan take over ke Bank lain dikarenakan nasabah tersebut tergoda akan tawaran dan kemudahan yang ditawarkan oleh Bank tersebut kepada nasabah.

Tabel 4.4

Hasil analisa matrik EFE

Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi

No	Faktor ekternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
1	Strategi dan Promosi yang dilakukan Bank Nagari Syariah yang dapat menarik nasabah baru serta nasabah lama makin loyal.	0,10	3	0.30
2	Kondisi penduduk kota Bukittinggi sekitarnya	0,15	4	0,60

	yang mayoritas banyak yang pension.			
3	Wilayah Strategi Pemasaran dan promosi yang cukup luas dan strategis.	0,15	3	0,45
4	Adanya ajakan dari nasabah Bank Nagari syariah kepada nasabah dari Bank lain dengan kepuasan pelayanan yang diberikan	0,15	3	0,45
JUMLAH		**0,55**		**1,80**
Ancaman				
1	Tangapan yang kurang baik dari masyarakat serta banyaknya nasabah yang kurang memahami tentang pembiayaan pensiun.	0,15	3	0,45
2	Tingkat persentase margin dan bagi hasil yang kalah saing dengan Bank Syariah lannya.	0,10	3	0,30
3	Adanya produk pembiayaan pension sejenis di Bank Syariah lain yang lebih menarik.	0,15	2	0,30
4	Bank-Bank kompetitor yang lebih gencar dalam melakukan promosi serta kunjungan ke nasabah.	0,05	2	0,10
JUMLAH		**0,45**		**1,15**
TOTAL		**1,00**		**2,85**

Sumber : penelitian lapangan (data diolah)2018

Berdasarkan analisa matrik EFE pada tabel 4.4 diperoleh hasil dari sisi ekternal memiliki bobot peluang 1,80 dan ancaman sebesar 0,75 sehingga diperoleh total skor 2,25 yang berarti saat ini perusahaan telah merespon faktor ekternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman yang ada pada strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun.

3. Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisa dan diberi bobot skor serta peringkat untuk masing-masing elemen dri faktor internal (kekauatan dan kelemahan), dan ekternal (peluang dan ancaman) pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi maka semua faktor dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT.

Melalui matrik SWOT akan terlihat secara rinci elemen dari faktor internal dan ekternal yang dapat meningkatkan jumlah nasabah yang loyal pada Bank BNI Syariah Bukittinggi dan banyaknya calon nasabah baru yang tertarik bergabung di Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

Tabel 4.5

Formulasi strategi Produk Pembiayaan Pensiun pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi

IFE	**Kekuatan**	**Kelemahan**
	1. Dalam memasarkan produk pembiayaan pension sangatlah gencar dan efektif,	1. Teknologi perusahaan yang masih bergabung dengan Bank induk.

EFE	melalui perencanaan pemasaran mencakup unsur-unsur yaitu product, price, promotion, dan place dalam melakukan strategi pemasaran pembiayaan pension. 2. Bank Nagari Syariah selalu melakukan inovasi terbaru agar pembiayaan pensiun tetap unggul dibandingkan dengan pembiayaan lainnya. 3. Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi memiliki promosi yang unggul serta apresiasi kepada nasabah yang sangat baik. **4.** Setiap Miladnya Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi Adanya margin khusus (Murah) pada nasabah pembiayaan pension setiap tahunnya.	2. Sebaran dan brosur pembiayaan pensiun di Bank Nagari Syariah yang masih sedikit. 3. Sebagian karyawan kurang memahami tentang pembiayaan pension secara detail. 4. Adanya keterlambatan atau gangguan jaringan yang membuat nasabah merasa terganggu ketika melakukan pembiayaan.
Peluang 1. Strategi dan Promosi yang	**Strategi (SO)** 1. Meningkatkan strategi	**Strategi (WO)** 1. Memaksimalkan keunggulan

dilakukan Bank Nagari Capem Syariah yang dapat menarik nasabah baru serta nasabah lama makin loyal. 2. Kondisi penduduk kota Bukittinggi sekitarnya yang mayoritas banyak pensiun. 3. Wilayah promosi yang cukup luas. 4. Adanya ajakan dari nasabah pembiayaaan pension Bank Nagari syariah kepada nasabah dari Bank lain dengan kepuasan pelayanan yang diberikan oleh Bank Nagari CapemSyariah Bukittinggi	promosi dengan tetap menonjolkan keunggulan budaya kerja untuk menarik nasabah agar makin loyal. 2. Memaksimalkan produk inovatif yang dimiliki kepada masyarakat kota Bukittinggi yang mayoritas pensiun 3. Memaksimalkan wilayah yang luas dengan strategi dan layanan yang berkualitas sebagai bentuk apresiasi kepada nasabah untuk tetap memakai pembiayaan pensiun Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi. 4. Memaksimalkan kaidah-kaidah nilai Islam dalam pelayanan kepada nasabah serta dalam mengajak nasabah.	yang dimiliki dalam strategi dan promosi. 2. Mengembangkan strategi khusus untuk menjangkau masyarakat dan lebih gencar dalam promosi. 3. Meningkatkan pengetahuan dari karyawan Bank Nagari Syariah Kc Bukittinggi sehingga unggul dalam pemahaman tentang produk pembiayaan pension. 4. Meminimalisir ketidak nyaman yang timbul untuk menarik minat calon nasabah potensial.
Ancaman 1. Tangapan yang kurang baik dari masyarakat serta banyaknya nasabah yang	**Strategi (ST)** 1. Menonjolkan keunggulan budaya kerja visi misi serta memberikan edukasi,	**Strategi (WT)** 1. Menambahkan fasilitas serta akses kepada nasabah agar dapat dengan mudah

kurang memahami tentang pembiayaan pension. 2. Tingkat persentase margin dan bagi hasil yang kalah saing dengan Bank Syariah lannya. 3. Adanya produk pembiayaan pensiun sejenis di Bank Syariah lain yang lebih menarik. 4. Bank-Bank kompetitor yang lebih gencar dalam melakukan promosi serta kunjungan ke nasabah.	sosialisasi kepada masyarakat akan keunggulan pembiayaan pension di Bank Nagari Syariah 2. Memberikan layanan prima serta mewarkan produk pembiayaan pensiuns yang inovatif pada nasabah yang belum melakukan pembiayaan pension pada Bank Nagari Syariah. 3. Memaksimalkan dan lebih gencar memberikan apresiasi khusus pada nasabah pembiayaan pensiun yang loyal agar makin loyal. 4. Memaksimalkan keunggulan pembiayaan pensiun yang dimiliki yang menjadi pembeda dengan Bank syariah lain.	melakukan pembiayaan. 2. Menerapkan strategi khusus serta meningkatkan promosi yang lebih efektif. 3. Meningkatkan tingkat pemahamn karyawan serta Memberikan edukasi kepada nasabah akan perbedaan, keunggulan produk pembiayaan pensiun Bank Nagari Syariah. 4. Menerapkan strategi khusus menyikapi kekurangan yang dimiliki, dengan memaksimalkan keunggulan promosi dan karyawan yang terampil.

Sumber : penelitian lapangan (data diolah)2018

Matrik SWOT diatas dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yang dapat dimanfaatkan oleh Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dalam melakukan strategi pemasaran produk pembiayaan pension untuk dapat menggaet nasabah baru.

4. Analisis Tabel bobot skor

Setelah dilakukan analisis pada setiap strategi yang telah diterapkan yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO, strategi WT. maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah memilih satu dari keempat strategi yang telah ditetapkan sebelumnya untuk memilih strategi yang telah ditetapkan sebelumnya perusahaan dapat memakai metode tabel bobot skor, dimana Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dapat menilai skor tertinggi dimana strategi dengan skor tertinggi akan dipakai oleh Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dalam membuat kebijaksnaan dan keputusan yang mempengaruhi performa Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

Berikut tabel bobot skor pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

Tabel 4.6
Tabel bobot skor

Internal / Ekternal	(S) Kekuatan	(W) Kelemahan
(O) Peluang	Total skor strategi SO **2,25+1,80= 4,05**	Total skor strategi WO **1,05+1,80=2,85**
(T) Ancaman	Total skor strategi ST **2,25+1,15=3,35**	Total skor strategi WT **1,05+1,15= 2,20**

Sumber :penelitian lapangan (data yang diolah) 2018

Berdasarkan hasil total skor yang didapatkan pada tabel 4.6 diatas , maka dapat dilihat bahwa strategi SO yang memiliki skor yang lebih besar yaitu **4,05** dibadingkan dengan strategi lainnya. Stelah dijelaskan tentang alternatif strategi yang cocok untuk Strategi produk pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi yaitu dengan memanfaatkan strategi SO, strategi ini dibuat berdasarkan penelitian langsung kepada pihak Bank dan nasabah yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk menjaga dan mengaet nasabah baru Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

A. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

Setelah dijelaskan alternatif strategi pada matrik dan tabel bobot skor maka dapat dipilih alternatif strategi yang cocok untuk strategi menjaga loyalitas nasabahnya adalah menggunakan SO, strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan dari dalam Bank untuk mendapatkan peluang yang ada ekternal Bank. Strategi yang diambil perusahaan antara lain:

Strategi SO yang dipilih oleh Bank Nagari Syariah karena Bank Nagari Syariah Bukittinggi mampu memanfaatkan seluruh kekuatan ekternal perusahan untuk merebut hati dan menjaga nasabah Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dengan berbagai macam strategi demi mendapatkan peluang sebesar-besarnya dengan cara:

1. Meningkatkan strategi pemasaran dan promosi dengan tetap menonjolkan keunggulan produk untuk menarik nasabah agar makin loyal.

   Strategi merupakan hal yang sangat diperlukan untuk menjaga agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang, dengan meningkatkan strategi pemasaran dan promosi serta menonjolkan budaya kerja yang unggul yang dimiliki oleh Bank Nagari Syariah Bukittinggi kepada nasabah.

   Dengan begitu nasabah akan merasa nyaman serta puas dengan strategi dan promosi yang diberikan serta menjadi pembeda dengan Bank syariah lainya.Strategi yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

   Sehingga produk pembiayaan pension yang ditawarkan bank kepada nasabah agar produk tersebut tetap mempunyai nilai jual kepada nasabah. Misalnya Mungkin dengan memberikan kemudahan atau kecepatan dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah

2. Memaksimalkan produk pembiayaan pension yang inovatif kepada masyarakat kota Bukittinggi yang mayoritas pensiun

   Sebuah inovasi itu perlu diciptakan demi menunjang pertumbuhan perusaahan kearah yang lebih baik serta menghadirkan suatu hal yang beda dari kompetitor yang ada, Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi memiliki produk pembiayaan pensiun yang inovatif yang diluncurkan oleh kantor pusat yang mana produk tersebut sudah melalui audit serta

pertimbangan dari Dewan Syariah Nasional(DSN) yang kemudian produk tersebut diawasi langsung oleh Dewan pengawas syariah(DPS).

Banyak media yang bisa dimanfaatkan baik media cetak maupun elektronik, ataupun bisa juga dilakukan melalui kontak secara langsung untuk memaksimalkan produk pembiayaan pensiun. Misalnya melalui komunitas-komunitas yang ada di Bukittinggi, pengajian dan acara-acara lain yang melibatkan masyarakat banyak. Karena masalah yang sangat penting untuk saat ini adalah ketidaktahuan masyarakat akan adanya pembiayaan pension pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

Untuk saat ini media elektronik yang paling murah dan efektif adalah media online karena saat ini hampir semua orang menggunakan media ini untuk berbagai keperluan dan setiap detiknya pasti ada orang yang melihat media online baik untuk hiburan maupun untuk pekerjaan.Strategi ini berusaha untuk menghilangkan kelemahan kurangnya sosialisasi dan produk yang tidak terkenal, serta untuk meminimalkan ancaman dari banyaknya bank syariah lainnya.

3. Memaksimalkan wilayah yang luas dengan Strategi dan layanan yang berkualitas sebagai bentuk apresiasi kepada nasabah untuk tetap melakukan pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

Memaksimalkan luas wilayah yang umumnya penduduk Bukittinggi mayoritas banyak pensiun merupakan suatu peluang yang harus

dimanfaatkan untuk mengaet nasabah baru serta menjaga kepercayaan nasabah yang telah bergabung ke Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.

Dengan hadirnya Bank Nagari Capem Syariah di penjuru daerah yang belum terjangkau maka akan menambah pangsa pasar dan nasabah baru. Sehingga nasabah lama juga makin percaya akan produk pembiayaan pension yang mereka pilih sehingga nasabah tersebut tidak akan tergiur akan tawaran Bank Syariah lainnya.

Menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam rangka Memperkenalkan produk pembiayaan pension kepada masyarakat khususnya para pensiunan serta menghindari ancaman dan memperkecil kelemahan.Maksudnya adalah dalam menetapkan strategi pemasaran disesuaikan dengan kekuatan dan peluang yang ada.Jangan sampai kekuatan dan peluang yang sudah dimiliki berubah menjadi ancaman bagi Bank itu sendiri.

4. Memaksimalkan strategi pemasaran dalam pelayanan kepada nasabah serta dalam mengajak nasabah.

Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi dalam memasarkan produk dari segi strategi produk harus semaksimal mungkin, seperti pihak menggunakan brosur, dari mulut kemulut nasabah dan memasang spanduk di depan kantor dan menawarkan kelebihan dan manfaat produk, dan begitu juga dengan strategi harga, distribusi, promosi, maka pihak bank harus

bisa mempertahankan strategi yang sudah ada di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi untuk mempertahankan nasabah yang lama serta mengajak nasabah pembiayaan pension yang baru.

Peningkatan kualitas pelayanan terhadap nasabah pembiayaan pension harus terus ditingkatkan untuk menarik simpati nasabah maupun calon nasabah. Kalau bisa pelayanan yang diberikan oleh Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi kepada nasabah mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan pelayanan di bank konvensional dan bank syariah yang lain .

Sehingga rasa kenyamanan nasabah terhadap bank makin meningkat, dan pada akhirnya loyalitas kepada nasabah juga meningkat. Karena keloyalitasan nasabah merupakan salah satu hal yang penting untuk menjaga produk pembiayaan pension untuk tetap menarik. Strategi ini digunakan kekuatanya yaitu jaringan kerja yang dimiliki untuk menghilangkan atau memperkecil ancaman dari masyarakat yang iri dan tidak tahu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi, maka dapat dikemukakan kesimpulan, bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan pension sebagai berikut:

Strategi SO yang dipilih oleh Bank Nagari Syariah karena Bank Nagari Syariah Bukittinggi mampu memanfaatkan seluruh kekuatan ekternal perusahan untuk merebut hati dan menjaga nasabah Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi dengan berbagai macam strategi demi mendapatkan peluang sebesar-besarnya dengan cara:

1. Meningkatkan strategi pemasaran dan promosi dengan tetap menonjolkan keunggulan produk untuk menarik nasabah agar makin loyal.

2. Memaksimalkan produk pembiayaan pension secara inovatif kepada masyarakat kota Bukittinggi yang mayoritas pensiun.
3. Memaksimalkan wilayah yang luas dengan Strategi dan layanan yang berkualitas sebagai bentuk apresiasi kepada nasabah untuk tetap melakukan pembiayaan pensiun pada Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi.
4. Memaksimalkan strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun dalam pelayanan kepada nasabah serta dalam mengajak nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah penulis paparkan di atas maka penulis memberikan saran kepada pihak Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi sebagai berikut:

1. Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun yang ada di Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi lebih di tingkatkan lagi dengan caramemasang iklan dengan menggunakan media online seperti: radio, televisi dan lain-lain.
2. Sebaiknya Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi memperkenalkan lebih rinci tentang produk pembiayaan pensiun tersebut kepada nasabah, dengan usaha meyakinkan nasabah terus menerus agar nasabah tertarik untuk bergabung dengan pembiayaan pensiun. .

3. Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi harus lebih jeli lagi melihat peluang yang ada, dan memanilisir setiap ancaman yang akan datang. Sehingga pembiayaan pensiun yang ada di Bank tersebut tetap selalu diminati oleh nasabah.

4. Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi seharusnya mampu mengendalikan ancaman yang akan menghadang dimasa akan datang. Dengan cara melakukan strategi pemasaran yang lebih menarik, kreatif dan inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

Anshori, Abdul Ghofar. 2007. *PerbankanSyariah di Indonesia*. Yoyakarta,: Gajah MadaUnifersity Press.

Antonio, Muhammad Syafi'i .*Bank SyariahdariTeoriKePraktik*. Jakarta: GemaInsani Press.

Ascarya. 2006. *AkaddanProduk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada. Hasibuan,

MelayuS.P . 2008. *Dasar-DasarPerbankan*. Jakarta: P.T BumiAksara.

Ismail. 2012. *PerbankanSyariah.* Jakarta: Kencana.

Subadjo. 2013. *perbankansyariah*. Jakarta: KencanaPrenada Media Group.

Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank.* Jakarta Kencana.

Ahmad Hakim, 2011.*Kewirausahaan*, Jakarta: Rajawali Pers.

Laksmana, Yusak. 2009 *PanduanPraktik Account Officer Bank SyariahMemahamiPraktis Prose Pembiayaan Di Bank Syariah*. Jakarta: P.T Alex Media Koputindo.

Manullang, 2012.*DasarDasarManajemen*, Yogyakarta UGM, Press.

Manurung, Mandala .2004. PrathamaRahardja, *UangPerbankan Dan EkonomiMoneterKajianKontektual Indonesia.* Jakarta:FakulitasEkonomiUniversitas.

Muhammad, 2004.*Manajemen Dana Bank Syariah*.Yogyakarta.

Muhammad, 2005.*Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Pencetakan AMP YKPN.

Nainggolan, 1984.*PembinaanPegawaiNegeriSipil*Jakarta.Pasaribu, Ali Musa. 2012. *KewirausahaanBerbasisAgribisnis*. Yogyakarta C. V Andi Offset.

Purwanto, Irwan.2006. *ManagemenStrategi*. Bandung CV Yrama Media.

Rivai ,Veithzal. 2007. *Bank And Financial Institution Management,* (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.

Suharyadi. 2007. *KewirausahaanMembangunSuksesSejakUsiaMuda*. Jakarta:SalembaEmpat.

Sumarni, Murti. 2002. *ManajemenPemasaran Bank.* Yogyakarta.

Soeratno, Dan LincolinArsyad, 2003 *MetodologiPenelitianUntukEkonomi Dan Bisnis,* (Yogyakarta: UPP UMP YKPN .

Sudjono, Anas. 2010. *PengantarStatistikPendidikan*, (Jakarta: Raja Wali Press. Umar, Husen.

2010. *DesainPenelitianManajemenStrategi*. Jakarta Rajawali Pers.

Wahjono, Sentot Imam. *ManajemenPemasaran Bank*. YogyajartaGrahaIlmu.

Widodo, Hendi. 2005 .*MengapaMemilih Bank Syariah*.Jakarta :Ghalia Indonesia.

Brosurpembiayaanpensiun*Bank NagariCabangPembantuSyariahBukittinggi.*

FandyAchmad, 2013, *PengaruhOptimismeMenghadapiMasaPensiunTerhadap Post Power Syndrome PadaAnggotaBadan Pembina PensiunanPegawai (Bp3) Pelindo Semarang* Online), tersedia: http://www.dapentel.co.id/dmdocuments/pundi.pdf. Diakses 20 Januari 2016

www.Bank Nagari.com

www.TASPEN.com

SOP *Bank NagariCabangPembantuSyariahBukittinggi*

Armayenti, *AnalisPembiayaan Bank NagariCabangPembantuSyariahBukittinggi...*, 24 April 2018

Ira Angraeni, *AdministrasiPembiayaan Bank NagariCabangPembantuSyariahBukittinggi...*,24 April 2018

DwiShanidra, *Marketing Officer Bank NagariCabangPembantuSyariahBukittinggi* ,24 April 2018

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

Nomor : 514 /In.26/PP.00.9/12/2017

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an. **Melda Gutmawati** NIM. **3314.050** tanggal 9 November 2017, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :

a. Bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. Bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :

1 Undang-undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun pada PT. Bank Nagari Syariah capem Bukittinggi. "**

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A	Nama	:	**H. Harfandi, SE, M.Si**
	NIP	:	19621110 199903 1001
	Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina (IV/a) / Lektor Kepala
	Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Ekonomi
	Memberi Mata Kuliah	:	Lembaga Keuangan Mikro Syariah
	Untuk Tugas	:	Pembimbing I
B	Nama	:	**Rahmi, MA**
	NIP	:	19760515 200901 2002
	Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata (III/c) / Lektor
	Bidang Keahlian Pokok	:	Ekonomi Islam
	Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Islam
	Untuk Tugas	:	Pembimbing II

Ketiga : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 29 Desember 2017

Rektor

KEMENTERIAN AGAMA IAIN BUKITTINGGI REPUBLIK INDONESIA

IDUA AHIDA

Tembusan :
1. Masing-masing Pembimbing
2. Mahasiswa yang bersangkutan

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Paninjauan Garegeh Bukittinggi, Sumatera Barat | Telp. (0752) 33136 Fax. (0752) 22875
Website : http://febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : MELDA GUSTMAWATI
NIM : 3314.050
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan : S1. PERBANKAN SYARIAH
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN PADA PT. BANK NAGARI SYARIAH CAPEM BUKITTINGGI
Pembimbing I : H. HARFANDI, SE. M.Si
Pembimbing II : RAHMI, MA

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1.	Kamis / 11-01-18	- Daftar isi - Daftar pustaka BAB II → belum ada penjelasan / gambaran tentang pembiayaan pensiun di bank tsb. - Referensi E1. Masih Minim - Penulisan diperhatikan lagi (pembimbing 2) => RAHMI, MA	
2.	Jumat / 12-01-18	- Kurang nya Identifikasi Masalah - Penulisan diperhatikan lagi - Manfaat penelitian ditambahkan lagi gelar S1. (Pembimbing 2) => RAHMI, MA	
3.	Selasa / 16-01-18	- BAB II → tambah kan lagi materi tentang pembayaan pensiun → perhatikan penulisan footnote dan Body Note. (Pembimbing 2) => RAHMI, M.A	
4.	Selasa / 03-03-18	ACC Pembimbing II BAB I - III	
5.	Senin / 16-4-18	: Perhatikan lagi penulisan - Memperbaiki penulisan Yg salah - tambahkan Sistematika penulisan (Pembimbing 1)	
6.	Selasa 23/04/2018	- Perbaikan lagi - spasi (2) - perhatikan penulisan sistematika penulisan. (pembimbing 1)	

Bank Nagari

Nomor : SR/1555/SDM/UM/11-2017
Lampiran : ----
Perihal : Izin Observasi

Padang, 27 Desember 2017

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi
di –
TEMPAT

Sehubungan dengan surat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi nomor B-2126/In.26.3/PP.07/12/2017 tanggal 18 Desember 2017 perihal Mohon Izin Observasi atas nama berikut :

Nama	: MELDA GUTMAWATI
NIM/TM	: 3314.050
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Judul	: Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun pada Bank Nagari Syariah Capem Bukittinggi

Dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya dapat kami setujui sepanjang data yang diminta tidak menyangkut rahasia Bank dan Jabatan.
Untuk maksud di atas diharapkan yang bersangkutan dapat menghubungi:
– PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Syariah Payakumbuh (Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi)
Demikian kami beritahukan agar dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Divisi Sumber Daya Manusia,

IRWAN ZULDANI
Pemimpin

Tembusan:
- Cabang Syariah Payakumbuh

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat
Jl. Pemuda No. 21 Padang 25117
Sumatera Barat
INDONESIA
Tel. (0751) 31577 (4 Saluran),
31578, 31581, 31582, 34115
Fax. (0751) 37749, 31491
Kotak Pos 111
website : www.banknagari.co.id

JAS-ANZ verification
ISO 9001: 2008 Certified

Bank Nagari

Nomor : SR/603/SDM/UM/07-2018
Lampiran : ----
Perihal : Izin Penelitian

Padang, 30 Juli 2018

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi
di –
TEMPAT

Sehubungan dengan surat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi nomor B-1873/In.26.3/PP.07/07/2018 tanggal 24 Juli 2018 perihal Mohon Izin Penelitian atas nama berikut :

Nama	: MELDA GUTMAWATI
NIM/TM	: 3314.050
Jurusan	: Perbankan Syariah
Judul	: Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi

Dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya dapat kami setujui sepanjang data yang diminta tidak menyangkut rahasia Bank dan Jabatan.
Untuk maksud di atas diharapkan yang bersangkutan dapat menghubungi:
– PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Syariah Payakumbuh (Cabang Pembantu Syariah Bukittinggi)
Demikian kami beritahukan agar dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Divisi Sumber Daya Manusia,

INDRA RIVAI
Pemimpin

Tembusan:
- Cabang Syariah Payakumbuh

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat
Jl. Pemuda No. 21 Padang 25117
Sumatera Barat
INDONESIA
Tel. (0751) 31577 (4 Saluran),
31578, 31581, 31582, 34115
Fax. (0751) 37749, 31491
Kotak Pos 111
website : www.banknagari.co.id

JAS-ANZ verification
ISO 9001: 2008 Certified

Bank Nagari SYARIAH

Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi

Jl.AHMAD YANI NO 89 BUKITTINGGI

Telp. 0752-628598 Fax. 0752-627022

Contoh Angsuran Murabahah Plus (PNS)

- **Biaya murah dan tanpa biaya provisi**
- **Jangka Waktu Maks : 17 Th / 204 Bln**
- **Angsuran Maks : 75 % dari gaji**
- **Biaya adm 1,5 % dari plafond**
- **Pembiayaan s/d 300 juta tanpa agunan tambahan**

MARGIN s/d 0.83 % / BL

- ✔ **Proses cepat dan syarat mudah**
- ✔ **Adil dan menguntungkan**
- ✔ **InsyaAllah membawa berkah**

BERLAKU PER TANGGAL 1 APRIL 2018

KANTOR : 0752-628598

Saatnya transaksi keuangan anda dikelola sesuai prinsip syariah, adil transparan

	JANGKA WAKTU																
	12	24	36	48	60	72	84	96	108	120	132	144	156	168	180	192	204
Margin / th	9.96%	9.96%	9.96%	9.96%	9.96%	9.96%	9.96%	9.96%	9.96%	9.96%						9.96%	9.96%
Margin / bln	0.83%	0.83%	0.83%	0.83%	0.83%	0.83%	0.83%	0.83%	0.83%	0.83%						0.83%	0.83%
5,000,000	458,167	249,833	180,389	145,667	124,833	110,944	101,024	93,583	87,796	83,167	79,379	76,222	73,551	71,262	69,278	67,542	66,010
10,000,000	916,333	499,667	360,778	291,333	249,667	221,889	202,048	187,167	175,593	166,333	158,758	152,444	147,103	142,524	138,556	135,083	132,020
15,000,000	1,374,500	749,500	541,167	437,000	374,500	332,833	303,071	280,750	263,389	249,500	238,136	228,667	220,654	213,786	207,833	202,625	198,029
20,000,000	1,832,667	999,333	721,556	582,667	499,333	443,778	404,095	374,333	351,185	332,667	317,515	304,889	294,205	285,048	277,111	270,167	264,039
25,000,000	2,290,833	1,249,167	901,944	728,333	624,167	554,722	505,119	467,917	438,981	415,833	396,894	381,111	367,756	356,310	346,389	337,708	330,049
30,000,000	2,749,000	1,499,000	1,082,333	874,000	749,000	665,667	606,143	561,500	526,778	499,000	476,273	457,333	441,308	427,571	415,667	405,250	396,059
35,000,000	3,207,167	1,748,833	1,262,722	1,019,667	873,833	776,611	707,167	655,083	614,574	582,167	555,652	533,556	514,859	498,833	484,944	472,792	462,069
40,000,000	3,665,333	1,998,667	1,443,111	1,165,333	998,667	887,556	808,190	748,667	702,370	665,333	635,030	609,778	588,410	570,095	554,222	540,333	528,078
45,000,000	4,123,500	2,248,500	1,623,500	1,311,000	1,123,500	998,500	909,214	842,250	790,167	748,500	714,409	686,000	661,962	641,357	623,500	607,875	594,088
50,000,000	4,581,667	2,498,333	1,803,889	1,456,667	1,248,333	1,109,444	1,010,238	935,833	877,963	831,667	793,788	762,222	735,513	712,619	692,778	675,417	660,098
55,000,000	5,039,833	2,748,167	1,984,278	1,602,333	1,373,167	1,220,389	1,111,262	1,029,417	965,759	914,833	873,167	838,444	809,064	783,881	762,056	742,958	726,108
60,000,000	5,498,000	2,998,000	2,164,667	1,748,000	1,498,000	1,331,333	1,212,286	1,123,000	1,053,556	998,000	952,545	914,667	882,615	855,143	831,333	810,500	792,118
65,000,000	5,956,167	3,247,833	2,345,056	1,893,667	1,622,833	1,442,278	1,313,310	1,216,583	1,141,352	1,081,167	1,031,924	990,889	956,167	926,405	900,611	878,042	858,127
70,000,000	6,414,333	3,497,667	2,525,444	2,039,333	1,747,667	1,553,222	1,414,333	1,310,167	1,229,148	1,164,333	1,111,303	1,067,111	1,029,718	997,667	969,889	945,583	924,137
75,000,000	6,872,500	3,747,500	2,705,833	2,185,000	1,872,500	1,664,167	1,515,357	1,403,750	1,316,944	1,247,500	1,190,682	1,143,333	1,103,269	1,068,929	1,039,167	1,013,125	990,147
80,000,000	7,330,667	3,997,333	2,886,222	2,330,667	1,997,333	1,775,111	1,616,381	1,497,333	1,404,741	1,330,667	1,270,061	1,219,556	1,176,821	1,140,190	1,108,444	1,080,667	1,056,157
85,000,000	7,788,833	4,247,167	3,066,611	2,476,333	2,122,167	1,886,056	1,717,405	1,590,917	1,492,537	1,413,833	1,349,439	1,295,778	1,250,372	1,211,452	1,177,722	1,148,208	1,122,167
90,000,000	8,247,000	4,497,000	3,247,000	2,622,000	2,247,000	1,997,000	1,818,429	1,684,500	1,580,333	1,497,000	1,428,818	1,372,000	1,323,923	1,282,714	1,247,000	1,215,750	1,188,176
95,000,000	8,705,167	4,746,833	3,427,389	2,767,667	2,371,833	2,107,944	1,919,452	1,778,083	1,668,130	1,580,167	1,508,197	1,448,222	1,397,474	1,353,976	1,316,278	1,283,292	1,254,186
100,000,000	9,163,333	4,996,667	3,607,778	2,913,333	2,496,667	2,218,889	2,020,476	1,871,667	1,755,926	1,663,333	1,587,576	1,524,444	1,471,026	1,425,238	1,385,556	1,350,833	1,320,196
110,000,000	10,079,667	5,496,333	3,968,556	3,204,667	2,746,333	2,440,778	2,222,524	2,058,833	1,931,519	1,829,667	1,746,333	1,676,889	1,618,128	1,567,762	1,524,111	1,485,917	1,452,216
120,000,000	10,996,000	5,996,000	4,329,333	3,496,000	2,996,000	2,662,667	2,424,571	2,246,000	2,107,111	1,996,000	1,905,091	1,829,333	1,765,231	1,710,286	1,662,667	1,621,000	1,584,235
130,000,000	11,912,333	6,495,667	4,690,111	3,787,333	3,245,667	2,884,556	2,626,619	2,433,167	2,282,704	2,162,333	2,063,848	1,981,778	1,912,333	1,852,810	1,801,222	1,756,083	1,716,255
140,000,000	12,828,667	6,995,333	5,050,889	4,078,667	3,495,333	3,106,444	2,828,667	2,620,333	2,458,296	2,328,667	2,222,606	2,134,222	2,059,436	1,995,333	1,939,778	1,891,167	1,848,275
150,000,000	13,745,000	7,495,000	5,411,667	4,370,000	3,745,000	3,328,333	3,030,714	2,807,500	2,633,889	2,495,000	2,381,364	2,286,667	2,206,538	2,137,857	2,078,333	2,026,250	1,980,294
160,000,000	14,661,333	7,994,667	5,772,444	4,661,333	3,994,667	3,550,222	3,232,762	2,994,667	2,809,481	2,661,333	2,540,121	2,439,111	2,353,641	2,280,381	2,216,889	2,161,333	2,112,314
170,000,000	15,577,667	8,494,333	6,133,222	4,952,667	4,244,333	3,772,111	3,434,810	3,181,833	2,985,074	2,827,667	2,698,879	2,591,556	2,500,744	2,422,905	2,355,444	2,296,417	2,244,333
180,000,000	16,494,000	8,994,000	6,494,000	5,244,000	4,494,000	3,994,000	3,636,857	3,369,000	3,160,667	2,994,000	2,857,636	2,744,000	2,647,846	2,565,429	2,494,000	2,431,500	2,376,353
190,000,000	17,410,333	9,493,667	6,854,778	5,535,333	4,743,667	4,215,889	3,838,905	3,556,167	3,336,259	3,160,333	3,016,394	2,896,444	2,794,949	2,707,952	2,632,556	2,566,583	2,508,373
200,000,000	18,326,667	9,993,333	7,215,556	5,826,667	4,993,333	4,437,778	4,040,952	3,743,333	3,511,852	3,326,667	3,175,152	3,048,889	2,942,051	2,850,476	2,771,111	2,701,667	2,640,392

Bank Nagari SYARIAH

Bank Nagari Capem Syariah Bukittingi
Jl. Ahmad Yani No 89 Bukittinggi
Telp. 0752-628595Fax. 0752-627022

- Biaya murah dan tanpa biaya provisi
- Jangka Waktu Maks : 5Th (tujuan Modal Kerja) dan 10 Th (Tujuan Investasi)
- Biaya adm 1.5 % dari plafond (Pinjaman di bawah Rp .250 juta)

Proses cepat dan syarat mudah
- ✓ Adil dan menguntungkan
- ✓ InsyaAllah membawa berkah

Contact Person:
AFNI MARISA 082383553305

Contoh angsuaran Murabahah Modal Kerja & Investasi

MARGIN s/d 9 % / TH

	JANGKA WAKTU									
	12	24	36	48	60	72	84	96	108	120
Margin / th	9.00%	9.00%	9.00%	9.00%	9.00%	9.00%	9.00%	9.00%	9.00%	9.00%
Margin / bln	0.75%	0.75%	0.75%	0.75%	0.75%	0.75%	0.75%	0.75%	0.75%	0.75%
5,000,000	454,167	245,833	176,389	141,667	120,833	106,944	97,024	89,583	83,796	79,167
10,000,000	908,333	491,667	352,778	283,333	241,667	213,889	194,048	179,167	167,593	158,333
15,000,000	1,362,500	737,500	529,167	425,000	362,500	320,833	291,071	268,750	251,389	237,500
20,000,000	1,816,667	983,333	705,556	566,667	483,333	427,778	388,095	358,333	335,185	316,667
25,000,000	2,270,833	1,229,167	881,944	708,333	604,167	534,722	485,119	447,917	418,981	395,833
30,000,000	2,725,000	1,475,000	1,058,333	850,000	725,000	641,667	582,143	537,500	502,778	475,000
35,000,000	3,179,167	1,720,833	1,234,722	991,667	845,833	748,611	679,167	627,083	586,574	554,167
40,000,000	3,633,333	1,966,667	1,411,111	1,133,333	966,667	855,556	776,190	716,667	670,370	633,333
45,000,000	4,087,500	2,212,500	1,587,500	1,275,000	1,087,500	962,500	873,214	806,250	754,167	712,500
50,000,000	4,541,667	2,458,333	1,763,689	1,416,667	1,208,333	1,069,444	970,238	895,833	837,963	791,667
55,000,000	4,995,833	2,704,167	1,940,278	1,558,333	1,329,167	1,176,389	1,067,262	985,417	921,759	870,833
60,000,000	5,450,000	2,950,000	2,116,667	1,700,000	1,450,000	1,283,333	1,164,286	1,075,000	1,005,556	950,000
65,000,000	5,904,167	3,195,833	2,293,056	1,841,667	1,570,833	1,390,278	1,261,310	1,164,583	1,089,352	1,029,167
70,000,000	6,358,333	3,441,667	2,469,444	1,983,333	1,691,667	1,497,222	1,358,333	1,254,167	1,173,148	1,108,333
75,000,000	6,812,500	3,687,500	2,645,833	2,125,000	1,812,500	1,604,167	1,455,357	1,343,750	1,256,944	1,187,500
80,000,000	7,266,667	3,933,333	2,822,222	2,266,667	1,933,333	1,711,111	1,552,381	1,433,333	1,340,741	1,266,667
85,000,000	7,720,833	4,179,167	2,998,611	2,408,333	2,054,167	1,818,056	1,649,405	1,522,917	1,424,537	1,345,833
90,000,000	8,175,000	4,425,000	3,175,000	2,550,000	2,175,000	1,925,000	1,746,429	1,612,500	1,508,333	1,425,000
95,000,000	8,629,167	4,670,833	3,351,389	2,691,667	2,295,833	2,031,944	1,843,452	1,702,083	1,592,130	1,504,167
100,000,000	9,083,333	4,916,667	3,527,778	2,833,333	2,416,667	2,138,889	1,940,476	1,791,667	1,675,926	1,583,333
110,000,000	9,991,667	5,408,333	3,880,556	3,116,667	2,658,333	2,352,778	2,134,524	1,970,833	1,843,519	1,741,667
120,000,000	10,900,000	5,900,000	4,233,333	3,400,000	2,900,000	2,566,667	2,328,571	2,150,000	2,011,111	1,900,000
130,000,000	11,808,333	6,391,667	4,586,111	3,683,333	3,141,667	2,780,556	2,522,619	2,329,167	2,178,704	2,058,333
140,000,000	12,716,667	6,883,333	4,938,889	3,966,667	3,383,333	2,994,444	2,716,667	2,508,333	2,346,296	2,216,667
150,000,000	13,625,000	7,375,000	5,291,667	4,250,000	3,625,000	3,208,333	2,910,714	2,687,500	2,513,889	2,375,000
160,000,000	14,533,333	7,866,667	5,644,444	4,533,333	3,866,667	3,422,222	3,104,762	2,866,667	2,681,481	2,533,333
170,000,000	15,441,667	8,358,333	5,997,222	4,816,667	4,108,333	3,636,111	3,298,810	3,045,833	2,849,074	2,691,667
180,000,000	16,350,000	8,850,000	6,350,000	5,100,000	4,350,000	3,850,000	3,492,857	3,225,000	3,016,667	2,850,000
190,000,000	17,258,333	9,341,667	6,702,778	5,383,333	4,591,667	4,063,889	3,686,905	3,404,167	3,184,259	3,008,333
200,000,000	18,166,667	9,833,333	7,055,556	5,666,667	4,833,333	4,277,778	3,880,952	3,583,333	3,351,852	3,166,667

Saatnya transaksi keuangan anda dikelola sesuai prinsip syariah, adil transparan

Perihal : Permohonan Pembiayaan Murabahah Plus Pensiun .....,.....

Kepada Yth,
PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH SUMATERA BARAT
Kantor Capem Syariah Bukittinggi
Di Bukittinggi

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

DATA POKOK

1. Nama : .....
2. Tempat/Tanggal Lahir : .....
3. No. Telepon/HP : Telp :.....HP :.....
4. Alamat e-mail : .....
5. Nama Ibu Kandung : .....
6. No. KTP/SIM/Pasport : .....
7. No. NPWP : .....
8. Nama Kantor/Instansi Pensiunan : .....
9. Alamat Kantor/Instansi Pensiunan : ..... Telp. .....
10. Alamat Rumah : .....

DATA PASANGAN (Suami/Istri)

1. **Nama** : .....
2. **Tempat/Tgl Lahir** : .....
3. **No.KTP/Pasport** : .....

Dengan ini mengajukan Permohonan Pembiayaan Murabahah Plus dengan data sebagai berikut :

1. Jumlah Permohonan : Rp. ..... (.....
   .....)
2. Jangka Waktu : .....(.....) bulan / ..... tahun
3. Kegunaan : .....

Selanjutnya untuk mendukung permohonan dimaksud dan sebagai bahan pertimbangan bagi Bank terlampir saya serahkan :

1. Surat Kuasa Memotong Pensiun
2. Asli SK Pensiunan
3. Fotocopy bukti penerimaan pensiunan bulanan terakhir
4. Fotocopy Kartu Keluarga dan KTP Suami dan Istri
5. Fotocopy NPWP
6. Fotocopy Buku Tabungan di Bank Nagari
7. Bukti kepemilikan agunan bagi nasabah yang sesuai ketentuan berlaku harus menyerahkan agunan tambahan
8. **Surat penawaran dari supplier / RAB**

Sehubungan dengan data/informasi serta dokumen-dokumen yang saya serahkan sesuai rincian diatas, dengan ini saya selaku pemohon menyatakan sebagai berikut :

1. Bahwa semua informasi dalam formulir permohonan ini telah saya isi dengan lengkap dan sebenar-benarnya.
2. Dengan ini saya memberikan persetujuan atas penerimaan informasi melalui layanan SMS, e-mail dan/atau media lainnya yang disediakan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat.
3. Saya bersedia melengkapi dan menandatangani persyaratan lainnya yang ditetapkan Bank, apabila permohonan ini disetujui, realisasi pinjaman ini dimasukkan ke rekening tabungan saya nomor.....

Demikianlah disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Yang mengajukan Permohonan

_____

Catatan : *) Coret yang tidak perlu

CURRICULUM VITAE



MELDA GUTMAWATI

Inderapura, Kenagarian TigaSepakat,
Kec. PancungSoal, Kab. Pesisir Selatan, Sumatera Barat
E-mail : Melda.gutmawati19@gmail.com
HP : +6282382405709

IDENTITAS DIRI

Nama	:	Melda Gutmawati
Tempat Lahir	:	Inderapura
Tanggal Lahir	:	20 july 1995
Agama	:	Islam
Alamat	:	Inderapura, Kenagarian Tiga Sepakat, Kec. PancungSoal Kab. Pesisir Selatan, Sumatera Barat

PENDIDIKAN TERAKHIR

Universitas	: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada PT. Bank Nagari Capem Syariah Bukittinggi

SEKOLAH

2014-2018	IAIN Bukittinggi/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan S1 Perbankan Syariah
2011-2014	SMA N 1 Pancung Soal
2008-2011	SMP N 1 Pancung Soal
2002-2008	SD N 01 Pancung Soal

Hormat Saya,

Melda Gutmawati