

## Strategi Pemasaran Dana Pensiun dalam Meningkatkan Pruduk Pensiun pada Bank BSI KCP Jember Gajah Mada

**Zakiyatur Razinah**

Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai

Haji Achmad Siddiq Jember

Email: [zakiaturrazinah@gmail.com](mailto:zakiaturrazinah@gmail.com)

**Uly Aunil 'Asyura**

Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai

Haji Achmad Siddiq Jember

Email: [ulyaunil@gmail.com](mailto:ulyaunil@gmail.com)

**Mohammad Daud Rosyidi**

Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai

Haji Achmad Siddiq Jember

Email: [daudrhos@gmail.com](mailto:daudrhos@gmail.com)

Korespondensi penulis: [zakiaturrazinah@gmail.com](mailto:zakiaturrazinah@gmail.com)

**Abstract:** *The purpose of this study was to determine how the marketing strategy of Islamic pension fund products at Bank Syariah Indonesia and what obstacles are faced when marketing pension fund products to the people of Indonesia, This marketing strategy is structured based on what to do, who does it, and when to do it. The marketing strategy used by Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada in increasing sales of pension products is to use promotional approaches and strategies. This approach to customers can increase the long-term growth of Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada and maximum customer satisfaction. After conducting the approach process, the next stage is the promotion strategy. Promotion is an activity that aims to convey information about pension products to customers, so that these pension products are known and can encourage customers to use them. Promotion is also very useful for providing information about the advantages or disadvantages of these pension products. The method used in this research is a qualitative research method, namely by making observations to the research location, conducting interviews with Bank Syariah Indonesia employees and collecting data from various sources related to this research. It is hoped that from the results of this research, Bank Syariah Indonesia can market its products in accordance with the wishes of the Indonesian people who make transactions safely, comfortably and blessedly.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Retirement*

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk dana pensiun syariah di Bank Syariah Indonesia dan kendala-kendala apa saja yang dihadapi ketika memasarkan produk dana pensiun kepada masyarakat Indonesia, Strategi pemasaran ini disusun berdasarkan apa yang harus dilakukan, siapa yang melakukannya, dan kapan melakukannya. Strategi pemasaran yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada dalam meningkatkan penjualan produk pensiun adalah dengan menggunakan pendekatan dan strategi promosi. Pendekatan terhadap nasabah ini dapat meningkatkan pertumbuhan jangka panjang Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada dan kepuasan nasabah yang maksimal. Setelah melakukan proses pendekatan, tahap selanjutnya adalah strategi promosi. Promosi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk pensiun kepada nasabah, sehingga produk pensiun tersebut dikenal dan dapat mendorong nasabah untuk menggunakannya. Promosi juga sangat berguna untuk memberikan informasi mengenai kelebihan atau kekurangan produk pensiun tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yaitu dengan melakukan observasi ke lokasi penelitian, melakukan wawancara kepada karyawan Bank Syariah Indonesia dan mengumpulkan data-data dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian ini. Diharapkan dari hasil penelitian ini, Bank Syariah Indonesia bisa memasarkan produknya sesuai dengan keinginan masyarakat Indonesia yang melakukan transaksi dengan aman, nyaman dan berkah.

**Kata Kunci:** Strategi Marketing, Pensiun

## **PENDAHULUAN**

Strategi pemasaran adalah penetapan kebijakan pemasaran dengan cara mengendalikan unsur-unsur yang dapat dikendalikan dan di luar kendali untuk mencapai tujuan perusahaan melalui kepuasan pelanggan (marketing signature). Bank syariah dapat menggunakan beberapa program strategi pemasaran secara bersamaan karena setiap jenis program pemasaran, seperti pendekatan pelanggan, promosi, penjualan pribadi / pribadi, dan layanan pelanggan, mempengaruhi permintaan secara berbeda. Strategi ini dilakukan agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya. Istilah strategi pemasaran (Kotler) adalah proses sosial dan administratif bagi individu dan kelompok untuk menciptakan dan menukar produk yang berharga untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Menurut (Assauri 2012) strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberikan arahan bagi kegiatan pemasaran perusahaan dan referensi serta penugasannya di setiap level, terutama sebagai respons perusahaan terhadap lingkungan yang kompetitif. Kondisi itu selalu berubah. Sedangkan menurut (Tjiptono 2011), strategi pemasaran merupakan rencana yang ingin diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan pada analisis situasi dan tujuan perusahaan dan merupakan sarana untuk mencapai tujuan tersebut.

Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, karena setiap jenis program, seperti periklanan, promosi, penjualan pribadi, layanan pelanggan, atau pengembangan produk, memiliki dampak yang berbeda terhadap permintaan. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan rencana pemasaran, membuat rencana yang konsisten dan terintegrasi secara sinergis. Mekanisme ini disebut strategi pemasaran. Dari sudut pandang ini, strategi pemasaran adalah rencana untuk mengidentifikasi target pasar dengan menganalisis situasi peluang pasar yang berubah. Semua target keuangan akan sangat bergantung pada tingkat volume, yang sering menjadi dasar perkiraan pendapatan perusahaan.

Pensiun adalah masa dimana seseorang berhenti bekerja karena telah memasuki usia atau kondisi tertentu, sehingga harus diberhentikan atau atas permintaan sendiri. Seseorang yang sudah pensiun, tidak akan memperoleh pemasukan berupa upah/gaji yang diterima setiap bulannya, namun berhak atas hak yang didapatkannya berupa dana pensiun atau pesangon dari perusahaan tempat terakhir bekerja. Dana pensiun akan terus didapatkan oleh pensiunan sampai meninggal dunia, kemudian dilanjutkan kepada ahli waris yang sudah ditunjuk. Ketika usia masih produktif, banyak pekerja yang kurang peduli akan perencanaan hari tua yang mengakibatkan meningkatnya resiko kesulitan dana ketika sudah berada di masa pensiun.

Keberadaan dana pensiun ini sangat penting agar masyarakat dapat terlayani dengan baik, karena:

1. Seseorang yang sudah berhenti bekerja, masih memiliki kebutuhan hidup. Oleh karena itu, dengan mengikuti program pensiun akan tetap memiliki sumber penghasilan untuk kebutuhan hidup.
2. Seseorang yang masih memiliki kemampuan untuk memenuhi biaya hidup, relatif merasa lebih tenang dalam menjalani kehidupannya, sehingga terhindar dari perasaan rendah diri karena tidak bergantung pada orang lain.
3. Jika semua orang hidup dengan tenang lebih mudah terciptanya harmoni sosial di dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan demikian, akan tercipta lingkungan hidup yang nyaman dan relatif terjaga dari permasalahan sosial.

Dana pensiun syariah perlu diperkenalkan secara masif kepada masyarakat agar memahami dana pensiun syariah pada khususnya beserta adanya dukungan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama muslim. Hal ini bisa menjadi langkah awal agar masyarakat tertarik terhadap program dana pensiun.

Pembiayaan Pensiun BSI adalah fasilitas pinjaman yang mewajibkan peminjam untuk memberikan jaminan atau jaminan berupa Surat Keputusan Pensiun atau KARIP (Kartu Tanda Pensiun), Pembiayaan Pensiun BSI yang diberikan oleh nasabah sampai dengan Rp 500.000.000,00 dan jangka waktu angsuran 1-15 tahun atau jatuh tempo saat peminjam mencapai 74 tahun 6 bulan, akad Bank Syariah Indonesia KCP Medan Sukaramai untuk pembiayaan pensiun adalah akad murabahah. Kriteria klien pensiunan adalah pensiunan PNS pusat/daerah, TNI, POLRI, pegawai BUMN yang menerima penghasilan pensiun. Pada saat jatuh tempo pembayaran, usia maksimal nasabah adalah 74 tahun 6 bulan, dan bersedia mentransfer pembayaran pensiun bulanan melalui Bank Umum Syariah Indonesia.

Namun, hasil penjualan saat ini masih bertentangan dengan tujuan produk pembiayaan pensiun BSI. Seperti yang terlihat, penjualan produk pembiayaan pensiun BSI sejauh ini tepat sasaran. Kinerja penjualan produk-produk pembiayaan Pensiun BSI dapat dilihat pada tabel di bawah

**Data Pembiayaan Pensiun BSI KCP Jember Gajah Mada  
Bulan Oktober 2023-Januari 2024**

Bulan	Target Pembiayaan Pensiun BSI	Jumlah Pembiayaan Pensiun BSI	Jumlah Nasabah Pembiayaan PNS BSI
Oktober	Rp500.000.000,00	Rp580.000.000,00	4
November	Rp500.000.000,00	Rp520.000.000,00	3
Desember	Rp500.000.000,00	Rp535.000.000,00	3
Januari	Rp500.000.000,00	Rp515.000.000,00	2

**Sumber: PT Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada**

Dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melihat strategi marketing apa yang digunakan PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jember Gajah Mada dalam pembiayaan pensiun dan pra pensiun BSI. Sehingga penulis tertarik untuk membahas tentang strategi marketing pada produk pembiayaan pensiunan yang berjudul “ Strategi Pemasaran Dana Pensiun Dalam Meningkatkan Produk Pensiun Pada Bank BSI KCP Jember Gajah Mada ”

## **KAJIAN TEORI**

### **Strategi Marketing**

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, Stratageta (stratos: militer, ag: kepemimpinan), yang berarti seni atau ilmu menjadi seorang jenderal. Konsep ini terkait dengan situasi yang sering diwarnai dengan perang pada zaman dahulu, di mana seorang jenderal dituntut untuk memimpin pasukan agar selalu memenangkan perang. Strategi juga dapat diartikan sebagai rencana alokasi dan penggunaan kekuatan militer dan material di daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi adalah rencana yang diprioritaskan untuk mencapai tujuan bisnis. Beberapa perusahaan mungkin memiliki tujuan yang sama, tetapi strategi yang digunakan untuk mencapainya mungkin berbeda (Purnama Ramadhani). Sedangkan menurut strategi Marliyah adalah pendekatan holistik yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Strategi menekankan pada tindakan atau tindakan untuk mencapai tujuan dan tujuan itu sendiri. Strategi pemasaran adalah dasar tindakan yang mengarah pada upaya pemasaran atau perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif dan lingkungan yang terus berubah untuk mencapai tujuan yang harus dicapai perusahaan. Oleh karena itu, dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dilaksanakan oleh perusahaan, terlebih dahulu harus melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisi pasarnya. Mengetahui keadaan, situasi dan situasi pasar guna menentukan kegiatan pemasaran yang akan dilakukan. Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah rencana untuk meningkatkan kekuatan pasar baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, berdasarkan riset pasar, evaluasi produk, promosi dan perencanaan penjualan serta distribusi. Namun, menurut Tjiptono, strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan perusahaan untuk dicapai melalui pengembangan keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui masuknya pasar dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Definisi lain dari strategi pemasaran adalah keputusan tentang biaya pemasaran untuk kompleks pemasaran, distribusi pemasaran, tergantung pada lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Berdasarkan beberapa pandangan di atas,

dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu kegiatan yang menunjukkan upaya-upaya utama yang direncanakan dan digali untuk mencapai tujuan dimana strategi pemasaran meliputi proses kegiatan di dalam perusahaan dan keadaan di luar perusahaan.

a. **Macam Macam Strategi Marketing**

1) Strategi penetrasi pasar (market penetration strategy)

Strategi ini digunakan ketika masih banyak calon pelanggan yang belum menjangkau wilayah pemasaran perusahaan. Strategi penetrasi pasar bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar produk dan jasa di pasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Strategi ini banyak digunakan dan dikombinasikan dengan strategi lainnya. Penetrasi pasar mencakup peningkatan jumlah tenaga penjualan, peningkatan biaya iklan, penyediaan promosi skala besar, atau peningkatan aktivitas periklanan.

2) Strategi pengembangan Pasar (market development strategy)

Strategi pengembangan pasar melibatkan pengenalan produk atau jasa. Strategi ini dilakukan ketika pelanggan yang sudah ada dianggap jenuh, sehingga perlu ditemukan pelanggan baru yang secara geografis/demografis berbeda dengan pasar lama.

3) Strategi pengembangan produk (product development strategy)

Strategi pengembangan produk adalah strategi yang dirancang untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan atau memodifikasi produk atau layanan. Strategi ini melibatkan melakukan perubahan/ perbaikan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan untuk memperpanjang masa manfaat produk yang ditawarkan.

4) Strategi Diversifikasi produk

Strateginya merupakan pengembangan baru, namun tetap relevan dengan produk yang lama & ditawarkan ke pasar baru.

**Dana Pensiun**

Pembiayaan pensiun adalah penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiun dengan pembayaran angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini adalah akad murabahah atau ijarah tergantung pada tujuan pembiayaan.

Dana pensiun terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Dana Pensiun Pemberi Kerja (DPPK), yaitu dana pensiun yang dibentuk oleh orang atau badan yang memperkerjakan karyawan selaku pendiri untuk menyelenggarakan Program Pensiun Manfaat Pasti (PPMP) atau Program Pensiun Iuran Pasti (PPIP) bagi kepentingan

sebagian atau seluruh karyawannya sebagai peserta dan yang menimbulkan kewajiban terhadap pemberi kerja.

2. Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK), yaitu dana pensiun yang dibentuk oleh bank atau asuransi jiwa untuk menyelenggarakan Program Pensiun Iuran Pasti (PPIP) bagi perorangan, baik karyawan maupun pekerja mandiri yang terpisah dari Dana Pensiun Pemberi Kerja bagi karyawan bank atau asuransi jiwa yang bersangkutan.

Sedangkan program dana pensiun terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Program Pensiun Manfaat Pasti (PPMP), yaitu program pensiun yang menetapkan rumus tertentu atas manfaat yang akan di terima oleh peserta ketika sudah mencapai usia pensiun. Dalam program pensiun ini, perusahaan dana pensiun umumnya akan mempertimbangkan masa kerja dan besaran gaji atau penghasilan karyawan.
2. Program Pensiun Iuran Pasti (PPIP), yaitu program pensiun yang iurannya telah ditetapkan sesuai Peraturan Dana Pensiun (PDP) dengan manfaat berupa keseluruhan/akumulasi iuran beserta hasil pengembangan atau investasi sesuai yang dipilih oleh peserta.

## **Pensiun**

Menurut Ashhadie, pensiun adalah istilah umum untuk memberikan jaminan tunai jangka panjang untuk hari tua, cacat, dan risiko kematian dini atau kematian dini dimasa depan. Sedangkan menurut Sri Hartini, pensiun adalah penghasilan bulanan seorang mantan pegawai yang tidak mampu bekerja untuk mengumpulkan uang untuk kehidupan selanjutnya, terlantar atau tidak berdaya untuk mencari penghasilan lain. Itu tidak pernah menjadi. Artinya dana pensiun dikelola oleh lembaga, menghimpun dana dari pendapatan pegawai perusahaan dan membayarkannya kembali dalam bentuk pensiun setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Pengertian berdasarkan kesepakatan berarti bahwa seorang karyawan dapat dibayar pensiun pada saat mencapai usia pensiun atau berhak atas dana pensiun karena alasan lain. Kegiatan perusahaan dana pensiun adalah menghimpun dana dari iuran yang dipotong dari penghasilan karyawan perusahaan. Donasi tersebut kemudian diinvestasikan kembali dalam berbagai kegiatan bisnis yang dianggap paling menguntungkan. Dalam hal perusahaan, dana pensiun yang dikumpulkan dari karyawan perusahaan tidak dikenakan pajak. Hal ini dilakukan oleh pemerintah dalam rangka mengembangkan program pensiun bagi masyarakat luas, sebagaimana tertuang dalam undang-undang perpajakan yang memberikan fungsi penangguhan bagi pajak penghasilan.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian, Sumber Data, dan Analisis Data.**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, yaitu data yang bersumber dari hasil wawancara dengan narasumber yang ada di Bank BSI KCP Jember Gajah Mada
2. Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah
  - Wawancara yaitu melakukan percakapan langsung terhadap narasumber untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Adapun narasumber dalam wawancara ini sebanyak 1 orang karyawan BSI Gajah mada, yang terdiri dari Staff Pemasaran.

### **B. Lokasi Dan Waktu Peneitian.**

Tempat Bank BSI KCP Jember Gajah Mada, Jl. Gajah Mada No.337, Kb. Kidul, Jember Kidul, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Waktu pelaksanaan Penelitian di mulai pada tanggal 07 Februari 2024 -16 Februari 2024

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia berpotensi menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Peningkatan kesadaran masyarakat akan isu halal dan dukungan aktif para pemangku kepentingan merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk bank syariah. Bank syariah memainkan peran penting sebagai perantara dalam semua kegiatan ekonomi dalam ekosistem halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah berkembang secara signifikan selama tiga dekade Terakhir. Inovasi dalam produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan menunjukkan momentum positif dari tahun ke tahun. Memang, semangatnya adalah untuk mempercepat jumlah bank syariah yang melakukan aksi korporasi.

Bank Syariah Indonesia sempat menyempurnakan produknya. Untuk saat ini, produk pensiun adalah produk yang ingin kami tingkatkan lebih lanjut. Risiko produk pensiun ini sangat kecil. Produk ini dibuat berdasarkan kebutuhan pelanggan, tetapi meskipun produk memenuhi permintaan pelanggan, pelanggan belum tentu memiliki produk tersebut. Bank syariah mampu meningkatkan produk mereka, terutama pada produk pensiun dan pra-pensiun, dan operasi mereka stabil. Strategi pemasaran bank adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh seorang bank untuk mencapai suatu tujuan pemasaran. Rencana pemasaran ini berkisar pada apa yang Anda lakukan, siapa yang melakukannya, dan kapan anda melakukannya.

Kendala yang di hadapi oleh Bank BSI KCP Jember Gajah Mada Dalam Memasarkan Produk dana pensiun yaitu:

1. Persaingan antara Bank Syariah Lain maupun Bank konvensional dalam memasakan produk dana pensiun, seperti menawarkan pricing kompetitif tentu juga dengan trust image menjadi dasar kepercayaan nasabah akan saving dana pensiun sehingga kita perlu memperluas branding Bank BSI untuk memperkenalkan akan produk pembiayaan dana pensiun pada Bank BSI.
2. Program pensiun banyak sekali terjadi segmen target karena target kita adalah lansia yang latar belakangnya perlu pendampingan pada update absent Taspen dan merentesi data nasabah pensiun yang sudah meninggal untuk mengklaim proteksi jiwa.
3. Tingat pemahaman yang kurang dari calon debitur dana pensiun tentang manfaat dan pentingnya dana pensiun dapat menjadi hambatan oleh karena itu Bank BSI menyediakan informasi yang cukup kepada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

Strategi Pemasaran produk pembiayaan Pensiun PT. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada, sebagai lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan tidak terlepas dari persaingan antara bank dengan lembaga keuangan nonbank lainnya. Meningkatkan minat masyarakat terhadap produk pembiayaan pensiun, Bank Syariah Indonesia mengembangkan produk sehingga meningkatkan daya tarik dan nilai jual yang dapat berdampak pada nasabah atau calon nasabah. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada, yaitu:

1. Segmentasi Pasar: Identifikasi segmen pasar yang potensial, seperti pekerja dengan usia mendekati pensiun atau individu yang baru memulai karir dan perlu merencanakan pensiun mereka dari awal.
2. Personalisasi: Tawarkan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan profil risiko masing-masing pelanggan. Misalnya, bagi yang lebih muda, fokus pada pertumbuhan investasi, sementara bagi yang mendekati pensiun, berikan opsi yang lebih stabil dan konservatif.
3. Edukasi Keuangan: Sediakan sumber daya edukasi tentang pentingnya merencanakan pensiun, manfaat produk pembiayaan dana pensiun, dan strategi investasi jangka panjang kepada calon pelanggan.
4. Kemitraan Strategis: Bentuk kemitraan dengan perusahaan atau organisasi yang memiliki karyawan atau anggota yang membutuhkan produk dana pensiun. Misalnya, bank bisa bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan besar untuk menawarkan program pensiun kepada karyawannya.



5. Pemasaran Digital: Manfaatkan platform digital dan media sosial untuk mengarahkan kampanye pemasaran kepada target pasar yang tepat. Gunakan konten yang relevan dan menarik untuk menarik perhatian calon pelanggan.
6. Promosi dan Insentif: Tawarkan promosi atau insentif khusus untuk pembelian produk dana pensiun, seperti diskon atau tambahan manfaat, untuk meningkatkan daya tarik produk.
7. Pelayanan Pelanggan yang Unggul: Pastikan layanan pelanggan yang baik dan responsif untuk membantu pelanggan dalam memahami produk dan menjawab pertanyaan mereka.

Tahapan-tahapan dan proses pembiayaan dana pensiun yang di gunakan oleh Bank BSI KCP Jembe Gajah Mada yaitu:

1. Proses mengenali calon debitur dengan mendatangi rumah nasabah pensiun atau berkunjung ke kantor, di lampirkan bukti foto bertemu dengan calon debitur pensiun.
2. Proses slik identitas dengan slik OJK KTP caon debitur
3. Setelah proses verifikasi jejak rekaman kredit calon debitur aman maka collect data identitas calon debitur seperti KTP, KK, Mutasi rekening gaji, verifikasi ke Taspen.
4. Pihak Bank akan menyiapkan font pengajuan kebutuhan calon debitur dan pemindahan gaji ke Bank BSI.
5. Pihak Bank akan mengupoad berkas calon debitur melalui system pembiayaan Bank BSI hingga nomor akad keuar.
6. Ada dua skema akad pada pembiayaan BSI yaitu Mudorrabah (sebagai akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada nasabah dan nasabah membayarkannya dengan harga jual keuntungan Bank yang di sepakati) dan Musyarrakah Mutanaqisah ( akad asset ).
7. Setelah itu dana akan cair ke rekening BSI debitur

Keunggulan produk dana pensiun di Bank BSI yakni tidak ada potongan biaya di depan, Jadi, calon debitur mendapatkan sesuai pengajuan plafond kebutuhan karena hampir 70% warga Indonesia hidup merana dimasa lansia karena tidak adanya pesiapan dana pensiun. jadi, sangat penting sekali untuk warga indnesia akan dana pensiun untuk berkelanjutan hidup ketika masa lansia.

Tareget-target pemasaan dana pensiun pada Bank BSI yaitu Bank BSI lebih sering mengadakan event terkait seminar persiapan finansial sebelum menjelang pensiun dan promosi melalui komunitas pensiunan sehingga target market konsumen Bank BSI itu sendiri terjangkau. respon masyarakat terhadap dana pensiun di Bank BSI ini di respon dengan sangat baik oleh debitur pensiun sehingga banyak sekali calon debitur yang pindah ke Bank BSI karena menawarkan berbagai bentuk layanan islam dan servis excellent yang diberikan cukup

kompetitif dan juga memberikan pelayanan dari segi marketing yang sangat bagus dalam memberikan pelayanan yang intimate kepada nasabah agar nasabah selalu percaya kepada Bank BSI.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran produk dana pensiun Di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi Pasar: Identifikasi segmen pasar yang potensial, seperti pekerja dengan usia mendekati pensiun atau individu yang baru memulai karir dan perlu merencanakan pensiun mereka dari awal.
2. Personalisasi: Tawarkan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan profil risiko masing-masing pelanggan. Misalnya, bagi yang lebih muda, fokus pada pertumbuhan investasi, sementara bagi yang mendekati pensiun, berikan opsi yang lebih stabil dan konservatif.
3. Edukasi Keuangan: Sediakan sumber daya edukasi tentang pentingnya merencanakan pensiun, manfaat produk pembiayaan dana pensiun, dan strategi investasi jangka panjang kepada calon pelanggan.
4. Kemitraan Strategis: Bentuk kemitraan dengan perusahaan atau organisasi yang memiliki karyawan atau anggota yang membutuhkan produk dana pensiun. Misalnya, bank bisa bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan besar untuk menawarkan program pensiun kepada karyawannya.
5. Pemasaran Digital: Manfaatkan platform digital dan media sosial untuk mengarahkan kampanye pemasaran kepada target pasar yang tepat. Gunakan konten yang relevan dan menarik untuk menarik perhatian calon pelanggan.
6. Promosi dan Insentif: Tawarkan promosi atau insentif khusus untuk pembelian produk dana pensiun, seperti diskon atau tambahan manfaat, untuk meningkatkan daya tarik produk.
7. Pelayanan Pelanggan yang Unggul: Pastikan layanan pelanggan yang baik dan responsif untuk membantu pelanggan dalam memahami produk dan menjawab pertanyaan mereka.

Strategi pemasaran pada Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan pensiun dipandang dalam prinsip bauran pemasaran syariah telah diterapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Pembiayaan pensiun bukan termasuk perbuatan riba.

Dalam praktiknya Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada lebih menekankan kepada strategi promosi dengan memaksimalkan kegiatan promosi. Selain itu, strategi produk dengan memaksimalkan pelayanan pada nasabah pensiunan. Akan tetapi dalam strategi tempat Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada masih perlu mengadakan perbaikan.

### **Saran**

Adapun Saran yang penulis sampaikan sehubungan dengan penelitian pada Dana Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Gajah Mada yaitu harus menerapkan strategi pemasaran lebih baik lagi, memunculkan strategi-strategi yang lebih unggul, agar dapat bersaing dipasaran sehingga dapat menumbuhkan produk pembiayaan tersebut.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Tuti Anggraini, dkk. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *Journal Economy And Currency Study (JECS)* Volume 3, Issue 2.
- Istiqomah Rusny, dkk. 2020. **MARKETING MIX DAN TINGKAT MARGIN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBIAYAAN PADA NASABAH BANK SYARIAH**: *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* Volume 8, No.1.
- Iskandar Ritonga, dkk. 2020. **STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PENSIUN**. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* Vol I No I.
- Assauri, Sofjan. (2008). *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Afifuddin, Beni Ahmad. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2009
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Alpha Beta, 2007
- Imsar, dkk. 2021. Strategi Pemasaran Dana Pensiun Di Kota Medan Dengan Game Theory. *Volume 8. No. i2*.
- Firdaus, Muhammad. (2005). *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Moelong, L. J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.