

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SEBAGAI
BENTUK DIFERENSIASI TAKE OVER PEMBIAYAAN PENSIUN
PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG JEMBER**

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 :

Anggraini Setiayu

NIM : E20161011

Dosen Pembimbing

Siti Masrohatin, S.E., M.M.

NIP. 197806122009122001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JULI 2020**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SEBAGAI
BENTUK DIFERENSIASI TAKE OVER PEMBIAYAAN PENSIUN
PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG JEMBER**

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:

Anggraini Setiayu

NIM : E20161011

Disetujui Pembimbing



Siti Masrohatin, S.E., M.M.

NIP. 197806122009122001

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SEBAGAI
BENTUK DIFERENSIASI TAKE OVER PEMBIAYAAN PENSIUN
PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG JEMBER**

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 : Jumat

Tanggal : 17 Juli 2020

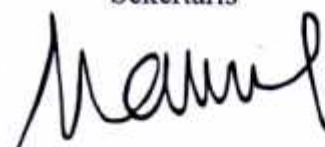
Tim Penguji

Ketua



M. Saiful Anam, M.Ag
NIP. 197111142003121002

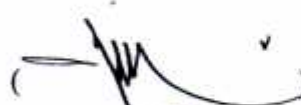
Sekretaris



Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I
NIP. 197709142005012004

Anggota :

1. Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I



2. Siti Masrohatin, S.E., M.M.



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 196808072000031001

MOTTO

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا

إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (QS. Al-Baqarah:148)*

IAIN JEMBER

* Al-Qur'an dan terjemahan, 2:148

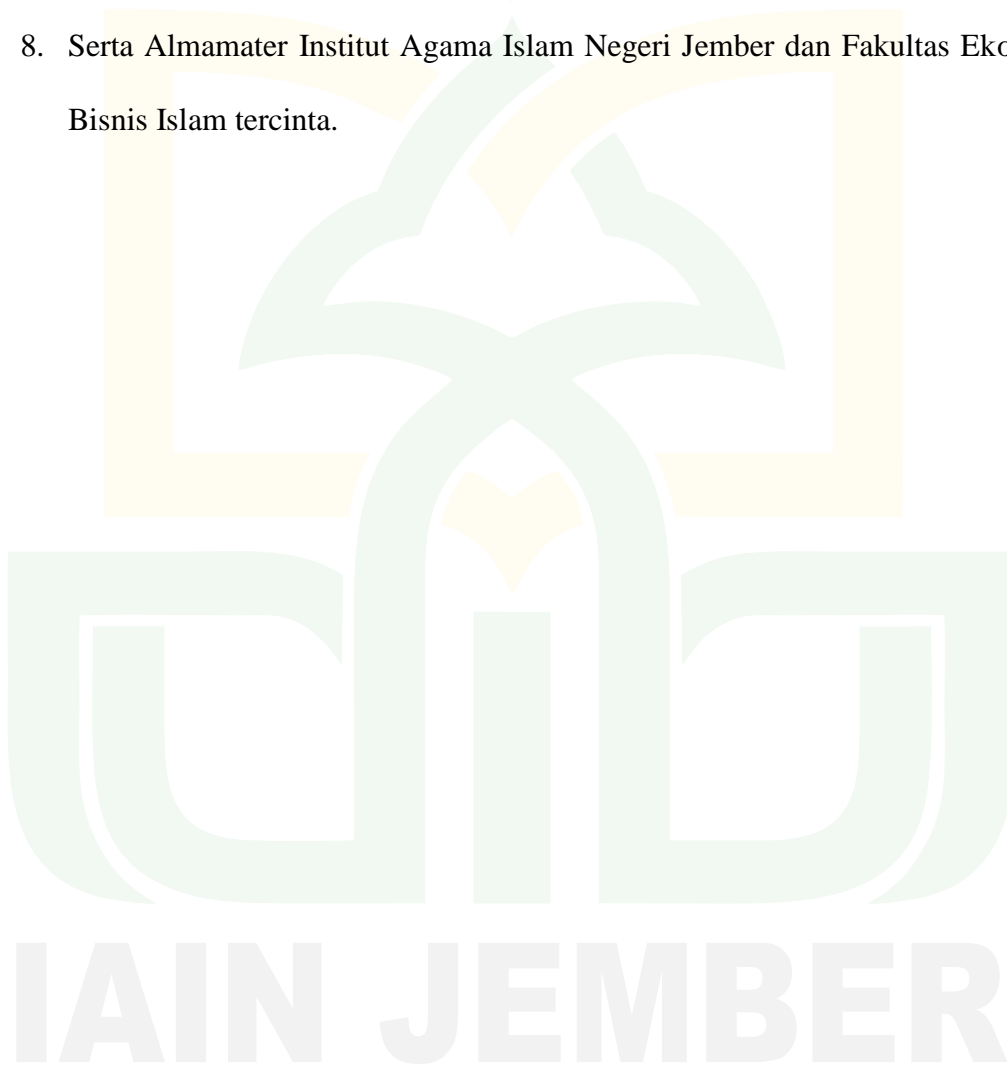
PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang telah Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah dan Mama (Anang Setiadi dan Cynthiani Wahyu Ningsih) yang saya cintai, yang telah memberikan kasih sayang kepada putrimu ini. Terimakasih atas segala usaha, pengorbanan, keikhlasan dan kesabaran yang Engkau berikan kepada putrimu ini. Terimakasih telah senantiasa memberikan dukungan serta doa-doa baik di dalam sholatmu untuk puterimu ini. Kalian merupakan motivator terbesar hidup saya yang paling berharga.
2. Adik kandung tersayang Aldi Wahyu Setiawan yang telah menjadi penyemangat kala lelah, motivasi saya, dan penolong hidup saya.
3. Keluarga besar saya yang selalu mendoakan, memberikan perhatian dan nasehat yang senantiasa membuat saya mempunyai semangat yang baru.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar yang telah ikhlas membimbing, menguji dan memberikan banyak ilmu pengetahuan.
5. Sahabat saya Faulia Hanif, Wilda Rizqi, serta Devina Putri yang memberikan semangat, dorongan, dan doa.
6. Keluarga besar seperjuangan angkatan 2016 Perbankan Syariah, khususnya Perbankan Syariah 1, terimakasih atas kekeluargaannya selama ini, serta sahabat para pejuang toga Rizna Ramadhani, Nurfiatul Maghfiroh, Mayu

Bariroh, dan Liyun Fiqoini atas canda tawa, suka duka, semangat dan dukungan yang diberikan.

7. Fauzan Arif, Ilyas Rohayat, Nurul Latifa, Muhammad Rosyidi, Hanif Sulhan, dan Abdullah Azhar, yang telah membantu, memberikan masukan dan terimakasih atas doa, pengalaman serta dukungannya.
8. Serta Almamater Institut Agama Islam Negeri Jember dan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam tercinta.



KATA PENGANTAR



Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat karuniaNya, yang telah diberikan kepada penulis, sehingga perencanaan, pelaksanaan dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana dapat terselesaikan dengan lancar.

Terselesainya skripsi ini karena adanya dorongan semangat dan doa, serta rasa tanggung jawab. Terselesainya skripsi ini bukan berarti menjadi akhir dari sebuah pencarian ilmu pengetahuan, akan tetapi menjadi langkah awal dari sebuah proses kehidupan untuk menuju insan yang lebih baik. Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena adanya dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Ibu Siti Masrohatin, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Abdul Rokhim, M.E.I. selaku Dosen Penasehat Akademik yang selama ini telah memberikan nasehat dalam kegiatan akademik.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan serta *staff* dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pelayanannya.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Jember dan segenap karyawan didalamnya, yang telah membantu menyediakan literatur dan referensi yang menunjang teori-teori penelitian ini.
8. Bapak Muntaha Mahfud selaku Pimpinan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember dan segenap *staff* yang telah memberikan izin, begitu juga para *marketing* pembiayaan pensiun yang memberikan waktunya untuk kegiatan penelitian yang dilaksanakan oleh penulis.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT atas segala yang telah dilakukan.

Jember, 17 Juni 2020

Penulis

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Anggraini Setiayu, Siti Masrohatin, S.E., M.M. (2020): “Analisis Strategi Pengembangan Produk Sebagai Bentuk Diferensiasi *Take Over* Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember”.

Pembiayaan pensiun adalah pembiayaan yang diberikan kepada pensiunan dalam rangka memberi kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan untuk menjembatani kebutuhan para pensiunan, ini menjadi solusi para pensiunan yang menginginkan pembiayaan dengan cara pengajuan yang mudah dan pencairan yang cepat. Bank Syariah Mandiri menyediakan jasa pelayanan keuangan untuk mengalihkan transaksi yang telah berjalan dari suatu bank ke bank lain, yaitu *take over*, melalui cara menarik calon nasabahnya yang menjadi nasabah bank lain untuk berpaling menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?. 2) Bagaimana bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KC Jember. 2) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk dari diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KC Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian *Field Research* menggunakan pendekatan deskriptif. Penentuan informan menggunakan teknik *Purposive*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan metode reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Hasil penelitian adalah: 1) Penambahan jumlah dengan menambah produk pra-pensiun dan meningkatkan kerjasama. Penambahan fungsi perusahaan dengan memberikan fasilitas buku rekening, autentifikasi dan ruangan untuk pengambilan gaji setiap bulan. Perluasan distribusi pemasaran dengan membedakan ciri produk, meningkatkan mutu, menetapkan harga pada tabel angsuran, melakukan promosi berupa iklan, brosur, *special price*, memberikan apresiasi hadiah, serta mengadakan agenda rutin. 2) Menjadikan para *marketing* untuk mempunyai personalia terlatih. Menerapkan strategi penjualan dan sistem pemasaran serta meningkatkan kinerja para marketing untuk menggait minat para calon nasabah pensiunan. Mengadakan agenda rutin kekeluargaan, senam sehat dan sosialisasi untuk mengukir citra dan persepsi positif. Membedakan produk dengan para pesaing melalui angsuran yang ringan dan tetap serta bebas biaya dan *discover* asuransi. Memberikan pelayanan terbaik menangani proses *take over*, autentifikasi, dan pengambilan gaji.

Katakunci: Pengembangan Produk, Diferensiasi, *TakeOver* Pembiayaan Pensiun.

ABSTRACT

Anggraini Setiayu, Siti Masrohatin, S.E., M.M. (2020): "Analysis of Product Development Strategy as a Form of Differentiation Take Over Pension Financing on Syariah Mandiri Bank of Jember Branch Office".

Pension financing is the financing given to pensioners to provide the opportunity and ease of obtaining financing facilities to bridge the needs of pensioners, this becomes the solution of pensioners who want financing by means of simple filing and rapid disbursement. Bank Syariah Mandiri provides financial services to transfer the transactions that have been running from a bank to another bank, that is take over, by means of attracting prospective customers who become customers of other banks to turn to become customers of Bank Syariah Mandiri Jember Branch Office.

The focus of the research are 1) How is the product development strategy for pension financing at Bank Syariah Mandiri Jember branch office ? 2) How does the differentiation form take over pension financing on Bank Syariah Mandiri Jember branch office ?.

The Purpose of this research are: 1) to know and describe the product development strategy of pension financing in Bank Syariah Mandiri Jember Branch Office. 2) To know and describe the form of the differentiation of taking over pension financing in Bank Syariah Mandiri Jember Branch Office.

This research method used is a qualitative study with the type of Field research using a descriptive approach. Determination of informant using Purposive technique. Data collection is done by observation techniques, interviews and documentation. Data analysis uses methods of data reduction, data presentation, and withdrawal of conclusions and verifications. The validity of data is done by triangulating the source and triangulation methods.

The results of the study are: 1) adding amounts by adding pre-pension products and improving cooperation. Adding company functions by providing account book facility, authentication and room for salary retrieval every month. Expanding marketing distribution by distinguishing product features, improving quality, setting pricing in the installment table, conducting advertising promotions, brochures, special price, providing reward appreciation, and holding a routine agenda. 2) to make the marketing to have trained personnel. Implementing sales strategies and marketing systems and improving the performance of the marketing to promote the interest of pension customers. Conduct routine agenda of family, healthy gymnastics and socialization to carve out image and positive perception. Differentiate products with competitors through lightweight and fixed installments and free of cost and covered insurance. Provide the best service to handle take over the process, authentication, and salary retrieval.

Keywords: Product Development, Differentiation, TakeOver Pension Financing.

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15
E. Definisi Istilah.....	17
F. Sistematika Pembahasan	20
BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	21
A. Penelitian Terdahulu	21
B. Kajian Teori	37

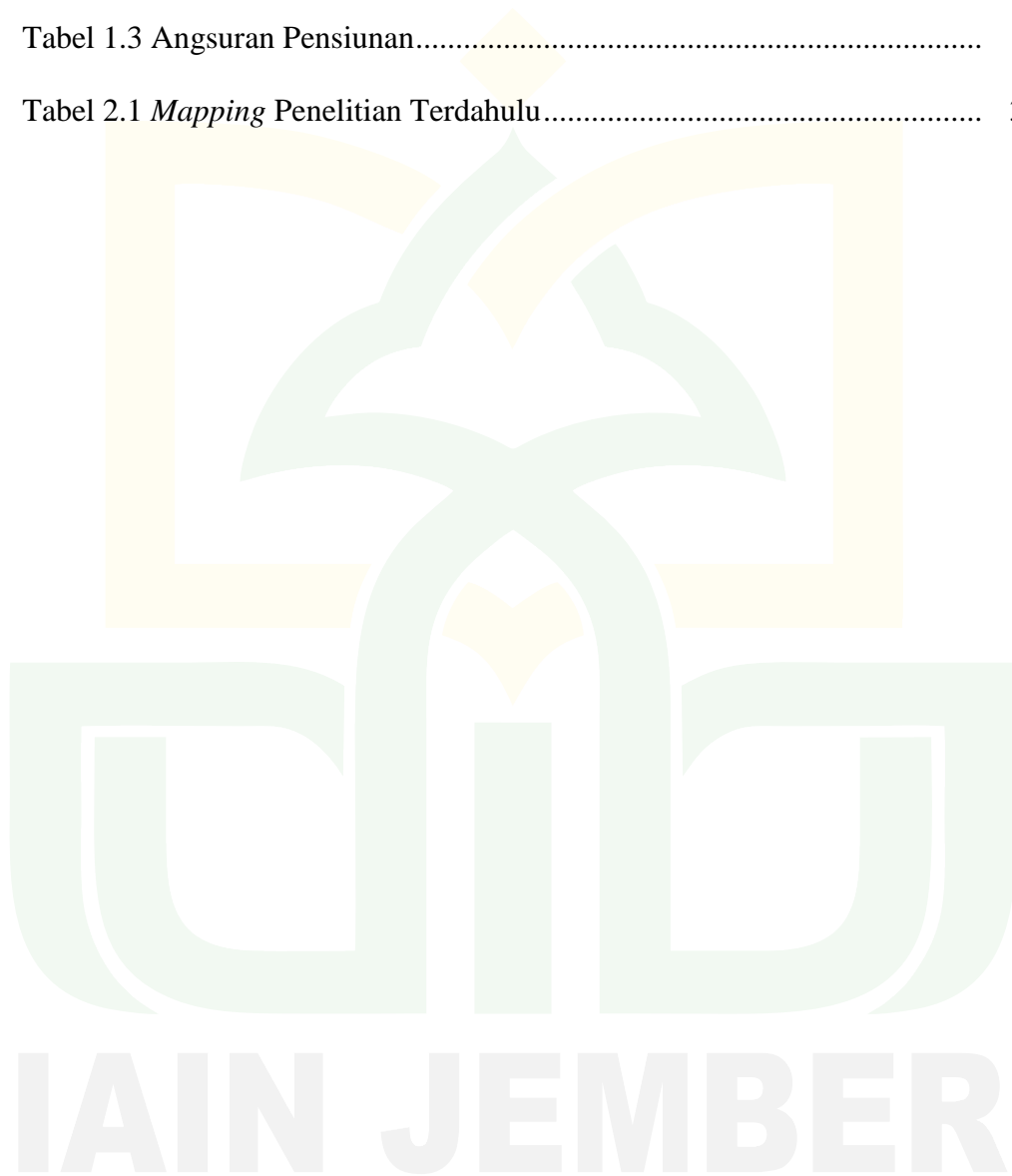
1. Pemasaran.....	37
a. Manajemen Pemasaran.....	37
b. Tugas Manajemen Pemasaran.....	37
c. Pengertian Pemasaran	37
d. Tujuan Pemasaran	39
e. Pentingnya Pemasaran.....	39
f. Perencanaan Pemasaran	40
g. Konsep Pemasaran	40
h. Konsep Pemasaran Global	41
i. Strategi Pemasaran	41
2. Pengembangan	42
a. Strategi Pengembangan	42
b. Ragam Strategi Pengembangan.....	43
c. Pengembangan Pasar.....	45
d. Pengembangan Produk.....	46
e. Tujuan Pengembangan Produk.....	49
f. Prinsip-Prinsip Pengembangan Produk.....	49
3. <i>Differentiation</i>	50
a. Produk <i>Differentiation</i>	51
b. Bentuk-Bentuk <i>Differentiation</i>	52
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	55
a. <i>Product</i>	55
b. <i>Price</i>	55

c. <i>Promotion</i>	56
d. <i>Place</i>	56
5. Pembiayaan Pensiun.....	57
a. Pengertian Pembiayaan Pensiun.....	57
b. Pengalihan Utang	58
c. Landasan Hukum Pengalihan Utang.....	59
d. <i>Take Over</i>	60
e. Dana Pensiun.....	63
BAB III : METODE PENELITIAN.....	66
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	66
B. Lokasi Penelitian.....	67
C. Subjek Penelitian.....	67
D. Teknik Pengumpulan Data.....	68
E. Analisis Data	71
F. Keabsahan Data.....	72
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	74
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	78
A. Gambaran Objek Penelitian	78
1. Sejarah Singkat Berdirinya Bank Syariah Mandiri.....	78
2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri	80
3. Logo Bank Syariah Mandiri.....	82
4. Nilai Budaya Kerja Bank Syariah Mandiri	82
5. Tujuan Bank Syariah Mandiri.....	83

6. Ruang Lingkup Kegiatan Usaha Instansi / Perusahaan.....	84
7. Profil Bank Syariah Mandiri KC Jember	89
8. Letak Geografis Bank Syariah Mandiri KC Jember	89
9. Mekanisme Operasional Bank Syariah Mandiri KC Jember	90
10. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KC Jember	91
B. Penyajian Data dan Analisis.....	92
1. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri KC Jember.....	92
2. Bentuk Diferensiasi Take Over Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri KC Jember	99
C. Pembahasan Temuan.....	118
1. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri KC Jember	118
2. Bentuk Diferensiasi Take Over Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri KC Jember.....	122
BAB V : PENUTUP	130
A. Kesimpulan	130
B. Saran-Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar BSM antara BUS.....	6
Tabel 1.2 Pembiayaan <i>Retail Banking</i>	7
Tabel 1.3 Angsuran Pensiunan.....	9
Tabel 2.1 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Mandiri.....	82
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KC Jember.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 2. Matrik Penelitian
- Lampiran 3. Pedoman Wawancara
- Lampiran 4. Jurnal Penelitian
- Lampiran 5. Dokumentasi
- Lampiran 6. Program Pensiun BSM Tabel Angsuran Pembiayaan Pensiun
- Lampiran 7. Undangan *Gathering* Nasabah Pembiayaan Pensiun
- Lampiran 8. Brosur-Brosur Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri
- Lampiran 9. Kartu Contoh Tanda Tangan
- Lampiran 10. Aplikasi Pembukaan Rekening Produk Dana Perorangan
- Lampiran 11. Ketentuan Dan Syarat Pembukaan Rekening Perorangan
- Lampiran 12. Surat Persetujuan Pemberian Informasi Data Nasabah Nasabah Dan
Pemasaran Program/Produk Oleh Bank (Perorangan)
- Lampiran 13. Surat Pernyataan
- Lampiran 14. Surat Keterangan Lunas
- Lampiran 15. Formulir Permohonan Pembiayaan BSM Pensiun Berkah
- Lampiran 16. Lembar Wawancara Nasabah
- Lampiran 17. Berita Acara Konfirmasi Pendapatannya Lainnya
- Lampiran 18. *Check List* Kelengkapan Dokumen Pengajuan Pembiayaan
- Lampiran 19. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 20. Surat Selesai Penelitian
- Lampiran 21. Biodata Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di dunia yang modern saat ini, peran perbankan sangatlah besar di dalam memajukan sebuah perekonomian di sebuah negara. Hampir di semua sektor yang dimana berhubungan dengan kegiatan keuangan, selalu membutuhkan yang namanya jasa bank. Oleh karena itu pada masa ini dan masa yang akan datang, kita tidak akan lepas dari dunia perbankan jika kita menjalankan aktivitas keuangan, baik untuk perorangan ataupun lembaga.¹

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank yaitu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Undang-Undang Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008, perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usahanya serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah yaitu bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah islam dan

¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan –Edisi Revisi 2014* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 3.

² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi Cetakan 14* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 24.

menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³

Dalam beberapa tahun terakhir, industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan hasil yang positif, hal ini dilihat dari pesatnya pertumbuhan perbankan syariah yang melebihi perkembangan perbankan konvensional. Dari data yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia, berdasarkan statistik perbankan syariah per Juni 2019, kini telah terdapat 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁴

Munculnya banyak lembaga bank dan non bank yang berprinsip syariah pasti akan menyebabkan persaingan atau kompetisi akan sangat erat, maka bank perlu membuat strategi keunggulan dalam bersaing. Untuk unggul dalam bersaing, perbankan harus menyusun strategi yang baik sehingga dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama yang sudah ada. Menurut Porter strategi bersaing adalah kombinasi antara tujuan yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat atau kekuatan dimana perusahaan berusaha sampai kesana. Jadi sebagai alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi bersaing ini juga merupakan cara untuk menarik perhatian nasabah dan dalam pelaksanaannya perusahaan dihadapkan pada situasi dan lingkungan pasar spesifik, yang memerlukan berbagai variasi.⁵

³ Ismail, *Perbankan Syariah Edisi Pertama* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 33.

⁴ Otoritas Jasa Keuangan Bank Indonesia, *Statistik Perbankan Syariah*, (diakses, 6 November 2019).

⁵ Nanda Limakrisna, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 59.

Pada saat ini sudah bervariasi produk-produk yang ditawarkan oleh industri perbankan. Strategi tiap bank dapat dilalui dengan berbagai macam kegiatan pemasaran, salah satunya yaitu perusahaan perbankan harus memerhatikan arti pengembangan. Agar nasabah tidak merasa jenuh dengan produk-produk tersebut, maka dari itu kreativitas, modifikasi, inovasi sangat dibutuhkan untuk mengembangkan produk-produk perbankan tersebut sehingga tetap mendapat penerimaan dari nasabah dan untuk meningkatkan keunggulan bersaing dengan para perbankan lainnya. Daya saing suatu perusahaan akan sangat ditentukan secara dominan oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk-produk yang dapat memenangkan hati para nasabah atau pasarnya.⁶

Pengembangan yang menonjol dapat mencuri perhatian nasabah untuk menggunakannya. Strategi pengembangan ini yang pertama mencakup penambahan jumlah produknya yaitu dengan cara memberikan inovasi yang berbeda pada produknya atau untuk memenuhi permintaan nasabah serta meningkatkan kerja sama dengan perusahaan lain, kedua penambahan fungsi perusahaan yaitu dengan cara menambah fasilitas pada produk tersebut, ketiga yaitu perluasan distribusi pemasaran yang mencakup bauran pemasarannya, yaitu berupa strategi pada *product* yaitu melakukan perluasan pasar dengan cara mengembangkan produknya dengan mempunyai ciri istimewa, kemudian *price* yaitu dengan melakukan permainan harga, selanjutnya *promotion* yaitu dengan cara menginformasikan atas kehadiran produk untuk menarik minat

⁶ Murhadi, *Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2007), 75.

nasabah dan mempertahankan penjualan produk tersebut, serta *place* yaitu berupa saluran distribusi produk yang digunakan.⁷

Dalam hal ini pengembangan produk merupakan salah satu aspek dari strategi pemasaran untuk usaha meningkatkan dan upaya menarik minat nasabah untuk membeli dan menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Mereka merasa puas dengan produk yang selama ini sudah diluncurkan, dipromosikan dan dijual oleh perusahaan yang bersangkutan. Sasaran perusahaan yaitu nasabah lama dengan tiga jenis kegiatan pengembangan produk yaitu mengembangkan dan meluncurkan produk baru, mengembangkan variasi mutu produk lama dan mengembangkan model dan bentuk tambahan produk lama.⁸

Menurut Philip Kotler salah satu strategi pemasaran yang paling tepat untuk digunakan oleh perusahaan ditengah persaingan yang ketat yaitu mendiferensiasikan produk dengan produk pesaing. Kotler menyatakan bahwa pemasar harus dapat mendiferensiasikan segala sesuatu atau perusahaan dapat melakukan diferensiasi melalui cara mengenali keunggulan kompetitif, yang mempunyai ciri pembeda yang tidak dapat tersamai oleh pesaing.⁹ Diferensiasi ini merupakan upaya perusahaan untuk menjadi yang terbaik pada suatu yang dilakukan dengan cara yang berbeda dari pesaingnya. Strategi diferensiasi mengharuskan perusahaan dalam memilih atribut untuk mendiferensiasikan diri yang berbeda dari atribut pesaingnya. Dalam strategi diferensiasi perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan produk

⁷ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 108-110.

⁸ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), 146-147.

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* (Erlangga, 2009), 301.

dengan karakteristik tertentu yang khas yang pada akhirnya mengakibatkan produk tersebut menjadi unik oleh nasabah.¹⁰

Bentuk diferensiasi ini sebagai pembeda penawaran pasar suatu perusahaan untuk mencapai tingkat pelayanan yang unggul yaitu meliputi: diferensiasi *personel* yaitu memperkerjakan karyawan yang lebih terlatih, kemudian diferensiasi saluran yaitu perusahaan merencanakan cakupan, keahlian dan kinerja saluran distribusi mereka secara lebih efektif dan efisien, lalu diferensiasi citra yaitu perusahaan dapat mengukir citra yang kuat dan menarik, selanjutnya yaitu diferensiasi produk jadi sebagai pembeda produk dengan keistimewaan dan rancangannya, terakhir yaitu diferensiasi pelayanan yaitu penambahan pelayanan yang dapat meningkatkan kualitas perusahaan.¹¹

Bank Syariah Mandiri sendiri disini sebagai lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dan menyalurkan dana untuk masyarakat juga berkepentingan untuk memajukan kegiatan usahanya dengan jalan menjaring nasabah sebanyak mungkin. Salah satu bank yang menarik perhatian untuk diteliti yaitu Bank Syariah Mandiri yang merupakan bank syariah terbesar dengan jumlah kantor bank terbanyak per juni 2019, sementara itu juga Bank Syariah Mandiri yang selama 2019 ini adalah merupakan bank yang banyak mendapatkan pencapaian penghargaan. Salah satu penghargaannya yaitu *The Best Islamic Retail Bank* dari *Triple A Islamic Awards-The Asset Hongkong*, *The Strongest Islamic Retail Bank in Asia* dari *Cambridge Analytica*, serta penghargaan *Best Islamic Retail Bank* dari *Alpha*

¹⁰ Nanda Limakrisna, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 64.

¹¹ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 97-99.

Southeast Asia. Bank Syariah Mandiri memfokuskan diri pada segmen retail dengan salah satunya produknya yaitu pembiayaan pensiun. Bank Syariah Mandiri juga merupakan satu-satunya bank syariah yang masuk dalam kategori buku III dengan total Aset Rp 98,34 triliun, dan bahkan bersiap untuk naik ke buku IV. Peningkatan jumlah aset dari tahun 2014 hingga 2018, juga terjadi peningkatan pembiayaan dan peningkatan pendapatan sebagai mudharib.¹²

Tabel 1.1
Pangsa Pasar BSM antara BUS

(dalam %)

Bank Umum Syariah	Pangsa Pasar Tahun 2018					
	Aset	Pembiayaan	DPK	Laba	Ekuitas	Fee Based Income
BSM	20,60	21,08	23,52	11,82	20,38	8,12
BMI	12,00	10,48	12,27	2,20	10,07	3,45
BNIS	8,60	8,87	9,55	8,13	10,76	1,22
BRIS	7,94	6,83	7,76	2,08	12,73	1,35

Sumber: Annual Report Bank Syariah Mandiri 2018

Dalam tabel diatas menjelaskan bahwa Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah dengan jumlah aset tertinggi dibandingkan dengan bank syariah lainnya, dengan laba, dan pembiayaan serta dana pihak ketiganya. Pencapaian ini diperoleh dari penerapan strategi yang efektif yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mandiri menempati posisi 15 besar Bank Nasional dari sisi aset dengan pertumbuhan aset mencapai 11,86%.¹³

¹² www.mandirisyariah.co.id, (diakses 16 November 2019).

¹³ Annual Report Bank Syariah Mandiri 2018, (diakses 17 November 2019).

Tabel 1.2
Pembiayaan *Retail Banking*

(dalam miliar rupiah)

Uraian	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Business Banking</i>	21.661	8.271	9.775	8.916	8.595
<i>Micro Banking</i>	8.539	3.535	4.187	4.297	4.344
<i>Consumer Banking</i>	14.790	15.471	16.397	18.737	24.310

Sumber: Annual Report Bank Syariah Mandiri

Komposisi pencapaian *Retail Banking* dikontribusi oleh pembiayaan *Business Banking*, *Micro Banking* dan *Consumer Banking*. Pembiayaan pensiun termasuk kedalam *Consumer Banking*. Pada tahun 2014 secara komposisi pencapaian *Retail Banking* dikontribusi salah satunya yaitu pembiayaan *Consumer Banking* sebesar Rp 14,79 triliun. Sedangkan pada tahun 2015 pembiayaan *Consumer Banking* sebesar Rp 15,47 triliun, dalam pembiayaan *Consumer Banking* meningkat sebesar Rp 0,68 triliun. Kemudian pada tahun 2016 pembiayaan *Consumer Banking* sebesar Rp 16,39 triliun, dalam pembiayaan *Consumer Banking* meningkat sebesar Rp 0,92 triliun. Pada tahun 2017 pembiayaan *Consumer Banking* sebesar Rp 18,73 triliun, dalam pembiayaan *Consumer Banking* meningkat sebesar Rp 2,34 triliun. Pada tahun 2018 pembiayaan *Consumer Banking* sebesar Rp 24,31 triliun, dalam pembiayaan *Consumer Banking* meningkat sebesar Rp 5,58 triliun. Dengan ini pembiayaan *Consumer Banking* mengalami peningkatan pertumbuhan di setiap tahunnya.¹⁴

Sementara Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yang merupakan lembaga keuangan cabang dari Bank Syariah Mandiri Nasional,

¹⁴ Annual Report Bank Syariah Mandiri, (diakses 24 Desember 2019).

yang menjalankan usaha berdasarkan prinsip syariah di setiap kegiatannya. Produk-produk yang ditawarkan di industri perbankan salah satunya adalah produk pembiayaan. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ini sudah berdiri sejak tahun 2004 dan mempunyai berbagai macam produk, berupa produk penghimpunan dana (*funding*) berupa tabungan, deposito, giro dan produk penyaluran dana (*financing*) salah satunya seperti pembiayaan konsumen (pembiayaan pensiun, OTO, griya BSM, BSM implan) dan produk jasa (*services*). Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember merupakan salah satu bank syariah yang mempunyai produk pembiayaan, salah satu produk pembiayaan unggulan atau produk yang lagi gencar atau banyak nasabah peminatnya pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yaitu pembiayaan pensiunan. Pembiayaan pensiunan ini merupakan pembiayaan *consumer* yang diberikan kepada para pensiunan, atau pegawai yang kurang lebih 6 bulan lagi akan pensiun (pra pensiun) atau janda pensiun dan telah menerima SK pensiun, dengan cara pembayaran angsuran yang dilakukan melalui pemotongan langsung uang pensiun yang diterima oleh bank setiap bulannya. Pembiayaan pensiun hanya diberikan kepada para pensiun yaitu PNS, dan janda pensiun PNS. Pembiayaan pensiun ini merupakan pemberian fasilitas pinjaman dimana peminjam diharuskan untuk memberikan agunan berupa SK pensiun atau KARIP.¹⁵ Dengan limit pinjaman nasabah 70% dilihat dari gaji nasabah pensiun, dan usia peminjam maksimal 75 tahun. Saat ini Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang

¹⁵ Candra, *Wawancara*, Jember, 24 Oktober 2019.

Jember sebagai salah satu Mitra Taspen sedang fokus pada pertumbuhan pembiayaan pensiun, pembiayaan pensiun merupakan salah satu produk pembiayaan unggulan Bank Syariah Mandiri sejak tahun 2016.¹⁶

Selisih harga pada tabel angsuran pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri, tabel angsuran kredit pensiunan Bank Bukopin, Bank Mandiri Taspen Pos, dan BTPN adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Angsuran Pensiunan

(angsuran satu tahun)

Bank	Pinjaman				
	10.000.000	20.000.000	30.000.000	40.000.000	50.000.000
BSM	890,829	1,781,657	2,672,486	3,563,315	4,454,143
Bukopin	909,676	1,819,353	2,729,029	3,638,705	4,548,382
Mandiri Taspen Pos	913,333	1,826,667	2,740,000	3,653,333	4,566,667
BTPN	920,833	1,841,667	2,762,500	3,683,333	4,604,167

Sumber: Tabel Angsuran Bank

Pada tabel angsuran kredit atau pembiayaan pensiun diatas, Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang angsuran pembiayaan pensiunnya lebih ringan, terdapat selisih harga yang lebih murah dibandingkan dengan bank lain, yaitu Bank Bukopin, Bank Mandiri Tapen Pos, dan BTPN. Sementara dalam pembiayaan pensiun ini, di Bank Syariah Mandiri KC Jember memberikan pembiayaan dengan maksimal 350.000.000, dengan usia hingga 75 tahun, tidak ada biaya admin dan provisi, sudah dicover asuransi syariah. Sedangkan pada pembiayaan pensiun di Bank Muamalat pembiayaan yang diberikan hanya hingga 100.000.000, dengan jangka waktu sampai dengan 10 tahun dan usia maksimal sampai 70 tahun. Kemudian pada BTN

¹⁶ Septa, *Wawancara*, Jember, 29 Oktober 2019.

pensiun terdapat biaya admin Rp 150.000, biaya asuransi kredit, dan biaya profesi 1%, dan pada Bank CIMB Niaga dengan bunga 19%.¹⁷

Beberapa macam pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, yaitu: pembiayaan pensiun baru, *top up*, *take over* pembiayaan pensiun dan pensiun janda. Bank Syariah Mandiri menyediakan jasa pelayanan keuangan untuk mengalihkan transaksi yang telah berjalan dari suatu bank ke bank lain, yaitu *take over*. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember menerapkan prinsip yang sama dalam menarik calon nasabahnya yaitu melalui cara peralihan pembiayaan atau bisa disebut dengan *take over* pembiayaan dengan membujuk calon nasabahnya yang menjadi nasabah bank lain dengan predikat lancar atau mempunyai *track record* pembiayaan yang baik dalam pembayaran untuk berpaling menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember tersebut. Dilakukan dengan menawarkan keunggulan dari bank seperti segi *price* atau margin bagi hasil yang lebih kecil dan pelayanan serta kemudahan pengambilan dana.¹⁸

Pembiayaan *take over* yaitu mengalihkan pembiayaan dari satu bank ke bank lain, baik dari bank konvensional ke bank syariah, ataupun dari bank syariah ke bank syariah yang lain. Pada produk *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri biasanya akad yang sering digunakan yaitu akad *Qard wal murabahah* dengan tujuan multiguna, atau juga akad tersebut mengikuti atau disesuaikan dengan tujuan pengajuan pembiayaan dan disesuaikan dengan bank asal pengalihan pembiayaan ke Bank Syariah

¹⁷ Tabel Angsuran Bank, (diakses 18 Juli 2020).

¹⁸ Septa, *Wawancara*, Jember, 29 Oktober 2019.

Mandiri. Biasanya dalam proses *take over* ini bank syariah yang melakukan *take over* terhadap kredit yang dimiliki calon nasabahnya dari bank konvensional ini bertindak sebagai wakil dari calon nasabahnya untuk melunasi sisa kredit yang ada di bank asal tersebut.¹⁹

Landasan hukum tentang pengalihan hutang pada QS. Al-Maidah: 2

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحِلُّوْا شَعْبِرَ اللّٰهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْفَلَاحِيْدَ
وَلَا ءَامِيْنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُوْنَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ
فَأَصْطَادُوْا وَلَا تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ اَنْ صَدُّوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ
تَعْتَدُوْا وَتَعَاوَنُوْا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوٰى ۗ وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلَى الْاِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا
اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ ۝

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban), dan qalaid (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam, mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangimu dari Masjidilharam mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya”. (QS. Al-Maidah: 2).²⁰

¹⁹ Sofi, Wawancara, Jember, 4 November 2019.

²⁰ Al-Qur’an dan terjemahan, 5:2.

Dalam ayat diatas yang diambil adalah ayat mengenai tolong-menolong dalam berbuat kebaikan kepada sesama manusia. Di dalam ayat tersebut yang berkaitan dengan *take over* ini yaitu dari pihak bank yang memberikan kebaikan kepada nasabah, yaitu berupa *qard* yang dimaksud disini yaitu bila pihak bank memberikan pinjaman kepada nasabah yang mengalihkan utangnya ke bank tersebut, maka bank tidak meminta imbalan dengan tujuan meringankan beban nasabah. Pembiayaan *take over* dalam muamalah disebut dengan pengalihan utang, di bank syariah pembiayaan *take over* ini menggunakan akad *hawalah* apabila utang nasabah yang di *take over* terdiri dari utang pokok. Namun, jika utang nasabah terdiri dari utang pokok dengan bunga maka bank syariah akan memberikan *qard* kepada nasabah. Pembiayaan *take over* dilakukan atas dasar tolong-menolong. Proses penyelesaian utang yang dialihkan secara *take over* ini diawali dengan pelunasan utang nasabah kepada Lembaga Keuangan Konvensional dengan menggunakan akad *qard*, akad *qard* dalam transaksi ini sesuai dengan hukum islam. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa *al-qard* merupakan memberikan (mengutangkan) harta kepada orang lain tanpa mengharapkan imbalan. Akad *al-qard* ini diperbolehkan dengan tujuan meringankan (menolong) beban orang lain.²¹

Pembiayaan dengan mekanisme *take over* ini dipandang sebagai bentuk persaingan antar bank dalam memikat masyarakat. Terlebih setelah berkembangnya bank syariah, yang menawarkan kelebihanannya tersendiri

²¹ Nael Edwin Kiky Aprianto, "Implementasi Bentuk-Bentuk Akad Bernama Dalam Lembaga Keuangan Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9 No. 1 (Januari-Juni, 2018), 118.

kepada masyarakat. Nasabah yang melakukan pengalihan utang pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember adalah nasabah yang telah melakukan pembiayaan di beberapa bank yaitu berasal dari bank Bukopin, bank Jatim, BRI, BTN, BTPN. Dengan berbagai macam keperluan yaitu pembiayaan rumah, pembiayaan untuk pendidikan anak, dan untuk peningkatan modal usaha. Saat ini jumlah nasabah pensiun yang melakukan pengalihan utang di Bank Syariah Mandiri KC Jember kisaran 70% dari jumlah seluruh nasabah pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KC Jember. Pada pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KC Jember ini kebanyakan merupakan dari nasabah pensiun yang *take over* yang sudah mempunyai utang sebelumnya di bank lain dan dialihkan ke Bank Syariah Mandiri KC Jember, daripada nasabah pensiun yang *fresh*. Berbagai alasan mendasari *take over* yang dilakukan nasabah dari bank konvensional ke bank syariah. Alasan setiap nasabah berbeda-beda, mulai dari ingin menghindari praktek riba, ingin hijrah karena sudah pensiun, mensyariahkan transaksi, angsuran yang murah sampai pada pelayanan yang baik dan cepat.²²

Dalam Penelitian ini memilih Bank Syariah Mandiri karena menganggap bahwa Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank yang dipandang lebih unggul dibandingkan dengan bank syariah lainnya yang ada di kota Jember. Bank Syariah Mandiri bukan satu-satunya bank syariah yang membuka cabang di Jember, tetapi untuk produk-produk dan jasa yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk-produk bank syariah lainnya. Salah

²² Nofaldy, *Wawancara*, Jember, 21 Februari 2020.

satu produk unggulan di Bank Syariah Mandiri KC Jember yaitu pembiayaan pensiun yang bekerja sama dengan Mitra Taspen, pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan yang diberikan kepada pensiunan dalam rangka memberi kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan untuk menjembatani kebutuhan para pensiunan, pembiayaan pensiun ini menjadi solusi untuk para pensiunan yang menginginkan melakukan pembiayaan dengan cara pengajuan yang mudah dan pencairan yang cepat. *Take over* pembiayaan pensiun merupakan jasa produk yang dipilih para pensiunan untuk mengalihkan pembiayaannya di Bank Syariah Mandiri KC Jember, sudah banyak *take over* pada pembiayaan pensiun yang ditangani oleh Bank Syariah Mandiri KC Jember. Sehingga dalam penelitian ini ingin lebih fokus meneliti mengenai pembiayaan pensiun dan *take over* pembiayaan pensiun.²³

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik ingin mengetahui tentang strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun seperti apa yang diterapkan dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun bagaimana yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember dalam meningkatkan dan menarik minat nasabah, dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Produk Sebagai Bentuk Diferensiasi *Take Over* Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember”.

B. Fokus Penelitian

Berdasar dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti berupaya untuk membatasi masalah-masalah yang akan diteliti agar bisa lebih

²³ Mirdah, *Wawancara*, Jember, 13 November 2019.

terarah dan terfokus dengan merumuskan masalah dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?
2. Bagaimana bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?

C. Tujuan Penelitian

Menjawab dan memecahkan masalah merupakan tujuan utama yang harus dilakukan peneliti. Berdasarkan pokok masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk dari diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat bersifat teoritis dan praktis.²⁴

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu, peneliti berharap dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak baik berupa manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

²⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember: STAIN Jember Press, 2016), 38.

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan dan untuk melengkapi kajian teoritis yang berkaitan khususnya tentang strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun dan dapat dijadikan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini untuk menambah wawasan pengalaman dan pengetahuan penelitian terkait dengan strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun yang diterapkan Bank Syariah Mandiri.

b. Bagi Bank Syariah Mandiri

Penelitian ini diharapkan bisa mengenalkan eksistensi Bank Syariah Mandiri kepada masyarakat luas, memberikan informasi yang bermanfaat, serta dijadikan sebagai masukan mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun, sehingga dapat menarik lebih banyak lagi minat nasabah untuk menggunakan produk dan jasanya.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan wawasan informasi bagi masyarakat untuk mengenal produk pembiayaan pensiun dan *take over* pembiayaan pensiun.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.²⁵ Maka untuk mempermudah dan menghindari kesalah pahaman terhadap makna istilah dalam penelitian ini, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman semua sumber daya yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.²⁶ Strategi atau perencanaan ini merupakan suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan

²⁵ Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 45.

²⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama, 1997), 4.

tersebut. Beberapa perusahaan mungkin memiliki tujuan yang sama, tetapi pasti strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan itu bisa jadi berbeda.²⁷

2. Pengembangan Produk

Pengembangan yaitu apabila perusahaan meluncurkan produk baru yang ditujukan pada pasar yang sekarang pun sudah dimasuki. Pengembangan produk biasanya ditujukan pada upaya menarik minat para nasabah untuk membeli dan menggunakan produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan.²⁸ Strategi pengembangan produk merupakan strategi pengembangan baru untuk pasar yang sudah ada guna menyamai penawaran pesaing yang ada atau pesaing baru. Tahap ini dimulai dari masa menemukan dan mengembangkan gagasan produk.²⁹

3. Diferensiasi

Diferensiasi yaitu pembeda penawaran pasar suatu perusahaan untuk menciptakan nilai pelanggan yang unggul. Pengertian lain diferensiasi yaitu sebagai proses mengintegrasikan konten, konteks, dan infrastruktur dari apa yang ditawarkan kepada pelanggan.³⁰

Merupakan upaya perusahaan untuk menjadi yang terbaik pada sesuatu yang dilakukan dengan cara yang berbeda dari para pesaingnya. Strategi diferensiasi akan menjadikan perusahaan berkinerja di atas rata-rata dalam industri. Strategi diferensiasi mengharuskan perusahaan untuk

²⁷ Basu Swatha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 67.

²⁸ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), 146.

²⁹ Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan/Perbankan* (Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2009), 28.

³⁰ Tim MarkPlus, *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation* (Erlangga, 2010), 26.

memilih atribut untuk mendiferensiasikan diri yang berbeda dari atribut pesaing. Strategi ini akan menempatkan perusahaan secara unik untuk memenuhi kebutuhan khusus pembeli.³¹

4. *Take Over*

Adalah bisa disebut juga dengan pengalihan utang, yang merupakan pengalihan utang nasabah dari bank atau lembaga keuangan konvensional ke bank atau lembaga keuangan syariah. pengalihan utang ini menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 31/DSN-MUI/VI/2002.³²

5. Pembiayaan Pensiun

Pembiayaan Pensiun merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan).³³

Berdasarkan dari pengertian beberapa definisi di atas mengenai strategi, pengembangan, diferensiasi, *take over*, dan pembiayaan pensiun, maka dari definisi-definisi istilah diatas, yang dimaksud dengan “Analisis Strategi Pengembangan Produk Sebagai Bentuk Diferensiasi *Take Over* Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember” adalah menganalisis strategi untuk mengetahui pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun

³¹ Nanda Limakrisna, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 64.

³² Fatwa Dewan Syariah Nasional-MUI Nomor 31/DSN-MUI/VI/2002.

³³ www.mandirisyahiah.co.id, (diakses 13 Februari 2019).

yang diterapkan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember sebagai upaya dalam meningkatkan dan menarik minat nasabah.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga penutup. Sistematika pembahasan dari penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, pada bab ini akan dipaparkan yaitu berupa latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Kepustakaan, pada bab ini akan dipaparkan yaitu berupa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini dan kajian teori yang secara literatur berhubungan dengan judul penelitian.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ini akan dipaparkan yaitu berupa pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis, pada bab ini akan dipaparkan yaitu berupa gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis data serta pembahasan temuan.

BAB V Penutup, pada bab ini akan dipaparkan yaitu berupa kesimpulan penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, berikut ini merupakan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Yuliana, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, pada tahun 2015, dengan judul Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengembangan produk yang dilakukan Miulan Hijab dan untuk mengetahui sejauh mana pengembangan produk yang dilakukan oleh Miulan Hijab.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Yaitu pengumpulan data dengan mengumpulkan data aktual yang relevan atau sumber data primer maupun sekunder melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian bahwa peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan di Miulan Hijab berkaitan erat antara pengembangan produk dengan penjualan. Perusahaan tidak perlu ragu dalam melakukan pengembangan produk, karena dengan pengembangan produk perusahaan tidak akan mengalami penurunan penjualan, sebaliknya pengembangan produk dapat meningkatkan volume penjualan.

Persamaan yang mendasar dari penelitian ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan produk yang bagaimana yang dipakai untuk meningkatkan para pembeli. Sedangkan perbedaan yang mendasar dari penelitian ini adalah peran pengembangan produk itu sendiri dan objek yang dikaji yaitu tentang meningkatkan volume penjualan hijab, sementara peneliti membahas mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun.³⁴

2. Fifi Riyanda, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, pada tahun 2015, dengan judul Strategi Pengembangan Produk Deposito IB Desya *Mudharabah* Pada BPRS Suriyah Cabang Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan produk deposito ib desya *mudharabah* di BPRS Suriyah Cabang Semarang dan untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman terhadap strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh BPRS Suriyah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dan jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian lapangan. Hasil temuan yaitu deposito Ib desya mempunyai bagi hasil yang cukup tinggi, cara pengembangannya menggunakan pendekatan proaktif yaitu menentukan target pasar, memantau pesaing dan melakukan promosi, jemput bola.

³⁴ Yuliana, "Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015).

Persamaan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan pada produk. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini menjelaskan strategi pengembangan pada produk deposito dan membahas mengenai analisis SWOTnya, sedangkan yang peneliti kaji disini adalah mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun.³⁵

3. Fahmi Rahmat Hidayat, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, pada tahun 2016, dengan judul Strategi Pengembangan Produk BMT UMJ Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan tentang strategi BMT UMJ dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada produk yang dipasarkan dan untuk mengetahui tentang pola pengembangan strategi BMT UMJ.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif analisis deskriptif dan pendekatan dokumen yang bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan produk BMT UMJ dalam meningkatkan keunggulan bersaing, teknik yang digunakan yaitu studi lapangan dan kepustakaan, dengan metode analisis yang digunakan yaitu deskriptif analisis dan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu mengembangkan variasi mutu, memberikan pelayanan yang memuaskan, mempunyai pola yang beda dari lainnya dengan cara memberikan pelayanan yang sangat

³⁵ Fifi Riyanda, "Strategi Pengembangan Produk Deposito IB Desya Mudharabah Pada BPRS Suriyah Cabang Semarang", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015).

menguntungkan bagi nasabahnya dengan jemput bola, juga sosialisasi, dan promosi produk langsung ketempat-tempat masyarakat sekitar.

Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pengembangan produk. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas mengenai produk keseluruhan, guna meningkatkan keunggulan bersaing, sementara yang peneliti kaji disini adalah mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan juga bentuk diferensiasi yang telah dilakukan pada *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KC Jember.³⁶

4. Ayu Rizki Fadhilah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, pada tahun 2016, dengan judul Pengaruh Strategi Diferensiasi, *Positioning product*, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di KCP Bank Syariah Mandiri Salatiga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh strategi diferensiasi, *positioning product*, dan citra merek terhadap keputusan nasabah untuk menabung di KCP Bank Syariah Mandiri Salatiga.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan *kuesioner*, dan studi kepustakaan, dengan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan bantuan IBM SPSS statistik 20. Dengan hasil Uji F menunjukkan bahwa semua variabel secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil uji T menunjukkan bahwa strategi diferensiasi

³⁶ Fahmi Rahmat Hidayat, "Strategi Pengembangan Produk BMT UMJ Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016).

berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung, sedang variabel *positioning product* dan citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung.

Persamaan pada penelitian ini adalah membahas mengenai bentuk diferensiasi pada produk. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu mempunyai tiga variabel yaitu strategi diferensiasi, *positioning product* dan citra merek, sementara yang peneliti bahas disini adalah mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun, dengan penelitian kualitatif pada Bank Syariah Mandiri KC Jember.³⁷

5. Yulita Sari, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, pada tahun 2017, yang berjudul Strategi Pengembangan Produk Pada Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Pembiayaan *Murabahah* (Studi Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang diterapkan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha dan bagaimana analisis dari strategi pengembangan produk bank syariah dalam meningkatkan kualitas pembiayaan.

Penelitian ini menggunakan metodologi pendekatan kualitatif deskriptif analisis, dengan jenis penelitian studi kasus pada objek. Hasil penelitian yang diperoleh adalah dalam aplikasi pembiayaan *murabahah* PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung memberikan layanan prima,

³⁷ Ayu Rizki Fadhilah, "Pengaruh Strategi Diferensiasi, Positioning Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KCP Bank Syariah Mandiri Salatiga", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, Salatiga, 2016).

strategi yang diterapkan dalam pengembangan produk dengan bauran pemasaran, produk yaitu menciptakan produk yang inovatif sesuai dengan keinginan nasabah dan kebutuhan calon nasabah, *promotion* yaitu dengan menggunakan media cetak, elektronik dan online, serta pameran. Strategi *place* yaitu lokasi kantor yang letaknya strategis.

Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang strategi pengembangan produk. Sedangkan Perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pengembangan produk dalam meningkatkan kualitas pembiayaan *murabahah*, sementara peneliti sendiri disini meneliti mengenai strategi pengembangan produk pada pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada *take over* pembiayaan pensiun.³⁸

6. Tiara Dini Arifah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, pada tahun 2017, dengan judul Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan *Musyarakah* Pada Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Kasus: BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang diterapkan oleh BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas, dan bagaimana analisis SWOT dari strategi pengembangan produk pembiayaan *musyarakah* pada UMKM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan pola deduktif yang diambil dari pernyataan yang bersifat umum lalu ditarik kesimpulan yang bersifat khusus sehingga diketahui hasil dari strategi pengembangan produk pembiayaan *musyarakah* pada usaha,

³⁸ Yulita Sari, "Strategi Pengembangan Produk Pada Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Pembiayaan Murabahah Studi Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2017).

mikro dan kecil, serta bagaimana analisis SWOTnya. Teknik pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara pegawai BPRS Khasanah Ummat, dokumentasi yang bersangkutan dengan penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan *musyarakah* pada usaha, mikro dan kecil (Studi Kasus BPRS Khasanah Ummat) adalah dengan melakukan desain industri untuk memaksimalkan fungsi produk, pengembangan arsitektur tidak signifikan, strategi internal dan eksternal. Strategi internal seperti diskusi antara pihak bank dan karyawan, melakukan promosi brosur yang disediakan di ruangan kantor, sedangkan strategi eksternal dengan kegiatan melakukan promosi terus-menerus, melakukan MOU, mengadakan *event*, penambahan pasar yang dibina oleh BPRS Khasanah Ummat, dan analisis SWOT dengan mengoptimalkan mutu produk dan kualitas pelayanan.

Persamaan pada penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pengembangan produk. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah strategi pengembangan pada produk pembiayaan *musyarakah* pada usaha mikro dan kecil juga menggunakan pendekatan analisis SWOT. Sementara pada penelitian yang peneliti dikaji ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada *take over* pembiayaan pensiunnya.³⁹

7. Siti Kholifah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, pada tahun 2018, dengan judul Pola Pengembangan Produk Bank Syariah Dalam

³⁹ Tiara Dini Arifah, “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil (Studi Kasus: BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas)”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Purwokerto, 2017).

Meningkatkan Kualitas Manajemen Operasional Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pola pengembangan produk, macam-macam produk dan cara meningkatkan kualitas manajemen operasional melalui pengembangan produk bank syariah di PT Bank Perkreditan Rakyat Mandiri Mitra Sukses Syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah pengembangan produk syariah merupakan rancangan BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik dalam mengembangkan produk melalui proses perencanaan perusahaan untuk mengetahui keinginan pasar, menetapkan keputusan yang strategis dalam pembentukan produk, memperbaiki produk, bahkan membuat inovasi produk baru sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan produk jasa perbankan syariah.

Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pengembangan produk. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah menggunakan pola pengembangan produk dengan pendekatan analisis SWOT dan cara untuk meningkatkan kualitas manajemen operasional melalui pengembangan produk, sedangkan penelitian yang peneliti teliti

ini adalah strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada *take over* pembiayaan pensiun.⁴⁰

8. Maghfiroh Putri Lutfiana, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, pada tahun 2018, dengan judul Analisis SWOT Dalam Pertumbuhan Produk *Take Over* Pembiayaan Pensiun Di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan produk *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga dengan menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan merupakan penelitian lapangan, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian yaitu diperoleh beberapa formulasi alternatif strategi dalam pemasaran produk pembiayaan pensiun, terutama *take over* pembiayaan pensiun, yaitu strategi SO mengembangkan produk yang inovatif dan meningkatkan pelayanan cepat dengan *service* yang lama. Strategi WO yaitu mempromosikan produk melalui berbagai media, dan meningkatkan kegiatan sosialisasi pembiayaan pensiun. Strategi ST yaitu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah, menjaga hubungan baik dengan memberi informasi dan membantu nasabah mengambil sisa gaji serta kerja sama dengan instansi perusahaan pengelola dana pensiun. Strategi WT yaitu mengkaji kembali tingkat suku bunga dan plafon pinjaman yang

⁴⁰ Siti Kholifah, "Pola Pengembangan Produk Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Manajemen Operasional Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Tulungagung, 2018).

diberikan, *sales force* lebih agresif untuk meyakinkan nasabah untuk melakukan *take over* ke BSM, agar tidak dipersulit oleh bank asal, nasabah tidak membatalkan pembiayaan ke BSM.

Persamaan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pertumbuhan *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan analisis SWOT, sementara penelitian yang peneliti teliti ini berupa analisis strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaannya.⁴¹

9. Siti Aminah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, pada tahun 2018, dengan judul Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan *Positioning* Dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada Produk BSM OTO di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi diferensiasi dan *positioning* terhadap motivasi nasabah melakukan pembiayaan pada produk BSM OTO.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif, metode pengumpulan data dilakukan secara *kuesioner*, wawancara dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang berasal dari *kuesioner*, teknik analisa data menggunakan bantuan SPSS 17. Hasil pengujian secara parsial strategi diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan dalam memotivasi nasabah.

⁴¹ Maghfiroh Putri Lutfiana, “Analisis SWOT Dalam Pertumbuhan Produk Take Over Pembiayaan Pensiun di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Purwokerto, 2018).

Strategi *positioning* tidak berpengaruh signifikan dalam memotivasi nasabah. Secara simultan strategi diferensiasi dan *positioning* secara bersama-sama berpengaruh dalam memotivasi nasabah.

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan bentuk diferensiasi pada Bank Syariah Mandiri. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan variabel lain yaitu *positioning* dalam memotivasi nasabah melakukan pembiayaan pada produk BSM OTO. Sementara peneliti disini meneliti tentang strategi pengembangan produk pada pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada *take over* pembiayaan pensiun, dengan metode penelitian kualitatif pada Bank Syariah Mandiri KC Jember, sehingga banyak nasabah yang menggunakan produk *take over* pembiayaan pensiun tersebut.⁴²

10. Halip, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, pada tahun 2019, dengan judul Analisis Strategi Diferensiasi Produk Tabungan Investa Cendekia Pada Bank Syariah Mandiri KC Situbondo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi diferensiasi produk tabungan investa cendekia pada Bank Syariah Mandiri KC Situbondo, dan untuk mengetahui perhitungan nisbah bagi hasil produk tabungan investa cendekia pada Bank Syariah Mandiri KC Situbondo.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penentuan informan dengan teknik *purposive sampling*, pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi,

⁴² Siti Aminah, "Pengaruh Strategi dan Positioning Dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada Produk BSM OTO di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2018).

wawancara dan dokumentasi, dan analisa data menggunakan analisis deskriptif, uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian adalah strategi diferensiasi produk tabungan investasi cendekia pada Bank Syariah Mandiri KC Situbondo adalah bank melakukan kerjasama dengan PT. Asuransi Tafakul Keluarga. Serta dalam produk dan jasanya Bank Syariah Mandiri menggunakan *marketing mix*. Kemudian perhitungan nisbah bagi hasil tabungan investa cendekia dihitung berdasarkan saldo rata-rata harian dan akan dibukukan ke rekening BSM KC Situbondo lebih tinggi dibandingkan dengan tabungan biasa karena nisbah bagi hasil tabungan investa cendekia BSM memiliki jangka waktu dimana nasabah tidak dapat menarik saldo sewaktu-waktu. Nisbah bagi hasilnya adalah 52% untuk nasabah dan 48% untuk bank.

Persamaan dalam penelitian ini adalah menganalisis strategi diferensiasi pada Bank Syariah Mandiri. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah, penelitian ini memfokuskan pada produk penghimpunan dana berupa investa cendekia, sementara penelitian yang peneliti teliti ini yaitu strategi pengembangan produk pembiayaan pensiunnya dan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun.⁴³

Dari penjelasan penelitian terdahulu yang dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti ini, yaitu sebagai berikut:

⁴³ Halip, "Analisis Strategi Diferensiasi Produk Tabungan Investa Cendekia Pada Bank Syariah Mandiri KC Situbondo", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2019).

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN/TAHUN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Yuliana “Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang)” (2015)	Persamaan yang mendasar dari penelitian ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan produk.	Perbedaan yang mendasar dari penelitian ini adalah objek yang dikaji yaitu tentang meningkatkan volume penjualan hijab, sementara peneliti membahas mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada <i>take over</i> pembiayaan pensiun.
2.	Fifi Riyanda “Strategi Pengembangan Produk Deposito IB Desya Mudharabah Pada BPRS Suriyah Cabang Semarang” (2015)	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti akan teliti adalah membahas mengenai strategi pengembangan produk.	Perbedaan yang ada dalam penelitian ini adalah penelitian ini meneliti tentang analisis SWOT terhadap strategi pengembangan produk, produk yang diteliti pun tentang deposito, sementara peneliti sendiri disini meneliti mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada <i>take over</i> pembiayaan pensiun.
3.	Fahmi Rahmat Hidayat “Strategi Pengembangan Produk BMT UMJ Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing” (2016)	Penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti teliti yaitu sama-sama membahas tentang strategi	Perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas mengenai produk keseluruhan, guna meningkatkan keunggulan bersaing,

		pengembangan produk untuk meningkatkan keunggulan bersaing	sementara yang peneliti kaji disini adalah mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan juga bentuk diferensiasi yang telah dilakukan pada <i>take over</i> pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KC Jember.
4.	Ayu Rizki Fadhilah “Pengaruh Strategi Diferensiasi, <i>Positioning product</i> , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di KCP Bank Syariah Mandiri Salatiga” (2017)	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai bentuk diferensiasi salah satu produk pada Bank Syariah Mandiri	Perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian menggunakan kuantitatif yang berfokus pada pengaruh strategi diferensiasi terhadap keputusan nasabah menabung di BSM, dan pengaruh <i>positioning product</i> serta citra merek terhadap keputusan nasabah menabung di BSM, sedangkan penelitian yang diteliti disini yaitu strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada <i>take over</i> pembiayaan pensiun.
5.	Yulita Sari “Strategi Pengembangan Produk Pada Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Studi Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)”	Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pengembangan produk	Perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pengembangan produk dalam meningkatkan kualitas pembiayaan <i>murabahah</i> ,

	(2017)		sementara peneliti disini meneliti mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada <i>take over</i> pembiayaan pensiun.
6.	Tiara Dini Arifah “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan <i>Musyarakah</i> Pada Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Kasus: BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas)” (2017)	Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pengembangan produk	Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah strategi pengembangan pada produk pembiayaan <i>Musyarakah</i> Pada Usaha Mikro dan Kecil juga menggunakan pendekatan analisis SWOT, Sementara pada penelitian yang dikaji ini yaitu membahas mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada <i>take over</i> pembiayaan pensiunnya
7.	Siti Kholifah “Pola Pengembangan Produk Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Manajemen Operasional Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik” (2018)	Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan strategi pengembangan produk	Perbedaannya penelitian ini adalah menggunakan pola pengembangan produk dengan pendekatan analisis SWOT dan cara untuk meningkatkan kualitas manajemen operasional melalui pengembangan produk, sedangkan penelitian yang peneliti teliti ini adalah mengenai analisis strategi

			pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada <i>take over</i> pembiayaan pensiun.
8.	Maghfiroh Putri Lutfiana “Analisis SWOT Dalam Pertumbuhan Produk <i>Take Over</i> Pembiayaan Pensiun Di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga” (2018)	Persamaan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis <i>take over</i> pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri	Perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan analisis SWOT, sementara penelitian yang diteliti ini berupa strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi <i>take over</i> pembiayaan pensiun
9.	Siti Aminah “Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan <i>Positioning</i> Dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada Produk BSM OTO Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung” (2018)	Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan bentuk diferensiasi pada salah satu produk di Bank Syariah Mandiri	Perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif, variabel lain yaitu <i>positioning</i> dalam memotivasi nasabah melakukan pembiayaan pada produk BSM OTO. sementara peneliti disini meneliti tentang strategi pengembangan produk pada pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada <i>take over</i> pembiayaan pensiun.
10.	Halip “Analisis Strategi Diferensiasi Produk Tabungan Investa Cendekia Pada Bank Syariah Mandiri KC Situbondo” (2019)	Persamaan dalam penelitian ini adalah menganalisis strategi diferensiasi pada salah satu produk di Bank Syariah Mandiri	Perbedaan dalam penelitian ini adalah, penelitian ini memfokuskan pada produk penghimpunan dana berupa investa cendekia, sementara penelitian yang diteliti

			ini yaitu strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi <i>take over</i> pembiayaan pensiun.
--	--	--	--

Sumber : Data Diolah

B. Kajian Teori

1. Pemasaran

a. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran yaitu kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Pengertian lain dari manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan.⁴⁴

b. Tugas Manajemen Pemasaran

Adapun tugas-tugas manajemen pemasaran adalah perencanaan terhadap kegiatan pemasaran, menggiatkan pelaksanaan kegiatan pemasaran, pengendalian kegiatan pemasaran.⁴⁵

c. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem dalam kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan

⁴⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 130.

⁴⁵ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 1998), 108.

existing customer dan *potential customer*. Definisi lain pemasaran yaitu pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang mencakup individu dan kelompok guna mendapatkan yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan jasa yang bernilai dengan pihak lain.⁴⁶

Arti lain dari Pemasaran sendiri yaitu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli, konsumen, atau nasabah.⁴⁷

Pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama *marketing*, asal kata pemasaran adalah pasar yang sama dengan *market*. *Marketing* di definisikan sebagai kegiatan membeli dan menjual dan termasuk didalamnya kegiatan menyalurkan barang dan jasa antara produsen dan konsumen.⁴⁸ Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberi kepuasan.⁴⁹

⁴⁶ IBI-LSPP, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 115.

⁴⁷ Irma Nilasari dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 5-7.

⁴⁸ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 1-2.

⁴⁹ Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan/Perbankan* (Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2009), 17.

d. Tujuan Pemasaran

Memaksimumkan konsumsi atau memudahkan konsumen dan merangsang konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang, memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah, memaksimumkan pilihan produk, memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan pada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.⁵⁰

e. Pentingnya Pemasaran

Pemasaran marketing bagi bank merupakan hal yang sangat penting dalam memperkenalkan dan menjual sarana-sarana pengumpulan dana (*input*) dan penyaluran kredit. Tujuan pemasaran jasa-jasa bank yaitu mendorong tercapainya tujuan bank, meningkatkan kepercayaan masyarakat SSU (*Surplus Spending Unit*) dan DSU (*Defisit Spending Unit*) kepada bank, menginformasikan sarana-sarana penabungan dan jenis-jenis kredit yang diberikan bank, memperbesar penarikan dana dan penyaluran kredit bank, memperbesar daya saing bank.⁵¹

f. Perencanaan Pemasaran

Perencanaan sangat diperlukan untuk membuat arah dan koordinasi dalam bentuk tahapan program sesuai dengan kondisi internal dan eksternal serta perkembangan masa mendatang.

⁵⁰ Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan/Perbankan* (Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2009), 18-19.

⁵¹ Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001), 144.

Marketing planning meliputi *the strategic marketing plan* yaitu menetapkan target pasar dan bagaimana memosisikan nilai yang ditawarkan berdasarkan analisis peluang pasar, dan *the tactical marketing plan* yaitu terkait fitur produk, promosi, harga, saluran penjualan, layanan.⁵²

g. Konsep Pemasaran

1) Konsep Produksi

Konsep ini merupakan konsep awal dari produsen untuk menguasai pasar.

2) Konsep Produk

Pada saat barang masih langka di pasar, maka produsen memusatkan perhatian pada teknis pembuatan produk saja, produsen belum memerhatikan selera konsumen.

3) Konsep Penjualan

Produsen membuat barang, kemudian harus menjual barang itu dengan berbagai teknik promosi. Karena adanya promosi secara maksimal. Paham dari konsep ini adalah konsumen pasti mau membeli barang bila dirangsang untuk membeli, promosi yang besar-besaran merupakan ciri khas dari *selling concept*.

4) Konsep Pemasaran

Disini produsen tidak hanya membuat barang, tidak pula asal melancarkan promosi, akan tetapi produsen memusatkan

⁵² IBI-LSPP, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 116.

perhatian pada selera konsumen, produsen memerhatikan *needs* dan *wants* dari konsumen.

5) Konsep Kemasyarakatan

Tingkat orientasi pada rasa tanggung jawab sosial dan kemanusiaan didasarkan atas banyaknya kritik dan sorotan dari luar perusahaan, baik yang datang dari pemerintah ataupun dari masyarakat melalui lembaga konsumen atau LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) maka perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab moral untuk melayani masyarakat dengan sebaik-baiknya.⁵³

h. Konsep Pemasaran Global

Pada konsep global ini manajer eksekutif berusaha memahami semua faktor-faktor lingkungan eksternal yang dapat memengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap, dengan tujuan akhirnya adalah berusaha untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlihat di dalam perusahaan termasuk *stakeholder*.⁵⁴

i. Strategi Pemasaran

Adalah strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh pengusaha. Strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Terdapat tiga strategi pemasaran yaitu:

⁵³ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 19-21.

⁵⁴ *Ibid.*, 22.

1) Pengusaha yang mensegmentasikan pasar

Dalam strategi ini pengusaha menyajikan produk yang berbeda, dengan harga yang berbeda, serta promosi atau distribusi yang berbeda pula terhadap segmen pasar yang berbeda. Strategi ini dinamakan pemasaran serba beda atau *differentiated marketing*.

2) Pengusaha yang tidak melakukan segmentasi pasar

Artinya pengusaha ini menggabungkan semua segmen yang ada dalam pasar yang dihadapinya. Tindakan seperti ini disebut *undifferentiated marketing* atau pemasaran serba sama.

3) Strategi konsentrasi

Yaitu strategi yang hanya memilih dan menentukan satu segmen pasar saja sebagai sasarannya untuk dilayani dengan segenap sumber daya serta *marketing mix* atau bauran pemasarannya. Strategi ini disebut *concentrated marketing* atau pemasaran konsentrasi.⁵⁵

2. Pengembangan

a. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan (*Ekspansion Strategi*), dilakukan oleh unit usaha yang baru atau sedang merintis, serta perusahaan yang sedang banyak mendapatkan peluang dalam memajukan bisnisnya, perusahaan yang punya ide cemerlang atas produk yang sudah lama

⁵⁵ Basu Swatha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 75.

atau terbaru. Variasi atau ragam strategi pengembangan terdiri dari penambahan jumlah, penambahan fungsi dan perluasan pasar.

1) Penambahan Jumlah

Penambahan jumlah produk dengan inovatif berbeda atau penambahan jumlah produk untuk memenuhi permintaan, meningkatkan kerja sama.

2) Penambahan Fungsi

Penambahan fungsi perusahaan dengan menambah fasilitas.

3) Perluasan Distribusi Pemasaran

Perluasan pasar dilakukan dengan cara meningkatkan peran 4P, yang dapat dilakukan adalah pengembangan produk untuk menarik minat pembeli, permainan harga, harga tawar menawar, harga kredit, harga *include*, harga promosi, perluasan distribusi pemasaran, promosi.⁵⁶

b. Ragam Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan dapat dilakukan dengan cara lain:

1) Strategi Penetrasi Pasar

Meningkatkan distribusi pemasaran yang sudah ada saat perusahaan merintis jalurnya, dengan beberapa gebrakan seperti memanfaatkan tren atau momentum.

⁵⁶ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 108-110.

2) Strategi Diversifikasi Konsentrik

Menciptakan komponen yang saling terkait produknya satu sama lain, pada segmen pasar yang sama.

3) Strategi Diversifikasi Konglomerat

Strategi pengembangan multibisnis non linier di pasar yang beda.

4) Strategi Diversifikasi Horizontal

Dengan menarik *visitor*, karena dikelengkapan produk, dengan cara menambah produk yang sesuai, demi kepuasan pelanggan.

5) Pengembangan Pasar Dengan Memasuki Pasar Baru

Yang sudah diestimasi ada peluang usaha, dengan cara mengembangkan riset dan memperkenalkan produk dengan cara diversifikasi pada produk yang sudah ada.

6) Usaha Patungan

Usaha yang dilakukan oleh beberapa individu atau beberapa perusahaan dengan bekerja sama dalam kontribusi modal, dan pengelolaannya disepakati bersama, dengan jangka waktu yang ditentukan atau tidak.

7) Bisnis Waralaba

Yaitu bisnis yang menerapkan strategi pengembangan melalui usaha menjual jasa manajemen.

8) Strategi Global

Melakukan bisnis persilangan antar negara yang dilakukan dengan tujuan penghematan biaya.⁵⁷

c. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar merupakan alternatif yang paling banyak dipilih setelah konsentrasi, jadi pengembangan pasar disini adalah bila para pengambil keputusan kunci dalam perusahaan mengambil langkah-langkah seperti:

- 1) Memasarkan produk yang menjadi andalan sekarang
- 2) Jika perlu melakukan modifikasi yang sekadar bersifat kosmetik
- 3) Produk dipasarkan kepada para pelanggan di suatu wilayah penjualan tertentu.
- 4) Upaya menambah jumlah pelanggan dilakukan antara lain melalui penambahan saluran distribusi produk atau dengan mengubah materi iklan serta medianya sehingga menarik minat para calon pelanggan dan mempertahankan loyalitas para pelanggan lama.

Jadi pengembangan pasar berarti penjualan produk andalan suatu perusahaan di pasar yang baru dimasukinya. Pengembangan pasar pada umumnya juga berarti melakukan upaya yang sistematis untuk menarik segmen baru di masyarakat. Pengembangan pasar disamping mempertahankan para pelanggan lama agar mereka tetap menjadi pengguna produk yang setia meskipun di pasaran terdapat

⁵⁷ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 114-116.

produk lain yang ditawarkan oleh para perusahaan pesaing. Perusahaan meluncurkan produk baru yang diharapkan diminati oleh para pengguna produk pesaing. Terdapat dua teknik yang sering digunakan untuk menarik minat para pesaing baru yaitu memperluas jaringan distribusi produk dan mengintensifkan upaya periklanan dengan menggunakan berbagai media.⁵⁸

d. Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan dayaguna maupun daya pemuas yang lebih besar. Pengembangan produk ini menyangkut penawaran produk baru atau produk yang diperbaiki atau disempurnakan untuk pasar yang telah tersedia. Dengan mengadakan pengembangan produk, perusahaan dapat memahami kebutuhan dan keinginan pasar, serta melihat kemungkinan pemahaman atau perubahan ciri-ciri khusus/tertentu dari produk, menciptakan beberapa tingkat kualitas/mutu, atau menambah tipe maupun ukuran untuk lebih dapat memuaskan pasar yang telah tersedia.

Pada umumnya kegiatan pengembangan produk ini berhubungan erat dengan kegiatan inovasi. Dalam melakukan pengembangan produk ini terdapat beberapa faktor yang mendorong,

⁵⁸ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), 146.

baik bersifat intern maupun ekstern. Faktor intern yang mendorong pengembangan produk adalah:

- 1) Terjadinya kelebihan kapasitas dalam perusahaan yang perlu diperhatikan, sehingga untuk menghindarinya perlu diperhatikan, sehingga untuk menghindarinya perlu dilakukan penganalisaan sebab-sebabnya dan berusaha mencari penyelesaiannya dengan pengembangan produk.
- 2) Adanya hasil sampingan yang mungkin masih dapat dibuat dalam suatu jenis produk lain.
- 3) Adanya usaha untuk menggunakan bahan yang sudah ada dalam memproduksi suatu produk yang mempunyai nilai yang tinggi.

Faktor ekstern yang mendorong pengembangan produk adalah:

- 1) Adanya persaingan yang dekat dengan produk saingan, dimana terlihat produk saingan agak unggul
- 2) Adanya usaha menjadi *leader* dalam jenis produk tertentu, disamping untuk menaikkan prestise.
- 3) Adanya kemunduran dalam permintaan terhadap produk yang sudah ada, terutama karena adanya perbedaan harga dengan produk lain yang lebih murah.⁵⁹

Pengembangan produk yaitu apabila suatu perusahaan meluncurkan produk baru yang ditujukan pada pasar yang sekarang

⁵⁹ Sofjan Sauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 219-221.

pun sudah dimasuki. Pengembangan produk dapat berarti mengambil berbagai langkah yaitu:

- 1) Melakukan modifikasi yang substansial terhadap produk yang sudah dihasilkan selama ini.
- 2) Menciptakan produk baru untuk memberikan manfaat sejenisnya kepada pelanggan lama tanpa mengubah saluran distribusi dan pemasaran.
- 3) Memperpanjang daya guna produk yang dihasilkan sekarang.
- 4) Menarik keuntungan dari reputasi perusahaan karena produk yang dihasilkan diminati oleh para pelanggan.

Pengembangan produk ini biasanya ditujukan pada upaya menarik minat para nasabah untuk membeli dan menggunakan produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan karena nasabah merasa puas dengan produk yang selama ini sudah diluncurkan, dipromosikan dan dijual oleh perusahaan karena yang menjadi sasaran adalah pelanggan lama. Strategi pengembangan produk biasanya mencakup tiga jenis kegiatan yaitu: mengembangkan dan meluncurkan produk baru, mengembangkan variasi mutu produk lama, dan mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama itu.⁶⁰

Dengan pengembangan produk dapat menawarkan produk baru atau modifikasi dari produk lama kepada pasar lama, maka perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar dan

⁶⁰ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), 146-147.

harus melihat perubahan apa yang dilakukan pada produknya, bisa meliputi bentuk, jenis atau tipenya, sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih besar bagi konsumennya.⁶¹

e. Tujuan Pengembangan Produk

Ada empat tujuan pengembangan produk baru yaitu:

- 1) Mengurangi waktu pengembangan
- 2) Memaksimumkan kesesuaian dengan kebutuhan konsumen
- 3) Memaksimumkan kualitas produk
- 4) Memaksimumkan kemampuan produksi dan efisiensi

f. Prinsip-Prinsip Pengembangan Produk

Terdapat empat prinsip dalam pengembangan produk yang harus terpenuhi agar berbagai tujuan dapat tercapai, yaitu:

- 1) Menyediakan suatu wadah penyaluran yang menampung berbagai ide produk, guna mengevaluasi dan mengendalikan perbedaan-perbedaan ide-ide produk yang muncul dalam upaya pengembangan produk.
- 2) Menentukan tim terpadu antar fungsional yang terdiri dari individu-individu dari berbagai bagian fungsional yang berbeda, dan menunjuk seorang pemimpin yang memiliki latar belakang keahlian diatas yang lainnya.

⁶¹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen pemasaran* (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 1998), 142-143.

- 3) Menggunakan keahlian teknis terpadu, dalam mendesain produk dan proses pembuatan dapat memperpendek waktu pengembangan produk, meningkatkan kemampuan produksi dan kualitas produk.
- 4) Melibatkan baik konsumen maupun para pemasok seoptimal mungkin dalam proses pengembangan produk.⁶²

3. *Differentiation*

a. *Product Differentiation*

Posisi strategis yang berbentuk pembeda produk merupakan kondisi dimana pengusaha dapat membuat barang yang dipasarkannya itu berbeda dengan barang yang dipasarkan oleh pesaingnya.⁶³ Dalam strategi diferensiasi perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan barang dengan karakteristik tertentu yang khas yang pada akhirnya mengakibatkan barang tersebut dianggap unik dan bahan eksklusif oleh konsumen. Perusahaan berusaha memilih salah satu atau beberapa barang/pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen. Strategi diferensiasi baru berhasil diterapkan jika manajemen mampu memenuhi persyaratan organisatoris, sumber daya manusia, dan sumber dana yang diperlukan. Perusahaan hendaklah memiliki keunggulan penelitian dasar dan kepemimpinan teknologi yang ada pada gilirannya mampu menghasilkan produk baru yang berkualitas dan dinilai unik oleh konsumen. Strategi diferensiasi juga tepat diterapkan jika hanya tersedia kemungkinan yang kecil bagi pesaing

⁶² Murhadi, *Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 76-79.

⁶³ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 1998), 136.

untuk segera mengikuti. Pendekatan dan teknik diferensiasi yang digunakan tidak begitu saja dapat ditiru oleh pesaing dengan mudah dan cepat, jika diukur dengan besaran investasi dan waktu yang diperlukan, imitasi tidak akan segera terjadi. Akibatnya diferensiasi dapat berjalan dalam waktu yang relatif panjang, lama waktu tersebut dapat berakibat pada peningkatan reputasi perusahaan.⁶⁴

Perusahaan berusaha bagaimana bisa tampil beda baik dalam produk, pasar, harga, dan distribusi maupun pelayanannya. Tujuannya untuk menciptakan suatu kefanatikan konsumen kepada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dan menciptakan sekaligus menarik konsumen baru atau konsumen pesaing. Perusahaan menjalankan cara ini harus memiliki kompetensi yang kuat dalam hal sebagai berikut:

- 1) Memiliki intelegen pasar dan pemasaran yang kuat
- 2) Kreatif dan inovatif
- 3) Memiliki kekuatan mutu yang sulit ditiru
- 4) Manajemen organisasi dan fungsi-fungsinya berjalan stabil dan kondusif.⁶⁵

b. Bentuk-bentuk *Differentiation*

Untuk menjadi pemimpin pasar, perusahaan harus memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing lain.

Diferensiasi dapat dilakukan melalui konten yang ditawarkan, lewat konteks cara menawarkan dan infrastruktur pendukungnya, sehingga

⁶⁴ Nanda LimaKrisna, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 61-62.

⁶⁵ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 108.

produk dan jasa bank syariah bisa memiliki nilai jual.⁶⁶ Pemasar harus memulai dengan keyakinan bahwa dapat mendiferensiasikan segala sesuatu. Perusahaan juga harus fokus pada keunggulan pelanggan yang mendorong perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitif yang tahan lama, keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk bekerja dalam satu atau lebih cara yang tidak dapat atau tidak disamai oleh pesaing.⁶⁷

Diferensiasi merupakan elemen dari penawaran yang membedakan dengan pesaing sehingga pasar memilih produk tersebut. Poin diferensiasi menentukan mengapa pasar harus memilih anda dibandingkan dengan pesaing.⁶⁸ Diferensiasi itu penting bagi suatu perusahaan dalam persaingan yang sangat pro-kompetisi agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, diferensiasi membuat penawaran perusahaan menjadi unik sehingga perusahaan dapat memiliki kelangsungan hidup yang lebih lama, mendukung *positioning* perusahaan, karena diferensiasi akan memperjelas *positioning* yang dimiliki perusahaan sehingga tercipta integritas yang kuat bagi perusahaan.

Definisi diferensiasi yaitu bagaimana menciptakan penawaran yang berbeda kepada pasar dibanding pesaing. Menurut Philip Kotler diferensiasi sebagai pembeda penawaran pasar suatu perusahaan untuk

⁶⁶ IBI-LSPP, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 130.

⁶⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* (Erlangga: 2009), 301.

⁶⁸ Tim MakrPlus, *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation* (Erlangga Group, 2010), 24.

mencapai nilai pelanggan yang unggul.⁶⁹ Diferensiasi merupakan tindakan merancang satu rangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Untuk melakukan diferensiasi tersebut, pemasar perlu memerhatikan diferensiasi dalam produk yang dihasilkan perusahaan, yaitu:

1) Diferensiasi *Personel*

Perusahaan bisa memperkerjakan karyawan yang lebih terlatih.⁷⁰ Perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang kuat dengan memperkerjakan dan melatih orang-orang yang lebih baik dari pada pesaingnya. Personel yang terlatih lebih baik menunjukkan enam karakteristik yaitu kemampuan, kesopanan, kredibilitas, dapat diandalkan, cepat tanggap, dan komunikasi.⁷¹

2) Diferensiasi Saluran

Perusahaan dapat merencanakan cakupan, keahlian, dan kinerja saluran distribusi mereka secara lebih efektif dan efisien.⁷² Perusahaan dapat mencapai diferensiasi melalui cara mereka membentuk saluran distribusi terutama jangkauan, keahlian dan kinerja saluran-saluran tersebut.⁷³

⁶⁹ Tim MakrPlus, *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation* (Erlangga Group, 2010), 26.

⁷⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* (Erlangga: 2009), 302.

⁷¹ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 99.

⁷² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* (Erlangga: 2009), 303.

⁷³ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 99.

3) Diferensiasi Citra (*Image*)

Perusahaan dapat mengukir citra yang kuat dan menarik.⁷⁴

Bahkan dalam penawaran bersaing yang kelihatan sama, pembeli mungkin berbeda tanggapannya pada citra perusahaan atau citra produk yang satu dengan lainnya. Citra yang efektif melakukan tiga hal bagi perusahaan yaitu menyampaikan pesan tunggal yang memantapkan karakter produk dan usulan nilai, menyampaikan pesan ini dengan cara yang berbeda sehingga tidak dikelirukan dengan pesan serupa dari para pesaing, dan mengirimkan kekuatan emosional sehingga membangkitkan keinginan maupun pikiran pembeli. Dalam diferensiasi citra pembeda utamanya yaitu lambang, media tertulis, audiovisual, suasana dan acara-acara.⁷⁵

4) Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk fisik menyerupai suatu garis. Di ujung yang satu, kita menemukan produk yang sangat terstandarisasi dimana hanya dimungkinkan adanya sedikit variasi, di ujung lain yaitu produk dengan diferensiasi tinggi. Pembeda produk utama adalah keistimewaan, kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya dan rancangan.

5) Diferensiasi Pelayanan

Perusahaan juga dapat mendiferensiasikan pelayanannya.

Penambahan pelayanan dapat meningkatkan nilai serta kualitasnya,

⁷⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi KetigaBelas* (Erlangga: 2009), 303.

⁷⁵ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 100.

pembeda pelayanan utama yaitu kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pelanggan, konsultasi pelanggan, pemeliharaan perbaikan, dan sebagainya.⁷⁶

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Perbankan merupakan industri jasa sehingga konsep pemasarannya lebih cenderung mengikuti konsep pemasaran untuk produk jasa. *Marketing mix* terdiri atas *product, price, promotion, place*.

a. *Product*

Desain produk perbankan harus memperhatikan prosedur, dan layanan yang disesuaikan dengan keinginan nasabah, adanya jaminan dari bank, dan dukungan teknologi serta peralatan yang memadai.⁷⁷

Produk merupakan titik sentral dari kegiatan *marketing*, produk dapat berupa barang, dapat pula berupa jasa. Oleh karena itu, perlu diketahui produk apa yang akan dipasarkan bagaimana selera konsumen masa kini, apa *needs* dan *wants* mereka, maka produk yang dihasilkan haruslah mempertimbangkan *product features* yaitu model, rupa, ciri-ciri istimewa, atribut dari produk tersebut.⁷⁸

b. *Price*

Pengertian harga terhadap produk dan jasa bank syariah merupakan kontra prestasi dalam bentuk margin, bagi hasil, *fee* atau uang jasa (*ujrah*), joalah (*success fee*), untuk pembiayaan, penghimpunan dana, dan jasa yang diberikan. Bagi hasil yang

⁷⁶ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 97-98.

⁷⁷ IBI-LSPP, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 130.

⁷⁸ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 96.

ditentukan dalam bentuk nisbah tidak mutlak menentukan besarnya pembagian bagi hasil, tetapi lebih ditentukan oleh kinerja bank. Penentuan biaya tidak boleh ditetapkan berdasarkan persentase nilai pembiayaan. Nasabah pembiayaan boleh dikenakan biaya penagihan sesuai dengan ongkos yang dikeluarkan oleh bank. Pihak bank boleh mengenakan denda agar nasabah disiplin dalam melakukan kewajibannya, sedangkan dana yang diperoleh bank dipakai untuk kegiatan sosial bukan pendapatan bank.

c. *Promotion*

Kegiatan promosi produk dan jasa bank lebih banyak dilakukan lewat media cetak atau audiovisual. Konsepnya berupa *advertising*, *sales promotion*, *public relation*, *sales training*, serta *marketing reseach*, juga lewat *word of mouth*.

Promosi ini bertujuan untuk menginformasikan kehadiran produk baru, *brand awareness*, atau mempertahankan penjualan produk. Sarana promosi yang biasa digunakan oleh bank adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.

d. *Place*

Saat ini saluran distribusi produk dan jasa bank lebih didominasi jaringan kantor meski didukung oleh ATM (*Automated Teller Machine*), *internet banking*, *mobile banking*, serta lewat *outlet*

pihak ketiga seperti kantor pos. Penentuan lokasi kantor, ATM, dan CDM (*Cash Deposit Machine*) harus berada di titik keramaian.⁷⁹

Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan, disini penting sekali perantara dan pemilihan saluran distribusinya. Perantara ini adalah sangat penting karena dalam segala hal mereka berhubungan dengan konsumen.⁸⁰

5. Pembiayaan Pensiun

a. Pengertian Pembiayaan

Selain tugas mengumpulkan dana dari masyarakat, fungsi atau tugas pokok utama bank yaitu sebagai penghimpun dana dan penyaluran dana kepada masyarakat. Salah satu bentuk penyaluran dana ke masyarakat itu adalah pembiayaan, yaitu bank memberikan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit.⁸¹ Pembiayaan merupakan aktivasi bank syariah dalam menyalurkan dana ke pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Menurut UU Perbankan No 10 Tahun 1998 pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang

⁷⁹ IBI-LSPP, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 132-133.

⁸⁰ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 100.

⁸¹ Ahmadio, *Dasar-Dasar Bank Syariah* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 105-106.

atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan bagi hasil.⁸²

Pembiayaan konsumtif merupakan pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk dipakai memenuhi kebutuhan. Kebutuhan konsumsi dapat dibedakan menjadi atas kebutuhan primer adalah kebutuhan pokok, dan kebutuhan sekunder adalah kebutuhan tambahan.⁸³

b. Pengalihan Utang (*Hawalah*)

Al-hawalah atau *al-hiwalah* merupakan pemindahan kewajiban membayar utang dari orang yang berutang kepada orang yang berutang lainnya. *Al-hawalah* juga diartikan pengalihan kewajiban membayar utang dari beban pihak pertama kepada pihak lain yang berutang kepadanya atas dasar saling mempercayai.⁸⁴ Dalam pengertian lain *al-hawalah* merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam istilah para ulama hal ini merupakan pemindahan beban utang dari *muhil* (orang yang berutang) menjadi tanggungan *muhil 'alaih* atau orang yang berkewajiban membayar utang. Manfaat *hawalah* yaitu memungkinkan penyelesaian utang dan piutang dengan cepat dan simultan, tersedianya talangan dana untuk hibah bagi yang membutuhkan, dapat menjadi salah satu *fee-based income* atau sumber pendapatan non pembiayaan bagi bank syariah.

⁸² Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 105-106.

⁸³ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Bagi Bankir & Praktisi Keuangan* (Tazkia Institut, 1999), 228.

⁸⁴ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 212.

Adapun risiko yang harus diwaspadai dari kontrak *hawalah* adalah adanya kecurangan nasabah dengan memberi *invoice* palsu atau wanprestasi (ingkar janji) untuk memenuhi kewajiban *hawalah* ke bank.⁸⁵

c. Landasan Hukum Pengalihan Utang

Landasan hukum pengalihan utang adalah:

1) Al-Qur'an

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ
وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya : “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji, sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya”. (QS. Al-Isra’: 34).⁸⁶

2) Al-Hadits

Imam Bukhari dan Muslim meriwayatkan dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah saw. Bersabda,

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ يُوسُفَ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ ابْنِ ذَكْوَانَ عَنِ الْأَعْرَجِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَطْلُ الْغَنِيِّ ظُلْمٌ وَمَنْ أَتْبَعَ عَلَىٰ مَلِيٍّ فَلْيَتَّبِعْ

Artinya : “Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Yusuf telah menceritakan kepada kami Sufyan dari Ibnu Dzakwan dari Al A’raj dari Abu Hurairah radliallahu ‘anhu dari Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: menunda membayar utang bagi orang kaya adalah kezaliman dan apabila seorang dari kalian

⁸⁵ Syafi’i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 126-127.

⁸⁶ Al-Qur’an dan terjemahan, 17:34.

utangny dialihkan kepada orang kaya, hendaklah ia ikuti". (HR. Bukhari dan Muslim).⁸⁷

Pada hadist tersebut, Rasulullah memberitahukan kepada orang yang mengutangkan, jika orang yang berutang mengalihkan utang tersebut kepada orang yang kaya/mampu, hendaklah ia menerima pengalihan tersebut dan hendaklah ia menagih kepada orang yang dialihkan itu. Dengan demikian haknya dapat terpenuhi. Sebagian ulama berpendapat bahwa perintah untuk menerima pengalihan utang dalam hadis tersebut menunjukkan wajib. Oleh sebab itu, wajib bagi yang mengutangkan menerima pengalihan utang. Adapun mayoritas ulama berpendapat bahwa perintah itu menunjukkan sunnah. Jadi sunnah hukumnya menerima pengalihan utang bagi yang mengutangkan. Ulama sepakat membolehkan pengalihan utang pada utang yang tidak berbentuk barang atau benda, karena pengalihan utang adalah perpindahan utang. Oleh sebab itu harus pada uang atau kewajiban finansial.⁸⁸

3) Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 31/DSN-MUI/VI/2002 tentang pengalihan hutang.

d. *Take Over*

Take over menurut fatwa DSN MUI Nomor 31 tahun 2002 tentang pengalihan utang adalah pemindahan utang nasabah dari bank

⁸⁷ Abi Abdillah Muhammad bin Ismail Al-Bukhari, *Shahih Bukhari* (Syirkah Al-Quds, 2014), 53.

⁸⁸ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 126-127.

atau lembaga keuangan konvensional ke bank atau lembaga keuangan syariah.⁸⁹

Akad yang digunakan untuk transaksi ini dapat melalui empat alternatif yaitu:

1) Alternatif I

- a) LKS (Lembaga Keuangan Syariah) memberikan *qardh* kepada nasabah. Dengan *qardh* tersebut nasabah melunasi kredit (utang)nya, dengan demikian aset yang dibeli dengan kredit tersebut menjadi milik nasabah secara penuh.
- b) Nasabah menjual aset dimaksud angka 1 kepada LKS, dan dengan hasil penjualan itu nasabah melunasi *qardh*-nya kepada LKS.
- c) LKS menjual murabahah aset yang telah menjadi miliknya tersebut kepada nasabah, dengan pembayaran secara cicilan.
- d) Fatwa DSN nomor: 19/DSN-MUI/IV/2001 tentang *al-qardh* dan Fatwa DSN nomor: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah* berlaku pula dalam pelaksanaan pembiayaan pengalihan utang sebagaimana dimaksud alternatif I ini.

2) Alternatif II

- a) LKS membeli sebagian aset nasabah, dengan seizin LKK (Lembaga Keuangan Konvensional), sehingga dengan

⁸⁹ Ichwan Sam dkk, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI* (Jakarta: Erlangga, 2014), 180.

demikian terjadilah *syirkah al-milk* antara LKS dan nasabah terhadap aset tersebut.

- b) Bagian aset yang dibeli LKS sebagaimana yang dimaksud angka 1 adalah bagian aset yang senilai dengan utang (sisi cicilan) nasabah kepada LKK.
- c) LKS menjual secara *murabahah* bagian aset yang menjadi miliknya tersebut kepada nasabah, dengan pembayaran secara cicilan.
- d) Fatwa DSN nomor: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah* berlaku pula dalam pelaksanaan pembiayaan pengalihan utang sebagaimana dimaksud dalam alternatif II ini.

3) Alternatif III

- a) Dalam pengurusan untuk memperoleh kepemilikan penuh atas aset, nasabah dapat melakukan akad *ijarah* dengan LKS sesuai dengan fatwa DSN MUI nomor 09/DSN-MUI/IV/2002.
- b) Apabila diperlukan LKS dapat menalangi kewajiban nasabah kepada LKK untuk melunasi kreditnya dengan menggunakan prinsip-prinsip *al-qardh* sesuai fatwa DSN-MUI nomor 19/DSN-MUI/IV/2001.
- c) Akad *ijarah* sebagaimana dimaksud angka 1 tidak boleh dipersyaratkan dengan (harus terpisah dari) pemberian talangan sebagaimana dimaksud angka 2.

d) Besar imbalan jasa *ijarah* sebagaimana yang dimaksud angka 1 tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah talangan yang diberikan LKS kepada nasabah sebagaimana dimaksudkan pada angka 2.

4) Alternatif IV

a) LKS memberikan akad *qardh* kepada nasabah. Dengan *qardh* tersebut nasabah melunasi kredit (utang) kepada LKS. Dengan demikian aset yang dibeli dengan kredit tersebut menjadi milik nasabah secara penuh.

b) Nasabah menjual asetnya kepada LKS, dengan begitu nasabah melunasi *qardh* nya kepada LKS dengan uang hasil penjualan tersebut.

c) LKS menyewakan aset yang telah menjadi miliknya itu kepada nasabah dengan akad *al-ijarah al-muntahiyah bi al-tamlik*.

d) Fatwa DSN nomer: 19/DSN-MUI/IV/2001 tentang *al-qardh* dan fatwa DSN nomer: 27/DSN-MUI/III/2002 tentang *al-ijarah al-mutahiyah bi al-tamlik* berlaku pula dalam pelaksanaan pembiayaan pengalihan utang sebagaimana dimaksud dalam alternatif IV ini.⁹⁰

e. Dana Pensiun

Dana pensiun merupakan suatu lembaga atau badan hukum yang mengelola program pensiun dengan tujuan untuk memberikan

⁹⁰ Ichwan Sam dkk, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI* (Jakarta: Erlangga, 2014), 180-182.

kesejahteraan kepada karyawan suatu perusahaan terutama yang telah pensiun. Penyelenggara dana pensiun dapat dilakukan oleh pemberi kerja atau diserahkan kepada lembaga keuangan yang menawarkan pengelolaan program pensiun, misal bank dan perusahaan asuransi jiwa. Pengertian pensiun sendiri adalah hak seseorang untuk memperoleh penghasilan setelah bekerja sekian tahun dan sudah memasuki usia pensiun atau sebab-sebab lain sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan.⁹¹ Sedangkan menurut UU Nomor 11 Tahun 1992 Dana Pensiun adalah badan hukum yang mengelola dan menjalankan program yang menjanjikan manfaat pensiun.⁹²

Jenis-jenis program pensiun berdasar manfaat dan kontribusinya dikategorikan sebagai program pensiun manfaat pasti (*defined-benefit plan*) dan program pensiun iuran pasti (*defined-contribution plan*), dan berdasarkan penyedia jasa (*provider*) nya dibedakan menjadi program pensiun pemerintah (*public pensiun plan*) dan program pensiun swasta (*private pensiun plan*).⁹³

Tujuan program pensiun bagi perusahaan yaitu kewajiban moral, loyalitas, kompetisi pasar tenaga kerja. Sedangkan tujuan penyelenggaraan program pensiun bagi karyawan adalah memberikan rasa aman kepada karyawan atas masa depan mereka, memberikan kompensasi yang lebih baik. Fungsi program pensiun yaitu fungsi asuransi, fungsi tabungan, fungsi pensiun.

⁹¹ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 155-156.

⁹² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 325.

⁹³ Ktut Silvanita Mangani, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Erlangga, 2009), 47.

Usia pensiun pada prinsipnya adalah usia dimana peserta berhak untuk mengajukan pensiun dan mendapatkan manfaat pensiun. Jenis usia pensiun dapat digolongkan menjadi pensiun normal, pensiun dipercepat, pensiun ditunda, pensiun cacat.⁹⁴



⁹⁴ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 157-159.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini menggunakan teknik dan metode penelitian,⁹⁵ yaitu:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan Pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan penelitian kualitatif. Dapat didefinisikan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan kepada latar dan individu secara holistik (utuh).⁹⁶ Penelitian ini merupakan bentuk penelitian yang menggunakan format diskriptif kualitatif. Metode diskriptif merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Tujuannya yaitu mendiskripsikan apa adanya subvariabel, gejala atau keadaan bukan untuk menguji hipotesis.⁹⁷

Jenis Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan merupakan metode untuk mengumpulkan data kualitatif, peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.⁹⁸ Dengan menggunakan jenis penelitian lapangan ini peneliti ingin mengetahui secara langsung dari tempat penelitian mengenai analisis strategi pengembangan

⁹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 2.

⁹⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), 4.

⁹⁷ Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian* (Yogyakarta: ArRuzz Media, 2011), 204.

⁹⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), 26.

produk pada pembiayaan pensiun dan bentuk diferensiasi pada *take over* pembiayaan pensiun yang sudah dilakukan di Bank Syariah Kantor Cabang Jember.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut dilakukan. Adapun lokasi yang dijadikan penelitian adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yang beralamat di JL. PB Sudirman No.41-43, Pagah, Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Hal-hal yang menjadi pertimbangan untuk melakukan penelitian terkait di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yaitu:

1. Lokasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yang strategis berada di pusat kota Jember.
2. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah yang berkembang di Jember.
3. Saat ini Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember sebagai salah satu Mitra Taspen.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini menggunakan *Purposive* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut dianggap paling mengetahui tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.⁹⁹

⁹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 218-219.

Adapun sumber data dan informan yang dibutuhkan dan ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yaitu:

1. Firman Adi Nugraha (CBRM / *Consumer Banking Relationship Manager* pembiayaan pensiun)
2. Mirda Ayu Daniar (*Marketing* pembiayaan pensiun / koordinator area)
3. Nofaldy Hasbulah Al-Madani (SF / *Sales Force* pembiayaan pensiun)
4. Suroso (Nasabah *take over* pembiayaan pensiun)
5. Suyono (Nasabah *take over* pembiayaan pensiun)
6. Siti Kholifah (Nasabah *take over* pembiayaan pensiun)
7. Dwi Putri (Nasabah *take over* pembiayaan pensiun)
8. Sujono (Nasabah *take over* pembiayaan pensiun)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, yang tujuannya adalah mendapatkan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara,¹⁰⁰ yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologi, dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.¹⁰¹ Adapun teknik observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah:

¹⁰⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 224.

¹⁰¹ *Ibid.*, 226.

a. Observasi Terus-Terang atau Tersamar

Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian.¹⁰²

Adapun teknik observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengobservasi:

- a. Situasi dan kondisi di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember.
- b. Letak atau keadaan geografis tempat penelitian, yaitu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember.
- c. Ruang lingkup di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yaitu pewawancara mengajukan pertanyaan dan terwawancara memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹⁰³ Adapun teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah:

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara yang pewawancara menetapkan sendiri masalah dan mempersiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan diajukan.¹⁰⁴

Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur yaitu wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan. Dengan tujuan mencari

¹⁰² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 228.

¹⁰³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), 186.

¹⁰⁴ Ibid., 190.

jawaban terhadap hipotesis kerja, maka pertanyaan disusun rapi. Pewawancara telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Alat yang digunakan untuk perekaman adalah *Handphone*, dan untuk pencatatan adalah buku catatan.

Sedangkan data yang ingin diteliti dengan teknik wawancara ini yaitu mengenai:

- 1) Strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember
- 2) Bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen berbentuk tulisan misalnya catatan harian, peraturan, kebijakan. Dokumen berbentuk gambar contohnya foto, gambar hidup, sketsa. Studi dokumen merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian dari observasi dan wawancara lebih dapat dipercaya bila didukung oleh dokumentasi.¹⁰⁵

Adapun teknik dokumentasi yang dilakukan dengan cara mengambil dan mengumpulkan dari sumber data sebagai berikut:

- a. Sejarah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

¹⁰⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 240.

- b. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember
- c. Tujuan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember
- d. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember
- e. Brosur, produk dan jasa serta kegiatan usaha, foto dan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan wawancara penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

E. Analisis Data

Analisa 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 ke yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Aktivitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu¹⁰⁶:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak jumlahnya, maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan ini data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

¹⁰⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 244-246.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dengan penyajian data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. *Verification (Conclusion Drawing)*

Adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.¹⁰⁷

F. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh penelitian menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.¹⁰⁸

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai teknik pemeriksaan atau keabsahan data yaitu menggunakan:

¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 247-253.

¹⁰⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), 330-332.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.¹⁰⁹

Adapun langkah dalam triangulasi sumber yaitu:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.¹¹⁰

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan metode atau teknik yang berbeda.¹¹¹ Adapun langkah dalam triangulasi metode yaitu:

- a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data.

¹⁰⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 274.

¹¹⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), 331.

¹¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017), 274.

- b. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.¹¹²

G. Tahap-Tahap Penelitian

Pada bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya dan sampai pada penulisan laporan.¹¹³

1. Tahap Pra-Lapangan

Dalam penelitian ini sebelum turun langsung ke lapangan peneliti mempersiapkan proposal penelitian sebagai rancangan awal nantinya ketika dilapangan. Dalam tahapan penelitian pra lapangan terdapat enam tahapan yaitu:

a. Penyusunan Rancangan Penelitian

Pada tahapan ini peneliti menyusun rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matrik, penelitian yang selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing dan dilanjutkan dengan penyusunan proposal penelitian hingga dipresentasikan.

b. Memilih Lapangan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian seorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian yaitu menentukan lokasi penelitian. Lapangan penelitian yang dipilih peneliti tepatnya pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yang beralamat di JL.

¹¹² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 331.

¹¹³ Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 48.

PB Sudirman No.41-43, Pagah, Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

c. Mengurus Perizinan

Sebelum mengadakan penelitian, peneliti terlebih dahulu mengurus perizinan dengan meminta surat permohonan penelitian kepada pihak kampus yang lalu diserahkan kepada Bank Syariah Mandiri

d. Menjajaki dan Menilai Lapangan

Setelah diizinkan meneliti, peneliti harus mulai melakukan penjajakan dan penilaian lapangan untuk mengetahui latar belakang objek penelitian. Hal ini dilakukan agar memudahkan peneliti dalam menggali dan mengumpulkan data yang sebenarnya.

e. Memilih dan Memanfaatkan Informan

Pada tahap ini peneliti mulai memilih informan untuk mengadakan informasi. Informan yang dipilih dalam penelitian ini ialah CBRM (*Consumer Banking Relationship Manager*), *Marketing* pembiayaan pensiun/koordinator area, dan SF (*Sales Force*) serta nasabah *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember.

f. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Setelah semua sudah diselesaikan maka pada tahap terakhir ini peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian sebelum terjun ke lapangan, seperti alat tulis, kamera, alat perekam suara maupun vidio.

g. Persoalan Etika Penelitian

Pada tahap ini peneliti mempersiapkan diri baik secara fisik, psikologi, maupun mental. Peneliti menyesuaikan diri dengan kebiasaan dan budaya warga di dalam Bank Syariah Mandiri.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap pekerjaan lapangan dibagi menjadi tiga bagian diantaranya adalah memahami latar belakang penelitian dan persiapan diri, memasuki lapangan dan berperan serta sambil mengumpulkan data.¹¹⁴

Ketiganya berturut-turut diuraikan seperti berikut ini:

a. Memahami Latar Penelitian dan Persiapan Diri

Pada tahap pembatasan latar dan peneliti, untuk memasuki pekerjaan di lapangan, peneliti harus memahami latar penelitian terlebih dahulu dan perlu mempersiapkan dirinya baik secara fisik maupun secara mental. Penampilan merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan, peneliti harus menyesuaikan penampilannya dengan kebiasaan adat, dan tata cara kultur penelitian agar berjalan lancar, bukan hanya penampilan fisik tetapi juga melalui cara bertingkah laku. Selain itu peneliti harus membangun hubungan akrab antara subjek dan peneliti.

b. Memasuki Lapangan

Hubungan yang perlu dibina dalam melakukan penelitian adalah berupa *rapport*. *Rapport* adalah hubungan antara peneliti

¹¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 137.

dengan subjek yang sudah melebur sehingga seolah-olah tidak ada dinding pemisah keduanya.

c. Berperan Serta Sambil Mengumpulkan Data

Alat penelitian yang digunakan peneliti dalam tahap pengumpulan data adalah catatan lapangan. Catatan lapangan dibuat oleh peneliti sewaktu mengadakan pengamatan, wawancara, atau menyaksikan suatu kejadian tertentu. Biasanya catatan lapangan dibuat dalam bentuk kata-kata kunci, singkatan, pokok-pokok utama saja. Kemudian dilengkapi dan disempurnakan. Pencatatan data di lapangan yang mencatat apa yang hendak direkam, apa yang perlu dan tidak perlu dicatat, uraian latar dan orang yang diamati atau diwawancarai, menghadapi perubahan latar, cara memberikan pendapat dan tanggapan sendiri mengenai informasi yang dikumpulkan, dan jangan melupakan bentuk data seperti dokumen, laporan, gambar, foto.

3. Tahap Analisis Data

Tahap analisis data dilakukan dengan memilah data yang diperoleh peneliti dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data disesuaikan dengan rumusan penelitian maka data akan disajikan dalam bentuk rangkuman, uraian singkat yang didukung oleh data dan dokumen yang diperoleh peneliti, selanjutnya akan ditarik kesimpulan dan penelitian hasil laporan.¹¹⁵

¹¹⁵ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 127-148.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Bank Syariah Mandiri

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut

juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah

Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.¹¹⁶

Bank Syariah Mandiri kemudian membuka kantor cabang di provinsi seluruh Indonesia, salah satunya adalah di Jember yang berdiri dan dibuka pada tanggal 24 Desember 2004, dengan direktur Bapak Edi Dwi Efendi, yang beralamat di Jl. PB Sudirman sebagai Kantor Cabang Utama Jember. Adapun Kantor Cabang Pembantu Jember yang berada dibawah koordinasi Kantor Cabang Jember yaitu terletak di Situbondo, Bondowoso, dan Balung. Sedangkan Kantor Kas Jember tersebar di daerah kawasan Jember yaitu di daerah Pasar Tanjung Jember, jalan Karimata Universitas Muhammadiyah Jember dan di Kalisat Jember.¹¹⁷

2. Visi & Misi Bank Syariah Mandiri

a. Visi Bank Syariah Mandiri

Menjadikan Bank Syariah Terdepan dan Modern.

(The Leading & Modern Sharia Bank)

¹¹⁶ www.mandirisyariah.co.id, (diakses 14 Februari 2020).

¹¹⁷ Dokumentasi, Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, Jember, 16 Maret 2020.

1) Menjadikan Bank Syariah Terdepan

Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer*, *micro*, *SME*, *commercial*, dan *corporate*.

2) Bank Syariah Modern

Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi Bank Syariah Mandiri

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah *universal*.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.¹¹⁸

¹¹⁸ Dokumentasi, Visi Misi Bank Syariah Mandiri, Jember, 16 Maret 2020.

3. Logo Bank Syariah Mandiri

Gambar 4.1
Logo Bank Syariah Mandiri



Logo terdiri atas lambang logo dan huruf logo. Pemilihan huruf kecil untuk huruf logo mencerminkan kedekatan kepada nasabah dengan tetap rendah diri. Lambang logo dirancang dalam bentuk ombak emas mengalun, mencerminkan kesejahteraan yang akan dapat dinikmati nasabah. Posisi lambang logo di atas huruf logo dan ombak melambangkan gerak maju ke depan mencapai kemakmuran.¹¹⁹

4. Nilai Budaya Kerja Bank Syariah Mandiri

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi BSM, insan-insan BSM perlu menerapkan nilai-nilai yang relatif seragam. Insan-insan BSM telah menggali dan menyepakati nilai-nilai dimaksud, yang kemudian disebut *BSM Shared Values*. *BSM Shared Values* tersebut adalah *ETHIC (Excellence, Teamwork, Humanity, Integrity, dan Customer Focus)*.

a. *Excellence*

Bekerja keras, cerdas, tuntas dengan sepenuh hati untuk memberikan hasil terbaik.

¹¹⁹ www.mandirisyariah.co.id (diakses 14 Februari 2020)

b. *Teamwork*

Aktif, bersinergi untuk sukses bersama.

c. *Humanity*

Peduli, ikhlas, memberi maslahat dan mengalirkan berkah bagi negeri.

d. *Integrity*

Jujur, taat, amanah dan bertanggung jawab.

e. *Customer Focus*

Berorientasi pada kepuasan pelanggan yang berkesinambungan dan saling menguntungkan.¹²⁰

5. Tujuan Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri didirikan berdasarkan suatu keyakinan bahwa operasi perbankan yang berlandaskan prinsip bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan dapat mendorong terciptanya stabilitas perekonomian, seperti terurai dalam tujuan pendirian Bank Syariah Mandiri sebagai berikut:

- a. Menjalin kemitraan yang berkeadilan.
- b. Meratakan pendapatan melalui investasi.
- c. Meningkatkan kesejahteraan hidup dengan membuka peluang usaha yang lebih besar.
- d. Menghindari persaingan yang tidak sehat diantara lembaga keuangan.
- e. Menghindari riba.

¹²⁰ Dokumentasi, Nilai Budaya Kerja Bank Syariah Mandiri, Jember, 16 Maret 2020.

6. Ruang Lingkup Kegiatan Usaha Instansi / Perusahaan

Dalam menjalankan aktivitasnya sebagai lembaga intermediasi keuangan, Bank Syariah Mandiri mempunyai jenis produk dan jasa, yaitu :

a. Kegiatan penghimpunan dana berupa simpanan

1) Tabungan

a) Tabungan *Mudharabah*

Adalah tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad *mudharabah mutlaqah* yang penarikannya sesuai syarat tertentu yang disepakati. Setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM.

b) BSM Tabungan Berencana

Adalah tabungan berjangka untuk berbagai rencana anda dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi perlindungan asuransi secara gratis.

c) BSM Tabungan *Wadiah*

Adalah tabungan *wadiah* adalah tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Mandiri Syariah.

d) BSM Tabungan Mabrur

Adalah tabungan untuk membantu masyarakat untuk merencanakan ibadah haji dan umrah.

e) Tabungan Mabruur Junior

Adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah untuk anak usia di bawah 17 tahun.

f) Tabungan Simpel iB

Simpanan Pelajar iB (Simpel iB) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

g) BSM Tabungan *Dollar*

Adalah simpanan dalam mata uang *dollar* (USD) yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank Syariah Mandiri .

h) Tabungan Pensiun

Adalah tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan bank.

i) BSM Tabungan Investa Cendekia

Adalah tabungan berjangka yang diperuntukkan bagi masyarakat dalam melakukan perencanaan keuangan, khususnya pendidikan putra/putri. Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran tetap selama 1 sampai dengan 20 tahun, dilengkapi dengan asuransi dan

setoran bulanan minimal Rp 100.000 sampai dengan Rp 10.000.000 dengan kelipatan Rp 50.000

j) TabunganKu

Adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

k) Tabungan Saham Syariah

Adalah rekening dana nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi efek (baik berupa kewajiban maupun hak nasabah), serta untuk menerima hak nasabah yang terkait dengan efek yang dimilikinya melalui pemegang rekening KSEI.

2) Giro

a) BSM Giro

Adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

3) Deposito

a) BSM Deposito

Adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

b. Kegiatan penyaluran dana berupa pembiayaan

1) Pembiayaan Implan

Adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). Pembiayaan implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas.

2) Pembiayaan Kepada Pensiunan

Merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*.

3) Pembiayaan Griya

Adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* dengan sistem *murabahah*.

4) BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB)

Merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*.

5) Gadai Emas

Merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

6) Cicil Emas

Adalah fasilitas yang disediakan oleh Mandiri Syariah untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian atau kepemilikan emas berupa batangan.

c. Layanan

1) Mandiri Syariah *Mobile*

Merupakan layanan melalui saluran distribusi elektronik Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet.

2) BSM *Net Banking*

Adalah layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet dengan alamat “<https://bsmnet.syariahamandiri.co.id>” yang dapat digunakan oleh nasabah.

3) *BSM Card*

Adalah sarana untuk melakukan transaksi penarikan pada ATM, juga berfungsi sebagai kartu debit yang dapat digunakan untuk transaksi belanja.

4) *BSM ATM*

Adalah mesin Anjungan Tunai Mandiri yang dimiliki oleh BSM, yang dapat digunakan oleh nasabah.

5) *Multy Bank Payment*

Merupakan layanan untuk mempermudah pembayaran kepada institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus, lembaga keuangan non bank) melalui menu pemindahan bukuan di ATM bank manapun.¹²¹

7. Profil Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember sendiri berdiri pada tanggal 24 Desember 2004. Telepon (0331) 411522.

Alamat : Jalan. P.B. Sudirman No 41-43, Jember, Jawa Timur,
68118

Nama Bank : Bank Syariah Mandiri

Kode Bank : 451

8. Letak Keadaan Geografis Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yang beralamatkan di Jalan beralamat di JL. PB Sudirman No.41-

¹²¹ Dokumentasi, Produk-Produk Bank Syariah Mandiri, Jember, 16 Maret 2020.

43, Pagah, Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur, kode pos 68118.

Sebelah Selatan : Warung suka rasa

Sebelah Utara : Pujasera

Depan/Timur : Kodim 0824 Jember

Belakang/Barat : Lapangan tenis PJKA

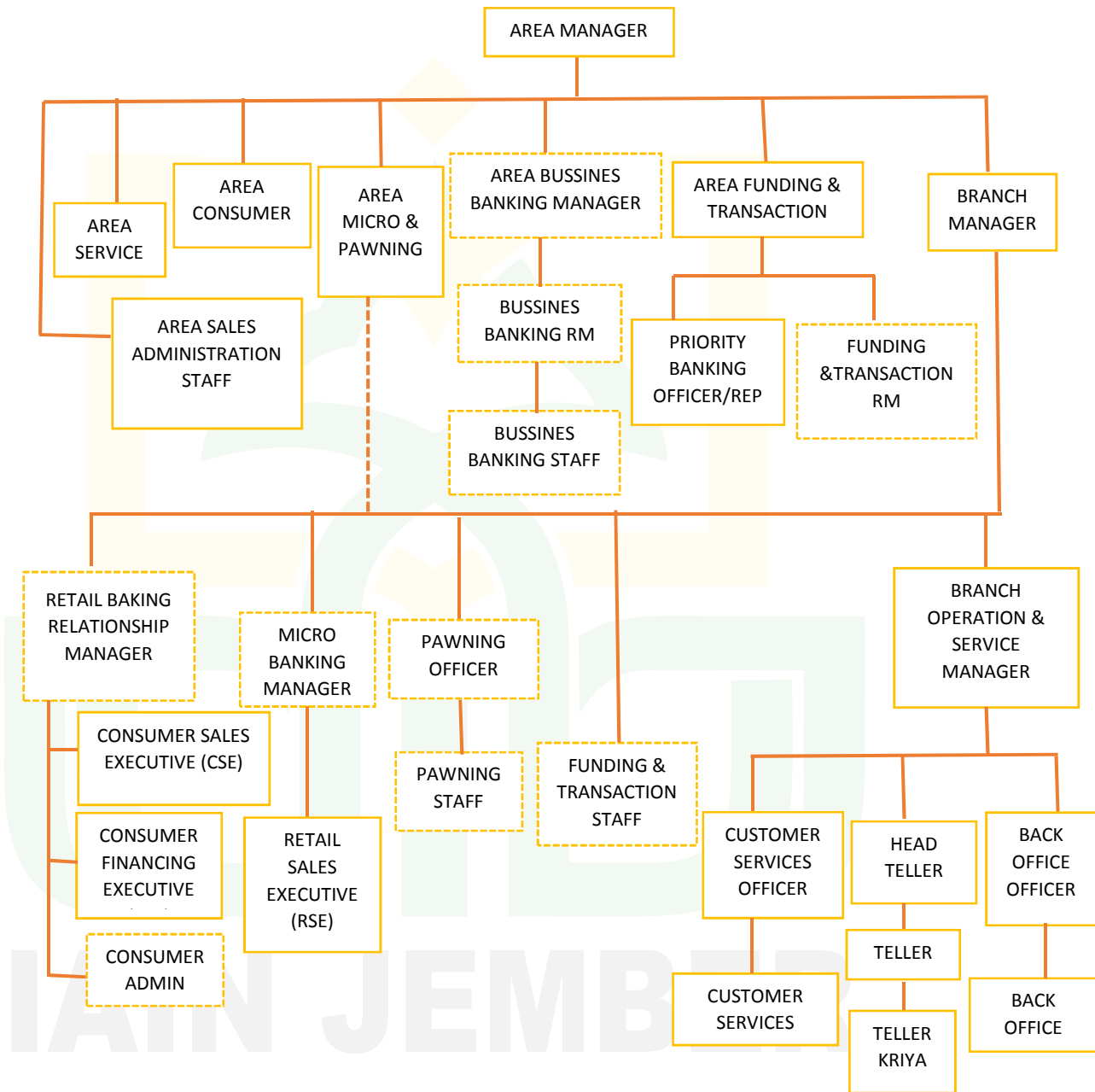
9. Mekanisme Operasional Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

Jam operasional atau jam pelayanan untuk nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember adalah sebagai berikut: Hari Senin-Jumat (kecuali tanggal merah) jam 08.00-16.00 WIB.



10. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember



Sumber : Dokumentasi, Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

B. Penyajian Data Dan Analisis

Penyajian data dan analisis adalah bagian untuk menyajikan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dalam fokus penelitian dan dianalisa dengan data relevan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, maka akan diuraikan data hasil penelitian tentang Analisis Strategi Pengembangan Produk Sebagai Bentuk Diferensiasi Pada *Take Over* Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember. Secara beruntutan akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus penelitian sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti terkait dengan strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, diperoleh data sebagai berikut:

Pengembangan produk dapat mencuri perhatian nasabah untuk menggunakannya. Pengembangan produk merupakan salah satu aspek dari strategi pemasaran untuk usaha meningkatkan dan upaya menarik minat nasabah untuk menggunakan produk yang dihasilkan.

a. Penambahan Jumlah

Penambahan jumlah perlu dilakukan mengingat terdapat banyak nasabah yang berbeda keinginan dan kebutuhannya, perusahaan dapat memahami dan memenuhi kebutuhan, keinginan dan

permintaan pasar, serta meningkatkan kerjasama dengan banyak pihak.

Beberapa informan yang sudah menjawab mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun yaitu saudari Mirdah sebagai *Marketing* pembiayaan pensiun/koordinator area di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, menjelaskan tentang penambahan jumlah produk, yaitu:

“Kita disini ada produk pra-pensiun, yaitu produk yang bisa digunakan untuk nasabah yang kurang dari 2 tahun sebelum memasuki masa pensiun, ini merupakan produk yang dikeluarkan dari produk yang sebelumnya yaitu produk pembiayaan pensiun. Selain itu Bank Syariah Mandiri juga meningkatkan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain, dinas-dinas, kampus-kampus, dan sekolah-sekolah, paguyuban pensiun bahkan perorangan kita tanya siapa yang mau pensiun, dari situ kan kita punya data, nah itu kita kunjungi juga. Ke UNEJ pun kita tanya ke petugas bagian kepegawaian, tanya siapa yang akan pensiun, kemudian kita kunjungi dan kita tawarkan produk kami”.¹²²

Adapun narasumber kedua saudara Nofaldy sebagai *Marketing* bagian *sales force* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, menjelaskan hal yang hampir sama mengenai penambahan jumlah produk, yaitu:

“Ada produk juga yang bernama pra-pensiun merupakan produk untuk nasabah yang kurang dari 2 tahun sebelum pensiun, jadi tidak hanya para pensiunan saja yang bisa mengajukan pembiayaan, yang hampir pensiun juga bisa mengajukan pembiayaan disini. Bank Syariah Mandiri ini bekerja sama dengan Taspen. Taspen ini adalah Induk dari kerjasama, dan pihak Bank Syariah Mandiri pun bisa menjalin kerjasama sendiri dengan kita datang ke dinas, kampus, sekolah-sekolah jadi tidak hanya *door to door*, karena capai ya

¹²² Mirdah, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 20 Februari 2020.

soalnya yang ada disitu cuman satu orang dua orang, jadi kalau kita mainnya itu instansi, ke sekolah-sekolah kan disana banyak orang gitu, kayak kita datang ke IAIN itu kan banyak yang akan pensiun atau yang sudah pensiun, nah itu kita gali, kita pancing untuk menjalin kerjasama untuk memasarkan produk ini”¹²³.

Bisa disimpulkan dari pemaparan hasil wawancara diatas bahwa dalam pengembangannya saat ini tidak hanya para pensiunan saja yang bisa mengajukan pembiayaan atas produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri, yang kurang dari 2 tahun memasuki masa pensiunnya juga bisa mengajukan pembiayaan dengan adanya produk pra-pensiun. Dalam meningkatkan kerjasama Bank Syariah Mandiri bekerjasama dengan Taspen yang merupakan induk kerjasamanya. Bank Syariah Mandiri KC Jember juga memperluas jaringan dengan menjalin kerjasama dengan berbagai perusahaan untuk program pemasarannya, dan untuk mendapatkan nasabah yang sesuai dengan target mereka, juga meningkatkan kerjasama dengan berbagai instansi, dinas, sekolah, kampus, paguyuban, untuk mendapatkan data pensiunan dan pra-pensiun dari petugas kepegawaian, kemudian dilakukan kunjungan untuk menawarkan produk pembiayaan pensiun kepada para pensiunan.

b. Penambahan Fungsi

Penambahan fungsi pada perusahaan yaitu ditujukan pada upaya menarik minat para nasabah untuk menggunakan produk

¹²³ Nofaldy, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 21 Februari 2020.

dengan berbagai fasilitas yang disediakan oleh perusahaan, sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih besar bagi para nasabahnya.

Selanjutnya ungkapan saudari Mirdah sebagai *Marketing* pembiayaan pensiun/koordinator area di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, dalam penjelasannya mengenai penambahan fungsi perusahaan atau fasilitas, yaitu:

“Fasilitas yang di dapatkan dari pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri ini berupa buku rekening tabungan, jadi nasabah pasti mendapatkan buku rekeningnya sendiri, kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri) yang juga diberikan kepada para nasabah pembiayaan pensiun, kemudian fasilitas autentifikasi tidak pakai antri, jadi itu difasilitasi oleh Bank Syariah Mandiri, setiap bulan untuk mengambil uang dikantor kita menyediakan area dan tempat duduk untuk para nasabah biasanya dilakukan di setiap awal bulan”.¹²⁴

Adapun saudara Nofaldy sebagai *Marketing* bagian *sales force* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, menjelaskan hal yang hampir sama mengenai penambahan fungsi perusahaan atau fasilitas, yaitu:

“Fasilitas yang diberikan kepada nasabah berupa buku rekening, kartu ATM jika meminta, dan saat ini kita memberikan fasilitas lainnya yaitu diberikan ruangan khusus untuk pensiunan yang tempatnya di *banking hall* yang bisa digunakan”.¹²⁵

Bisa diketahui dari pemaparan hasil wawancara diatas bahwa dalam penambahan fungsi atau fasilitas oleh Bank Syariah Mandiri KC Jember pada pembiayaan pensiun ini, dengan memberikan fasilitas yang memang dibutuhkan oleh para nasabah pensiun sehingga

¹²⁴ Mirdah, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 20 Februari 2020.

¹²⁵ Nofaldy, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 21 Februari 2020.

dapat dimanfaatkan, berupa buku rekening dan kartu ATM, nasabah pensiunan difasilitasi dengan fasilitas autentifikasi yang tidak antri dan ruangan khusus di *banking hall* untuk nasabah yang akan mengambil gajinya di setiap awal bulan.

c. Perluasan Distribusi Pemasaran

Pengembangan selanjutnya yaitu perluasan distribusi pemasaran yang menyangkut penawaran produk, penetapan harga, perluasan distribusi pemasaran dan menciptakan kualitas/mutu, untuk dapat lebih memuaskan pasar yang telah tersedia, dengan meningkatkan peran 4P.

Kemudian menurut ungkapan saudari Mirdah yang menjabat sebagai *Marketing* pembiayaan pensiun/koordinator area di Bank Syariah Mandiri, dalam penjelasannya mengenai perluasan distribusi pemasaran, yaitu:

“Harga yang ditawarkan yang pertama plafon dalam pembiayaan pensiun ini minimal Rp 10 juta sampai 350 juta dengan jangka waktu maksimal 15 tahun dan maksimal usia 75 tahun, sedangkan dalam pembiayaan pra-pensiun ini maksimal pembiayaan hingga sampai Rp 250 juta dengan maksimal usia 70 tahun. Dengan *pricing* 0,6. Kemudian promosi yang dilakukan disini berupa *referral*, jadi nasabah pensiun tersebut ditanya apakah mempunyai teman pensiun atau tidak, jika ada, maka kita boleh tidak untuk meminta nama, alamat, itu namanya *referral*, kemudian pihak marketing bisa mengunjungi calon nasabah tersebut. Dan disini kita membuat pembaruan bahwa nasabah pensiun yang sudah melakukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri, yang bisa mengajak beberapa teman pensiun lainnya, jika beberapa teman pensiunan itu mau untuk diajak menjadi nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri, maka si nasabah yang

mengajak tersebut akan mendapatkan bingkisan-bingkisan dari Bank Syariah Mandiri”.¹²⁶

Adapun menurut penjelasan saudara Nofaldy sebagai *Marketing* bagian *sales force* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, menjelaskan hal yang hampir sama mengenai perluasan distribusi pemasaran, yaitu:

“Jika mau lebaran nasabah-nasabah yang baru pindah ke Bank Syariah Mandiri itu kami beri sembako, artinya setiap tahun diadakan program semacam itu bagi nasabah-nasabah baru entah pembiayaan pensiun baru atau *take over* pembiayaan pensiun baru yang mau berlebaran maka dikasihlah sembako itu. Kami juga mengadakan agenda-agenda khusus untuk para nasabah pensiunan, misalnya *gathering* yang dilakukan dalam 3 bulan sekali ini baru-baru ini kita lakukan, ada juga promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri yang khususnya untuk para pensiunan dan pra-pensiun PNS, Bank Syariah Mandiri bekerja sama dengan permata khazanah antirogo, yaitu menawarkan beli rumah gratis umroh tanpa diundi dengan DP 0 Rupiah khusus di bulan Maret 2020”.¹²⁷

Senada dengan penjelasan sebelumnya, saudara Firman Adi Nugraha sebagai *Consumer Banking Relationship Manajer* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember memaparkan tentang perluasan distribusi pemasaran, bahwa:

“Dalam pengembangan produknya yaitu dengan meningkatkan mutu, membedakan produk kita dengan produk pesaing dengan ciri yang unik, Bank Syariah Mandiri dalam pembiayaan pensiun ini memberikan margin bagi hasil kecil sesuai dengan akad syariah, angsuran yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiripun lebih murah dari pada bank lain. Promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan mengadakan program *special price* bagi pembiayaan pensiun area jember. Kemudian kami mempunyai kantor cabang pembantu yang sudah ada di beberapa daerah seperti balung,

¹²⁶ Mirdah, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 20 Februari 2020.

¹²⁷ Nofaldy, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 21 Februari 2020.

dan kantor kas yang ada kalihat dan dekat Universitas Muhammadiyah, untuk memudahkan nasabah agar dekat dengan kantor”.¹²⁸

Bisa dipahami dari pemaparan hasil wawancara diatas bahwa dalam perluasan distribusi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember dalam pengembangan produknya pada produk pembiayaan pensiun yaitu membedakan produk dengan pesaingnya, serta meningkatkan mutu produk. Sementara pengembangan untuk menarik nasabah pensiun pada promosi yang ditawarkan yaitu setiap tahun nasabah pensiun baru atau nasabah *take over* yang baru pindah diberikan paket sembako, adapula nasabah pensiun yang bisa mengajak beberapa para pensiunan lain untuk mau menggunakan produk pembiayaan pensiun, akan mendapat apresiasi bingkisan, dan di bulan Maret ini promosi lain yang dilakukan untuk menggaet minat nasabah pensiun dengan bekerjasama dengan perusahaan lain mengadakan program *special price*.

Tidak hanya itu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember dalam pembiayaan pensiun ini mulai mengadakan agenda *gathering* untuk nasabah pensiun yang akan diadakan setiap 3 bulan sekali. Plafon dalam pembiayaan pensiun ini minimal Rp 10 juta - 350 juta, jangka waktu maksimal 15 tahun, usia maksimal 75 tahun, untuk pra-pensiun maksimal pembiayaan hingga Rp 250 juta dengan maksimal usia 70 tahun. *Pricing* yang diberikan adalah 0,6. Lokasi yang

¹²⁸ Firman, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 16 Maret 2020.

strategis dipusat kota, dan kantor yang sudah ada di beberapa daerah di Jember sehingga memudahkan masyarakat untuk menjangkaunya.

2. Bentuk Diferensiasi *Take Over* Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember.

Berdasarkan data hasil penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti terkait dengan bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, maka dipaparkan sebagai berikut:

Salah satu strategi pemasaran yang paling tepat untuk digunakan oleh perusahaan ditengah persaingan yaitu mendiferensiasikan produk dengan produk pesaing. Diferensiasi merupakan penawaran yang membedakan dengan pesaingnya sehingga pasar memilih produk tersebut.

a. Diferensiasi *Personel*

Diferensiasi *personel* perlu dilakukan dengan cara melakukan diferensiasi melalui keunggulan bagi para personalnya, yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kompetensi para pegawai dengan meningkatkan pengetahuan, keahlian, sopan santun, keramahan, kekeluargaan, sikap jujur, dapat dipercaya dan cakap.

Beberapa informan yang sudah menjawab mengenai bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun yaitu saudari Mirdah sebagai *Marketing* pembiayaan pensiun/koordinator area, menjelaskan bahwa bentuk diferensiasi *personel* disini yaitu:

“Disini kita harus menjadi pendengar yang baik, jadi kita tidak langsung menawarkan produk, pertama kita bersilaturahmi

kepada si calon nasabah, kita mendengarkan keluh kesah calon nasabah, kita gali dulu kebutuhan si calon nasabah tersebut itu apa, kemudian baru kita memberikan solusi atau tawaran produk yang cocok, baru setelah itu kita proses pembiayaannya. Jadi disini kita setiap hari sebagai *marketing* pembiayaan pensiun kita mendapatkan enam *database* yang pada hari itu juga kita harus melakukan kunjungan kerumah si calon nasabah tersebut. Kita juga harus bersikap ramah, cakap, dan tidak kenal putus asa”.¹²⁹

Hampir sama seperti narasumber sebelumnya, menurut penjelasan saudara Nofaldy sebagai *Marketing* bagian *sales force* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, menjelaskan mengenai bentuk diferensiasi *personel* yaitu:

“Dalam menghadapi nasabah dan calon nasabah pensiunan yang kita lakukan yaitu secara kekeluargaan jadi merangkul seperti keluarga sendiri, dengan bersikap sopan, ikhlas, cekatan dan melakukannya dengan sepenuh hati. Agar supaya nasabah tersebut menerima dengan baik informasi atau apapun yang kita berikan. Bahkan banyak nasabah yang menganggap kita sebagai bagian dari keluarga, karena dekatnya kita terhadap nasabah dengan silaturahmi tersebut. Kemudian cara komunikasipun kami menggunakan bahasa jawa atau bahasa daerah yang halus”.¹³⁰

Dapat disimpulkan dari pemaparan hasil wawancara diatas bahwa dalam diferensiasi *personel* untuk menjadi unggul yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KC Jember yaitu dengan memperkerjakan dan melatih pegawainya lebih baik daripada para pesaing mereka, *marketing* harus menjadi pendengar yang baik, cakap, mempunyai sikap ramah, sopan, bekerja dengan ikhlas dan sepenuh hati, menerapkan sikap kekeluargaan, berkomunikasi baik

¹²⁹ Mirdah, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 20 Februari 2020.

¹³⁰ Nofaldy, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 21 Februari 2020.

dan tidak kenal putus asa dalam meyakinkan calon nasabahnya. Hal ini dilakukan agar nasabah dapat menerima dengan baik informasi yang disampaikan dan tertarik untuk memilih atau mengalihkan pembiayaannya menggunakan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri.

Tidak jauh berbeda seperti narasumber sebelumnya menurut Bapak Suroso, nasabah *take over* pembiayaan pensiun berusia 61 tahun, pensiunan PNS Guru, menjelaskan bahwasanya:

“Awal melakukan pembiayaan di Bank Jatim, kemudian saya berpindah ke Bank Syariah Mandiri sudah satu tahunan sekitar tahun 2019. Saya yang mau pindah ke Bank Syariah Mandiri awalnya itu tidak ingin, tapi dengan mas *marketing* yang meyakinkan saya, maka saya memutuskan pindah. Saya memilih pindah di Bank Syariah Mandiri tidak ada paksaan, saya tahu informasi ya dari petugas syariah, dapat sosialisasi dengan penerangan atau penjelasannya itu lebih jelas, kemudian kekeluargaannya sangat terasa, apa yang saya tidak tahu menjadi tahu, dari personalnya itu baik, ramah, selalu dikaitkan dengan sisi agama, komunikasi *marketing*nya itu selalu memberikan penjelasan yang baik dalam berpromosi”.¹³¹

Selanjutnya menurut informan yaitu Ibu Dwi Putri, nasabah *take over* pembiayaan pensiun, pensiunan PNS Dosen hampir sama dalam menanggapi hal ini, yaitu:

“Disini saya mendapatkan banyak teman, karena memang Bank Syariah Mandiri kan masih baru itu mulai diperkenalkan, apalagi sekarang diadakan *gathering* pertemuan jadi kekeluargaan itu terasa antara kita sebagai nasabah dengan pihak Bank Syariah Mandiri”.¹³²

¹³¹ Suroso, *Wawancara*, Jember, 22 Maret 2020.

¹³² Dwi Putri, *Wawancara*, Jember, 20 Februari 2020.

Menurut informan selanjutnya Ibu Siti Kholifah, nasabah *take over* pembiayaan pensiun, berumur 61 tahun, pensiunan bidan RSUD Jember, menjelaskan bahwa:

“Marketingnya sopan-sopan, bagus menurut saya, saya dianggap seperti orang tua mereka”.¹³³

Tidak jauh berbeda dengan penjelasan narasumber sebelumnya, Bapak Suyono, nasabah *take over* pembiayaan pensiun, berumur 66 tahun, pensiunan DLLAJ Provinsi Jawa Timur, menjelaskan bahwa:

“Pelayanan setiap *marketingnya* jika datang kerumah-rumah atau bertemu ramah, sopan juga, menyenangkan”.¹³⁴

Bisa diketahui dari beberapa pendapat narasumber nasabah *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri diatas, dalam memindahkan pembiayaan pensiunnya dari bank sebelumnya ke Bank Syariah Mandiri tidak ada paksaan. Dengan mengetahui informasi mengenai pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri, nasabah bisa memutuskan untuk berpindah kepada Bank Syariah Mandiri. Dengan merasakan bahwa para *marketing* berlaku ramah, sopan, dan menyenangkan, komunikasi serta kekeluargaan masih terjaga dengan baik, nasabah merasakan kenyamanan dan kepuasan tersendiri.

b. Diferensiasi Saluran

Selain itu juga dengan melakukan diferensiasi saluran yang merupakan langkah pembeda melalui cara membentuk saluran

¹³³ Siti Kholifah, *Wawancara*, Jember, 22 Maret 2020.

¹³⁴ Suyono, *Wawancara*, Jember, 22 Maret 2020.

distribusi, jangkauan, keahlian, dan kinerja saluran sebagai perantara yang terlibat dalam usaha untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan oleh nasabah, berupa *sales force* atau armada penjualan untuk menjual produknya dan melayani nasabahnya, dengan melakukan pengembangan, penyebaran promosi yang berfungsi untuk menarik minat nasabah pada suatu penawaran.

Penjelasan saudari Mirdah sebagai *Marketing* pembiayaan pensiun/koordinator area, menjelaskan mengenai bentuk diferensiasi saluran, yaitu:

“Kita menggunakan strategi jualanannya itu *door to door* ke nasabah karena datanya sudah ada, bisa ke dinas-dinas seperti dinas pendidikan, sekolah-sekolah kan banyak, ke kampus seperti UNEJ dan politeknik kita juga jalan kesana, ke paguyuban pensiunan, ke perorangan juga ada dari situ kita punya data, itu kita kunjungi *door to door*, itu cara jualan kita mengenalkan produk pembiayaan pensiun, kita juga melakukan *referral* ke dinas-dinas, ke kampus kita tanya siapa yang mau pensiun, dari situ kan kita punya data, lah disitu kita kunjungi juga kerumahnya. Kemudian kita juga melakukan kunjungan dari *referral* di nasabah perorangan, dan kita kunjungi juga kerumahnya. Kita jualanannya *door to door* kita punya data nasabah yang mau pensiun siapa, dari situ kita dapat data, maka kita kunjungi kerumahnya. Kita juga mengajak nasabah untuk berhijrah, yang sebelumnya nasabah berasal dari bank konvensional kemudian kami mengajak untuk masuk atau hijrah ke bank syariah. Kami melakukan hal tersebut karena memang kita harus memenuhi target perusahaan. Jadi setiap sore kita juga akan melakukan laporan data dan evaluasi, jadi evaluasi target itu minimal 1 *closing* yang artinya 1 nasabah yang mau pindah ke Bank Syariah Mandiri. Untuk targetnya SF harus memperoleh 500.000.000 perbulan, sementara untuk CBRM sendiri bisa sampai 2 Milyar”.¹³⁵

¹³⁵ Mirdah, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 20 Februari 2020.

Selaras dengan penjelasan narasumber sebelumnya, menurut penjelasan saudara Nofaldy sebagai *Marketing* bagian *sales force* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, menjelaskan mengenai bentuk diferensiasi saluran, yaitu:

“Kita memberi penjelasan bahwa disini kita bersifat syariah, karna syariah adalah kita dakwah jadi kita mengajak para pensiunan untuk membersihkan harta mereka. Di Bank Syariah Mandiri sendiri selain melakukan *door to door*, kunjungan ke dinas-dinas atau instansi, disini juga melakukan sebar brosur. Selain itu ada kami membuat sistem *mapping* area pemasaran, dan instansi seperti itu, jadi setiap *marketing* sudah ada atau sudah mempunyai daerah masing-masing, untuk memudahkan mendatangi calon nasabah pensiun yang akan dikunjungi, seperti wilayah mangli sendiri, tegal besar sendiri, dan wilayah-wilayah lain, kalau instansi biasanya kita ke dinas pendidikan, pertanian. Mengenai evaluasi, tiap selesai kunjungan itu kita mengevaluasi apa yang salah atau kurang dari diri *marketing* itu sendiri”.¹³⁶

Senada dengan penjelasan sebelumnya, saudara Firman Adi Nugraha sebagai *Consumer Banking Relationship Manajer* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember memaparkan tentang diferensiasi saluran bahwa:

“Selain iklan, kita biasanya kerumah-rumah bisa disebut *door to door* atau jemput bola itu tergantung dengan yang kita kunjungi, kita tidak tau mereka sudah punya pinjaman di bank lain atau belum, intinya mereka nasabah pra-pensiun yang kurang dari 2 tahun pensiun bisa di biayai disini dan pensiun yang sudah purna dari tugas. Misalkan saya melakukan kunjungan ke nasabah hari ini, sedangkan si nasabah A punya pinjaman di bank lain, otomatis jika dia mau pindah ke Bank Syariah Mandiri kita pasti *take over* ke Bank Syariah Mandiri, kalau misal dia di bank lain akan tetapi dia tidak punya pinjaman dan SK nya dirumah, tapi gaji di bank lain, kita bisa juga melakukan pemindahan gajinya ke Bank Syariah Mandiri, itu bukan *take over* tapi SK *fresh* atau SK *on hand* yaitu

¹³⁶ Nofaldy, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 21 Februari 2020.

pinjaman SK ditangan jadi sebelumnya belum mempunyai pinjaman, bisa kita biayai juga disini. Kita bisa menarik minat nasabah pensiun yang memang sudah mempunyai pembiayaan di bank lain, jika mereka sudah berminat untuk di Bank Syariah Mandiri, kita ajak untuk bisa pindah atau *take over* ke Bank Syariah Mandiri”.¹³⁷

Dapat kita pahami dari pemaparan hasil wawancara diatas bahwa dalam diferensiasi saluran selain sebar brosur, dan iklan, strategi jualan yang dilakukan oleh *marketing/sales force* adalah *door to door* dan *referral*. *Referral* disini yaitu *marketing* mendatangi dinas-dinas, sekolah, kampus, paguyuban pensiun dan nasabah perorangan untuk meminta data para pensiunan dan pra-pensiun, yang kemudian dikunjungi secara *door to door* guna memperkenalkan kelebihan, kemudahan dan keuntungan pada pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri. *Marketing* tidak hanya bisa menarik para pensiunan yang belum mempunyai pembiayaan di bank lain, dan mengajak untuk memindahkan gajinya saja, akan tetapi juga bisa menarik nasabah untuk memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri bagi nasabah pensiun yang sudah mempunyai pembiayaan di bank lain.

Untuk lebih memudahkan menyisir calon nasabah pensiun baik itu yang belum mempunyai pembiayaan maupun nasabah yang sudah mempunyai pembiayaan di bank lain, strateginya dengan sistem *mapping area* pemasaran dan institusi yang dibagi menjadi wilayah dan bagian institusi untuk di kunjungi oleh *marketing*. Dalam

¹³⁷ Firman, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 16 Maret 2020.

pelaksanaannya para *marketing* mengajak para nasabah untuk hijrah dengan beralih atau mengalihkan pembiayaannya dari bank konvensional ke bank syariah dengan menggunakan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri. Tujuannya untuk mencapai target, setiap *marketing* berbeda dalam target yang ditetapkan, agar efektif setiap hari diadakan laporan data dan evaluasi kerja yang berfungsi untuk meningkatkan kinerja agar mencapai target.

c. Diferensiasi Citra

Diferensiasi selanjutnya adalah dengan cara melalui diferensiasi citra, dapat dilakukan dengan membangun persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produk. Perusahaan perlu menciptakan citra pada perusahaan atau produk, agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, dengan membuat citra yang khas sebagai pembeda yang menancap kuat dibenak masyarakat, karena masyarakat memiliki pendapat yang berbeda-beda pada citra sebuah perusahaan atau produk.

Menurut penjelasan saudari Mirdah sebagai *Marketing* pembiayaan pensiun/koordinator area, menjelaskan mengenai bentuk diferensiasi citra, yaitu:

“Kami membuat *event* jadi setiap 3 bulan sekali kami mengadakan *gathering* dinas, *gathering* nasabah pensiunan *existing* seperti acara kumpul-kumpul itu nasabah kita datangkan ditempat makan, kumpul-kumpul bendahara. Ada paguyuban pensiunan, seperti paguyuban PWRI, senam di UNEJ itu ada juga, kita yang datang kesana, kalau di UNEJ

kan ada paguyuban pensiunan dia itu senam, di paguyuban politeknik juga sama kita yang datang kesana, kalau paguyuban PWRI dan lain-lain itu kita datang kesana karena kan tiap kecamatan punya paguyuban sendiri. Kita datang kita tanya kepimpinannya acaranya kapan, kan itu setiap bulan, kita datang kesana setiap bulan, ijin datang kesana. Kita kesana untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut dan melakukan silaturahmi, pendekatan dengan kawan-kawan disana, sosialisasi mengenalkan kemudahan-kemudahan dan membuat citra yang baik mengenai produk pembiayaan pensiun. Kita juga pernah mengundang nasabah *existing* kesini kita undang senam pernah”.¹³⁸

Sementara selaras dengan penjelasan narasumber sebelumnya, saudara Nofaldy sebagai *Marketing* bagian *sales force* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, menjelaskan mengenai bentuk diferensiasi citra, yaitu:

“Kita juga adakan acara untuk kita membuka diri kepada nasabah pensiunan, kita mengundang para pensiunan untuk datang ke acara itu, mengajak agar lebih dekat dengan para pensiunan atau yang akan pensiun. Untuk menggaet nasabah kami mengadakan acara atau agenda khusus pensiunan seperti acara *gathering* atau silaturahmi, yang diadakan 3 bulan sekali, untuk silaturahmi, makan-makan bersama, berbincang-bincang dengan para nasabah pensiunan yang loyal artinya nasabah *existing* yang dijadikan rekanan yang bisa memberikan rekomendasi orang untuk datang ke Bank Syariah Mandiri. Acara lain yaitu setiap bulan kita mendatangi acara senam sehat bagi pensiunan”.¹³⁹

Senada dengan penjelasan sebelumnya, saudara Firman Adi Nugraha sebagai *Consumer Banking Relationship Manajer* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember memaparkan tentang diferensiasi citra bahwa:

¹³⁸ Mirdah, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 20 Februari 2020.

¹³⁹ Nofaldy, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 21 Februari 2020.

“Memberikan informasi yang memikat dan kuat kepada masyarakat dan menunjukkan ini lah produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri, kami membuat brosur kantor mengenai produk pensiun dengan menarik dan masyarakat mudah mengingatnya. Kemudian, kami mengadakan kegiatan yang di sponsori oleh pembiayaan pensiun sini, membangun kekeluargaan supaya mereka nyaman terhadap kita, dan pasti mereka menginformasikan Bank Syariah Mandiri sendiri dari mulut kemulut, mengajak teman-temannya yang lain untuk menggunakan produk ini”¹⁴⁰.

Dapat disimpulkan dari beberapa pendapat narasumber di atas bahwa untuk mengukir citra yang kuat dan menarik dimata masyarakat khususnya para pensiunan, Bank Syariah Mandiri membuat brosur untuk disebar dengan pesan bahwa pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri merupakan pembiayaan dengan proses yang mudah dan cepat. Agar pesannya mudah diingat oleh para pensiunan, yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KC Jember dengan mendatangi agenda paguyuban pensiunan dan senam sehat setiap bulannya guna mengikuti kegiatan yang diadakan oleh pihak luar untuk berpartisipasi, melakukan pendekatan, dan mensosialisasikan berbagai kemudahan produk pembiayaan pensiun. Untuk pelaksanaan agendanya sendiri yaitu dengan mengadakan *event* senam dan *gathering* untuk silaturahmi kepada nasabah pembiayaan pensiun yang loyal.

Hal ini dilakukan untuk membangun kekeluargaan dan rasa nyaman, karena rasa seperti ini bisa untuk membangkitkan keinginan dan persepsi para pensiunan, dengan membuat citra yang baik, tidak

¹⁴⁰ Firman, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 16 Maret 2020.

menutup kemungkinan para nasabah mengajak dan menginformasikan dari mulut ke mulut kepada pensiunan lain yang akan membuat para pensiunan tersebut tertarik memilih menggunakan atau memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri.

d. Diferensiasi Produk

Pada diferensiasi produk, strategi ini memiliki maksud yaitu memberikan perusahaan untuk meningkatkan dan menciptakan keunggulan pada suatu produk, keunikan pada produk yang lebih menarik, aman dan nyaman digunakan, sehingga nasabah lebih meminati produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaing.

Menurut penjelasan saudari Mirdah sebagai *Marketing* pembiayaan pensiun/koordinator area, menjelaskan mengenai bentuk diferensiasi produk, yaitu:

“Disini lebih menonjolkan angsuran yang lebih murah, kemudian proses pastinya sesuai dengan akad syariah, angsuran *flat* dari awal hingga lunas, kemudian tidak mengikuti suku bunga, nasabah tidak dikenakan biaya provisi, di tempat lain masih ada biaya provisi, disini ada juga pengembalian sisa dana *take over*, tidak antri untuk autentifikasi. Disini juga selisih angsuran itu banyak dengan dengan bank lain, selisihnya antara 300-400ribu perbulan, jadi lebih murah disini”.¹⁴¹

Selaras dengan penjelasan narasumber sebelumnya, saudara Nofaldy sebagai *Marketing* bagian *sales force* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, menjelaskan mengenai bentuk diferensiasi produk, yaitu:

¹⁴¹ Mirdah, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 20 Februari 2020.

“Patokan pembiayaan pensiun disini itu dengan harga angsuran lebih murah, margin bagi hasil kecil tergantung plafon yang diminta, *pricing* lebih murah selisih 200-300 ribu, gratis biaya admin, tidak hanya harga, asuransi juga lebih murah atau lebih mudah, beda dengan bank lain yang asuransi tidak kembali. Misal dipertengahan jalan nasabah ada rejeki kemudian mau melunasi pembiayaannya, maka asuransinya kita kembalikan, akan tetapi tidak 100%, hanya 90% yang kembali ke nasabah, berbeda dengan perbankan lain asuransinya mahal dan tidak kembali”.¹⁴²

Senada dengan penjelasan sebelumnya, saudara Firman Adi Nugraha sebagai *Consumer Banking Relationship Manager* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember memaparkan tentang diferensiasi produk bahwa:

“Disini kita membantu nasabah, nasabah bisa pindah dari bank lain dengan angsuran yang lebih ringan di Bank Syariah Mandiri ini merupakan point yang paling bagus. Merupakan produk yang paling enak ya, tidak ribet juga, karena dari bank sendiri tidak perlu menagih karena tiap bulan sudah dipotong dari gaji nasabah. Jadi bank atau marketing tinggal cari berkas, kunjungan, cari berkas, kunjungan dengan data yang sudah ada. Di *take over* pembiayaan pensiun ini tidak ada bunga, angsuran rendah, tidak ada admin, tersedia matri, asuransi jiwa sudah tersedia dan jika meninggal dunia maka pembiayaan si nasabah dianggap lunas”.¹⁴³

Dapat dipahami dari pemaparan hasil wawancara diatas bahwa dalam diferensiasi produk pada *take over* pembiayaan pensiun, yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KC Jember dengan menonjolkan angsuran murah dan tetap dengan adanya selisih harga dengan bank lain dan tidak mengikuti suku bunga, serta margin bagi hasil yang kecil, dan sesuai dengan akad syariah.

¹⁴² Nofaldy, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 21 Februari 2020.

¹⁴³ Firman, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 16 Maret 2020.

Pembeda lainnya dengan adanya bebas biaya. Di Bank Syariah Mandiri menawarkan, nasabah yang akan memindahkan pembiayaan pensiunnya ke Bank Syariah Mandiri tidak dikenakan biaya provisi, gratis biaya admin, adanya pengembalian sisa dana *take over*, asuransi juga lebih murah dan mudah, ada pengembalian asuransi jika pembiayaan ingin segera dilunasi dipertengahan angsuran dan dianggap lunas jika nasabah meninggal dunia. Dalam pembayaran angsuran pembiayaan pensiun sudah di potong dari gaji nasabah di setiap bulannya.

Hampir sama seperti narasumber sebelumnya menurut Bapak Suroso, nasabah *take over* pembiayaan pensiun berusia 61 tahun, pensiunan PNS Guru, menjelaskan bahwasanya:

“Di Bank Syariah Mandiri angsurannya itu lebih ringan dengan yang lain terpaut 200ribuan perbulan, juga mendapat parcel atau hadiah per mau lebaran, jadikan kita semakin tertarik ke Bank Syariah Mandiri, kemudian dari sudut syariahnya atau agamis yang cenderung diutamakan”.¹⁴⁴

Kemudian menurut informan Bapak Sujono, nasabah pembiayaan *take over* pensiun berumur 67 tahun, pensiunan PNS PEMDA, menanggapi hal ini yaitu menjelaskan:

“Awalnya saya di BTPN, saya juga pernah di Bukopin, kemudian saya mengetahui informasi tentang Bank Syariah Mandiri ini, saya tertarik, kemudian saya pindah ke Bank Syariah Mandiri sejak 7 bulan yang lalu, untuk pendidikan anak. Saya pindah ke Bank Syariah Mandiri karena saya cari yang termurah, karena pensiunan sendiri butuh asupan dana yang lebih banyak juga, disini merasa dari sisi bunga lebih murah jadi bisa menghemat, pembiayaan lebih banyak

¹⁴⁴ Suroso, *Wawancara*, Jember, 22 Maret 2020.

angsuran lebih sedikit, tiap bulan angsurannya juga tetap, selisih berapapun bagi pensiunan seperti saya itu berarti, disini asuransi kembali kalau sudah lunas”.¹⁴⁵

Selanjutnya menurut informan yaitu Ibu Dwi Putri, nasabah *take over* pembiayaan pensiun, pensiunan PNS Dosen hampir sama dalam menanggapi hal ini, yaitu:

“Waktu dulu saya dari pembiayaan pensiun BRI, lalu saya mengetahui Bank Syariah Mandiri ini ini ya, saya pindah ke Bank Syariah Mandiri ini sejak 3 tahun yang lalu, karena ada usaha kos jadi saya untuk meningkatkan usaha. Saya memilih pindah ke Bank Syariah Mandiri ini karena dari tempat juga lebih dekat dengan rumah, dan syariahnya itu ya menurut saya dimasa tua mencari yang berkah lah, apalagi sekarang baru-baru ini ada program kalau kita mengajak nasabah baru buat ke Bank Syariah Mandiri itu kita dapat bingkisan”.¹⁴⁶

Menurut informan selanjutnya Ibu Siti Kholifah, nasabah *take over* pembiayaan pensiun, berumur 61 tahun, pensiunan bidan RSU Jember, menjelaskan bahwa:

“Sebelum saya *take over* ke Bank Syariah Mandiri dulu saya melakukan pembiayaan di Bank Jatim, kemudian ya saya memilih *take over* ke Bank Syariah Mandiri itu sejak 2019 awal, karena memang syariah ya pembiayaannya, sudah tua saya ingin yang syariah saja lah”.¹⁴⁷

Tidak jauh berbeda dengan penjelasan narasumber sebelumnya, Bapak Suyono, nasabah *take over* pembiayaan pensiun, berumur 66 tahun, pensiunan DLLAJ Provinsi Jawa Timur, menjelaskan bahwa:

“Awalnya saya dulu melakukan pembiayaan pensiun di BRI, kemudian saya mendapat informasi dari teman-teman ya mengenai Bank Syariah Mandiri ini, kemudian saya tertarik

¹⁴⁵ Sujono, *Wawancara*, Jember, 20 Februari 2020.

¹⁴⁶ Dwi Putri, *Wawancara*, Jember, 20 Februari 2020.

¹⁴⁷ Siti Kholifah, *Wawancara*, Jember, 22 Maret 2020.

dengan Bank Syariah Mandiri ini, saya ingin ikut karena syariahnya, saya pertama kenal di pertengahan 2018. Di Bank Syariah Mandiri ini angsuran ya membedakan, angsuran yang lumayan murah, selisih sedikit dengan Bank Syariah Mandiri”.¹⁴⁸

Dapat diketahui dari beberapa pendapat narasumber nasabah *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri diatas, membenarkan bahwa angsuran di Bank Syariah Mandiri lebih ringan dengan selisih yang lebih murah dan angsuran yang tetap. Dengan mencari atau berpindah ke bank dengan angsuran yang murah nasabah bisa menghemat pengeluaran dana, serta semakin banyak yang mencari keberkahan dari pembiayaan syariah.

e. Diferensiasi Pelayanan

Keberhasilan dalam suatu persaingan juga terletak pada penambahan jasa atau kualitas pelayanan yang menambah nilai serta perbaikan mutu produk, sehingga kualitas jasa pelayanan yang diberikan dapat dirasakan oleh nasabah sehingga melebihi harapan.

Menurut penjelasan saudari Mirdah sebagai *Marketing* pembiayaan pensiun/koordinator area, menjelaskan mengenai bentuk diferensiasi pelayanan, yaitu:

“Untuk semua pemindahan diurus oleh *marketing*, nasabah tidak perlu ke kantor, baik untuk nasabah *take over*, mau ke taspem dibantu, absensi setiap bulan juga dibantu, cukup ke ahliwarisnya untuk mengambil gaji bisa. Untuk tanda tangan akad pun *marketing* datang ke rumah calon nasabah atau bisa juga di kantor, jadi *marketing* yang mengurus segalanya mulai persyaratan dan mengurus *take over* ke bank lain dengan mendatangi bank asal nasabah tersebut. Jadi awalnya kita

¹⁴⁸ Suyono, *Wawancara*, Jember, 22 Maret 2020.

melakukan kunjungan ke nasabah A, dari memperkenalkan diri, lalu jika nasabah masih punya pinjaman di bank lain dan jika nasabah mau men *take over* pembiayaannya. Maka kita ambil kelengkapan datanya, berkas seperti syarat-syaratnya, NPWP, KTP, dan lain-lain dibawa ke kantor, setelah lengkap berkas di proses di kantor, dan proses selesai, kita tanda tangan akad bisa di kantor, atau di rumah nasabah, karena ada juga nasabah yang sakit tidak bisa beraktifitas atau keluar rumah dan lain sebagainya itu, kemudian jika sudah cair maka ke bank sebelumnya itu untuk setor total pembiayaan, lalu SK di bank lain tersebut akan keluar dan dijamin di Bank Syariah Mandiri”.¹⁴⁹

Sementara menurut penjelasan saudara Nofaldy sebagai *Marketing bagian sales force* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, menjelaskan mengenai bentuk diferensiasi pelayanan, yaitu:

“Untuk proses *take over* apabila ada kesulitan dalam *take over* kita bantu, untuk proses *take over* sendiri kita bantu, kita dampingi hingga proses selesai. Kita bantu proses mutasi, kita bantu proses ke Taspen, nasabah hanya terima jadi saja, nasabah hanya diam di rumah saja, namun apabila benar-benar tidak bisa diwakilkan, misalnya ke bank sebelumnya harus ada tanda tangan yang bersangkutan untuk proses *take over*, maka akan kita jemput dan dampingi nasabah kita untuk ke bank sebelumnya untuk melakukan tanda tangan. Termasuk juga asuransinya, dalam pelayanan *take over* didalamnya sudah kita bantu, nasabah hanya terima jadi. Mulai dari awal pengajuan, kemudian asuransinya kita bantu semuanya. Jadi nasabah merasa dilayani dengan baik, semua nasabah yang sudah hijrah ke Bank Syariah Mandiri menilai puas, karena proses *take over* sampai benar-benar pindah itu kita layani, kita dampingi, kita bantu sampai selesai. Bank lain si calon nasabah datang ke kantor, kalau Bank Syariah Mandiri jemput bola”.¹⁵⁰

Senada dengan penjelasan sebelumnya, saudara Firman Adi Nugraha sebagai *Consumer Banking Relationship Manajer*

¹⁴⁹ Mirdah, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 20 Februari 2020.

¹⁵⁰ Nofaldy, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 21 Februari 2020.

pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember memaparkan tentang diferensiasi pelayanan bahwa:

“Pada saat autentifikasi atau absensi setiap bulan karena pensiunan setiap bulan memang harus absensi, ini difasilitasi oleh Bank Syariah Mandiri, karena nasabah pensiun kan setiap bulan harus absensi lewat *handphone*, disini kita yang bantu melakukannya kita perhatikan, kalau di bank lain itu bisa antri berjam-jam atau absensi sendiri, kalau di BTPN itu antri dari jam berapa sampai jam berapa, kalau di kita yang penting sudah selesai absensi sudah bisa ambil uang. Mengenai *take over* ada beberapa bank yang memang menjadwalkan *take over*, jadi kita sebagai *marketing* harus tau jadwal *take over* bank lain itu tanggal berapa dan SK keluar tanggal berapa. Kalau sudah pasti baru bisa *take over*. Jadi ada juga bank yang mempersulit seperti BTPN, Bukopin, karena mereka ada jadwal itu, tidak bisa kita jadwal hari ini kita dapat nasabah hari ini, jadwalnya pasti 3 bulan kedepan, kalau Bank Jatim, BRI itu biasanya awal sampai pertengahan bulan keluarnya, SK juga kalau tidak hari ini ya awal sampai akhir bulan”.¹⁵¹

Dapat disimpulkan dari pemaparan hasil wawancara diatas bahwa dalam pelayanan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember pada *take over* pembiayaan pensiun mulai dari kelengkapan berkas, pemrosesan hingga selesai di Bank Syariah Mandiri, pencairan, mutasi dan proses di Taspen, pelunasan di bank asal, dan penyerahan SK sebagai jaminan di Bank Syariah Mandiri, semua ditangani dan dibantu oleh pihak *marketing*. Jika tidak bisa diwakilkan seperti penandatanganan jika dibutuhkan di bank asal, dan akad perjanjian pembiayaan *marketing* yang akan mendampingi atau menjemput nasabah atau juga bisa dilakukan dirumah nasabah.

¹⁵¹ Firman, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, 16 Maret 2020.

Autentifikasi dibantu oleh *marketing* untuk melakukan absensi. Bank Syariah Mandiri memfasilitasi pelayanan autentifikasi yang tidak antri, sehingga nasabah dipermudah dalam pengambilan gajinya atau cukup kepada ahli warisnya. Adapula bank yang mempersulit *take over* ke bank lain karena mempunyai jadwal untuk kegiatan *take over* nya, tim *marketing* harus mengetahui jadwal setiap bank dalam kegiatan *take over* nya, serta jadwal SK keluar. Tidak bisa mendapatkan nasabah dengan instan di hari itu juga, karena untuk *take over* jadwalnya pasti 1-3 bulan kedepan.

Hampir sama seperti narasumber sebelumnya menurut Bapak Suroso, nasabah *take over* pembiayaan pensiun berusia 61 tahun, pensiunan PNS Guru, menjelaskan bahwasanya:

“Saya mendapat kemudahan dalam memberikan pelayanan yang baik, jadi dari sana saya tertarik, mulai dari awal saya dikawal, dilayani satu per satu dengan baik, dari administrasi sampai selesai, mulai dari awal sampai pelunasan, dan penyelesaian di Taspen, disana juga memberikan kemudahan dalam menyelesaikan tanggungan, dari sana membuat saya lebih pas dan cocok di syariah. proses dari awal hingga selesai ini sekitar 1 bulanan, saya mendapatkan buku rekening”.

Kemudian menurut informan Bapak Sujono, nasabah *take over* pembiayaan pensiun berumur 67 tahun, pensiunan PNS PEMDA, menanggapi hal ini yaitu menjelaskan:

“Pelayanan di Bank Syariah Mandri juga lebih bagus, mereka langsung datang kerumah-rumah tidak kenal waktu, para *marketing* juga dalam membantu itu memberikan bantuan dengan cepat, karena kan saya sendiri atau nasabah-nasabah pensiun lain, apalagi kalau ada yang sakit kan memang lebih

banyak membutuhkan bantuan jadi ya dibantu dengan baik, dan saya sendiri merakasan saya terbantu dengan baik”.¹⁵²

Selanjutnya menurut informan yaitu Ibu Dwi Putri, nasabah *take over* pembiayaan pensiun, pensiunan PNS Dosen hampir sama dalam menanggapi hal ini, yaitu:

“Di Bank Syariah Mandiri lebih nyaman juga, pelayanannya lebih enak ya, dipermudah. Permohonan *take over* saya juga semua diurus oleh *marketing*, jadi saya tidak perlu kesana kemari untuk mengurus ini itu, kita terima jadi begitu, autentifikasi yang setiap bulan dibantu sampai kerumah”.¹⁵³

Menurut informan selanjutnya Ibu Siti Kholifah, nasabah *take over* pembiayaan pensiun, berumur 61 tahun, pensiunan bidan RSU Jember, menjelaskan bahwa:

“Ya selama ini lancar-lancar saja karena semua proses mulai awal sampai akhir saya dibantu oleh *marketingnya* untuk mengurus semua berkas, ke bank yang lama, sampai cair itu semuanya dibantu oleh *marketingnya*”.¹⁵⁴

Tidak jauh berbeda dengan penjelasan narasumber sebelumnya, Bapak Suyono, nasabah *take over* pembiayaan pensiun, berumur 66 tahun, pensiunan DLLAJ Provinsi Jawa Timur, menjelaskan bahwa:

“Semua proses pemindahan semuanya dibantu oleh Bank Syariah Mandiri dan kita sebagai nasabah hanya terima jadi saja, tidak repot dan bingung, berkas-berkas tinggal dipersiapkan”.¹⁵⁵

Dapat diketahui dari beberapa pendapat narasumber nasabah *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri diatas bahwa

¹⁵² Sujono, *Wawancara*, Jember, 20 Februari 2020.

¹⁵³ Dwi Putri, *Wawancara*, Jember, 20 Februari 2020.

¹⁵⁴ Siti Kholifah, *Wawancara*, Jember, 22 Maret 2020.

¹⁵⁵ Suyono, *Wawancara*, Jember, 22 Maret 2020.

dengan adanya pelayanan yang baik dapat menarik minat para nasabah pensiunan, selain karena sudut pandang syariahnya, juga dilihat dari pelayanannya yang mengutamakan para nasabah, yang melayani dengan baik serta mengawal nasabah dari proses penanganan pemindahan pembiayaan sampai dengan hasil akhir pembiayaan telah dipindahkan ke Bank Syariah Mandiri. Pelayanan yang baik sangat diharapkan oleh para pensiunan karena memandang nasabah pensiun adalah para orang tua yang diusia tuanya tidak semua sehat dan masih dapat beraktifitas diluar, maka sangat membutuhkan bantuan dengan baik dan kebanyakan para nasabah *take over* pembiayaan pensiun ini merasa puas serta tidak merasa kebingungan dan kerepotan.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan peneliti melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan, perlu kiranya diadakan pembahasan temuan, yang mana hasil dari pada analisis data yang akan dikaji dengan teori yang ada untuk mengetahui keterkaitan keduanya guna dalam menjawab fokus penelitian yang ada pada penelitian ini.

1. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

Strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun dari data analisis yang diperoleh bahwa dalam praktiknya terdapat beberapa pengembangan yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang

Jember pada pengembangan produk pembiayaan pensiunnya meliputi penambahan jumlah, penambahan fungsi, dan peluasan distribusi pemasaran, yaitu:

a. Penambahan Jumlah

Strategi pengembangan yang dilakukan pada pembiayaan pensiun oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember dalam penambahan produk yaitu melakukan inovasi dengan menambah produk pra-pensiun, yang bisa digunakan untuk nasabah yang kurang dari 2 tahun memasuki masa pensiunnya, selain produk pembiayaan pensiun yang bisa digunakan oleh para pensiunan. Yang dilakukan dalam memperluas jaringan dengan menjalin kerjasama dengan pihak Taspen, berbagai perusahaan untuk kegiatan pemasaran, dan berbagai instansi, dinas, sekolah, kampus, paguyuban bahkan perorangan untuk mendapatkan data para pensiunan dan pra-pensiun untuk dikunjungi secara *door to door*.

Dalam praktiknya yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KC Jember dalam penambahan jumlah pada pembiayaan pensiun sama seperti yang ada pada teorinya bahwa penetapan strategi pengembangan produk, variasi yang pertama adalah penambahan jumlah yaitu penambahan jumlah produk dengan inovatif berbeda atau penambahan jumlah produk untuk memenuhi permintaan, meningkatkan kerja sama.¹⁵⁶

¹⁵⁶ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 109.

Pengembangan produk merupakan kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan dayaguna maupun daya pemuas yang lebih besar. Pengembangan produk ini menyangkut penawaran produk baru atau produk yang diperbaiki atau disempurnakan untuk pasar yang telah tersedia. Pada umumnya kegiatan pengembangan produk ini berhubungan erat dengan kegiatan inovasi.¹⁵⁷

b. Penambahan Fungsi

Penambahan fungsi atau fasilitas pada pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember dengan memberikan fasilitas yang dibutuhkan oleh para nasabah pensiun sehingga dapat dimanfaatkan, berupa buku rekening tabungan, kartu ATM, fasilitas autentifikasi yang tidak antri, dan ruangan khusus di *banking hall* untuk mengambil gaji setiap bulan.

Strategi pada pembiayaan pensiun yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KC Jember dalam penambahan fungsi berupa menambah fasilitas untuk dapat dimanfaatkan oleh para nasabahnya, dapat dikatakan sesuai dengan yang dipaparkan pada teori, bahwa dalam penetapan strategi pengembangan produk, terdapat variasi

¹⁵⁷ Sofjan Sauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 219-220.

kedua berupa penambahan fungsi yaitu melakukan penambahan fungsi perusahaan dengan menambah fasilitas.¹⁵⁸

c. Perluasan Distribusi Pemasaran

Perluasan distribusi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember pada pembiayaan pensiunnya untuk menarik nasabah pensiun, yaitu dengan mengembangkan produk, membedakan ciri produk dari pesaingnya, serta meningkatkan mutu. Dalam kegiatan promosinya, pengembangan yang dilakukan melalui promosi penjualan dengan program memberikan paket sembako serta mulai melakukan pemberian apresiasi berupa bingkisan, ada pula program *special price* di bulan Maret ini yang bekerjasama dengan perusahaan lain untuk menggaet minat para pensiunan. Tidak hanya itu promosi yang dilakukan juga melalui publisitas dengan mulai mengadakan *event* khusus berupa *gathering* yang akan diadakan setiap 3 bulan sekali untuk nasabah pembiayaan pensiun.

Dalam penetapan harga pada tabel angsuran, plafon yang diberikan dalam pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri yaitu minimal Rp 10.000.000-350.000.000, jangka waktu maksimal pembiayaan hingga 15 tahun, dengan usia maksimal saat jatuh tempo 75 tahun, sedangkan pra-pensiun maksimal pembiayaan hingga Rp 250.000.000, maksimal usia 70 tahun. *Pricing* yang diberikan adalah 0,6. Dengan lokasi kantor Bank Syariah Mandiri yang sudah ada di

¹⁵⁸ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 110.

beberapa daerah di Jember memudahkan masyarakat untuk menjangkau.

Penetapan strategi pengembangan produk, variasi ketiga yaitu perluasan distribusi pemasaran dengan melakukan perluasan pasar dilakukan dengan cara meningkatkan peran 4P, yang dapat dilakukan adalah pengembangan produk untuk menarik minat pembeli, permainan harga, harga tawar menawar, harga kredit, harga promosi, harga *include*, perluasan distribusi pemasaran, promosi.¹⁵⁹ Dalam praktiknya Bank Syariah Mandiri KC Jember pada pembiayaan pensiun untuk memperluas distribusi pemasaran masih terus akan dilakukan pengembangannya untuk mendorong minat nasabah pensiunan dengan meningkatkan pengembangan kegiatan promosi.

Promosi yang dilakukan yaitu dengan promosi penjualan yang merupakan promosi untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.¹⁶⁰ Dan publisitas yang merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank dan produknya melalui suatu kegiatan.¹⁶¹

2. Bentuk Diferensiasi Pada *Take Over* Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

Bentuk *take over* pembiayaan pensiun dipaparkan hasil dari analisis yang diperoleh bahwa dalam pelaksanaannya pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember terdapat beberapa diferensiasi yang dilakukan

¹⁵⁹ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 110.

¹⁶⁰ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 172

¹⁶¹ *Ibid.*, 177

meliputi diferensiasi *personel*, diferensiasi saluran, diferensiasi citra, diferensiasi produk, dan diferensiasi pelayanan, yaitu:

a. Diferensiasi *Personel*

Diferensiasi *personel* yang diterapkan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember pada *take over* pembiayaan pensiun dengan memperkerjakan dan melatih pegawainya lebih baik daripada para pesaing mereka, *marketing* harus mempunyai karakteristik yang dibutuhkan, seperti menjadi pendengar yang baik, cakap, ramah, sopan, bekerja dengan ikhlas dan sepenuh hati, menerapkan sikap kekeluargaan, komunikasi baik dan tidak kenal putus asa dalam meyakinkan calon nasabahnya. Agar informasi dapat tersampaikan dengan baik dan calon nasabah tertarik beralih atau mengalihkan pembiayaannya menggunakan produk pembiayaan pensiun di BSM.

Dalam diferensiasi *personel* pada *take over* pembiayaan pensiun yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Jember, karakteristik tersebut selaras dengan karakteristik yang dipaparkan di dalam teori, bahwa perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang kuat dengan memperkerjakan dan melatih orang-orang yang lebih baik dari pada pesaing mereka. *Personel* yang terlatih dengan lebih baik menunjukkan enam karakteristik yaitu kemampuan, kesopanan, kredibilitas, dapat diandalkan, cepat tanggap, dan komunikasi.¹⁶²

¹⁶² Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 99.

b. Diferensiasi Saluran

Diferensiasi saluran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember pada *take over* pembiayaan pensiun, selain *marketing* melakukan sebar brosur, dan iklan, strategi jualan yang dilakukan oleh *marketing/sales force* adalah *door to door* dan *referral*. *Referral* yaitu *marketing* mencari data ke dinas-dinas, kampus, sekolah, paguyuban pensiun atau nasabah perorangan, yang kemudian dikunjungi secara *door to door* guna memperkenalkan produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri. *Marketing* tidak hanya bisa menarik para pensiun yang belum mempunyai pembiayaan, atau mengajak untuk memindahkan gajinya saja, akan tetapi juga bisa menarik nasabah pensiun yang sudah mempunyai pembiayaan di bank lain untuk memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri.

Selain itu strategi yang dipakai dengan menerapkan sistem *mapping area* pemasaran dan institusi yang dibagi menjadi wilayah dan bagian institusi untuk di kunjungi oleh masing-masing *marketing*. Dalam pelaksanaannya *marketing* mengajak para pensiunan untuk hijrah dengan beralih dari bank konvensional ke bank syariah. Setiap hari diadakan laporan data dan evaluasi kerja fungsinya untuk meningkatkan kinerja agar dapat mencapai target perusahaan, karena target tiap *marketing* berbeda.

Dalam praktiknya *marketing* pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri mempunyai cara tersendiri dalam menyalurkan atau

menjual produknya serta melayani nasabah dan calon nasabahnya, sebagai perantara produk dari bank kepada nasabahnya, peran saluran distribusi ini penting dalam salah satu fungsinya berupa promosi yaitu pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif yang dirancang untuk menarik pelanggan pada penawaran tersebut.¹⁶³ Maka peran *marketing/sales force* sebagai saluran distribusi ini harus mempunyai kinerja yang bagus dan keahlian yang dapat diandalkan untuk bisa membujuk dan menarik minat calon nasabahnya.

Perusahaan dapat mencapai diferensiasi melalui cara mereka membentuk saluran distribusi terutama jangkauan, keahlian dan kinerja saluran tersebut.¹⁶⁴ Perusahaan dapat merencanakan cakupan, keahlian, dan kinerja saluran distribusi mereka secara lebih efektif dan efisien.¹⁶⁵

c. Diferensiasi Citra

Untuk mengukir citra yang kuat dan menarik dimata para pensiunan, Bank Syariah Mandiri membuat brosur bahwa pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri merupakan pembiayaan dengan proses yang mudah dan cepat serta mengajak menuju pensiun yang produktif, bahagia dan berkah. Agar pesan yang disampaikan mudah diingat yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KC Jember yaitu mendatangi agenda paguyuban pensiunan dan senam sehat setiap bulan untuk melakukan pendekatan dan mensosialisasikan produk

¹⁶³ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 140

¹⁶⁴ *Ibid.*, 99.

¹⁶⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran EdisiKetigaBelas* (Erlangga: 2009), 303.

pembiayaan pensiun Bank Syariah Mandiri, dalam agendanya sendiri juga mengadakan *event* senam dan *gathering* nasabah pensiun loyal.

Kegiatan ini dilakukan untuk membangun kekeluargaan dan rasa nyaman, yang bisa membangkitkan persepsi dan keinginan para pensiunan mengenai pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri, dengan citra yang baik, para nasabah bisa saja mengajak dan menginformasikan dari mulut ke mulut kepada para pensiunan lain yang akan membuat para pensiunan tertarik memilih menggunakan atau memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri.

Dalam diferensiasi citra yang dibentuk pada produk pembiayaan pensiun ini, langkah yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ini bahwasanya perusahaan dapat mengukir citra yang kuat dan menarik.¹⁶⁶ Yaitu dengan menyampaikan pesan tunggal yang memantapkan karakter produk, menyampaikan pesan ini dengan cara yang berbeda sehingga tidak dikelirukan dengan pesan serupa dari para pesaing, dan mengirimkan kekuatan emosional sehingga membangkitkan keinginan maupun pikiran pembeli. Dalam diferensiasi citra pembeda utamanya yaitu lambang, media tertulis, audiovisual, suasana dan acara-acara.¹⁶⁷

d. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk pada *take over* pembiayaan pensiun yang dilakukan Bank Syariah Mandiri adalah dengan menonjolkan

¹⁶⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi KetigaBelas* (Erlangga: 2009), 303.

¹⁶⁷ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 100.

angsuran yang ringan dan tetap hingga lunas, tidak mengikuti suku bunga, serta margin bagi hasil yang kecil, dan sesuai dengan akad syariah yang dipandang berkah. Dengan *take over* dari bank lain ke Bank Syariah Mandiri, nasabah bisa menurunkan angsuran lebih rendah dari pada angsuran di bank sebelumnya, karena perbedaan margin yang berlaku antara bank sebelumnya dengan Bank Syariah Mandiri, terutama jika bank sebelumnya adalah konvensional, angsuran perbulan akan menjadi lebih murah dan menghemat biaya.

Pembeda lainnya adalah bebas biaya, nasabah pensiun yang *take over* di Bank Syariah Mandiri tidak dikenakan biaya provisi, dan gratis biaya admin, ada pengembalian sisa dana *take over*, dan sudah *discover* asuransi jiwa syariah, ada pengembalian asuransi. Dalam pembayaran angsuran sudah di potong dari gaji nasabah di setiap bulannya.

Diferensiasi produk merupakan salah satu indikator dalam bentuk diferensiasi. Diferensiasi produk merupakan salah satu unsur pembeda yang mendorong pensiunan maupun nasabah pensiun di bank lain untuk beralih ke produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri, dengan harga yang bersaing serta margin yang kecil dan angsuran yang ringan dan *flat* yang menjadikan keunggulan Bank Syariah Mandiri untuk menarik minat nasabah pensiun. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan dapat merancang perbedaan produknya untuk melengkapi fungsi dasar produk. Dalam pembeda

produk ini parameter yang utama dapat digunakan adalah bentuk, keistimewaan, kinerja, kesesuaian mutu dengan standart, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya dan rancangan.¹⁶⁸

e. Diferensiasi Pelayanan

Pelayanan yang di berikan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember pada *take over* pembiayaan pensiun yaitu, mulai dari kelengkapan berkas, pemrosesan, mutasi, pencairan, pelunasan di bank sebelumnya, hingga penyerahan SK sebagai jaminan di Bank Syariah Mandiri, sampai dengan sudah berpindahya di Bank Syariah Mandiri, semua ditangani oleh *marketing*. Untuk penandatanganan di bank sebelumnya dan akad perjanjian pembiayaan *marketing* mendampingi atau menjemput, bisa juga dilakukan dikantor atau dirumah nasabah.

Pelayanan autentifikasi yang tidak pakai antri merupakan fasilitas yang diberikan kepada nasabah pensiun, nasabah pensiun dibantu untuk absensinya, dan dipermudah dalam pengambilan gajinya. Dalam *take over* dari bank asal, ada bank yang mempersulit *take over* ke bank lain karena mempunyai jadwal untuk kegiatan *take over* nya, *marketing* harus mengetahui jadwal setiap bank dalam kegiatan *take over* nya, serta jadwal SK keluar, tidak bisa instan dihari itu juga untuk *take over* dan mendapatkan nasabah.

¹⁶⁸ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 98.

Dalam teori mengenai diferensiasi pelayanan bahwa penambahan pelayanan yang dapat meningkatkan nilai serta kualitasnya, pembeda pelayanan utama yaitu kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pelanggan, konsultasi pelanggan, pemeliharaan dan perbaikan, dan sebagainya.¹⁶⁹ Pelaksanaan pada Bank Syariah Mandiri dalam *take over* pembiayaan pensiun dengan memberikan kemudahan dalam pelayanannya kepada para nasabahnya dengan membantu melayani segala urusan pemindahan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri dari pengurusan awal hingga selesai dan membantu dalam autentifikasi dan pengambilan gaji.



¹⁶⁹ Lingga Purnama, *Strategi Marketing Plan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 98.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pengembangan produk sebagai bentuk diferensiasi *take over* pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

Penambahan jumlah produk dengan menambah produk pra-pensiun dan meningkatkan kerjasama dengan banyak pihak. Penambahan fungsi dengan memberikan fasilitas terhadap produk pembiayaan pensiun berupa buku rekening, fasilitas autentifikasi dan ruangan untuk pengambilan gaji setiap bulan. Dan perluasan distribusi pemasaran dengan membedakan ciri produk, menetapkan harga pada tabel angsuran, melakukan promosi berupa iklan, brosur, *special price*, memberi bingkisan, serta mengadakan agenda rutin. Lokasi kantor juga sudah ada di beberapa daerah Jember.

2. Bentuk Diferensiasi Pada *Take Over* Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

Diferensiasi personel dengan menjadikan para *marketing* mempunyai personalia terlatih, dan menerapkan sikap kekeluargaan untuk menjalin hubungan emosional. Diferensiasi saluran dengan menerapkan strategi penjualan untuk menggaet minat para calon nasabah pensiunan.

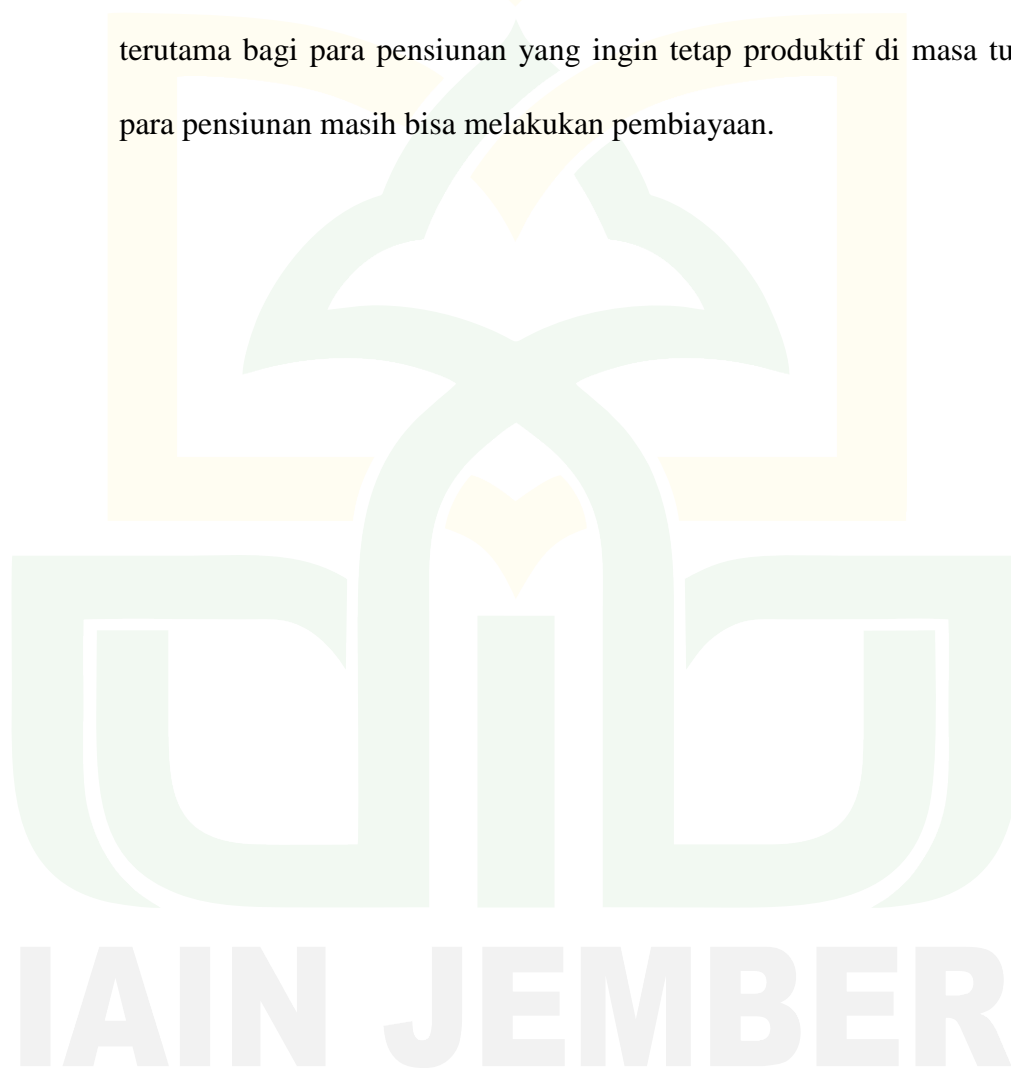
Diferensiasi citra dengan mengadakan agenda rutin kekeluargaan, senam sehat dan acara sosialisasi untuk memperkenalkan produk pembiayaan pensiun untuk mengukir citra yang baik dan membangun persepsi positif. Diferensiasi produk dengan membedakan produk dengan para pesaing melalui angsuran yang ringan dan tetap serta bebas biaya dan sudah *discover* asuransi. Diferensiasi pelayanan dengan memberikan pelayanan terbaik melalui cara menangani segala proses *take over*nya, membantu proses autentifikasi, dan mempermudah pengambilan gaji setiap bulannya.

B. Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya lebih menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pengembangan produk dan bentuk diferensiasi dengan melakukan penelitian pada objek yang berbeda, dengan rujukan referensi yang lebih beragam, atau metode penelitian lain yang digunakan.
2. Untuk Bank Syariah Mandiri yang sudah baik, hendaknya pada pengembangan produk lebih ditingkatkan melalui inovasi dan keunggulan produk, memberikan berbagai fasilitas tambahan, juga lebih memperluas distribusi pemasaran dengan meningkatkan kualitas promosi. Sementara dalam mendiferensiasikan untuk lebih menciptakan keunikan tersendiri agar tidak mudah ditiru, seperti melatih para *personel* lebih baik sehingga mempunyai karakteristik untuk menjadi lebih profesional dari pesaingnya, meningkatkan strategi penjualan dan kinerja para marketing, mempertahankan juga membangun citra yang kuat agar menancap dibenak

masyarakat, melakukan pembaharuan dalam kualitas produk dan pelayanan sehingga semakin menarik minat terhadap produk pembiayaan pensiun.

3. Untuk masyarakat sebaiknya dapat mengenal dan mengetahui terlebih dahulu produk pembiayaan pensiun untuk memutuskan menggunakannya, terutama bagi para pensiunan yang ingin tetap produktif di masa tuanya, para pensiunan masih bisa melakukan pembiayaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadiono. 2013. *Dasar-Dasar Bank Syariah*. Jember: STAIN Jember Press.
- Al-Bukhari, Abi Abdillah Muhammad bin Ismail. 2014. *Shahih Bukhari*. Syirkah Al-Quds.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Qur'an dan terjemahan, 2:148
- Al-Qur'an dan terjemahan, 5:2.
- Al-Qur'an dan terjemahan, 17:34.
- Aminah, Siti. 2018. *Pengaruh Strategi Dan Positioning Dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada Produk BSM OTO Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung*. Skripsi. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Annual Report Bank Syariah Mandiri 2018. diakses 17 November 2019.
- Antonio, Syafi'i. 1999. *Bank Syariah Bagi Bankir & Praktisi Keuangan*. atas kerjasama Tazkia Institute.
- _____. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Aprianto, Naerul Edwin kiky. 2018. *Implementasi Bentuk-Bentuk Akad Bernama Dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Jurnal Ekonomi Islam. Vol. 9 No. 1. Januari-Juni.
- Arifah, Tiara Dini. 2017. *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Kasus: BPRS Khasanan Ummat Kembaran Banyumas)*. Skripsi. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Fadhilah, Ayu Rizki. 2016. *Pengaruh Strategi Diferensiasi, Positioning produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di KCP Bank Syariah Mandiri Salatiga*. Skripsi. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-MUI Nomor 31/DSN-MUI/VI/2002
- Gitosudarmo, Indriyo. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.

- Halip. 2019. *Analisis Strategi Diferensiasi Produk Tabungan Investa Cendekia Pada Bank Syariah Mandiri KC Situbondo*. Skripsi. Jember: Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2001. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hidayat, Fahmi Rahmat. 2016. *Strategi Pengembangan Produk BMT UMJ Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- IBI-LSP. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kasmir. 2009. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 9*. Jakarta: Rajawali Press.
- _____. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi Cetakan 14*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2014. *Dasar-Dasar Perbankan –Edisi Revisi 2014*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kholifah, Siti. 2018. *Pola Pengembangan Produk Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Manajemen Operasional Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik*. Skripsi. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Erlangga.
- Limakrisna, Nanda. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis Di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lutfiana, Maghfiroh Putri. 2018. *Analisis SWOT Dalam Pertumbuhan Produk Take Over Pembiayaan Pensiun Di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga*. Skripsi. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mangani, Ktut Silvanita. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Erlangga.
- Martono. 2002. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- _____. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murhadi. 2007. *Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nilasari, Irma. 2006. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Otoritas Jasa Keuangan Bank Indonesia. *Statistik Perbankan Syariah*. diakses, 6 November 2019
- Prastowo, Andi. 2011. *Memahami Metode-Metode Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Purnama, Lingga. 2001. *Strategi Marketing Plan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rahardjo, Mugi. 2009. *Pemasaran Lembaga Keuangan/Perbankan*. Surakarta: LPP UNS dan UNS Press.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Riyanda, Fifi. 2015. *Strategi Pengembangan Produk Deposito IB Desya Mudharabah Pada BPRS Suriyah Cabang Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Sabariyah, Etika. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sam, Ichwan dkk. 2014. *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, Yulita. 2017. *Strategi Pengembangan Produk Pada Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Pembiayaan Murabahah Studi Pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung*. Skripsi. Lampung: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan.
- Siagian, Sondang P. 2011. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tim MarkPlus. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*. Erlangga.

Tim Penyusun. 2016. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jember: STAIN Jember Press.

www.mandirisyariah.co.id. diakses 16 November 2019.

Yuliana. 2015. *Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggraini Setiayu
NIM : E20161011
Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Produk Sebagai Bentuk Diferensiasi *Take Over* Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember” adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 17 Juni 2020

Saya yang menyatakan



Anggraini Setiayu

NIM. E20161011

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Strategi Pengembangan Produk Sebagai Bentuk Diferensiasi <i>Take Over</i> Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi Pengembangan Produk 2. Bentuk Diferensiasi 	<ol style="list-style-type: none"> a. Penambahan Jumlah Produk b. Penambahan Fungsi Perusahaan c. Perluasan Distribusi Pemasaran a. Diferensiasi Produk b. Diferensiasi Pelayanan c. Diferensiasi <i>Personel</i> d. Diferensiasi Saluran e. Diferensiasi Citra 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber Data Primer: <ol style="list-style-type: none"> a. CBRM / <i>Consumer Banking Relationship Manager</i> pembiayaan pensiun b. <i>Marketing</i> pembiayaan pensiun / koordinator area c. SF / <i>Sales Force</i> pembiayaan pensiun d. Nasabah <i>take over</i> pembiayaan pensiun 2. Sumber Data Sekunder: <ol style="list-style-type: none"> a. Buku b. Jurnal c. Artikel d. Internet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian kualitatif, dengan metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif 2. Jenis penelitian <i>Field Research</i> (Penelitian Lapangan) 3. Penentuan subjek / sumber data penelitian dilakukan menggunakan teknik <i>Purposive</i> 4. Teknik pengumpulan data <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Teknik analisis data dengan menggunakan metode yaitu : <ol style="list-style-type: none"> a. Reduksi Data b. Penyajian Data c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi 6. Keabsahan data menggunakan: <ol style="list-style-type: none"> a. Triangulasi Sumber b. Triangulasi Metode 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana analisis strategi pengembangan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ? 2. Bagaimana bentuk diferensiasi <i>take over</i> pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?

PEDOMAN WAWANCARA

A. Profil Perusahaan

1. Bagaimana sejarah Bank Syariah Mandiri ?
2. Apa visi dan misi Bank Syariah Mandiri ?
3. Apa nilai budaya kerja dan tujuan Bank Syariah Mandiri ?
4. Bagaimana struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?
5. Apa saja produk & jasa Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember?

B. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember











1. Bagaimana penambahan jumlah pada pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?
2. Bagaimana penambahan fungsi pada pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?
3. Bagaimana perluasan distribusi pemasaran pada pembiayaan pensiun ini di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?

C. Bentuk Diferensiasi *Take Over* Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

1. Bagaimana diferensiasi *personel* pada *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?
2. Bagaimana diferensiasi saluran pada *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?
3. Bagaimana diferensiasi citra pada *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?
4. Bagaimana diferensiasi produk pada *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?
5. Bagaimana diferensiasi pelayanan pada *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ?

JURNAL PENELITIAN

Analisis Strategi Pengembangan Produk Sebagai Bentuk Diferensiasi *Take Over* Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	15 Januari 2010	Menyerahkan surat izin penelitian, CV, dan proposal penelitian.	
2.	17 Februari 2020	Menembusi proposal dan surat izin penelitian (Proposal di ACC dan penentuan wawancara).	
3.	20 Februari 2020	Wawancara dengan Ibu Mirdah selaku <i>Marketing</i> pembiayaan pensiun / koordinator area.	
4.	20 Februari 2020	Mengikuti acara <i>gathering</i> nasabah pembiayaan pensiun serta wawancara dengan Ibu Dwi Putri dan Bapak Sujono selaku nasabah <i>take over</i> pembiayaan pensiun yang mengikuti <i>gathering</i> .	
5.	21 Februari 2020	Wawancara dengan Bapak Nofaldy selaku SF / <i>Sales Force</i> pembiayaan pensiun.	
6.	16 Maret 2020	Wawancara dengan Bapak Firman selaku CBRM / <i>Consumer Banking Relationship Manager</i> pembiayaan pensiun.	
7.	22 Maret 2020	Wawancara dengan Bapak Suyono selaku nasabah <i>take over</i> pembiayaan pensiun.	
8.	22 Maret 2020	Wawancara dengan Bapak Suroso selaku nasabah <i>take over</i> pembiayaan pensiun.	
9.	22 Maret 2020	Wawancara dengan Ibu Siti Kholifah selaku nasabah <i>take over</i> pembiayaan pensiun.	
10.	18 Juni 2020	Meminta surat keterangan selesai penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember.	

Jember, 18 Juni 2020
PT. Bank Syariah Mandiri Kantor
Cabang Jember




Frida Herawati
Branch Operation and Service
Manager

Wawancara dengan Bapak
Sujono selaku nasabah *take over*
pembiayaan pensiun yang
menghadiri acara *gathering*
pembiayaan pensiun.



Wawancara dengan Bapak
Firman selaku CBRM /
Consumer Banking Relationship
Manager pembiayaan pensiun.



Wawancara dengan Bapak
Suyono selaku nasabah *take*
over pembiayaan pensiun.



Wawancara dengan Bapak
Suroso selaku nasabah *take over*
pembiayaan pensiun.



Wawancara dengan Ibu Siti
Kholifah selaku nasabah *take over*
pembiayaan pensiun.



Wawancara dengan Bapak Nofaldy selaku
SF / *Sales Force* pembiayaan pensiun
Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang
Jember.



PROGRAM PENSIUN BSM

mandiri
syariah



TABEL ANSURAN PEMBAYARAN PENSIUNAN

TAHUN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Rp 10,000,000	890,829	473,073	334,536	265,800	224,979	198,112	179,212	165,289	154,575	146,376	139,754	134,386	129,977	126,317	123,252
Rp 20,000,000	1,781,657	946,146	669,073	531,600	449,959	396,224	359,425	330,576	309,351	292,752	279,509	268,771	259,053	252,634	246,504
Rp 30,000,000	2,672,485	1,419,219	1,003,609	797,400	674,938	594,335	537,637	495,864	464,027	439,129	419,263	403,157	389,930	378,951	369,757
Rp 40,000,000	3,563,315	1,892,292	1,338,145	1,053,200	899,918	792,447	716,890	661,152	618,702	595,505	559,017	537,543	519,506	505,267	493,009
Rp 50,000,000	4,454,143	2,365,365	1,672,681	1,329,000	1,124,897	990,559	896,062	826,440	773,378	731,891	698,771	671,925	649,893	631,584	616,261
Rp 60,000,000	5,344,972	2,838,438	2,007,218	1,594,800	1,349,876	1,188,671	1,075,274	991,729	928,053	878,257	838,526	805,314	773,660	757,901	739,513
Rp 70,000,000	6,235,800	3,311,512	2,341,754	1,860,600	1,574,856	1,386,783	1,254,487	1,157,017	1,082,729	1,024,633	978,280	940,700	909,836	884,218	862,785
Rp 80,000,000	7,126,629	3,784,585	2,676,290	2,126,400	1,799,835	1,584,894	1,433,699	1,322,305	1,237,404	1,171,009	1,118,034	1,075,096	1,039,813	1,010,536	986,018
Rp 90,000,000	8,017,458	4,257,658	3,010,826	2,392,200	2,024,814	1,783,006	1,612,911	1,487,593	1,392,080	1,317,395	1,257,789	1,209,472	1,169,789	1,136,852	1,109,370
Rp 100,000,000	8,908,286	4,730,731	3,345,363	2,658,000	2,249,794	1,981,118	1,792,124	1,652,881	1,546,755	1,463,782	1,397,543	1,343,857	1,296,766	1,263,168	1,232,522
Rp 110,000,000	9,799,115	5,203,804	3,679,899	2,923,800	2,474,773	2,179,230	1,971,336	1,818,169	1,701,431	1,610,138	1,537,297	1,478,243	1,425,743	1,389,485	1,355,774
Rp 120,000,000	10,689,944	5,676,877	4,014,435	3,189,600	2,699,753	2,377,341	2,150,649	1,983,457	1,856,106	1,756,514	1,677,051	1,612,629	1,559,719	1,515,802	1,479,026
Rp 130,000,000	11,580,772	6,149,950	4,348,971	3,455,400	2,924,732	2,575,453	2,329,761	2,148,745	2,010,782	1,902,890	1,818,806	1,747,014	1,689,696	1,642,119	1,602,279
Rp 140,000,000	12,471,601	6,623,023	4,683,508	3,721,200	3,149,711	2,773,565	2,508,973	2,314,033	2,165,457	2,049,266	1,956,560	1,881,400	1,813,673	1,768,436	1,725,531
Rp 150,000,000	13,362,429	7,096,096	5,018,044	3,987,000	3,374,691	2,971,677	2,688,186	2,479,321	2,320,133	2,195,643	2,096,314	2,015,786	1,949,649	1,894,753	1,848,783
Rp 160,000,000	14,253,258	7,569,169	5,352,580	4,252,800	3,599,670	3,169,789	2,867,398	2,644,609	2,474,808	2,342,019	2,236,069	2,150,172	2,079,626	2,021,069	1,972,036
Rp 170,000,000	15,144,087	8,042,242	5,687,116	4,518,600	3,824,649	3,367,900	3,046,611	2,809,897	2,629,484	2,489,395	2,375,823	2,284,557	2,209,602	2,147,386	2,095,288
Rp 180,000,000	16,034,915	8,515,315	6,021,653	4,784,400	4,049,629	3,566,012	3,225,623	2,975,186	2,784,169	2,634,771	2,515,677	2,418,942	2,339,679	2,273,703	2,218,540
Rp 190,000,000	16,925,744	8,988,389	6,356,189	5,050,200	4,274,608	3,764,124	3,405,035	3,140,474	2,938,835	2,781,147	2,655,332	2,553,329	2,469,558	2,400,020	2,341,792
Rp 200,000,000	17,816,573	9,461,462	6,690,725	5,316,000	4,499,588	3,962,236	3,584,248	3,305,762	3,093,510	2,927,523	2,795,086	2,687,715	2,599,532	2,526,337	2,465,044
Rp 210,000,000	18,707,401	9,934,535	7,025,261	5,581,800	4,724,567	4,160,349	3,763,460	3,471,050	3,248,186	3,073,900	2,934,840	2,822,100	2,729,509	2,652,654	2,588,296
Rp 220,000,000	19,598,230	10,407,608	7,359,798	5,847,600	4,949,546	4,358,459	3,942,672	3,636,339	3,402,861	3,220,276	3,074,694	2,956,486	2,859,485	2,778,970	2,711,549
Rp 230,000,000	20,489,058	10,880,681	7,694,334	6,113,400	5,174,526	4,556,571	4,121,885	3,801,626	3,557,537	3,366,652	3,214,349	3,090,372	2,989,482	2,905,297	2,834,801
Rp 240,000,000	21,379,887	11,353,754	8,028,870	6,379,200	5,399,505	4,754,693	4,301,097	3,966,914	3,712,212	3,513,028	3,354,103	3,225,267	3,119,439	3,031,604	2,959,053
Rp 250,000,000	22,270,716	11,826,827	8,363,406	6,645,000	5,624,485	4,952,795	4,480,310	4,132,202	3,866,888	3,659,404	3,493,657	3,359,643	3,249,415	3,157,321	3,081,305
Rp 260,000,000	23,161,544	12,299,900	8,637,943	6,910,800	5,849,464	5,150,906	4,659,522	4,297,490	4,021,583	3,805,780	3,633,612	3,494,029	3,379,392	3,284,236	3,204,557
Rp 270,000,000	24,052,373	12,772,973	8,932,479	7,176,600	6,074,445	5,349,018	4,838,734	4,462,778	4,176,239	3,952,157	3,773,366	3,628,415	3,509,368	3,410,555	3,327,810
Rp 280,000,000	24,943,202	13,246,046	9,367,015	7,442,400	6,299,423	5,547,130	5,017,947	4,628,066	4,330,914	4,098,533	3,913,120	3,762,800	3,638,345	3,536,871	3,451,062
Rp 290,000,000	25,834,030	13,719,119	9,701,551	7,708,200	6,524,402	5,745,242	5,197,159	4,793,355	4,485,590	4,244,909	4,052,874	3,897,196	3,769,322	3,663,188	3,574,314
Rp 300,000,000	26,724,859	14,192,192	10,036,088	7,974,000	6,749,381	5,943,354	5,376,372	4,959,643	4,640,265	4,391,285	4,192,629	4,031,572	3,899,298	3,789,505	3,697,566

CONTACT PERSON : MIRDA 082 235 124 384

BEATANE OVER
DARI BANK LAIN

ANSURAN
PALING
MURAH

PROSES CEPAT

Persyaratan: 3x PENSIUN, KARTU, KTP, KK BP/WK SURAT NIKAH, MUTASI REKENING (3 BULAN) FOTO 3x4 (3 LEMBAR)



PT Bank Syariah Mandiri
Kantor Cabang Jember
Jl. P. S. Sudirman No. 41
Jember, Jawa Timur 601
Telp. (0331) 411525
Fax. (0331) 411525

17 Februari 2020
No. 22/ 083 -3/081

Kepada
Yth, Bapak/Ibu
Di Jember

Perihal: **SILATURRAHIM**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wafiat dan mendapatkan laufik serta hidayah dari Allah SWT.

Sehubungan dengan perihal tersebut diatas, bersama ini kami mengundang Bapak/Ibu untuk hadir pada:

Hari, Tanggal : Kamis, 20 Februari 2020
Pukul : 12.30 WIB - Selesai
Tempat : Ruang Micro
Jl. Tidar No 16 Kloncing Karangrejo Kec. Sumbersari
Acara : Silaturahmi

Demikian hal ini disampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami sampaikan terima kasih

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

**PT. BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR AREA JEMBER**

Muntaha Mahfud
Branch Manager (in Area)



hijrah merdeka bersama pensiun berkah menuju pensiun produktif, bahagia & berkah

- khusus untuk pensiunan PNS dan *BUMN
- usia pengajuan min. 50 tahun
- plafond s.d Rp350jt
- jangka waktu maks. 15 tahun

*syarat & ketentuan berlaku

hijrah #jadiberkah bersama pensiun berkah



Spesifikasi:
 Pondsasi Batu Kali | Struktur Beton bertulang | Dinding Batu bata, plester aci (TTS), plester aci warna eksterior coating (TAS) | Rambu Kaca | Bangkai Alasi Galvalum (TTS) | Perakap garang bertek (RBT) | Plamen rangka hollow | Lantai Keramik Poros 30x30 ke atas (TTS) | Teras granit 40x40 | Gelas tempered 5mm | Lantai Teflon Parang 20x20 (TTS) | Jendela 100 x 20x25 maks (TTS) | Gantung Ribs Beton-Pas (RBT) (TTS) | Penutup garang bertek (RBT) | Plester Urester (Dinding eksterior) (TTS) | Selok beton aci (RBT) | Plester Teflon PVC

@servinajayabersama @Aririnta Jaya Bersama 03315443999

mandiri
syariah

bsm pensiun

proses
mudah &
cepat



menuju pensiun produ bahagia, dan berkah






- Proses yang cepat
- Limit hingga Rp 350 juta
- Angsuran tetap
- Berkah sesuai syariah

bsm call 14040

#bsmingalirkanb

BSM Pensiunan merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada para pensiunan Aparatur Sipil Negara (ASN)/ TNI/ Polri, BUMD/ BUMN atau pensiunan yang menerima manfaat pensiun bulanan.

Fitur:

-  Proses mudah dan cepat
-  Angsuran ringan dan tetap hingga lunas
-  Jangka waktu pembiayaan hingga 15 tahun
-  Limit pembiayaan hingga Rp350 juta
-  Cover asuransi jiwa syariah

Dokumen yang diperlukan:

1. Formulir permohonan pembiayaan
2. Asli SK Pensiun/ SK Pensiun Otomatis/ SK Janda Asli
3. Fotokopi Kartu Identitas Pensiun / KARIP
4. Fotokopi KTP
5. Fotokopi KTP pasangan (opsional)
6. Fotokopi Kartu Keluarga
7. Fotokopi NPWP
8. Informasi manfaat pensiun terakhir dari Carik/ buku gaji/ buku tabungan/ dokumen lain yang setara.

Persyaratan:

1. Memiliki SK Pensiun/ SK Pensiun Otomatis/ SK Janda Asli
2. Menerima manfaat pensiun bulanan
3. Bersedia memindahkan kantor bayar manfaat pensiun bulanan ke BSM
4. Usia minimal saat pengajuan:
 - Pensiunan 50 tahun
 - Pensiunan janda 48 tahun
5. Usia maksimal saat jatuh tempo pembiayaan 75 tahun

Informasi lebih lanjut kunjungi www.syariahamandiri.co.id atau hubungi bsm call 14040

 Bank Syariah Mandiri  @syariahamandiri



CEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

Nomor : B- 36 /In.20/7.a/PP.00.9/ 01/2020
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember
di-

TEMPAT

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

Nama Mahasiswa : Anggraini Setiayu
NIM : E20161011
Semester : VII
Program Studi : Perbankan Syariah
No Telpon : 082298149283
Dosen Pembimbing : Siti Masrohatin, S.E., M.M.
NIP : 197806122009122001
Judul Penelitian : Analisis Strategi Pengembangan Sebagai Bentuk Diferensiasi Pada Pertumbuhan Take Over Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

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

Jember, 15 Januari 2020

a.n. Dekan,

Abdulkhikmah Dekan Bidang Akademik



SURAT KETERANGAN

No. 22/415-3/081

PT BANK SYARIAH MANDIRI yang berkedudukan di Jalan PB. Sudirman No 41-43 Jember.
dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Anggraini Setiayu
NIM : E20161011
Fakultas / Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Universitas : IAIN Jember

Telah melaksanakan penelitian/riset di PT Bank Syariah Mandiri – Kantor Cabang

Jember dengan judul skripsi "**Analisis Strategi Pengembangan Produk sebagai Bentuk Diferensiasi Take Over Pembiayaan Pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 18 Juni 2020

PT BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR CABANG JEMBER



Frida Herawati

Branch Operation and Service Manager

BIODATA PENULIS



A. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Anggraini Setiyu
Tempat Tgl Lahir : Surabaya, 20 Januari 1998
Alamat : Jalan Intan 1 No 35 Pondok Permata Suci Kec. Manyar
Kab. Gresik Jawa Timur
NIM : E20161011
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah
No. Telpn : 082298149283
Email : Setiayanggraini@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK. Islam Bakti 7 Gresik
2. MI Al-Ma'arif Sukomulyo Manyar Gresik
3. SMP Negeri 1 Manyar Gresik
4. SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik