

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
PENSIUNAN PADA BANK CENTRAL ASIA (BCA)
KANTOR CABANG BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh :

MUHAMMAD YUSUF
NIM. 083 143 157

Dosen Pembimbing :

Dr. Khamdan Rifa'I, S.E.,M.Si
NIP. 19680807 200003 1 001

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2021**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
PENSIUNAN PADA BANK CENTRAL ASIA (BCA)
KANTOR CABANG BANYUWANGI**

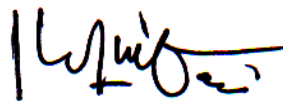
SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

MUHAMMAD YUSUF
NIM. 083 143 157

Disetujui Pembimbing :



Dr. Khamdan Rifa'I, S.E.,M.Si
NIP. 19680807 200003 1 001

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
PENSIUNAN PADA BANK CENTRAL ASIA (BCA)
KANTOR CABANG BANYUWANGI**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi
salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 07 Januari 2021

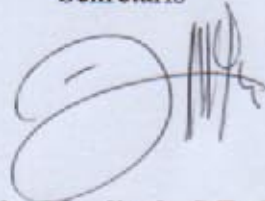
Tim Penguji

Ketua



Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 19811224 201101 1 008

Sekretaris



Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak
NIP. 198803012018012001

Anggota :

1. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM
2. Dr. Khamdan Rifa'I, S.E., M.Si



Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'I, S.E., M.Si
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

“Baca apa yang anda lihat, pikirkan apa yang anda baca dan tulis apa yang anda pikirkan, niscaya nama anda akan abadi” selalu berpikir positif dan lakukan yang terbaik untuk menjadi manusia yang bertaqwa kepada Allah, berbudi luhur, berilmu, cakap, mempertanggung jawabkan keilmuannya serta berkomitmen mengawal cita-cita kemerdekaan republik Indonesia.

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang tiada henti kepada Allah SWT atas segala karunia serta nikmat yang diberikan kepada kita semua. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada sang revolusi bumi baginda Nabi Muhammad SAW. Dengan bacaan bismillahirrahmanirrahim Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Sang pendidik sejati yakni Bapak tercinta (Hasanuddin), sosok yang senantiasa mengajarkan saya untuk selalu memaafkan, ikhlas dan bersyukur dalam menghadapi kehidupan, yang selalu menasihati ketika saya salah, memotivasi ketika saya ragu dan selalu berusaha mencari solusi disaat saya mengalami kesulitan.
2. Sang pemberi kasih sayang yakni Ibunda tercinta (Raudlatul Jannah) yang tak pernah lelah menyebut nama saya dalam doanya agar selalu berada dijalan yang lurus, diberikan kesuksesan dan diberikan kebahagiaan yang haqiqi terhadap apa saja yang saya kerjakan.
3. Saudara kandung Erik dan Fahrina yang telah menemani kedua orang tuaku selama saya mengembara di ruang-ruang perjalanan.
4. Istri tercinta (Silvia Rahmawati) yang telah mengisi hari-hari saya dengan sebuah senyuman manisnya dan yang selalu memberikan motivasi sehingga skripsi ini bisa tercapai.

5. Seluruh guru yang telah mendidik dan memberikan wawasan, pengetahuan dan pengalaman dengan penuh kesabaran dimulai tingkat SD, SMP, MA dan seluruh dosen IAIN Jember.
6. Untuk organisasiku PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) Komisariat IAIN Jember, wabil khusus PMII Rayon FEBI dan seluruh kader, Senior, Alumni Yang telah memberikan ruang khasanah keilmuan, dedikasi perjuangan nilai, serta membuka mata hati agar berwawasan Keislaman dan Kebangsaan.
7. Untuk komunitas kajian RezspectoR yang memberikan sebuah episentrum peradaban pengetahuan kepada saya.
8. Untuk DEMA-I IAIN Jember yang telah mengajarkan banyak hal seputar dinamika kampus.
9. Sahabat-sahabat seperjuanganku Keluarga Besar Rayon FEBI IAIN Jember, Sahabat Baijuri, Ismail, Alfa, Alfi, Ainul Yaqin, Nailul Hikam, Nunuk Qomariyah, aminah, Sumaidi, M Jamil Marom, Amaliyah Wirawan, Ineke Zaihan. Dan untuk adek-adeku Laili Fauziah, Ika, dan yang lain yang tak bisa aku sebutkan satu-persatu.
10. Untuk para guru kehidupan saya sahabat Syarif Hidayatullah, Hariyono, Yanto Hasim, Hasim, Imron Sayuti, Syukron Mas'udi, terimakasih telah mengajarkan banyak arti yang sebenarnya. Aku Cinta Padamu.
11. Teman- teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya J3 yang memberikan arti persahabatan.

12. Almamaterku tercinta IAIN Jember serta semua pihak yang memberikan dukungan dan doa untukku.
13. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih untuk selalu ada dan saling melengkapi kekurangan kita.

KATA PENGANTAR



Syukur *alhamdulillah* puja dan puji bagi Allah SWT atas berkat, nikmat dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik dalam studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. Sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada manusia paling mulia yang telah diutus menjadi Rasul, penutup para *Al-Anbiya'* serta yang menjadi suri tauladan bagi umat manusia, Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mengalami masalah, hambatan, dan berbagai kesulitan yang membuat penulis hampir berputus asa. Namun, penulis tidak bisa mengingkari adanya bantuan dari beberapa pihak yang ikut serta membantu, memberi jalan keluar, dan memotivasi hingga pada garis akhir penyelesaian skripsi ini. Besar harapan penulis, mudah-mudahan jasa yang telah disumbangkan demi selesainya skripsi ini dibalas kebaikan oleh Allah SWT. Mendahului itu semua, tidak lupa juga penulis haturkan ribuan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dan sekaligus Dewan Penasehat Akademik
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Sekaligus Sebagai Dosen Pembimbing.
3. Bapak M.F.Hidayatullah, S.H.I, M.SI selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Nurul Setianingrum, S.E., MM selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.

5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan dukungan moral, spiritual dan masukan demi terselesainya skripsi ini.
6. Bapak Angga, S.M yang telah berkenan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Instansi yang mereka kelola dan bersedia memberikan bantuan informasi, ilmu dan pengalamannya.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis baik berupa nasihat maupun dorongan semangat yang tidak mungkin disebutkan satu per satu namanya, hanya doa kepada Allah yang dapat penulis panjatkan semoga menjadi amal yang shalih dan semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin.

Akhirnya dengan penuh kesadaran, penulis tidak bisa menyangkal dari penulisan skripsi ini, pastilah banyak keurangan-kekurangan yang masih jauh dari harapan-harapan dan kesempurnaan, untuk itu penulis mengharap saran dan kritik konstruktif, demi kesempurnaan dalam penulisan selanjutnya.

Jember, Januari 2021
Penulis

MUHAMMAD YUSUF
NIM. 083 143 157

ABSTRAK

Muhammad Yusuf, Dr. Khamdan Rifa'I, S.E.,M.Si, 2020: *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Pada Bank Central Asia (BCA) KC. Banyuwangi.*

Dana pensiun pada dasarnya merupakan instrumen keuangan yang mengakumulasi kekayaan seseorang selama bekerja di suatu perusahaan dan akan mendapatkan pembayaran pada waktu masuk usia tidak produktif (pensiun). Fakta dilapangan Dana Pensiun banyak dikelola oleh badan atau pihak asuransi jiwa, diantara lain bank yang mengadakan program pensiun iuran pasti bagi per orang atau pekerja yang terpisah dari program pensiun pemberi kerja.

Tujuan pembahasan pengelolaan dan sistem dana pensiun di bank BCA untuk mengetahui bagaimana cara mengelola dana pensiun dari peserta, pengelokasian dana dan cara pembayarannya.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1. Bagaimana prosedural pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi? 2. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi?.

Penelitian ini bertujuan untuk 1. Untuk mengetahui prosedural pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi, 2. Untuk mengeksplorasi strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.

Penyusunan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Central Asia Cabang Banyuwangi. Analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif. Data diperoleh melalui observasi wawancara dan dokumentasi dengan pihak Bank Central Asia Cabang Banyuwangi yang mempunyai tanggung jawab terhadap proses program dana pensiun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Proses prosedur pemasaran yang dilakukan oleh Bank Central Asia (BCA) Banyuwangi yaitu (1) mengenali sifat dan karakteristik nasabah, (2) melakukan promosi untuk mengenalkan produk ke masyarakat serta menarik minat masyarakat, (3) menentukan pangsa pasar yang tepat yang telah dianalisis untuk siapa dana pensiun ini diberikan dan disalurkan (4) menjalin hubungan yang baik dengan nasabah, (5) memanfaatkan marketing online. Dari berbagai prosedur yang dibuat oleh BCA Banyuwangi Banyuwangi tidak terlepas dari keamanan sikap kehati-hatian dengan harapan sesuai dari tujuan BCA sendiri untuk mencapai kepuasan nasabahnya. 2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BCA Banyuwangi yaitu mengenai harga tingginya tingkat bunga. Semakin rendah bunga yang ditawarkan maka semakin banyak permintaan dan sebaliknya. Strategi mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan tujuan perusahaan, karena didalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran. Strategi pemasaran antara lain dibutuhkan untuk menentukan konsumen-konsumen manakah yang dituju. Ini berarti bahwa dengan strategi pemasaran, manajer pemasaran dapat mengetahui konsumen tertentu sebagai sasarannya, sehingga dapat diketahui kepuasan seperti apakah yang diharapkan konsumen tersebut

Kata kunci : PROSEDUR, DANA PENSIUN,BCA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Istilah.....	6
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	29

1. Strategi Pemasaran.....	29
2. Pembiayaan Pensiunan.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Subyek Penelitian.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Analisis Data.....	51
F. Keabsahan Data.....	52
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	53
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	55
1. Sejarah Bank Central Asia Cabang Banyuwangi.....	55
2. Visi Misi Bank Central Asia.....	56
3. Struktur Bank Central Asia Cabang Banyuwangi.....	57
4. Uraian Tugas (<i>Job Description</i>).....	58
B. Penyajian Data dan Analisis.....	63
C. Pembahasan Temuan.....	68
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73

LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Penelitian
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Selesai Penelitian
6. Jurnal Penelitian
7. Dokumentasi
8. Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Hal
Tabel 2.1	Tabulasi Penelitian Terdahulu.....	24

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Hal
Gambar 4.1	Struktur Bank Central Asia Cabang Banyuwangi	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi suatu negara secara keseluruhan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan perbankan di negara yang bersangkutan. Sebab industri perbankan yang maju merupakan sumber pendanaan pembangunan jangka panjang yang stabil. Perbankan merupakan unsur yang memegang peran sangat penting dalam sistem keuangan dan perekonomian suatu negara.¹

Perkembangan dunia perbankan yang diiringi dengan tumbuhnya minat masyarakat untuk mengetahui segala bentuk aktivitas perbankan sekarang ini semakin menggembirakan. Salah satu aspek berkembangnya dunia perbankan adalah beragamnya jumlah produk yang ditawarkan dengan teknologi yang modern, sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan untuk transaksi keuangan dan investasi dengan cepat dan tepat.²

Dalam perbincangan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga di kenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu, Bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau

¹ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 6.

² Ahmadiyono, *Dasar-Dasar Bank Syariah*, (Jember : Stain Jember Press, 2013), 1.

menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya.

Menurut undang-undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan secara lebih luas lagi bahwa Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara Bank tidak terlepas dari masalah keuangan.³

Bank merupakan satu-satunya lembaga keuangan depository. Sebagai lembaga keuangan depository, bank memiliki izin untuk menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan, yaitu berupa giro, tabungan, dan deposito. Dana yang diperoleh kemudian dapat dialokasikan kedalam aktiva dalam bentuk pemberian pinjaman dan investasi, kekhususan kegiatan yang dilakukan oleh bank inilah yang membedakan bank dengan lembaga keuangan lainnya. Disamping kekhususan dalam menghimpun dana masyarakat atau dana pihak ketiga tersebut, bank diperbolehkan untuk menjalankan usaha yang sama dengan usaha lembaga keuangan lain.⁴

Adapun salah satu produk lembaga keuangan yakni dana pensiun penting untuk setiap orang apalagi untuk pekerja. Dengan program

³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 24.

⁴ Ferry N Idroes, *Manajemen Risiko Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 43.

pensiun, kesejahteraan dan pendapatan seseorang pada hari tua lebih terjamin. Sementara itu bagi perusahaan, program pensiun dapat menciptakan ketenangan kerja bagi karyawan yang mengetahui bahwa tugasnya telah terjamin, yang pada gilirannya mereka akan loyal terhadap perusahaan serta akan bekerja lebih produktif. Demikian pula pemimpin perusahaan akan mendapat ketenangan untuk bekerja karena tidak akan timbul PHK besar sebagai bagian dari program pensiun.⁵

Pensiun pada hakikatnya adalah memberikan kesejahteraan di hari tua dalam masa lanjut usia, yang akan dinikmati oleh mereka yang saat ini masih muda. Wujud nyata dari jaminan hari tua adalah program pensiun, yang dikenal dengan Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) atau Dana Pensiun Pemberi Kerja (DPPK).⁶

Kemudian, mengingat akan manfaat program pensiun yang begitu besar. Maka upaya pengembangan penyelenggaraan program pensiun selama ini telah didukung oleh pemerintah melalui peraturan perundangan di bidang perpajakan yaitu dengan pemberian fasilitas penundaan pajak (penghasilan) sebagaimana tertuang dalam pasal 4 ayat (3) huruf h No.7 tahun 1983 tentang pajak penghasilan yang lengkapnya, yaitu iuran yang diterima atau diperoleh dana pensiun yang disetujui Menteri Keuangan, baik yang dibayar oleh pemberi kerja maupun oleh karyawan dan penghasilan dana pensiun dari

⁵ Rivai, Veithzal, Andria Permata Veithzal, dkk, *Bank dan Financial Institution Management*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), edisi pertama. 166

⁶ <http://www.Sinarharapan.co.id/ekonomi/eureka/2003/0523/eurl.htm> (05 September 2019)

modal yang ditanamkan dalam bidang-bidang tertentu berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan tidak termasuk dari objek Pajak.⁷

Sehingga dalam menjalankan produk dana pensiun lainnya dan mempunyai landasan hukum berupa Surat Persetujuan Bank Indonesia No.10/357/DPbS tanggal 19 Maret 2008 tentang Produk Pembiayaan kepada Pensiunan, yang menjamin kelancaran pembayaran angsuran nasabah dengan cara pemotongan gaji (manfaat pensiun) yang diterima oleh pensiun setiap bulannya. Begitu juga dengan kelembagaan Bank Central Asia (BCA) Kantor Cabang Banyuwangi yang menerapkan kebijakan kewajiban bagi karyawan tetap untuk mengikuti program dana pensiunan, sehingga menjadi pertanyaan besar bagi penulis untuk mengetahui bagaimana prosedural dan strategi kelembagaan Bank Central Asia (BCA) untuk mengimplementasikan produk dana pensiunan bagi karyawan tetapnya.

Berdasarkan uraian dan latar belakang di atas, penulis ingin mengkaji bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia (BCA) Kantor Cabang Banyuwangi mengingat perkembangan industri perbankan saat ini berkembang sangat pesat, sehingga penulis menyusun suatu penelitian dengan judul: **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUNAN PADA BANK CENTRAL ASIA (BCA) KANTOR CABANG BANYUWANGI”**.

⁷ Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1999), 484.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus penelitian yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian.⁸

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, dapat ditemukan fokus penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana prosedural pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah.⁹ Adapun tujuan-tujuan yang dimaksud adalah:

1. Untuk mengetahui prosedural pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.
2. Untuk mengeksplorasi strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, antara lain :

⁸ Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 45.

⁹ Ibid., 46.

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah wawasan di bidang perbankan khususnya mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada bank central asia kantor cabang Banyuwangi.
- b. Untuk dijadikan rujukan bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan di bidang perbankan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi, diharapkan dapat menjadi salah satu bahan informasi dan sebagai salah satu langkah untuk lebih meningkatkan penyaluran kredit tersebut.
- b. Bagi mahasiswa, penulisan ini dapat menjadi bahan referensi pembaca dan peneliti lainnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan diharapkan dapat menjadi bahan penambah wawasan dalam dunia perbankan.

Bagi penulis, agar dapat menjadi media dalam menerapkan semua ilmu yang didapat di dalam perkuliahan, sebagai alat analisis, mengaplikasikan teori, dan dalam persiapan dalam menghadapi dunia kerja.

E. Devinisi Istilah

Definisi istilah yaitu berisi tentang istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah fahaman makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.

Adapun penelitian yang berjudul strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada bank central asia kantor cabang Banyuwangi.

Akan dijelaskan makna dari masing-masing kata yang terdapat dalam judul penelitian tersebut.

1. Strategi Pemasaran

Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik jangka pendek atau jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian produk, promosi dan perencanaan penjualan serta distribusi.

Merupakan suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.¹⁰

Definisi lainnya strategi pemasaran merupakan pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran bukanlah merupakan sejumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menunjukkan usaha-usaha pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan. Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang terpadu (4P dari *marketing mix* yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*) yang selalu berkembang sejalan dengan gerak

¹⁰ Philip, Kotler , *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhalindo, 2001), 5.

perusahaan. Jadi penyusunan strategi pemasaran menyangkut proses kegiatan di dalam perusahaan dan keadaan di luar perusahaan.

2. Pembiayaan Pensiunan

Pengertian pembiayaan menurut Kamus Pintar Ekonomi Syariah, pembiayaan diartikan sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa : (a) transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah; (b) transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik*; (c) transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istis'na*; (d) transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qard*, dan (e) transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.

Dalam arti lain pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹¹

Sedangkan pengertian pensiun adalah seseorang yang sudah tidak bekerja karena usianya sudah lanjut dan harus diberhentikan ataupun atas permintaan sendiri, seseorang yang pensiun biasanya mendapatkan hak atas dana pensiun ataupun dana pesangon.

¹¹ Kasmir, Dasar-dasar Perbankan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008),96.

Menurut UU No. 11 Tahun 1992 tentang Dana Pensiun disebutkan bahwa Dana Pensiun dibagi atas 3 jenis dana pensiun:

1. Dana pensiun pemberi kerja adalah dana pensiun yang dibentuk oleh orang yang mempekerjakan karyawan selaku pendiri, untuk menyelenggarakan program pensiun manfaat pasti atau program pensiun iuran pasti.
2. Dana pensiun lembaga keuangan adalah dana pensiun yang dibentuk oleh bank untuk menyelenggarakan program pensiun iuran pasti bagi perorangan, baik karyawan ataupun pekerja mandiri yang terpisah dari dana pensiun pemberi kerja bagi karyawan bank.
3. Dana pensiun berdasarkan keuntungan adalah dana pensiun pemberi kerja yang menyelenggarakan program iuran pasti, dengan iuran hanya dari pemberi kerja yang berdasarkan pada rumus yang dikaitkan dengan keuntungan pemberi kerja.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam dalam mempelajari materi ini, penting adanya sebuah sistematika pembahasan.

Adapun sistematika ini dirancang menjadi lima bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, Menguraikan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, membahas mengenai penelitian terdahulu, kajian teori.

BAB III METODE PENELITIAN, memaparkan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data,tahap-tahap penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN HASIL, menguraikan dan memaparkan tentang hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, merupakan bab yang berisi tentang kesimpulan hasil penelitian serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian pada bagian ini mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, penelitian terdahulu menyajikan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Relevan yang peneliti maksud bukan berarti sama dengan yang akan diteliti, tetapi masih dalam lingkup yang sama. Kemudian peneliti membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah dipublikasikan atau belum dipublikasikan. Beberapa kajian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Tri Meilani, 2015. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta “Sistem Pengelolaan Dana Pensiun pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk”.

Fokus penelitian (1) bagaimana system yang diterapkan oleh DPLK Muamalat dalam mengelola Dana Pensiun? (2) apa saja kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman dari system yang diterapkan oleh DPLK Muamalat dalam mengelola dana pension ?

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sekaligus mengetahui sistem yang diterapkan dalam mengelola dana pensiun pada DPLK Muamalat. Manfaat penelitian ini untuk memperluas wawasan dan memperdalam pemahaman mengenai dana pensiun dan dapat dijadikan pedoman serta

masukannya bagi pihak-pihak yang terkait terutama PT Bank Muamalat Indonesia.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menjelaskan dan memaparkan sistem pengelolaan pada DPLK Muamalat kemudian data yang diperoleh dianalisis lalu didapatkan sebuah kesimpulan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan yang dijalankan oleh pihak DPLK Muamalat adalah bentuk usaha kerjasama antara peserta (pihak pertama) dengan DPLK Muamalat (pihak kedua) dengan menggunakan sistem mudharabah ke dalam bentuk deposito mudharabah mutlaqoh. Untuk penelitian selanjutnya, diperlukan mengenai evaluasi pengelolaan dana pensiun pada PT Bank Muamalat Indonesia.¹²

Adapun perbedaan dalam penelitian ini sistem penerapan oleh DPLK dalam mengelola Dana Pensiun serta kelebihan, kelemahan, peluang dan tantangan dari sistem yang diterapkan oleh DPLK dalam pengelolaan dana pensiun.

Adapun persamaan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

2. Ilma Safaatul Fitri, 2018. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang “Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Unggaran”.

¹²Tri Meilani, “Sistem Pengelolaan Dana Pensiun Pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta), Tahun 2015.

Fokus penelitian (1). strategi pemasaran pada produk pembiayaan pension di Bank Syariah Mandiri KCP Unggaran?. (2). kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Unggaran dalam memasarkan produk pembiayaan pension dan cara mengetasi kendala tersebut?.

Tujuan penelitian (1) untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk pembiayaan pension di Bank Syariah Mandiri KCP Unggaran. (2) Mengetahui kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Unggaran dalam memasarkan produk pembiayaan pension dan cara mengetasi kendala tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak diperoleh dengan menggunakan prosedur statistic. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*Field research*) yakni dengan melakukan observasi secara langsung di Bank Syariah Mandiri KCP Unggaran.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pada produk pembiayaan pension di Bank Syariah Mandiri KCP Unggaran menggunakan metode bauran pemasaran (*Marketing mix*) yaitu *product, price, place, dan promotion*. Namun terdapat kendala-kendala seperti persaingan, loyalitas nasabah kepada Bank Konvensional, minimnya pengetahuan nasabah tentang Bank Syariah dan sulitnya mencari data alamat nasabah. Oleh karena itu marketing harus

memaksimalkan promosi, sosialisasi, penjualan langsung dan pemasaran dilakukan secara continue dan intensif.¹³

Adapun perbedaan dalam penelitian ini tidak menjelaskan prosedural pemasaran produk pembiayaan pensiunan. Adapun persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan sama-sama meneliti strategi pemasaran pada produk pembiayaan pensiun.

3. Nova Prasetyawati, 2015. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran)”.

Fokus penelitian (1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan murabahah ? (2) Bagaimana strategi pemasaran apakah yang paling tepat digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan murabahah di BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran ? (3) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada pembiayaan murabahah di BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran ?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan di BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran, strategi yang paling tepat dalam meningkatkan jumlah nasabah

¹³ Ilma Safaatul Fitri, “Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang), Tahun 2018.

pembiayaan *murabahah* serta faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah*.

Metode penelitian ini yang digunakan adalah dengan cara observasi langsung, penelitian kepustakaan serta wawancara.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* tidak jauh dari unsur *marketing mix* yaitu *Place, Product, Price dan Promotion*. Strategi yang paling tepat adalah strategi promosi yaitu di metode periklanan serta *personal selling*. Metode tersebut digunakan karena sangat efektif bagi pihak pemasar maupun pihak nasabah untuk berkomunikasi. Dan faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* terdiri dari pemasaran dan promosi, pelayanan terhadap nasabah, loyalitas nasabah dan persaingan antar bank.¹⁴

Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan cara metode observasi langsung, penelitian kepustakaan serta wawancara.

Adapun persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran .

4. Danu Alit Aji Pamungkas, 2018. Universitas Muhammadiyah Surakarta “Pengelolaan Dana Pensiun Dalam Perspektif Hukum Islam”.

¹⁴ Nova Prasetyawati, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri, Salatiga), Tahun 2015.

Fokus penelitian (1) bagaimana akad yang diterapkan dalam pengelolaan dana pensiun Universitas Muhammadiyah Surakarta, apakah penegelolaan tersebut sudah sesuai pada system syariat ?

Tujuan penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui, menjelaskan dan meninjau dalam pandangan hukum islam terhadap pengelolaan Dana Pensiun Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-evaluatif. Data diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi-dokumentasi dan wawancara dengan direktur DAPEN UMS. Analisis data menggunakan analisis deskriptif-evaluatif yang dijelaskan secara sistematis dan mendalam terhadap data yang telah dikumpulkan setelah itu dinilai kesesuaiannya dengan aturan hukum islam.

Hasil dari penelitian ini adalah akad yang digunakan dalam pengelolaan Dana Pensiun Universitas Muhammadiyah Surakarta adalah akad mudharabah, wakalah, dan hibah. Akad mudharabah digunakan antara dana pensiun dengan peserta, dana pensiun dengan *Investee*. Akad wakalah digunakan antara pembeli kerja dengan dana pensiun. Sedangkan akad hibah digunakan oleh pemberi kerja dengan peserta.¹⁵

Adapun perbedaan dalam penelitian ini meneliti pada tinjauan dalam hukum islam terhadap pengelolaan Dana Pensiun Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan menggunakan analisis deskriptif-evaluatif.

¹⁵ Danu Alit Aji Pamungkas, “Pengelolaan Dana Pensiun Dalam Perspektif Hukum Islam”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah ,Surakarta), Tahun 2018.

Adapun persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang dana pensiun.

5. Suaibah, 2018. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang “Strategi Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Terhadap Pembiayaan Pensiunan Di Bank Syariah Mandiri Tulungagung”.

Fokus penelitian ini adalah: (1) bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran dengan metode kemitraan terhadap pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung ? (2) Apa saja kendala-kendala dan solusi yang terjadi pada penerapan strategi pemasaran dengan metode kemitraan terhadap pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung Indonesia?

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran dengan metode kemitraan terhadap pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. (2) Mengetahui kendala-kendala dan solusi yang terjadi pada penerapan strategi pemasaran dengan metode kemitraan terhadap pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer hasil dari wawancara dan data sekunder hasil dari kepustakaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini yaitu strategi pemasaran dengan metode kemitraan terhadap pembiayaan pensiunan menggunakan strategi *marketing mix 7P (Product, price, promotion, place, process, physical evidence)* yang mana dalam memasarkan produk pembiayaan pensiunan ini yaitu akses maupun jarak tempuh yang jauh dalam berkunjung pada calon nasabah, belum banyak yang mengetahui bahwa di BSM KCP Tulungagung sudah bisa melayani pembiayaan pensiunan, data yang diberikan PT Eka Akar Jati masih belum difilter dan terupdate. Solusi yang dilakukan oleh BSM KCP Tulungagung yaitu melakukan kunjungan lebih banyak kepada calon nasabah, membantu nasabah dalam mengajukan pembiayaan pensiunan, mempromosikan melalui brosur maupun sosial media seperti Instagram dan Facebook.¹⁶

Adapun perbedaan dalam penelitian ini meneliti hubungan atau mitra kerja dalam memasarkan pembiayaan pensiunan dan meneliti masalah-masalah serta solusi yang ditawarkan.

Adapun persamaan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif.

6. Eva Octaviana, 2012. Universitas Sebelas Maret, Surakarta “Strategi Pemasaran Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) BNI Simponi Pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Surakarta”.

¹⁶ Suaibah, “Strategi Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Terhadap Pembiayaan Pensiunan Di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang), Tahun 2018.

Fokus penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi pemasaran dan cara memasarkan produk dana pensiun lembaga keuangan (BNI Simponi) pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Utama (KCU) Surakarta ? (2) Bagaimana prosedur dana pensiun lembaga keuangan dan persyaratan untuk menjadi anggota dana pensiun lembaga keuangan (BNI Simponi) pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Utama (KCU) Surakarta ?

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran dan proses memasarkan produk dana pensiun lembaga keuangan (BNI Simponi) pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Utama (KCU) Surakarta. (2) Untuk mengetahui prosedur dana pensiun lembaga keuangan dan prosedur untuk menjadi anggota produk dana pensiun lembaga keuangan (BNI Simponi) pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Utama (KCU) Surakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah yaitu data primer hasil dari wawancara dan data sekunder hasil dari kepustakaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini yaitu PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Surakarta mengenai strategi pemasaran Dana Pensiun lembaga keuangan (DPLK) BNI Simponi yakni sudah menggunakan Marketing Mix (4P), yaitu: *Product, price, promotion and place*. Dalam

melakukan pemasaran dana pensiun lembaga keuangan (DPLK) BNI Simponi¹⁷.

Adapun perbedaan penelitian ini adalah sistem penerapan oleh DPLK dalam mengelola Dana Pensiun serta kelebihan, kelemahan, peluang dan tantangan dari sistem yang diterapkan oleh DPLK.

Adapun persamaan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif.

7. Muchamat Rifanto, 2017. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. "Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Dana Pensiun (studi kasus pada bank muammalat cabang yogyakarta)".

Fokus penelitian ini adalah (1) Apakah faktor pelayanan mempengaruhi minat nasabah menggunakan Dana Pensiun pada Bank Muammalat ? (2) Apakah faktor promosi mempengaruhi minat nasabah memilih Dana Pensiun pada Bank Muammalat ?

Tujuan Penelitian ini adalah (1) Untuk menjelaskan pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah terhadap Dana Pensiun pada Bank Muammalat. (2) Untuk menjelaskan pengaruh promosi terhadap minat nasabah terhadap dana pensiun pada Bank Muammalat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif.

Jenis data yang digunakan adalah yaitu data primer hasil dari wawancara

¹⁷ Eva Octaviana, "Strategi Pemasaran Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) BNI Simponi pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Surakarta", (Skripsi, Universitas Sebelas Maret Surakarta), Tahun 2012

dan data sekunder hasil dari kepustakaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini Variabel pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk Dana Pensiun di Bank Muammalat cabang Yogyakarta¹⁸.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan cara metode observasi langsung, penelitian kepustakaan serta wawancara.

Adapun persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran.

8. Sri Erni, 2017. Institut Agama Islam Negeri, Metro Lampung. “Telaah Terhadap Aturan Hukum Pengelolaan Dana Pensiun Syariah Di Indonesia”.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana aturan hukum pengelolaan dana pensiun syariah di Indonesia ?

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui ketentuan aturan hokum pengelolaan dana pensiun syariah di Indonesia.

Metode penelitian yaitu menggunakan *library research* yaitu penelitian yang sumber datanya melalui sumber perpustakaan.

Hasil penelitian ini pengelolaan dana pensiun syariah masih terlalu umum, karena disebutkan dalam fatwa DSN MUI Nomor 88/DSN-MUI/XI/2013 tentang pengelolaan dana pensiun syariah yang

¹⁸ Sri Erni, “Telaah Terhadap Hukum Pengelolaan Dana Pensiun Syariah Di Indonesia ”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung), Tahun 2017

menerangkan bahwa pengelolaan dana pensiun harus sesuai dengan konsep syariat islam.

Adapun persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang dana pensiun.

Adapun perbedaannya yaitu menggunakan metode *library research*.

9. Desy Andriyani, 2012. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau. “Penyaluran Dana Pensiun Menurut Perspektif Ekonomi Islam pada PT. Taspen Pekanbaru”.

Fokus penelitian ini yaitu (1) Bagaimana penyaluran dana pensiun pada PT. Taspen (persero) di pekanbaru ? (2) Apa saja faktor pendorong dan penghambat penyaluran dana pensiun pada PT. Taspen (persero) di pekanbaru ? (3) Bagaimana tinjauan ekonomi islam tentang penyaluran dana pensiun pada PT. Taspen (persero) di pekanbaru ?

Tujuan penelitian adalah (1) Untuk dapat mengetahui bagaimana penyaluran dana pensiun pada PT. Taspen (persero) di pekanbaru. (2) Untuk mengetahui apa saja faktor pendorong dan penghambat penyaluran dana pensiun pada PT. Taspen (persero) di pekanbaru. (3) Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam tentang penyaluran dana pensiun pada PT. Taspen (persero) di pekanbaru.

Metode penelitian yaitu menggunakan field research . Jenis data yang digunakan yaitu data primer hasil dari wawancara dan data sekunder hasil dari kepustakaan.

Hasil penelitian adalah penyaluran dana pensiun pada PT. Taspen pekanbaru dilakukan dengan cara terlebih dahulu para peserta program pensiun mengajukan permohonan dan melampirkan berkas-berkas yang telah di tentuka oleh penyalur untuk di proses untuk menjadi anggota yang berhak menerima dana pensiun¹⁹.

Adapun perbedaan adalah tidak meneliti tentang bagaimana strategi pemasaran produk pensiun.

Adapun persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang dana pensiunan.

10. Rahmadini, 2019. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan. “Konsep dan Aplikasi Dana Pensiun Di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Binjai”.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana konsep dana pensiun menurut Islam ? (2) Bagaimana aplikasi dana pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Binjai ?

Tujuan penelitian yaitu (1) Untuk mengetahui apakah itu dana pensiun dan bagaimana penjelasannya.

Metode penelitian yaitu *field research* penelitian yang dilakukan secara langsung terjun ke lapangan, penulis langsung melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Binjai.

Hasil penelitian adalah dana pensiun yang dikelola dan dijalankan berdasarkan prinsip syariat dan aplikasi dana pensiun di Bank Syariah

¹⁹ Desy Andriyani, “Penyaluran Dana Pensiun Menurut Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Taspen Pekanbaru”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau), Tahun 2012

Mandiri Kantor Cabang Binjai mudah yaitu dengan mengisi formulir permohonan pembiayaan, membawa NPWP, KK, SK Pensiun dan melengkapi dokumen lainnya²⁰.

Adapun perbedaannya adalah meneliti pada tinjauan dalam hukum islam terhadap pengelolaan Dana Pensiun.

Adapun persamannya adalah sama-sama meneliti tentang dana pensiunan.

Tabel 2.1 Tabulasi Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Tahun	Perbedaan	Persamaan
Tri Meilani	Sistem Pengelolaan Dana Pensiun pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk	2015	Dalam penelitian ini meneliti sitem penerapan oleh DPLK dalam mengelola Dana Pensiun serta kelebihan,kelemaha n, peluang dan tantangan dari sistem yang diterapkan oleh	Dalam penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

²⁰ Rahmadini, "Konsep Dan Aplikasi Dana Pensiun Di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Binjai", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan), Tahun 2019.

			DPLK dalam pengelolaan dana pensiun.	
Ilma Safaatul Fitri	Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Unggaran	2018	Dalam penelitian ini meneliti tidak menjelaskan prosedural pemasaran produk pembiayaan pensiunan	Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan sama-sama meneliti strategi pemasaran pada produk pembiayaan pensiun
Nova Prasetyawati	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Di Bank BNI	2015	Dalam penelitian ini meneliti metode observasi langsung, penelitian kepustakaan serta wawancara.	sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran.

	Syariah Cabang Pembantu Ungaran			
Danu Alit Aji Pamungkas	Pengelolaan Dana Pensiun Dalam Perspektif Hukum Islam	2018	Dalam penelitian ini meneliti pada tinjauan dalam hukum islam terhadap pengelolaan Dana Pensiun Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan menggunakan analisis deskriptif- evaluatif.	Sama-sama meneliti tentang dana pensiun.
Suaibah	Strategi Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Terhadap Pembiayaan	2018	Dalam penelitian ini meneliti bagaimana hubungan atau mitra kerja dalam memasarkan pembiayaan pensiunan dan	Sama-sama menggunakan metode kualitatif.

	Pensiunan Di Bank Syariah Mandiri Tulungagung .		meneliti masalah- masalah serta solusi yang ditawarkan.	
Eva Octaviana	Strategi Pemasaran Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) BNI Simponi Pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Surakarta	2012	Dalam penelitian ini menggunakan sitem penerapan oleh DPLK dalam mengelola Dana Pensiun serta kelebihan, kelemahan, peluang dan tantangan dari sistem yang diterapkan oleh DPLK	sama-sama menggunakan metode kualitatif
Muchamat Rifanto	Faktor yang Mempengaruhi	2017	perbedaan dalam penelitian ini dengan	penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi

	<p>hi Minat Nasabah Menggunakan Produk Dana Pensiun (studi kasus pada bank muammalat cabang Yogyakarta</p>		<p>cara metode observasi langsung, penelitian kepustakaan serta wawancara.</p>	<p>pemasaran.</p>
Sri Erni	<p>Telaah Terhadap Aturan Hukum Pengelolaan Dana Pensiun Syariah Di Indonesia</p>	2017	<p>Adapun perbedaanya yaitu menggunakan metode <i>library research</i>.</p>	<p>Adapun Persamaan penelitian ini adalah sama sama meneliti tentang dana pensiun.</p>
Desy Andriyani	<p>Penyaluran Dana Pensiun</p>	2012	<p>Adapun perbedaan adalah tidak meneliti tentang bagaimana</p>	<p>Adapun Persamaan penelitian ini</p>

	Menurut Perspektif Ekonomi Islam pada PT. Taspen Pekanbaru		strategi pemasaran produk pensiun.	adalah sama sama meneliti tentang dana pensiun
Rahmadini	Konsep dan Aplikasi Dana Pensiun Di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Binjai	2019	meneliti pada tinjauan dalam hukum islam terhadap pengelolaan Dana Pensiun	Adapun Persamaan penelitian ini adalah sama sama meneliti tentang dana pensiun

(sumber data: diolah dari penelitian terdahulu)

B. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula

langkah yang relatif mudah. Oleh karena itu, setiap langkah yang dijalankan harus hati-hati dan terarah.²¹

Philip Kotler mengatakan bahwa perencanaan atau strategi adalah proses untuk mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategik di antara sasaran dan kemampuan perusahaan dan pelunag-peluang pemasarannya yang terus berubah.

Dan ada juga dari pendapat tokoh lain Jack Trout mengatakan bahwa strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai suatu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.

b. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan sebuah nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan antara produksi dan konsumsi.²²

²¹ Kasmir, *kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 187

²² Susatyo, Helambang, *Basic Marketing* (Yogyakarta: Gosyen Publisying, 2014), 1.

Kotler dan AB Susanto mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar Sesutu yang bernilai satu sama lain.

Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan suatu proses sosial yang mengkonsep dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk memperoleh kepuasan yang optimal.²³

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan tujuan organisasi, karena didalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran. Strategi pemasaran antara lain dibutuhkan untuk menentukan konsumen-konsumen manakah yang dituju. Ini berarti bahwa dengan strategi pemasaran, manajer pemasaran dapat mengetahui konsumen tertentu sebagai sasarannya, sehingga dapat diketahui kepuasan seperti apakah yang diharapkan konsumen tersebut.²⁴

Sementara macam-macam strategi pemasaran dibagi menjadi dua yaitu:

²³ Al Arif, M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2012), h 6

²⁴ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2014), 21.

1. strategi pemasaran sekunder yaitu strategi pemasaran dengan cara mempertahankan pelanggan dan menjangkau pelanggan. Cara mempertahankannya bias dilakukan dengan cara memelihara kepuasan pelanggan (*costomer satisfaction*), memudahkan proses pembelian, atau memikirkan agar costomer tidak berpindah kepada produk lain.
2. strategi pemasaran primer yaitu Strategi pemasaran yang meliputi cara menambah jumlah pemakai serta cara menambah jumlah pembeli. Sedangkan menjangkau pelanggan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu mengambil posisi berhadapan (*head to head positioning*) atau berbeda posisi (*differentiated position*).²⁵

c. Manajemen Pemasaran

Istilah manajemen pemasaran pada dasarnya dirumuskan sebagai kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, pengarahan dan mengawasi segala kegiatan guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Sehingga secara ringkas bahwasannya manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran

²⁵ Danang Sunyanto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS,2014).

yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan. Logika dari definisi diatas, ialah apabila seseorang atau perusahaan, ingin memperbaiki pemasarannya, maka ia harus melakukan kegiatan pemasaran itu sebaik mungkin.²⁶

Dari sudut pandang manajerial, pemasran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemegang kepemimpinannya. Ada beberapa konsep yang dapat dipilih oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya: konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran dan lain sebagainya.²⁷

a. Konsep Produksi

Produksi beraarti kegiatan untuk menimbulkan atau menaikkan faidah atau nilai suatu barang dan jasa.²⁸ Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini menekankan kepada volume produksi atau distribusi yang seluas-luasnya dengan harga ditekan serendah mungkin.

²⁶ Alma Buchori, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 130.

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 32.

²⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Bakai Pustaka, 1989), 71.

b. Konsep produk

Konsep produk berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta yang memiliki keistimewaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk. Secara umum konsep produk menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus diciptakan agar penggunaannya lebih bervariasi.²⁹

c. Konsep Penjualan

Kebanyakan konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi dan penjualan dalam rangka mempengaruhi konsumen. Tujuannya adalah menjual apa yang mereka buat, alih-alih membuat apa yang inginkan pasar. Penjualan berfokus pada kebutuhan penjual, pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli.³⁰

d. Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok

²⁹ Ibid.,144

³⁰ Ibid.,20

memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang.³¹

d. Bauran Pemasaran

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yang dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Sehingga dapat diartikan bahwasanya bauran pemasaran diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh setiap perusahaan sebagai upaya dalam mencapai tujuan pada pasar sasaran. Seperti yang dikemukakan oleh Philip Kotler, antara lain:

³¹ Budi Rahayu, *Manajemen Pemasaran*, (Denpasar, Fakultas Peternakan Universitas Budaya, 2017), 1.

1. *Product* (Produk)

Keputusan-keputusan produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang ditawarkan pada produk tersebut, fitur yang ditawarkan dalam suatu produk, pembungkus, garansi dan servis sesudah penjualan.

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk yang nyata seperti produk kendaraan, computer, alat elektronik, atau lainnya yang bersifat kongkret. Sedangkan produk jasa yaitu produk yang sifatnya abstrak namun sifatnya dapat dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang ditawarkan kepada konsumen.

2. *Place* (Tempat)

Bagi perbankan, pemilihan tempat merupakan hal yang penting, dalam menentukan suatu lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakan mesin ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju sesuai dengan *core business* dari perusahaan.

3. *Price* (Harga)

Pada setiap produk atau brand yang kita miliki untuk ditawarkan, bagian pasar dapat menentukan harga pokok dan harga jual dari suatu produk. Faktor-faktor yang perlu di

pertimbangan adalah suatu penetapan harga antara lain keinginan pasar. Kebijakan ini menyangkut *mark-up* (berapa tingkat kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan), *mark-down* (berapa tingkat penurunan harga), potongan harga termasuk berbagai macam bentuk dan besaran persentasenya.

4. *Promotions* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk suatu perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang telah diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktifitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas. Tujuan promosi yang diinginkan adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

2. Prosedur

a. Pengertian prosedur

Dalam melakukan suatu kegiatan, organisasi memerlukan suatu acuan untuk mengatur dan mengontrol semua aktivitas yang terjadi pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan baik swasta maupun pemerintah hendaknya memiliki prosedur dasar pelaksanaan kerja untuk menunjang kelancaran operasional

perusahaan. Prosedur penting dimiliki bagi suatu organisasi agar segala sesuatu dapat dilakukan secara seragam. Pada akhirnya prosedur akan menjadi pedoman bagi suatu organisasi dalam menentukan aktivitas apa saja yang harus dilakukan untuk menjalankan suatu fungsi tertentu. Dengan adanya prosedur yang memadai maka pengendalian dan tujuan yang akan dicapai dalam suatu organisasi dapat berjalan dengan baik.

Prosedur merupakan suatu urutan-urutan pekerjaan, biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi perusahaan yang sedang terjadi.³² Sedangkan menurut arti lain prosedur adalah suatu kegiatan urutan klerikal yang biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang. Kegiatan klerikal yang dimaksud adalah kegiatan yang dilakukan untuk mencatat informasi dalam formulir, buku besar, dan jurnal yang meliputi menulis, mengadakan, menghitung, memberi kode, mendaftar, memilih, memindahkan dan membandingkan.³³

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa prosedur adalah bagian dari suatu sistem yang merupakan rangkaian dari beberapa tahapan suatu tindakan secara sistematis

³² Zaki Baridwan, *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode*. (Yogyakarta: YKPN, 2009), h 30

³³ Mulyadi, *Sistem Akuntansi*. (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h 5

dan jelas dimana melibatkan setiap bagiannya untuk menjamin agar suatu kegiatan usaha atau transaksi yang dilakukan berulang ulang telah sampai dengan tujuan yang diharapkan.

b. Karakteristik Prosedur

Berikut ini adalah karakteristik prosedur:³⁴

1. Prosedur menunjang tercapainya tujuan organisasi
2. Prosedur mampu menciptakan adanya pengawasan yang baik dan menggunakan biaya seminimal mungkin
3. Prosedur menunjukkan urutan-urutan yang logis dan sederhana
4. Prosedur menunjukkan adanya penetapan keputusan dan tanggung jawab
5. Prosedur menunjukkan tidak adanya keterlambatan dan hambatan

c. Manfaat prosedur

Suatu prosedur memberikan beberapa manfaat, diantaranya :³⁵

1. Lebih memudahkan dalam langkah-langkah kegiatan yang akan datang
2. Mengubah pekerjaan berulang-ulang menjadi rutin dan terbatas
3. Adanya suatu petunjuk atau program kerja yang jelas dan harus dipatuhi oleh seluruh pelaksana
4. Membantu dalam usaha meningkatkan produktivitas kerja yang efektif dan efisien

³⁴ Ibid, h8

³⁵ Ibid, h15

5. Mencegah terjadinya penyimpangan dan memudahkan dalam pengawasan, bila terjadi penyimpangan akan dapat segera diadakan perbaikan sepanjang dalam tugas dan fungsinya masing-masing

3. Pembiayaan Pensiunan

a. Pengertian pembiayaan

Secara universal berarti *financing* atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dilakukan oleh orang lain. Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan, seperti bank syariah kepada nasabah.³⁶

Sedangkan perspektif lain juga mengatakan bahwa pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersemakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.³⁷

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang kekurangan keuangan. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dibagi menjadi dua, yaitu:

³⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2002), 304.

³⁷ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008),96.

1. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi, seperti halnya untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
 2. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis untuk memenuhi kebutuhan.
- b. Pensiun
1. Pengertian Pensiun

Pensiun adalah seseorang yang sudah tidak bekerja lagi karena faktor usia sudah lanjut dan harus diberhentikan, ataupun atas permintaan sendiri. Seseorang pensiun biasanya mendapatkan hak atas dana pensiun. Menurut Undang-undang No. 11 Tahun 1969 tentang pensiun pegawai dan pensiun janda/duda pegawai, pensiun diberikan sebagai jaminan hari tua dan sebagai penghargaan atas jasa-jasa pegawai negeri selama bertahun-tahun bekerja dalam dinas pemerintahan.

Definisi tersebut memberi pengertian bahwa dana pensiunan merupakan suatu lembaga yang mengelola program pensiunan yang dimaksudkan untuk memberikan kesejahteraan kepada karyawan suatu perusahaan terutama yang telah pensiunan. Penyelenggaraan pensiunan tersebut dapat dikelola oleh pemberi kerja atau dengan menyerahkan kepada lembaga-

lembaga keuangan yang menawarkan jasa pengelolaan program pensiunan.³⁸ Sementara tujuan dari penyelenggaraan dana pensiunan adalah sebagai berikut:

a. Bagi pemberi kerja

1) Kewajiban Moral

Perusahaan mempunyai kewajiban untuk memberikan rasa aman kepada karyawan pada saat mencapai usia pensiun

2) Loyalitas

Jaminan yang diberikan untuk karyawan akan memberikan dampak positif pada perusahaan. Karyawan akan termotivasi untuk bekerja lebih baik dengan loyalitas dan dedikasi yang tinggi.

3) Kompetisi Pasar Tenaga Kerja

Dengan memasukkan program pensiun sebagai suatu bagian dari total kompensasi yang diberikan kepada karyawan diharapkan perusahaan akan memiliki daya saing dan nilai lebih dalam usaha mendapatkan karyawan yang berkualitas dan profesional di pasaran tenaga kerja.

³⁸ Sigit Triandaru, Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga keuangan lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 268.

b. Bagi Karyawan

1. Rasa aman terhadap masa yang akan datang karyawan mengharapkan mendapatkan jaminan ekonomi karena penghasilan yang ia terima memasuki masa pensiun.
2. Kompensasi yang lebih baik Karyawan mempunyai tambahan kompensasi meskipun baru bisa ia nikmati pada saat mencapai usia pensiun.³⁹

c. Jenis Dana Pensiunan

Menurut UU No 11 Tahun 1992 digolongkan dalam dua jenis, yaitu dana pensiunan pemberi kerja dan dana pensiun lembaga keuangan.

1. Dana pensiun pemberi kerja (DPPK)

Dana pensiun pemberi kerja (DPPK) adalah dana pensiun yang dibantu oleh orang atau badan yang memperkerjakan karyawan, selaku pendiri, untuk menyelenggarakan program pensiun manfaat pasti, bagi kepentingan sebagian atau seluruh karyawannya sebagai peserta dan yang menimbulkan kewajiban terhadap pemberi kerja.

Dengan demikian, dana pensiun jenis ini disediakan langsung oleh pemberi kerja. Pendirian Dana pensiun pemberi kerja (DPPK) ini harus mendapatkan pengesahan menteri keuangan.

³⁹ Ibid, 268-269.

2. Dana pensiunan lembaga keuangan (DPLK)

Dana pensiunan lembaga keuangan (DPLK) adalah dana pensiunan yang dibentuk oleh bank atau perusahaan asuransi jiwa untuk menyelenggarakan program pensiunan iuran pasti bagi perseorangan, baik karyawan maupun pekerja mandiri yang terpisah dari Dana pensiun pemberi kerja (DPPK) bagi karyawan bank atau perusahaan asuransi jiwa yang bersangkutan. Bagi masyarakat pekerja mandiri seperti dokter, petani, nelayan dan lain sebagainya. Dimungkinkan untuk memanfaatkan DPLK. Pendirian DPLK harus mendapatkan pengesahan menteri keuangan.⁴⁰

Proses pelaksanaan pensiun dapat dilaksanakan sesuai dengan kebijakan perusahaan. Para penerima pensiun dapat memilih salah satu dari berbagai alternatif jenis pensiun yang ada sesuai dengan tujuan masing-masing. Jenis-jenis pensiun yang ditawarkan dapat dilihat dari berbagai kondisi atau dapat pula disesuaikan dengan kondisi yang ada.⁴¹

Secara umum jenis pensiun yang dapat dipilih oleh karyawan yang akan menghadapi pensiun antara lain:⁴²

⁴⁰ Nurul Setianingrum, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jember: Stain Pres, 2013), 158.

⁴¹ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan lain*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 157.

⁴² <https://www.finansialku.com/pengertian-pensiun-normal-dan-pensiun-dipercepat>. (22 Oktober 2018)

1) Pensiun Normal

Yaitu pensiun yang diberikan untuk karyawan yang usianya telah mencapai masa pensiun seperti yang ditetapkan perusahaan. Sebagai contoh rata-rata usia pensiun di Indonesia adalah telah berusia 55 tahun dan 60 tahun untuk profesi tertentu.

2) Pensiun Dipercepat

Jenis pensiun ini diberikan untuk kondisi tertentu, misalnya karena adanya pengurangan pegawai di perusahaan tersebut.

3) Pensiun Ditunda

Merupakan pensiun yang diberikan kepada karyawan yang meminta pensiun sendiri, namun usia pensiun belum memenuhi untuk pensiun. Dalam hal tersebut karyawan yang mengajukan tetap keluar dan pensiunnya baru dibayar pada saat usia pensiun tercapai.

4) Pensiun Cacat

Pensiun yang diberikan bukan karena usia, tetapi lebih disebabkan peserta mengalami kecelakaan sehingga dianggap tidak mampu lagi untuk dikerjakan. Pembayaran pensiun biasanya dihitung berdasarkan formula manfaat pensiun normal dimana masa kerja diakui seolah-olah sampai usia

pensiun normal.⁴³

d. Prosedur Pemberian Dana Pensiun

Prosedur adalah suatu rangkaian tugas-tugas yang saling berhubungan yang merupakan urutan-urutan menurut waktu dan tata cara tertentu untuk melaksanakan suatu pekerjaan yang dilaksanakan berulang-ulang.⁴⁴ Urutan menurut waktu dari tugas-tugas merupakan ciri dari pada setiap prosedur. Biasanya prosedur meliputi bagaimana, apasaja, bilamana dan oleh siapa masing-masing tugas harus dilakukan.

Adapun beberapa sifat dari prosedur diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Prosedur dalam tiap perusahaan, prosedur merupakan salah satu macam rencana yang penting.
2. Prosedur biasanya dipandang sebagai penerapan pekerjaan yang sifatnya berulang.
3. Diberikan batas-batas waktu pada setiap langkah prosedur guna menjamin agar hasil yang dicapai seperti yang diinginkan.⁴⁵

Adapun prosedur dan ketentuan umum peserta dana pensiun adalah:⁴⁶

1. Memeberikan penjelasan mengenai dana pensiun kepada peserta atau nasabah

⁴³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 291-292.

⁴⁴ Masya Ismail, *Teori Prosedur*, (Jakarta: Grasindo, 1994), h 74

⁴⁵ Moukijat, *Manajemen Tenaga Kerja*, (Bandung: Pioner Jaya), h 28

⁴⁶ <https://www.prosedur-pensiunan-bca.co.id>. Diakses pada tanggal 15 November 2020.

2. Memberikan arahan atau petunjuk untuk mengisi formulir
3. Menyerahkan dokumen seperti fotokopi KTP / SIM / Paspor / indentitas lain dan fotokopi KK
4. Diarahkan peserta untuk mempunyai buku tabungan
5. Diarahkan untuk iuran kepesertaan Rp.50.000 perbulan.
6. Membayar biaya administrasi
7. Usia minimal 18 tahun atau sudah menikah
8. Memiliki NPWP (jika nasabah memilikinya)

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian dan dibandingkan dengan standar ukuran yang telah ditentukan.⁴⁷ Seorang peneliti yang akan melakukan proyek penelitian, sebelumnya ia dituntut untuk mengetahui dan memahami metode serta sistematika penelitian, jika peneliti tersebut hendak mengungkapkan kebenaran melalui suatu kegiatan ilmiah. Adapun dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik atau metode penelitian yang meliputi:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif adalah langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau *setting* sosial dalam suatu tulisan yang bersifat naratif, artinya data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar dari pada angka-angka. Mendeskripsikan suatu berarti menggambarkan apa, mengapa, dan bagaimana suatu kejadian terjadi.⁴⁸

Jenis penelitian merupakan deskriptif yang mana penelitian ini lebih kepada hasil data dari informan yang telah ditentukan. Deskriptif dilakukan pada suatu kesatuan sistem yang bisa berupa suatu program, kegiatan, peristiwa atau sekelompok individu yang ada pada keadaan atau kondisi tertentu. Karena khusus meneliti suatu hal atau sistem tertentu, jenis penelitian deskriptif bukanlah dilakukan untuk menarik kesimpulan terhadap fenomena

⁴⁷Suharsimi Arikanto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 126.

⁴⁸Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 28.

dari suatu populasi atau kumpulan tertentu melainkan khusus untuk kejadian atau fenomena yang diteliti saja.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana peneliti hendak melakukan penelitian tersebut. Dalam suatu penelitian ilmiah ini akan berhadapan dengan lokasi penelitian. Lokasi penelitian yang dipilih adalah Bank Central Asia (BCA) Kantor Cabang Banyuwangi. Alasan memilih lokasi ini karena lembaga keuangan yang ada di Banyuwangi salah satunya Bank Central Asia menerapkan kebijakan wajib untuk karyawan tetapnya untuk mengikuti program dana pensiun dan juga diarahkan untuk ikut andil di program dana pensiun di luar lembaga bank yaitu di Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Sehingga Bank Central Asia (BCA) masih menjaga stabilitas bagi nasabah maupun karyawan tetapnya.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan sumber informasi untuk mencari data dan masukan-masukan dalam mengungkapkan masalah penelitian atau lebih dikenal dengan istilah informan yaitu orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penulisan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut dianggap paling tahu apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan

menjelajah situasi sosial yang diteliti.⁴⁹ Adapun informan dalam penelitian ini adalah pimpinan cabang dan karyawan Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu obyek dengan sistematika fenomena yang diselidiki. Observasi dapat dilakukan sesaat ataupun mungkin dapat diulang.⁵⁰ Dalam hal ini peneliti akan mengobservasi bagaimana prosedural pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi dan strategi pemasaran pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses tanya jawab lisan, dalam mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengar telinga sendiri dari suaranya.⁵¹ Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara dengan pimpinan Bank atau bagian karyawan dan para pelaku yang memahami pelaksanaan proses pembiayaan pensiunan. Adapun data yang diperoleh dari hasil wawancara adalah data prosedural pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi dan

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2007), 219.

⁵⁰ Skandarrumidi, *Metodelogi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula* (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2012), 69.

⁵¹ *Ibid.*, 88.

strategi pemasaran pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.

Jenis wawancara yang digunakan yaitu wawancara semi struktur yang sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.⁵²

3. Dokumentasi

Menurut Irawan, dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang ditujukan kepada subyek penelitian.⁵³ Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya menumental dari seseorang. Dengan demikian yang dimaksud metode dokumentasi adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, surat kabar, majalah dan lain sebagainya yang sudah didokumentasikan.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara,catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 233.

⁵³ Skandarrumidi, *Metodelogi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, 100.

unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵⁴

Analisis data menurut teknisnya mencakup tiga kegiatan sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasi data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, dari awal sampai akhir penelitian.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca menarik kesimpulan. Oleh karena itu, sajian harus tertata dengan baik.

3. Menarik kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.⁵⁵

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini adalah keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu/sumber lain namanya adalah triangulasi. Di luar itu

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 335.

⁵⁵ Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Rindu Cipta, 2008), 210.

diperlukan pengecekan sesuatu yang lain, sebagai pembanding terhadap data itu.⁵⁶

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber artinya menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui narasumber yang berbeda sampai ditemukan pandangan yang sama dari masing-masing narasumber.⁵⁷

G. Tahap-Tahap Penelitian

1. Tahap Pra Lapangan
 - a. Menyusun rancangan
 - b. Memilih lapangan
 - c. Mengurus perijinan
 - d. Menjajaki menilai lapangan
 - e. Memilih dan memanfaatkan informan
 - f. Menyiapkan perlengkapan penelitian
2. Tahap Pekerjaan Lapangan
 - a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
 - 1) Pembatasan latar dan peneliti
 - 2) Penampilan
 - 3) Pengenalan hubungan peneliti dilapangan
 - 4) Jumlah waktu studi
 - b. Memasuki lapangan
 - 1) Keakraban hubungan

⁵⁶ Amos Neolaka, *Metode Penelitian Dan Statistik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014),179.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 274.

- 2) Mempelajari bahasa
 - 3) Peranan peneliti
- c. Berperan serta sambil mengumpulkan data
- 1) Mencatat data
 - 2) Analisis lapangan

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi. Untuk lebih mengetahui tentang masalah objek dan gambaran maka akan dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi

Bank Central Asia (BCA) secara resmi berdiri pada tanggal 21 Februari 1957 pada kondisi krisis moneter di Indonesia. Krisis ini yang membawa dampak yang luar biasa pada keseluruhan sistem perbankan di Indonesia. Namun secara khusus, kondisi ini mempengaruhi aliran dana tunai di BCA dan bahkan sempat mengancam kelanjutannya. Banyak nasabah menjadi panik lalu ber ramai-ramai menarik dana mereka. Akibatnya, Bank terpaksa meminta bantuan dari pemerintah Indonesia. Badan Penyehatan Perbankan Indonesia (BPPN) lalu mengambil alih BCA pada tahun 1998.

Berkat kebijaksanaan bisnis dan pengambilan keputusan yang arif, BCA berhasil pulih kembali dalam tahun yang sama. Di bulan desember 1998, dana pihak ketiga telah kembali ketingkat sebelum krisis. Asset BCA mencapai Rp. 67.93 Triliun, padahal dibulan Desember 1997 hanya Rp. 53.36 Triliun. Kepercayaan masyarakat pada BCA telah sepenuhnya pulih, dan pada tahun 2000 BCA diserahkan oleh BPPN Bank Indonesia.

Selanjutnya, BCA mengambil langkah besar dengan menjadi perusahaan publik. Penawaran saham perdana berlangsung pada tahun 2000, dengan menjual saham sekitar 22,55% yang berasal dari divestasi BPPN. Setelah penawaran saham perdana itu, BPPN masih menguasai 70,30% dari seluruh saham BCA. Penawaran saham kedua dilaksanakan pada bulan Juni dan Juli 2001, dengan BPPN mendivestasikan 10% lagi dari saham miliknya di BCA.

Dalam tahun 2002 BPPN melepas 51% dari sahamnya di BCA melalui tender penempatan privat yang strategis. Farindo Investment, Ltd., yang berbasis Mauritius, memenangkan tender tersebut. Saat ini, BCA telah terus menerus memperkuat tradisi tata kelola perusahaan yang baik, kepatuhan penuh pada regulasi, pengelolaan risiko secara baik dan komitmen pada nasabahnya baik sebagai bank transaksional maupun sebagai lembaga intermediasi finansial.⁵⁸

2. Visi Misi Bank Central Asia

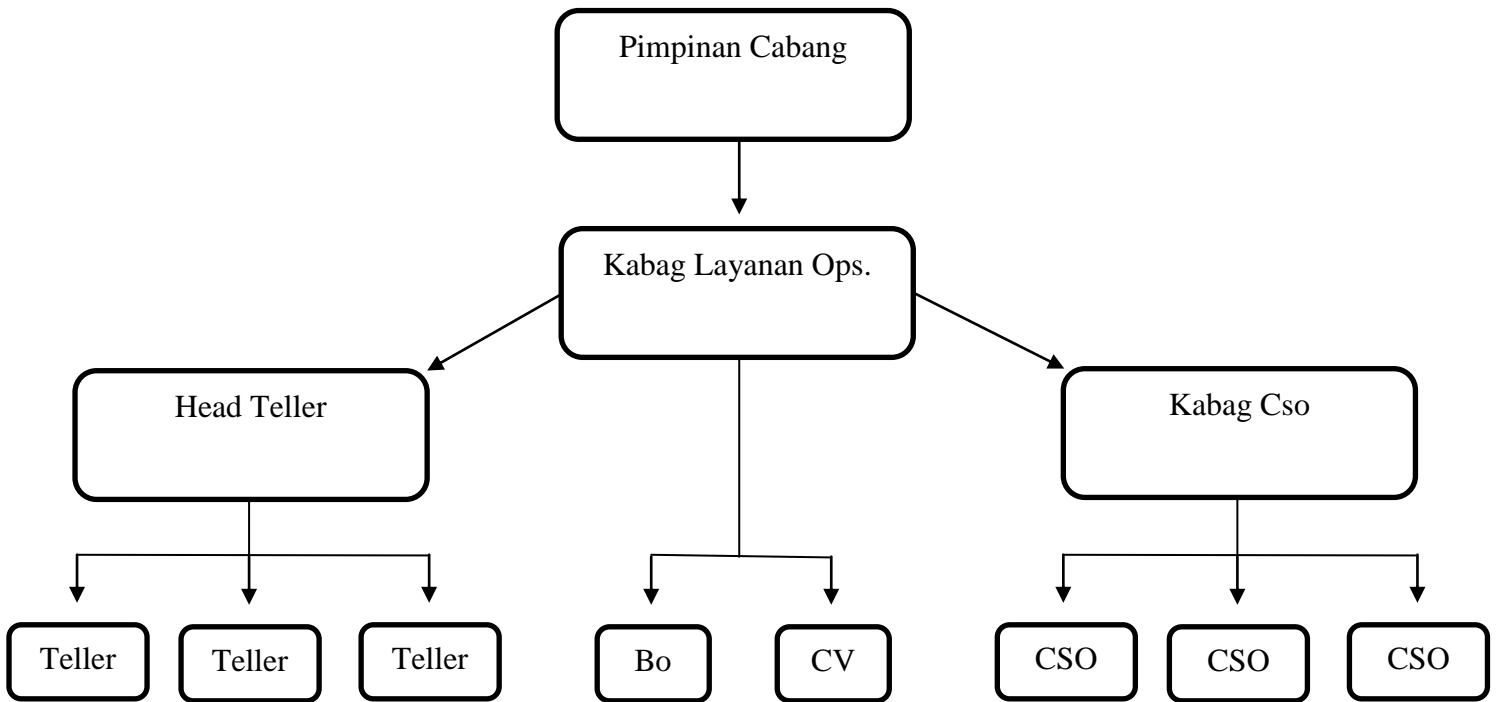
Visi: Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

Misi: (1) Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dari perseorangan. (2) memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.

⁵⁸<https://www.bca.co.id/tentang-bca>

3. Struktur Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi

Gambar 4.1
Struktur Bank Central Asia (BCA) Cabang Banyuwangi



4. Uraian Tugas (*Job Description*) :⁷¹

a. Pimpinan Cabang

- 1) Mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengawasi tugas-tugas bawahannya.
- 2) Mengembangkan, membantu dan melatih bawahannya sesuai dengan pekerjaannya untuk memenuhi syarat-syarat pada unit kerja masing-masing.
- 3) Mengawasi jalannya pelayanan di unit operasional yang menjadi tanggung jawab bawahannya.
- 4) Menjalankan fungsi manajemen personalia mulia dari pendelegasian wewenang, penilaian karyawan, pengendalian lingkungan kerja.

b. Kepala Bagian Operasional

- 1) Memonitor dan mengontrol terlaksananya operasional bank.
- 2) Menjalankan fungsi kepemimpinan pada bagian operasional.
- 3) Menyusun rencana kerja atau anggaran di bidang operasional.
- 4) Melaksanakan program kerja berdasarkan rencana anggaran.

c. Head Teller

- 1) Memberikan solusi apabila terjadi masalah di counter dan bila teller selisih melakukan ballancing akhir hari.
- 2) Memberikan offer rate atas transaksi yang melebihi wewenang teller.

⁷¹ Dokumentasi, *Bank Central Asia*, 27 November 2020.

- 3) Melakukan verifikasi dan pencocokan atas ballancing akhir hari.
- 4) Melakukan pemeriksaan cash box teller.
- 5) Memonitor penyelesaian pos-pos terbuka atau selisih yang belum tersesuaikan.
- 6) Melaporkan transaksi valas kepada kepala bagian oprasional.
- 7) Memonitor secara aktif dan melakukan pengarahan langsung sesuai dengan wewenangnya atas seluruh jalannya transaksi yang ditangani teller seperti setoran penarikan, pemindah bukuan.
- 8) Menentukan pembukaan counter tambahan.

d. Kabag. CSO

- 1) Memonitor dan mengontrol aktivitas cso.
- 2) Memonitor keabsahan dokumen-dokumen yang diperlukan dalam pembukaan rekening baik tabungan, giro, deposito, dan lainnya.
- 3) Memverifikasi kecocokan tanda tangan nasabah.
- 4) Memonitor secara aktif dan melakukan pengarahan langsung sesuai atas seluruh jalannya aturan.

e. Customer Service Officer

Customer Service Officer mempunyai fungsi dasar memberikan pelayanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, cross selling dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah.

1. Tugas Customer Service Officer

- a. Melayani dan memenuhi harapan nasabah CSO harus memberikan pelayanan yang baik, menyelesaikan permasalahan atas komplain dari nasabah yang tidak puas terhadap layanan atau produk bank. CSO juga harus tanggap dan mampu memenuhi harapan nasabah, biasanya ingin pelayanan yang efisien dan tepat.
- b. Melakukan pekerjaan administrasi adalah melakukan sistem filing atas berkas-berkas yang ada dalam tanggung jawab BCA dengan rapi dan benar, supaya jika suatu saat diperlukan dapat dengan cepat diberikan.

2. Peranan Customer Service Officer

- a. Membentuk persepsi seorang terhadap kualitas layanan suatu bank terutama membentuk BCA sebagai bank dengan layanan terbaik.
- b. Sebagai ujung tombak dalam memberikan pelayanan langsung kepada nasabah karena CSO sebagai petugas bank yang bertugas di front office.
- c. Sebagai salah satu penghubung antara bank dengan nasabah.
- d. Sebagai salah satu penentu citra bank.
- e. Sebagai deskman petugas membantu melayani berbagai aplikasi yaitu membantu dan mengarahkan nasabah dalam

mengisi formulir aplikasi dan bertanggung jawab atas kelancaran pelayanan.

- f. Sebagai komunikator bahwa CSO harus mampu menguasai produk-produk dan jasa-jasa yang ditawarkan oleh bank serta mengetahui keunggulan masing-masing produk.
- g. Untuk cross selling proses penjual dan menawarkan produk lain yang sesuai dengan produk yang diminati oleh nasabah.
- h. Membantu nasabah menyelesaikan masalah yang timbul, memberikan jalan keluar secara rinci dan jelas sehingga nasabah merasa puas.

f. Teller

Fungsi teller untuk memberikan jasa layanan transaksi baik bersifat tunai maupun non tunai kepada nasabah. Tugas teller yaitu:

- a. Untuk kegiatan dalam menghimpun dana: giro, tabungan, deposito/sertifikat deposito.
- b. Untuk kegiatan dalam menyalurkan dana: BCA selalu percaya bahwa pertumbuhan bisnis kami sejalan dengan pertumbuhan bisnis anda, para nasabah kami. Oleh karena itu kami merancang berbagai produk pinjaman modal kerja yang dapat menunjang perkembangan usaha anda.
- c. Membantu nasabah untuk menyelesaikan transaksi-transaksi seperti keliring, pemindah bakuan, inkaso, bank notes, letter of

credit, kiriman uang ke bank lain sehingga dapat lebih mudah dan praktis tanpa harus mempunyai banyak rekening bank lain.

g. Cash Vault

1. Bertanggung jawab kepada kepala bidang oprasional.
2. Mengelola kas besar.
3. Melakukan penyetoran dan pengambilan uang tunai oleh teller.
4. Memeriksa dan mengisi mesin ATM bersama kepala bidang oprasional.

h. Back Office

1. Melaksanakan fungsi kesekretariatan sesuai dengan ketentuan dan prosedur.
2. Menangani korespondensi untuk kepala cabang.
3. Membuat sistem internal atau eksternal atas permintaan kepala cabang.
4. Melakukan penyimpanan dokumen atau surat yang bersifat rahasia.
5. Menangani dokumen atas surat keluar masuk cabang.
6. Melakukan pencatatan dokumen atau surat keluar atau masuk.
7. Mengelola permintaan dokumen.
8. Mendistribusikan dokumen atau surat ke unit kerja terkait di kantor cabang.
9. Merealisasikan pengadaan barang atau jasa di luar kebijakan sentralisasi kantor pusat: kebutuhan barang, persediaan untuk unit kerja, kebutuhan aktiva tetap, kebutuhan jasa umum.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan analisis data yang relevan. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Secara berurutan akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus masalah:

1. Proses Prosedur Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.

Dalam memperoleh data terkait prosedur pemasaran pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi, peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Angga selaku *account officer* mengatakan bahwa:

“Produk dana pensiun yang ada di Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi sangat diminati oleh kalangan masyarakat yang sadar akan pentingnya di masa tua, sehingga kesiapan yang dilakukan oleh BCA sendiri harus mempunyai standarisasi prosedur untuk menjalankan produk dana pensiun, yang **pertama:** kenali customer, kita harus melihat karakteristik masing-masing nasabah ketika kita akan memasarkan, kenapa saya harus bilang demikian, karena kita tidak mengetahui secara detail masing-masing person atau nasabah yang datang di kantor BCA, oleh sebab itu kita harus kenali setiap nasabah apa nasabah mempunyai riwayat kriminal, banyak hutang atau yang bersifat tidak baik lah sehingga menjadi potensi untuk melakukan setiap transaksi yang buruk. Pernah suatu ketika ada salah satu nasabah ingin melakukan transaksi keuangan di BCA Banyuwangi yang ternyata ketika dari salah satu pegawai BCA kroscek orang itu ternyata banyak terbelit hutang bahkan parahnya menipu tetangganya dan membawa kabur sejumlah uang jutaan rupiah. Melihat dari fakta temuan dilapangan bahwa tidak setiap orang atau dalam hal ini nasabah mempunyai sifat dan karakteristik

yang sama ataupun baik, tergantung bagaimana kita harus pintar menganalisa atau membaca karakter setiap orang. Itulah mengapa kita harus benar-benar mengenali setiap nasabah yang akan melakukan transaksi di BCA Banyuwangi, yang **kedua** promosi, merupakan hal penting dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat. Ini merupakan pokok untuk menarik masyarakat minat terhadap program produk yang lembaga keuangan buat untuk masyarakat, dana pensiunan ini bertujuan untuk membantu masyarakat dalam kesulitan materi. Lalu yang **ketiga** memilih pangsa pasar yang tepat, lembaga keuangan (BCA) sudah mengalisis untuk siapa produk dana pensiunan ini disalurkan dan diperkenalkan, pemilihan pangsa pasar yang tepat akan menentukan jumlah banyak tidaknya masyarakat tertarik pada produk dana pensiunan ini ”.

Berdasarkan analisis data tersebut bahwa prosedur yang dibuat oleh DPLK BCA Kantor Cabang Banyuwangi tidak terlepas dari keamanan sikap kehati-hatian dengan harapan sesuai dari tujuan BCA sendiri untuk mencapai kepuasan nasabahnya.

Kemudian Bapak Junaidi selaku karyawan Cso, mengatakan bahwa:

“Memang prosedur yang dibuat oleh DPLK BCA Banyuwangi sendiri mengedepankan sikap profesional dalam dunia kerja agar nasabah kita atau peserta dana pensiun itu tidak kecewa atas prosedur yang kita buat, kalau tidak seperti itu maka tidak ada jaminan kepada peserta untuk memberikan nilai kepuasan sendiri terlebih-lebih di hari tua nanti, sehingga supaya nasabah BCA mengenal produk dana pensiun ini dilakukan dengan cara salah satunya menerapkan prosedur **pertama** promosi, promosi ini merupakan kekuatan terbesar bagi lembaga keuangan BCA, dengan demikian nasabah mulai mengenal apa itu dana pensiun begitu juga manfaat yang didapat. Yang dilakukan dalam promosi ialah menjelaskan secara rinci dan jelas terkait apa saja keunggulan dari produk dana pensiun ini bese. Nah, ta manfaat yang akan diperoleh oleh nasabah. **Kedua**, memanfaatkan online marketing, cara promosinya tidak hanya yang sifatnya offline tapi juga online contoh melalui sosial media, website dan brosure. Dengan kata lain kita memanfaatkan online marketing di era digitalisasi saat ini”.

Selanjutnya selaras dengan yang di katakan oleh Bapak Angga:

“setiap lembaga keuangan memiliki prosedur masing-masing dalam memperkenalkan produk-produk lembaga keuangan. BCA dalam

memperkenalkan produk dana pensiun menerapkan beberapa prosedur diantaranya yaitu memilih pangsa pasar yang tepat, dengan demikian sasaran yang dituju sesuai yang diinginkan. Selain itu, prosedur berikutnya yang dilakukan BCA yaitu menjalin hubungan baik dengan customer, seperti pepatah mengatakan bahwa pelanggan itu adalah. Membangun komunikasi yang baik adalah hal sederhana tapi sulit dilakukan. Prosedur ini wajib dilakukan oleh seorang marketing. Hubungan yang baik akan memunculkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan. Hal ini salah satu kekuatan untuk menjaga kepercayaan antara nasabah dan lembaga. Disisi lain Sikap profesional BCA sendiri terutama di Banyuwangi dalam melayani peserta dana pensiun itu ada tahapan-tahapannya, seperti halnya bagaimana cara kita mengklasifikasikan setiap nasabah atau peserta pensiun seperti dari segi umur, penghasilan setiap bulannya dan latar belakangnya agar dana pensiun ini sesuai standart dan tepat sasaran”.

Pernyataan diatas juga ditambahkan oleh Bapak Junaidi selaku

karyawan Cso:

“Memang secara fakta dilapangan setiap orang pasti mempunyai kebaikan dan keburukan masing-masing, akan tetapi kita selaku subyek untuk memasarkan produk dana pensiun tidak semerta-merta memasarkan produk tanpa menerapkan prosedur yang sudah menjadi SOP dari perusahaan. Prosedur yang diterapkan oleh lembaga keuangan BCA Banyuwangi dalam memperkenalkan produk menjalin hubungan yang baik bagi seluruh nasabah dan calon nasabah kita. Seperti halnya pengalaman saya ketika nasabah itu datang ke kantor BCA Banyuwangi, kemudian ingin mengikuti produk dana pensiun lalu saya arahkan satu persatu sesuai prosedur yang berlaku, ketika sudah selesai saya tidak berhenti disitu saja interaksi sosialnya akan tetapi saya berupaya berkomunikasi secara inten bahkan saya pernah slaturrahim ke para nasabah BCA dengan canda gurau, yang tujuannya adalah menjalin kedekatan emosional antar pegawai dengan nasabah. sehingga nasabah itu merasa dilayani dengan baik, ramah dan professional. Tidak hanya itu saja kedekatan hubungan yang baik ke nasabah juga sebagai bentuk jawaban-jawaban yang real atas problematika nasabah, kenapa saya berkata seperti itu, ketika nasabah mempunyai keluhan tentang produk yang kita miliki atau dana pensiunan itu dapat terjawab dengan mudah sehingga kepuasan nasabah adalah prioritas BCA terutama menjalankan produk dana pensiun ini.”

Berdasarkan analisis data secara teori karakteristik prosedur atas dana pensiunan yaitu. Menunjang tercapainya organisasi, menciptakan adanya pengawasan yang baik, menunjukkan urutan-urutan yang logis, adanya penetapan dan sikap tanggung jawab dan tidak adanya keterlambatan dan hambatan. Oleh karena itu kepuasan nasabah atas produk yang kita miliki itu tergantung bagaimana desain prosedural yang di buat dengan konsisten dan professional. Sedikit kesalahan atas prosedur yang kita buat akan mengakibatkan kefatalan atas produk yang kita miliki, sehingga masyarakat tidak akan mengenali produk yang kita miliki.

2. Proses Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi

Dalam memperoleh data terkait strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan di Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi, peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Angga selaku *account officer*, menyatakan bahwasanya:

“Adanya strategi pemasaran produk pensiun di BCA Banyuwangi membawa pengaruh besar untuk memperkenalkan suatu produk terutama dana pensiun ini, sehingga ini adalah alasan kuat untuk mempertahankan minat nasabah untuk tertarik pada produk dana pensiun yang kita berikan. Tentunya dengan beberapa upaya cara atau strategi yang digunakan baik dari segi kualitas produk, pelayanan secara professional, harga yang ditawarkan sehingga orientasinya pada keuntungan, tempat yang menjadi acuan strategis masyarakat, dan adanya promosi yang kita lakukan, itu semua merupakan strategi yang kita lakukan untuk mencari kepuasan nasabah kita”.

Hasil analisis data bahwa pernyataan diatas merupakan upaya represif untuk mencegah suatu kegagalan atas produk yang dimiliki yakni dana pensiunan di BCA sendiri, oleh karena itu modal utama yang harus di

persiapkan dalam memasarkan suatu produk adalah strategi pemasaran yang baik, agar nasabah mempunyai rasa simpati untuk selalu menggunakan produk dana pensiun.

Selanjutnya, wawancara dengan Bapak Junaidi selaku karyawan Cso, mengatakan bahwa:

“Melihat realitas yang ada disini bahwa kebanyakan dari karyawan BCA Banyuwangi sendiri memasarkan produk dana pensiun ke keluarga dan tetangganya untuk memberikan edukasi jika pentingnya kesejahteraan di hari tua nanti, contoh Si A mempunyai saudara Si B dan Si B mempunyai teman Si C begitupun seterusnya sampai mereka mengerti dan merasa tertarik untuk mengikuti produk pensiunan. Bukti konkretnya kebanyakan orang yang datang ke kantor BCA Banyuwangi ini efek dari strategi tadi sehingga adanya kedekatan saudara, teman dan lainnya juga sangat berpengaruh untuk memperkenalkan produk pensiun ini”.

Dan juga ditambahkan dengan Bapak Angga selaku *account officer*, bahwasanya:

“Tidak gampang untuk memasarkan produk dana pensiun pada masyarakat luas terutama daerah banyuwangi disini, apalagi tidak semua orang mempunyai teknologi modern seperti halnya *handphone* sehingga sulit untuk menjangkau orang-orang yang masih belum mengetahui secara detail akan produk dana pensiun ini. Maka perlu strategi husus, seperti yang di lakukan oleh BCA Banyuwangi bulan lalu di beberapa desa contoh di desa giri untuk membuat acara sosialisasi produk pensiunan, ada juga karyawan BCA Banyuwangi membuat sebaran pamflet di desa-desa dengan tujuan menyampaikan produk dana pensiunan. Dari situ kita bisa mengetahui secara pasti apa saja yang menjadi peluang dan tantangan kita supaya produk dana pensiun dapat diminati oleh banyak masyarakat terutama warga Banyuwangi”.

Berdasarkan hasil analisis diatas bahwa pada kenyataanya, strategi pemasaran produk pensiunan Kantor Cabang Banyuwangi ini dapat dilihat dari bauran pemasaran dalam memasarkan suatu produk, baik dapat diketahui oleh masyarakat umum, memberikan informasi secara rinci pada

masyarakat dan juga mencari simpati masyarakat untuk mengikuti produk pensiun. Dalam hal ini lembaga bank terutama Bank Central Asia Cabang Banyuwangi dapat meyakinkan nasabahnya dengan cara memperlakukan nasabahnya atas kenyamanan produknya dengan bauran strategi yang digunakan untuk meningkatkan nama baik suatu perusahaannya

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dari data yang diperoleh dengan wawancara dan observasi berkenaan dengan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi, maka hasil tersebut perlu diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan berkaitan dengan topik penelitian ini. Untuk itu pembahasan temuan ini akan disesuaikan dengan sub yang menjadi pokok pembahasan, guna mempermudah dalam menjawab pertanyaan yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian. Hasil temuan ini adalah sebagai berikut.

1. Proses Prosedur Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan dapat diketahui bahwa prosedur pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank BCA Kantor Cabang Banyuwangi ialah *pertama* dengan melakukan pengenalan terhadap pelanggan, *kedua* melakukan promosi, *ketiga* memilih pangsa pasar yang tepat, *keempat* menjalin hubungan yang baik dan *kelima* memanfaatkan marketing online.

Dalam teori menyebutkan bahwa dengan adanya prosedur yang memadai maka pengendalian dan tujuan yang akan dicapai dalam suatu lembaga keuangan dapat berjalan dengan baik. Prosedur merupakan acuan yang dibuat oleh lembaga untuk menjalankan suatu kegiatan agar sesuai dengan yang direncanakan. prosedur adalah bagian dari suatu sistem yang merupakan rangkaian dari beberapa tahapan suatu tindakan secara sistematis dan jelas dimana melibatkan setiap bagiannya untuk menjamin agar suatu kegiatan usaha atau transaksi yang dilakukan berulang ulang telah sampai dengan tujuan yang diharapkan. Oleh karena itu prosedur merupakan hal penting yang harus dibuat sebagai sistem.

2. Proses Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dilapangan dapat diketahui bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank BCA Kantor Cabang Banyuwangi ada beberapa hal yang diterapkan dalam melakukan misi ini yang relevan dengan teori yang ada yaitu tentang harga. Mengenai harga dalam lembaga keuangan ialah tingginya tingkat bunga. Semakin rendah bunga yang ditawarkan maka semakin banyak permintaan dan sebaliknya. Selain itu hal yang peneliti ketahui bahwa pihak BCA melakukan promosi tentang produk pembiayaan pensiunan. Promosi juga menentukan tertarik tidaknya nasabah terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, perlu

membuat promosi yang menarik dan penjelasan secara rinci tentang manfaat yang akan diperoleh oleh nasabah.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan tujuan organisasi, karena didalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran. Strategi pemasaran antara lain dibutuhkan untuk menentukan konsumen-konsumen manakah yang dituju. Ini berarti bahwa dengan strategi pemasaran, manajer pemasaran dapat mengetahui konsumen tertentu sebagai sasarannya, sehingga dapat diketahui kepuasan seperti apakah yang diharapkan konsumen tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Pada Bank Central Asia (BCA) Kantor Cabang Banyuwangi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Proses prosedur pemasaran yang dilakukan oleh Bank Central Asia (BCA) Banyuwangi yaitu (1) mengenali sifat dan karakteristik nasabah, (2) melakukan promosi untuk mengenalkan produk ke masyarakat serta menarik minat masyarakat, (3) menentukan pangsa pasar yang tepat yang telah dianalisis untuk siapa dana pensiun ini diberikan dan disalurkan (4) menjalin hubungan yang baik dengan nasabah, (5) memanfaatkan marketing online. Dari berbagai prosedur yang dibuat oleh BCA Banyuwangi Banyuwangi tidak terlepas dari keamanan sikap kehati-hatian dengan harapan sesuai dari tujuan BCA sendiri untuk mencapai kepuasan nasabahnya.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BCA Banyuwangi yaitu mengenai harga tingginya tingkat bunga. Semakin rendah bunga yang ditawarkan maka semakin banyak permintaan dan sebaliknya. Strategi mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan tujuan perusahaan, karena didalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran. Strategi pemasaran antara lain

dibutuhkan untuk menentukan konsumen-konsumen manakah yang dituju. Ini berarti bahwa dengan strategi pemasaran, manajer pemasaran dapat mengetahui konsumen tertentu sebagai sasarannya, sehingga dapat diketahui kepuasan seperti apakah yang diharapkan konsumen tersebut.

B. Saran

1. PT. Bank Central Asia harus menambah sumber daya manusia yang berkualitas dan profesionalitas agar secara kinerja di BCA tetap berjalan secara optimal.
2. Pemberian manfaat atau hak bagi karyawan yang diperoleh harus lebih besar, mengingat PT. Bank Central Asia menjadi lembaga bank dengan nasabah terbanyak sehingga pekerjaan pun lebih bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadiono. 2013. *Dasar-Dasar Bank Syariah*. Jember: Stain Jember Press.
- Aan Komariah & Djam'an Satori. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Asiyah Nur Binti. 2015. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Andriyani, Desy. 2012. *Penyaluran Dana Pensiun Menurut Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Taspem Pekanbaru*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Buchori, Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dahlan, Ahamad. 2012. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1989. Jakarta: Bakai Pustaka.
- Erni, Sri. 2017. *Telaah Terhadap Hukum Pengelolaan Dana Pensiun Syariah Di Indonesia*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung.
- Fitri Safaatul Ilma. 2018. *Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Helambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing*. Yogyakarta: Gosyen Publisying.
- Idroes N Ferry. 2012. *Manajemen Risiko Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. 2007. *Lembaga Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Meilani, Tri. 2015. Sistem Pengelolaan Dana Pensiun Pada PT Bank Muammalat Indonesia, Tbk. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian Dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Octaviana, Eva. 2012. Strategi Pemasaran Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) BNI Simponi pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Utama Surakarta. Skripsi, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Pamungkas Alit Aji Danu. 2018. Pengelolaan Dana Pensiun Dalam Perspektif Hukum Islam. Skripsi, Universitas Muhammadiyah .Surakarta.
- Philip, Kotler. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Prasetyawati, Nova. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah Di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Ungaran. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri, Salatiga.
- Peter, Paul. 1999. *Consumer Behavior Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rahayu, Budi. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar, Fakultas Peternakan universitas budaya.
- Republik Indonesia, UU. No. 11 Tahun 1992 tentang dana pensiunan.
- Rivai, Veithzal dkk. 2007. *Bank dan Financial Institution Management*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rahmadini. 2019. Konsep Dan Aplikasi Dana Pensiun Di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Binjai. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Siamat, Dahlan. 1999. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Suharto, Babun dkk. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.

- Suaibah. Strategi Pemasaran Dengan Metode Kemitraan Terhadap Pembiayaan Pensiunan Di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang.
- Setianingrum, Nurul. 2013. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jember: Stain Pres.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Skandarrumidi. 2012. *Metodelogi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suwandi & Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rindu Cipta.
- Totok Budisantoso, Sigit Triandaru. 2006. *Bank dan Lembaga keuangan lain*. Jakarta: Salemba Empat.

Internet

[http://www.Sinarharapan.co.id/ekonomi/eureka/2003/0523/eurl.htm\(05](http://www.Sinarharapan.co.id/ekonomi/eureka/2003/0523/eurl.htm(05)

September 2019)

<https://fadlyknight.wordpress.com/2011/12/13/strategi-produk-bank/>(22

september 2019)

https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt569608ae9fd8a/nprt/lt534b915e75c26/peraturan-otoritas-jasa-keuangan-no-42_pojk.03_2015-tahun-2015-kewajiban-pemenuhan-rasio-kecukupan-likuiditas-%28liquidity-coverage-ratio%29-bagi-bank-umum. (18 Oktober 2018)

<https://www.finansialku.com/pengertian-pensiun-normal-dan-pensiun-dipercepat>. (22 Oktober 2018)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Yusuf
NIM : 083 143 157
Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam
Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi*” adalah hasil penelitian/karya sendiri.

Bagian atau data tertentu yang saya peroleh dari perusahaan atau lembaga, dan/atau saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Jember, 10 Desember 2020
Saya yang menyatakan



MUHAMMAD YUSUF
NIM. 083 143 157

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.	1. Strategi Pemasaran	1. Pengertian Strategi Pemasaran a. Strategi Komunikasi Pemasaran b. Manajemen Pemasaran c. Bauran Pemasaran	a. Strategi pemasaran Top Down dan bottom Up. b. Konsep produksi Konsep produk Konsep penjualan Konsep pemasaran Konsep berwawasan sosial c. Strategi produk Strategi Harga Strategi distribusi	Informan 1. Manajer 2. Karyawan	1. Pendekatan Kualitatif 2. Jenis Study kasus 3. Subyek Penelitian Purposive 4. Teknik pengumpulan data Wawancara Dokumentasi Observasi 5. Lokasi Bank Central Asia Banyuwangi. 6. Teknik Analisa Data Analisa Deskriptif 7. Keabsahan Data Triangulasi Sumber	1. Bagaimana prosedural pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Banyuwangi? 2. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan pada Bank Central Asia Banyuwangi?
	2. Pembiayaan Pensiunan	1. Pengertian Pembiayaan 2. Jenis-jenis pensiunan 3. Fungsi Dana Pensiunan	1. Pengertian Menurut tokoh 2. Pensiunan normal Pensiunan dipercepat Pensiunan ditunda Pensiunan cacat 3. Asuransi Tabungan Pensiunan			

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi?
 - a. Peran dan fungsi struktur.
 - b. Visi dan misi KC Banyuwangi.
2. Produk apa saja yang ada pada Bank Central Asia dan apa yang paling diminati oleh nasabah di Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi?
3. Bagaimana proses strategi pemasaran produk pembiayaan dana pensiun pada Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi?
 - a. Syarat-syarat pemberian dana pensiun.
 - b. Prosedur pengajuan dana pensiun.
 - c. Tahapan-tahapan yang harus dilalui karyawan/pekerja tetap BCA.
 - d. Strategi apa saja yang dilakukan oleh Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi.



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp. (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos. 68136
Website: WWW.iain-jember.ac.id – e-mail: info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- /In.20/7.a/PP.00.9/11/2020

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr. Pimpinan Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi

Di-

Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Muhammad Yusuf

NIM : 083 143 157

Semester : XII (Dua belas)

Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

No Telpon : 081331719269

Dosen Pembimbing : Dr. Khamdan Rifa'i, SE, M.Si.,

NIP : 19680807 200003 1 001

Judul Penelitian : STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
PENSIUNAN PADA BANK CENTRAL ASIA KANTOR
CABANG BANYUWANGI.

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Jember, 10 Maret 2020

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip



SURAT KETERANGAN
No. 386/MO/BWI/2020

Kepada : IAIN JEMBER
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Di Jember
Dari : BCA Banyuwangi
Tanggal : 02-12-2020
Perihal : Penelitian Produk Pensiun di PT, BCA Tbk KCU Banyuwangi

Pengantar Sehubungan dengan Tugas akhir Perkuliahan atas nama Mahasiswa sebagaimana tersebut di bawah.

Menerangkan Bahwa benar telah melakukan Penelitian/Wawancara di PT. BCA KCU Banyuwangi sebagaimana terlampir :
- Nama : Muhammad Yusuf
NIM : 083143157
Alamat : Desa Matekan Utara, Kec. Besuk, Kab. Probolinggo
Periode : 27 November 2020
Tentang : Produk pensiunan yang saat ini ada di PT. Bank Central Asia KCU Banyuwangi dan cara memasarkan kepada Karyawan PT. BCA Tbk. KCU Banyuwangi.

Penutup Demikian surat keterangan ini dibuat, agar digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,
PT. Bank Central Asia, Tbk.
KCU Banyuwangi

Michael Purwanto R. Angga Yuwana
Ka. KCU Associate AO

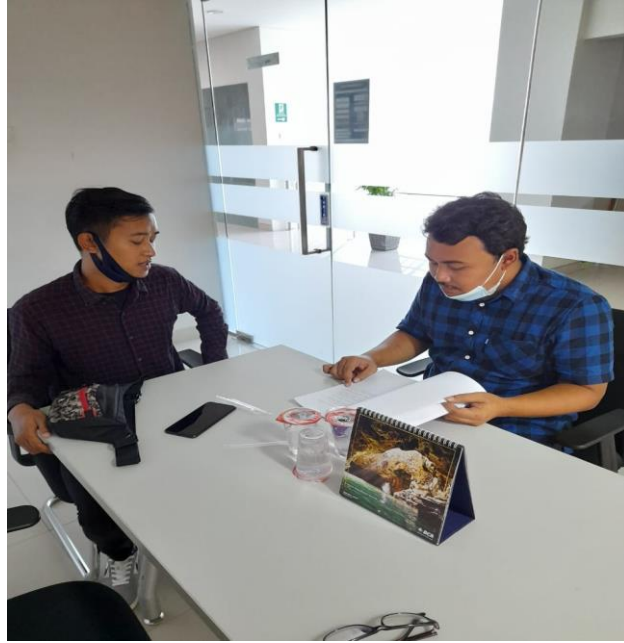
BANK CENTRAL ASIA

Banyuwangi Branch Jl. Ahmad Yani No. 24 - 26 Banyuwangi 68416, Telp. (0333) 424250 (hunting), Fax. (0333) 423221
Telex : 31626 BCABWI IA

JURNAL PENELITIAN

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Paraf
1	27 November 2020	Wawancara fokus masalah penelitian dengan Bapak Angga selaku bagian analis dan juga selaku yang berwenang untuk melayani penelitian oleh pihak luar.	
2	29 November 2020	Menyusun hasil penelitian	

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN



Gambar 1.1 Wawancara dengan Bapak Angga pada tanggal 27 November 2020.



Gambar 1.2 Foto bersama dengan Kabag Cso dan karyawan Bank Central Asia Kantor Cabang Banyuwangi Pada tanggal 27 November 2020

BIODATA PENULIS



Nama : MUHAMMAD YUSUF
NIM : 083 143 157
TTL : Probolinggo, 31 Mei 1996
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : Dsn. Matekan Utara RT 010 RW 003 Ds. Matekan Kec. Besuk
Kab. Probolinggo
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-laki
No HP : 081331719269

1. Riwayat Pendidikan

- a. TK UMI SUNDARI
- b. MI NAUDLATUL ULAMA KRAKSAAN
- c. SMP N 2 KREJENGAN
- d. MA ZAINUL ANWAR ALASSUMUR
- e. IAIN Jember- sekarang

2. Pengalaman Organisasi

- a. Ketua Umum Komunitas Kajian Rezspector 2015.
- b. Ketua Umum Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2016
- c. Ketua II Bidang Keilmuan PMII Rayon FEBI periode 2017-2018
- d. Ketua II Bidang Keilmuan PMII Komisariat IAIN Jember 2018
- e. Presiden Mahasiswa IAIN Jember Periode 2019-2020