

**ANALISIS STRATEGI KOMPETITIF PRODUK PENSIUN  
DAN PRAPENSIUN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP  
CURUP**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat syarat guna memperoleh  
Gelar sarjana (S.I)  
program studi perbankan syariah



OLEH

M. DIO PUTRA  
NIM: 19631059

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
IAIN CURUP**

**2024**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119  
Website/facebook: fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor : 33/In.34/FS/PP.00.9/2024

Nama : **M.DIO PUTRA**  
NIM : **19631059**  
Fakultas : **Syari'ah dan Ekonomi Islam**  
Prodi : **Perbankan Syariah**  
Judul : **Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kep Curup**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : **kamis, 11 Juli 2024**  
Pukul : **08.00 – 09.30 WIB**  
Tempat : **Ruang II Gedung Sidang Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah.

**TIM PENGUJI**

Ketua,

**Dr. Ngadri Yusro, M.Ag**  
NIP. 19690602 199503 1 001

^ Sekretaris,

**Topan Alparedi, M.A**  
NIP. 19881220 2020 12 1 004

Penguji I

**Noprizal M.Ag**  
NIP. 19771105 200901 1 007

Penguji II,

**Andriko, M.E.Sy**  
NIP. 19890101 201903 1 019



**Mengesahkan**  
**Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**

**Dr. Ngadri, M. Ag**  
NIP 19690206 199503 1 001

Hal: Surat Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Rektor IAIN Curup

di-

Curup

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan pemeriksaan dan perbaikan pembimbing terhadap skripsi ini, maka kami berpendapat bahwa skripsi atas nama :

Nama : M.DIO PUTRA  
NIM : 19631059  
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Curup

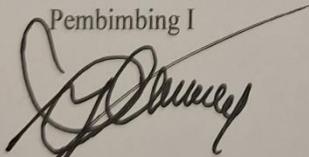
Sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Curup, 5 Juni 2024

Mengetahui

Pembimbing I



Panman Arifin, ME  
NIP. 198812212019031009

Pembimbing II



Harianto Wijaya, M.E  
NIDN. 2020079003

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. DIO PUTRA  
NIM : 19631059  
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Curup" belum pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali tertulis diakui atau dirujuk dalam skripsi ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau saksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 2024

Penulis.



M. DIO PUTRA

NIM. 20631097

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq Dan Hidayahnya serta Inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan kassrya tulis ini. Shalawat beriring salam senantiasa kita limpahkan dengan kepada suritauladan kita Nabi Muhammad SAW yang dimana berkat perjuangan Nabi Muhammad kita dapat merasakan zaman penuh dengan keimanan dan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Adapun judul skripsi ini yaitu “**ANALISIS STRATEGI KOMPETITIF PRODUK PENSIUN DAN PRAPENSIUN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP CURUP**” yang disusun dalam rangka Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana (SI) Pada Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN) Curup, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam. Untuk kiranya para pembaca yang arif dan budiman dapat memaklumi atas kekurangan dan kelemahan yang di temui dalam skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka tidaklah mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsih dalam penyelesaian skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof.Dr. Idi Warsah., MPd,I selaku Rektor IAIN CURUP
2. Bapak Dr. H Ngadri, M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, Bapak Busman Edyar, M.Selaku Wakil Dekan I, Dr Nurjannah, M.Ag Selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam.

3. Bapak Ranas Wijaya S.E,I, M.E Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam.
4. Bapak Rahman Arifin M.E dan Harianto Wijaya M.E selaku pembimbing yang telah membimbing pada penyusunan skripsi.
5. Segenap dosen Prodi Perbankan Syariah Dan Karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, yang telah membantu masa perkuliahan peneliti.
6. Bank syariah indonesia (BSI) KCP Curup yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian dan memudahkan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini,penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan dan kesalahan maka dari itu, penulis mengaharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Demikian,semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Curup, Mei 2024

Penulis

**M.DIO PUTRA**  
**NIM. 19631059**

## **MOTTO**

“Mimpi Akan Terus Menjadi Khayalan Dan Tidak Akan Menjadi Kenyataan,  
Ketika Manusia Dalam Berkehidupan Tanpa Melibatkan PIKIRAN (Tekad),  
HATI (Dedikasi), Dan JIWA (Konsistensi, Dan Usaha).”

“Yakinkan Dengan Iman”

“Usahakan Dengan Ilmu”

“Sampaikan Dengan Amal”

**YAKIN USAHA SAMPAI**

**“M.DIO PUTRA”**

## **PERSEMBAHAN**

Ucapan rasa syukur yang begitu besar atas pencapaianku yang telah kuraih dari perjalanan dan perjuangan yang begitu panjang, penuh dengan cobaan, rintangan dan hambatan, namun itu semua dapat kuatasi dengan sabar, tabah serta tawakkal kepada ALLAH SWT. Keberhasilan ini bukanlah akhir dari tujuanku, tapi justru merupakan awal dari perjuangan panjang yang akan ku gapai selanjutnya. Terlepas dari kata syukur alhamdulillah atas anugrah-nya, dengan rasa bangga, bahagia dan penuh kasih sayang ku persembahkan karya ilmiahku ini kepada orang-orang yang sangat berjasa dalam hidupku, rela berkorban hanya untuk keberhasilanku, tak pernah mengenal lelah dan duka demi mengukir kebahagiaan untuk diriku :

1. Kepada ALLAH SWT. Yang telah memberikan saya nikmat dan rahmatnya dalam menuntut ilmu sehingga saya bisa berada di tahap sekarang ini.
2. Kepada kedua orang tuaku yang telah mengupayakan segala hal demi anaknya demi meraih gelar sarjana, kepada ibuku Kurnia Nanda Sari yang telah berjuang dengan susah payah untuk menyekolahkanku hingga pada titik perkuliahan ini, telah rela berkorban menjadi tulang punggung untukku untuk bisa menjadi seorang sarjana. Dan untuk ayahku Edwar Jauhari yang telah berkorban dan bekerja keras untuk kemajuanku.
3. Kepada kakek ku Aziz Samri yang selama ini menjadi motivator dan inspiratorku dalam berjuang dan nenekku Masroh R.A yang telah menjadi ayah sekaligus ibu untukku sedari kecil hingga sampai pada titik ini.

4. Kepada saudara-saudari ku, Akbar Firmasnyah, Rayndra Maulana, Aqila Azahra, Selsi Aprilia Dan Rizki Aditya telah menjadi bagian dari proses perjuanganku.
5. Untuk Lola Siadari, S.T terimakasih telah menjadi salah satu orang yang memberikan support sistem atas proses perjuanganku sedari dibangku SMA hingga pada saat ini.
6. Untuk orang-orang terdekatku keluarga besar HMI Cabang Curup, keluarga besar perbankan syariah yang telah menjadi rumah keduku selalu mensupport dan membantuku pada proses perjuangan menggali potensi diri, mengupgrade diri dan perjuangan-perjuangan yang aku lalui selama ini.
7. Untuk sahabat-sahabatku dan untuk adinda-adinda kader HMI Cabang Curup, yang telah memberikan warna dimasa perkuliahan, sedari mahasiswa baru, berjuang di organisasi hingga pada fase saat ini. Kawan-kawan kelas Djamsyut19 yang telah berjuang bersama-sama hingga akhir masa perkuliahan. Terakhir terimakasih untuk seluruh teman-teman seperjuanganku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu.
8. Untuk ayahanda-ayahanda kami Bapak Jek, Bapak Noprizal, Bapak Umam, Jamaludin Rahmat, Andriko dan seluruh dosen-dosen andalan perbankan syariah, terimakasih banyak atas kritikan, arahan bantuan dan petunjuknya selama ini di organisasi ataupun pada perkuliahan.

9. Bapak Rahman Arifin, M.E, selaku pembimbing I, dan Bapak Harianto Wijaya M.E, selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada Seluruh Dosen-dosen fakultas syariah dan ekonomi islam yang telah membantuku selama proses perkuliahan.
11. Dan terakhir terimakasih banyak kepada seluruh jajaran pimpinan, staf, karyawan BSI dan bank mandiri taspen KCP Curup.

## **ABSTRAK**

### **M.DIO PUTRA (19631059) : Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Curup**

Penelitian ini di latar belakang oleh situasi persaingan pada produk pensiun bank. Penelitian ini menganalisis terkait bagaimana strategi bersaing pada Pembiayaan Pensiun BSI KCP Curup terhadap kompetitornya yaitu bank mandiri taspen KCP Curup, baik dari sisi keunggulan produk, kualitas pelayanan dan strategi pemasaran, serta untuk melihat bagaimana pandangan masyarakat terhadap BSI terkhusus pada pembiayaan pensiun.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan analisis komparatif dan dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, wawancara. Adapun tempat penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam strategi kompetitif yang dilakukan BSI KCP Curup dalam pembiayaan pensiunnya. Tantangan yang dihadapi meliputi tingkat keunggulan produk, kualitas pelayanan dan strategi pemasaran pada pembiayaan pensiun BSI KCP Curup masih terdapat kelemahan untuk dapat bersaing terhadap kompetitornya. Dan tantangan dari luar dalam hal ini meliputi adanya ketidak pahaman dan pengetahuan yang mendalam pada masyarakat dan para pensiunan terkait sistem syariah itu sendiri, atas dasar ketidaktahuan dan pemahaman masyarakat ini menimbulkan persepsi kurang tertariknya masyarakat dan para pensiunan untuk bertransaksi dan menggunakan pembiayaan pensiun BSI KCP Curup, maka melihat kondisi ini tentu adanya perbedaan ataupun kesamaan strategi kompetitif yang menjadi kekuatan BSI KCP Curup dapat bersaing atau tidaknya terhadap kompetitornya yaitu Bank Mandiri Taspen.

**Kata Kunci : Analisis, Strategi Kompetitif, Produk Pensiun**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PENGAJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	13
D. Kajian Literatur .....	15
E. Penjelasan Judul .....	21
E. Metode Penelitian .....	23
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR .....</b>	<b>31</b>
A. Analisis.....	31
B. Analisis Swot .....	31
C. Analisis Pestel .....	32
D. Hubungan Analisis Pestel Dan Swot.....	32
E. Strategi .....	33
F. Strategi Kompetitif.....	36
G. Strategi Marketing STP.....	43
H. Pembiayaan Pensiun.....	48
I. Prinsip-Prinsip Pembiayaan .....	49

J.	Akad Pembiayaan .....	50
K.	Jenis-Jenis Pembiayaan.....	50
L.	Kerangka Berpikir.....	51
<b>BAB III GAMBARAN UMUM INSTANSI.....</b>		<b>57</b>
A.	Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	57
B.	Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI).....	58
C.	Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Curup.....	59
D.	Produk BSI Kcp Curup .....	64
E.	Keunggulan Produk Bsi Pensiun Berkah .....	70
F.	Tarif dan Biaya BSI Pensiun Berkah .....	71
G.	Syarat dan Ketentuan BSI Pensiun Berkah.....	71
H.	Cara Pengajuan BSI Pensiun Berkah .....	71
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS .....</b>		<b>72</b>
A.	Analisis Komparasi Startegi Kompetitif BSI Dan Bank Mandiri Taspen Kcp Curup .....	72
B.	Analisis Persepsi Nasabah Pada Produk Pensiun Bsi Dan Mandiri Taspen Kcp Curup. ....	101
C.	Perbedaan Dan Persamaan Strategi Kompetitif BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.....	105
D.	Komparasi Jumlah Nasabah dan Besaran Pencairan Produk Pensiun .....	107
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>111</b>
A.	Kesimpulan .....	111
B.	Saran.....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>1</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>7</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Data Tingkat Keunggulan dan Kelemahan Produk Pensiun.....	5
Tabel 1. 2 Data Komparasi Pembiayaan Pensiun Berkah BSI KCP Curup.....	8
Tabel 1. 4 Tabel Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 1. 5 Penelitian Sekarang.....	19
Tabel 1. 6 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Sekarang.....	20
Tabel 2. 1 Strategi STP Pada Produk Pensiun dan Prapensiun BSI.....	47
Tabel 4. 1 Komparasi Keunggulan Produk Pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.....	77
Tabel 4. 2 Komparasi Kualitas Pelayanan BSI Dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.....	84
Tabel 4. 3 Komparasi Promosi Pembiayaan Ataucredit Pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.....	87
Tabel 4. 4 Komparasi Harga Jual Pembiayaan Atau Credit Pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.....	89
Tabel 4. 5 Estimasi Perhitungan Harga Angsuran Bank Mandiri Taspen KCP Curup.....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Brosur Pembiayaan Pensiun Berkah BSI KCP Curup .....	7
Gambar 2. 1 Alur Analisa Pestel dan Swot.....	33
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir Strategi Kompetitif.....	52
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir Kualitas Pelayanan .....	52
Gambar 2. 4 Kerangka Berpikir Kualitas Produk .....	54
Gambar 2. 5 Kerangka Berpikir Strategi Pemasaran .....	55
Gambar 2. 6 Teori Pembahasan Strategi Pemasaran .....	56
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesi (BSI) KCP Curup.....	60
Gambar 4. 1 Tabel Angsuran Pembiayaan Pensiun Bsi Kcp Curup.....	90
Gambar 4. 2 Tabel Angsuran Credit Pensiun Bank Mandiri Taspen Kcp Curup .....	91
Gambar 4. 3 Estimasi Perhitungan Harga Angsuran Bank Mandiri Taspen Kcp Curup ..	91
Gambar 4. 4 Suasana Antrian Nasabah Pembiayaan Pensiun Bank Mandiri Taspen Pada Tanggal 1 .....	98

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Peran Perbankan pada saat ini sangatlah penting bagi kemajuan ekonomi, tidak terkecuali Perbankan Syariah yang saat ini pertumbuhannya bisa dikatakan cukup pesat di Indonesia. Dalam program *financing* atau pembiayaan, salah satu produk pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah secara umum adalah pembiayaan pensiun yang merupakan pembiayaan konsumtif yang hanya diberikan kepada para pensiun yang berasal dari lingkungan pesiun karyawan (PNS, BUMN ATAU BUMD) atau janda pensiun. Pembiayaan pensiun ini merupakan pemberian fasilitas pinjaman dimana peminjam diharuskan untuk memberikan agunan atau jaminan berupa SK (Surat Keputusan) Pensiun atau KARIP<sup>1</sup>.

Dalam melaksanakan kinerjanya sebagai lembaga yang memfasilitasi pembiayaan bagi para nasabah, produk pembiayaan yang diberikan Bank Syariah Indonesia adalah pembiayaan pensiun dan pra pensiun, yang menyalurkan fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiun, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). *Akad* yang digunakan menyesuaikan dengan tujuan pembiayaan. dengan adanya pembiayaan pensiun dan prapensiun ini dapat membantu memenuhi

---

<sup>1</sup> Dian Riski Pangestika, "*Prosedur Pemberian Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KC Ajibarang Banyumas Jawa Tengah.*", Skripsi (Fak: Ekonomi & Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2017) 4-5

kebutuhan dimasa yang akan datang, dengan terpenuhinya kebutuhan mereka maka akan meningkatkan kesejahteraan dimasa waktu pensiun tiba.

Pembiayaan pensiun BSI memiliki beberapa golongan yaitu Pra pensiun *regular* di peruntuk bagi ASN *vertical* seperti kementerian agama, kampus islam dan lain dan sebagainya yang akan pensiun sepuluh tahun mendatang, Pra pensiun berkah untuk asn kategori PNS daerah, guru, dan lainnya yang akan pensiun tiga tahun mendatang. Pembiayaan pensiun diperuntukan kepada pensiunan ASN dan pensiunan janda ASN, pensiunan BUMN dan BUMD serta PNS yang belum memasuki Tmt namun telah menerima Surat Keputusan pensiun. Pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan dimana yang mengajukan pembiayaan harus memberikan agunan berupa Surat Keputusan Pensiun atau Kartu Identitas Pensiun, dengan limit sampai Rp 350.000.000,- dengan jangka waktu 1-15 tahun. Salah satu bank yang menyediakan produk pembiayaan pensiun adalah Bank Syariah Indonesia.<sup>2</sup>

Perkembangan dari produk-produk Bank Syariah Indonesia terkhusus produk pensiun dan prapensiun, tentu saja tidak terlepas dari yang namanya persaingan antara bank, dalam hal ini strategi kompetitif merupakan hal yang sangat penting perannya bagi kepentingan bank dalam menyalurkan produk-produk yang mereka tawarkan, dengan adanya metode dan keunggulan kompetitif yang sistematis dan relevan terhadap kebutuhan

---

<sup>2</sup> Feriansyah, M, "Prosedur Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuklinggau," Makalah di Presentasikan di Yogyakarta, 21 September 2022, 14.

konsumen, maka dalam menyalurkan produknya bank akan lebih mudah mencapai tujuannya yaitu minat dan kepuasan konsumen.

Adapun keunggulan kompetitif menurut Fatmawati, 2016 yang dikutip oleh Ni Nyoman Kertiyas Dan Phutu Vhisnu Daharma Santika Budi Mengatakan:

Keunggulan kompetitif adalah jantung dari kinerja suatu usaha dalam pasar yang bersaing dan berasal dari banyak aktivitas usaha seperti kegiatan desain, memproduksi, memasarkan hingga kegiatan pendukung paska pembelian. Menyadari pentingnya keunggulan bersaing, maka keunggulan bersaing merupakan faktor penting dalam keberlanjutan tujuan perusahaan, keunggulan bersaing dipengaruhi secara signifikan oleh *inovasi, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, analisis lingkungan dan entrepreneur secret, aksesibilitas dukungan pemerintah serta strategi pemasaran*.<sup>3</sup>

Strategi kompetitif dalam penelitian ini memfokuskan seperangkat tujuan, yaitu keunggulan produk, tingkat kualitas pelayanan dan strategi pemasaran,<sup>4</sup> yang akan memberikan arahan bagi manajemen perusahaan dan sebagai referensi untuk pola kinerja di setiap level, terutama sebagai respons perusahaan terhadap lingkungan yang kompetitif.

Menurut Sugianto dan Sugiharto 2013 yang dikutip oleh Sabila dan Wijaksana 2022 mengatakan kualitas produk menjadi salah satu tujuan

---

<sup>3</sup> Miguna Astuti, Et Al, *Keunggulan Kompetitif Ukm Naik Kelas* (Yogyakarta, Sleman, 2021), 3

<sup>4</sup> Fikri Ade Saputra, "*Strategi Pemasaran Produk Pra Pensiun Untuk Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung)*." Skripsi, (Febi Iain Metro, 2020).

utama dalam perusahaan untuk meningkatkan daya saing produk dan memberikan kepuasan terhadap konsumen.<sup>5</sup>

Oleh karena itu tidaklah mengherankan Sugianto dan Sugiharto menilai bahwa kualitas produk akan mempengaruhi daya saing dan kepuasan nasabah.

maka dalam upaya mendapatkan respon dari para pensiunan terhadap produk pembiayaan pensiun dan prapensiun, bank syariah Dalam perjalanannya memfasilitasi produk pembiayaan pensiun dan prapensiun, tentu banyak sekali fenomena yang dialami oleh bank syariah Indonesia, Terlebih lagi dalam persaingan produk pensiun dan prapensiun bank syariah Indonesia dengan *competitor*, yang sama-sama memfasilitasi produk yang sama seperti halnya Bank MANTAP, BTPN, BPD dan Bank khusus pensiun lainnya.

Maka melihat fenomena tersebut Peneliti melakukan wawancara dengan pegawai BSI KCP Curup. Adapun penjelasan Bapak M.Tomi Ramadan (Sales Force) 11 September 2023 mengatakan:

*“Upaya dalam menarik minat konsumen terus dilakukan dengan memberikan kenyamanan dan keunggulan-keunggulan produk seperti reward produk prapensiun berkah, prapensiun ihram yaitu dimana ketika nasabah telah membayar angsuran sebanyak 36 angsuran maka diberikan reward umrah, maka margin yang didapatkan bank dikembalikan lagi kepada nasabah dalam bentuk reward umrah. dan keunggulan lainnya yaitu karena BSI adalah lembaga keuangan yang menerapkan konsep keseimbangan, maka tentu kita, lebih unggul dari segi margin yang BSI berikan terbilang lebih kecil dari pada bank-*

---

<sup>5</sup> Ni Nyoman Kerti Yasa Dan Phutu Vhisnu Dharma Santika Budi, *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Niat Beli Ulang: Konsep Dan Aplikasi Pada Studi Kasus* (Jawa Tengah, 2023) 15

*bank lain yaitu sebesar 10,5%. Dan terlepas dari banyak upaya untuk menarik nasabah pensiunan, kembali lagi kepada persepsi nasabah itu sendiri karena yang terjadi dilapangan banyak pensiun yang berpersepsi bahwa ada bank yang memang khusus memberikan pembiayaan pensiun seperti bank MANTAP dan bank lainnya, sehingga lebih menganggap BSI sebagai bank umum dan hal ini berpengaruh terhadap minat nasabah, walaupun Bsi memberikan keunggulan pada produk pensiunnya. maka sembari memberikan yang terbaik melalui keunggulan produk yang tidak kalah penting adalah memberikan pemahaman lebih kepada masyarakat terhadap BSI terkhusus produk pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup”<sup>6</sup>*

Tentu hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi bank syariah untuk bersaing dengan bank lainya sebagai kompetitor produk pensiun dan prapensiun, maka atas masalah tersebut penulis menyampaikan data awal hasil wawancara dengan karyawan consumer (*Sales Force*) M.Tomi Ramadan dan Safitri produk pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup.

Tabel 1. 1 Data Tingkat Keunggulan dan Kelemahan Produk Pensiun

No	Nama	Keunggulan	Kelemahan	Keterangan
1	<b>Prapensiun Ihram</b>	Pemberian reward umrah	Para asn atau calon nasabah sudah memiliki pinjaman di bank lain.	Bagi asn yang sudah terdaftar pinjaman di bank lain, seperti halnya bank BPD maka tidak bisa pindah ke bank lainya dikarenakan ketika belum bisa membayar angsuran selama setengah dari tenor yang diberikan maka dikenakan pinalti yaitu kenaikan margin yang diberikan akan bertambah`

<sup>6</sup> M.Tomi Ramadhan, (*Sales Force*) “Wawancara.Tanggal 11 September 2023,Pukul 15:45 WIB”

No	Nama	Keunggulan	Kelemahan	Keterangan
2	<b>Prapensiun Berkah</b>	Menggunakan sistem keuntungan anuitas	Pemberian Tenor yang lebih singkat yaitu 15 tahun sedangkan bank lain selama 18 tahun.	Dengan menerapkan sistem bunga/ <i>nisbah</i> anuitas BSI dalam hal nisbah besaran tiap bulanya mengecil hingga selesai masa tenor. sedangkan sistem bunga <i>flat</i> (bunga tetap) hingga selesai angsuran. <i>kompetitor</i> dalam hal <i>margin</i> lebih rendah dari Bsi yaitu 0,41%, sedangkan BSI 0,87% /bulan dan 10,5% pertahun. Dan BSI memberikan <i>Tenor</i> yang lebih pendek yaitu 15 tahun untuk menghindari resiko kematian.
3	<b>Produk Pensiun</b>	Proses Pengurusan Perpindahan ( <i>Take Over</i> ) bisa langsung di urus Oleh BSI,	Persepsi masyarakat dalam mengurus perpindahan lebih kepada bank sebelumnya.	Persepsi ASN yang terkadang lebih tidak ingin mengurus prosedurnya, seperti contoh : kasus dikarenakan gaji ASN daerah di BPD maka lebih tertarik di BPD saja, padahal produk pensiun BSI memiliki keunggulan. begitupun pensiunan yang uang pensiunnya sudah di BTPN lebih memilih menetap di bank tersebut.

Perlu di garis bawahi bahwa tentu untuk persamaan antara BSI KCP Curup dan kompetitor lain dalam memfasilitasi produk pembiayaan pensiun, adalah sama-sama menyediakan pembiayaan berbasis pemanfaatan, sedangkan perbedaannya adalah bahwa BSI KCP Curup menggunakan

sistem jual beli dengan berbasis hasil pendapatan, sedangkan bank *konvensional* atau *kompetitor* menggunakan sitem bunga yaitu berbasis biaya. tentu hal tersebut akan mempengaruhi besaran keuntungan yang ditetapkan dan resiko yang dialami oleh Bank.

Dalam hal aspek keunggulan suku bunga dan besaran margin bagi hasil Produk Pensiun BSI KCP Curup dengan kompetitor Bank Mandiri Taspen, penulis melampirkan data berupa brosur produk pensiun BSI KCP Curup dengan Bank Mandiri Taspen sebagai berikut :

Gambar 1. 1 Brosur Pembiayaan Pensiun Berkah BSI KCP Curup

Sumber : Data Wawancara M.Tommi Ramadan Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Curup.

Berikut penjelasan kalkulasi *Margin* keuntungan produk pensiun BSI KCP Curup dengan *plafond* Rp.50.000.000 dengan angsuran **1,625.000** /perbulan selama masa *Tenor* **36** bulan/ tiga tahun :

1. Pinjaman : **50.000.000**
2. Tenor : **36 bulan**
3. Angsuran perbulan : **1,625,000.**

Maka rumus yang digunakan :

1. Harga jual = angsuran x tenor (1.625.000 x 36 bulan) = **58.500.000** /harga angsuran.
2. Total margin = harga jual – pinjaman (58.500.000 – 50.000.000) = **Rp.8.500.000**
3. Margin perbulan = total margin : 36 bulan (8.500.000 : 36 Bulan ) = **Rp 236.111 per bulan.**

Maka kesimpulannya produk pensiun BSI KCP Curup memberikan

besaran margin sebesar Rp. 236.111 per bulan, dengan total margin pembiayaan yaitu 8.500.000 selama 36 bulan.

Gambar 1. 2 Tabel Angsuran Kredit Pensiun Mandiri Taspen KCP Curup

**TABEL ANGSURAN KREDIT PENSIUN MANDIRI TASPEN**  
Suku bunga 0.55% Ayo Tunggu Apalagi Ajukan Pinjaman Sekarang!!!

PLAFON / LIMIT	1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun	4 Tahun	5 Tahun	6 Tahun	7 Tahun	8 Tahun	9 Tahun	10 Tahun	11 Tahun	12 Tahun	13 Tahun	14 Tahun	15 Tahun
10.000.000	888.333	471.667	332.778	263.333	221.667	193.889	174.048	159.167	147.593	138.333	130.758	124.444	119.103	114.524	110.556
20.000.000	1.776.667	943.333	665.556	526.667	443.333	387.778	348.095	318.333	295.185	276.667	261.515	248.889	238.205	229.048	221.111
30.000.000	2.665.000	1.415.000	998.333	790.000	665.000	581.667	523.143	477.500	442.778	415.000	392.278	373.333	357.308	343.571	331.667
40.000.000	3.553.333	1.886.667	1.331.111	1.053.333	886.667	775.556	696.190	636.667	590.370	553.333	523.000	497.778	476.410	458.095	442.222
50.000.000	4.441.667	2.358.333	1.663.889	1.316.667	1.108.333	969.444	870.238	795.833	737.963	691.667	653.788	622.222	595.513	572.619	552.778
60.000.000	5.330.000	2.830.000	1.996.667	1.580.000	1.330.000	1.167.333	1.044.286	955.000	885.556	830.000	784.545	746.667	714.615	687.143	663.333
70.000.000	6.218.333	3.301.667	2.379.444	1.843.333	1.551.667	1.379.444	1.218.333	1.114.167	1.033.148	968.333	915.303	871.111	833.718	801.667	773.889
80.000.000	7.106.667	3.773.333	2.662.222	2.106.667	1.773.333	1.551.111	1.393.333	1.273.333	1.180.741	1.106.667	1.046.061	995.556	952.821	916.190	884.444
90.000.000	7.995.000	4.245.000	2.995.000	2.370.000	1.995.000	1.745.000	1.566.429	1.432.500	1.328.333	1.245.000	1.176.818	1.120.000	1.071.923	1.030.714	995.000
100.000.000	8.883.333	4.716.667	3.327.778	2.633.333	2.216.667	1.938.889	1.740.476	1.591.667	1.475.926	1.383.333	1.307.576	1.244.444	1.191.026	1.145.238	1.105.556
110.000.000	9.771.667	5.188.333	3.660.556	2.896.667	2.438.333	2.132.778	1.914.524	1.750.833	1.623.519	1.521.667	1.438.333	1.368.889	1.310.128	1.259.762	1.216.111
120.000.000	10.660.000	5.660.000	3.993.333	3.160.000	2.660.000	2.326.667	2.088.571	1.910.000	1.771.111	1.660.000	1.569.091	1.493.333	1.429.231	1.374.286	1.326.667
130.000.000	11.548.333	6.133.667	4.321.111	3.423.333	2.891.667	2.520.556	2.262.619	2.060.167	1.918.704	1.796.333	1.699.848	1.617.778	1.548.333	1.488.810	1.437.222
140.000.000	12.436.667	6.603.333	4.658.889	3.686.667	3.103.333	2.714.444	2.436.667	2.228.333	2.066.296	1.936.667	1.830.606	1.742.222	1.667.436	1.603.333	1.547.778
150.000.000	13.325.000	7.075.000	4.991.667	3.950.000	3.325.000	2.908.333	2.610.714	2.387.500	2.213.889	2.075.000	1.961.364	1.862.667	1.786.538	1.717.857	1.658.333
160.000.000	14.213.333	7.546.667	5.324.444	4.213.333	3.546.667	3.102.222	2.784.762	2.546.667	2.361.481	2.213.333	2.092.121	1.991.111	1.905.641	1.832.381	1.768.889
170.000.000	15.101.667	8.018.333	5.697.222	4.476.667	3.768.333	3.296.111	2.958.810	2.705.833	2.509.074	2.351.667	2.222.879	2.115.536	2.024.744	1.946.905	1.879.444
180.000.000	15.990.000	8.490.000	5.990.000	4.740.000	3.990.000	3.490.000	3.132.857	2.865.000	2.656.667	2.490.000	2.353.636	2.240.000	2.143.846	2.061.429	1.990.000
190.000.000	16.878.333	8.961.667	6.322.778	5.003.333	4.211.667	3.683.889	3.306.905	3.024.167	2.804.259	2.628.333	2.484.334	2.364.444	2.262.945	2.176.952	2.100.556
200.000.000	17.766.667	9.433.333	6.655.556	5.266.667	4.433.333	3.877.778	3.480.952	3.183.333	2.951.852	2.766.667	2.615.152	2.488.889	2.382.051	2.290.476	2.211.111
210.000.000	18.655.000	9.905.000	6.988.333	5.530.000	4.655.000	4.071.667	3.655.000	3.342.500	3.099.444	2.905.000	2.745.909	2.613.333	2.501.154	2.405.000	2.321.667
220.000.000	19.543.333	10.376.667	7.321.111	5.793.333	4.876.667	4.265.556	3.829.048	3.501.667	3.247.037	3.043.333	2.826.667	2.737.778	2.620.256	2.519.524	2.432.222
230.000.000	20.431.667	10.848.333	7.653.889	6.056.667	5.098.333	4.459.444	4.003.095	3.660.833	3.394.630	3.181.667	3.007.424	2.862.222	2.739.359	2.634.048	2.542.778
240.000.000	21.320.000	11.320.000	7.986.667	6.320.000	5.320.000	4.653.333	4.177.143	3.820.000	3.542.222	3.320.000	3.138.182	2.986.667	2.858.462	2.748.571	2.653.333
250.000.000	22.208.333	11.791.667	8.319.444	6.583.333	5.541.667	4.847.222	4.351.190	3.979.167	3.689.815	3.458.333	3.268.939	3.111.111	2.977.564	2.863.095	2.763.889
260.000.000	23.096.667	12.263.333	8.652.222	6.846.667	5.763.333	5.041.111	4.525.238	4.138.333	3.837.407	3.596.667	3.399.697	3.235.556	3.096.667	2.977.619	2.874.444
270.000.000	23.985.000	12.735.000	8.985.000	7.110.000	5.985.000	5.235.000	4.699.386	4.297.500	3.995.000	3.735.000	3.530.455	3.360.000	3.215.769	3.092.143	2.995.000
280.000.000	24.873.333	13.206.667	9.317.778	7.373.333	6.206.667	5.428.889	4.873.333	4.456.667	4.132.593	3.873.333	3.661.212	3.484.444	3.334.872	3.206.667	3.095.556
290.000.000	25.761.667	13.678.333	9.650.556	7.636.667	6.428.333	5.622.778	5.047.381	4.615.833	4.280.185	4.011.667	3.791.970	3.608.889	3.453.974	3.321.190	3.206.111
300.000.000	26.650.000	14.150.000	9.983.333	7.900.000	6.650.000	5.816.667	5.221.429	4.775.000	4.427.778	4.150.000	3.922.727	3.733.333	3.573.077	3.435.714	3.316.667
310.000.000	27.538.333	14.621.667	10.316.111	8.163.333	6.871.667	6.010.556	5.395.476	4.934.167	4.575.370	4.286.333	4.053.485	3.857.778	3.632.179	3.550.238	3.427.222
320.000.000	28.426.667	15.093.333	10.648.889	8.426.667	7.093.333	6.204.444	5.569.234	5.093.333	4.722.963	4.426.667	4.184.242	3.982.222	3.811.282	3.664.762	3.537.778
330.000.000	29.315.000	15.565.000	10.981.667	8.690.000	7.315.000	6.398.333	5.743.571	5.252.500	4.870.556	4.565.000	4.315.000	4.106.667	3.930.385	3.779.286	3.648.333
340.000.000	30.203.333	16.036.667	11.314.444	8.953.333	7.536.667	6.592.222	5.917.619	5.411.667	5.018.148	4.703.333	4.445.758	4.231.111	4.049.487	3.893.810	3.758.889
350.000.000	31.091.667	16.508.333	11.647.222	9.216.667	7.758.333	6.786.111	6.091.667	5.570.833	5.165.741	4.841.667	4.576.515	4.355.556	4.148.590	4.008.333	3.869.444

Sumber : Zulpian Angka Karyawan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.

Untuk dapat lebih memudahkan penulis dalam memahami perbandingan margin antara bank BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup penulis menjelaskan secara komparatif pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Data Komparasi Pembiayaan Pensiun Berkah BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.

Rincian perbandingan <i>margin</i> produk pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup							
Pinjaman		Tenor	BSI KCP CURUP		BANK MANDIRI TASPEN		KETERANGAN
			Angsuran	Total <i>margin</i>	Angsuran	Total <i>margin</i>	
1	50.000.000	36 Bulan	1,625.000	8.500.000	1,663,889	9.900.004	BSI lebih Unggul besaran keuntungan <i>margin</i> bagi hasil dari Bank Mandiri Taspen KCP Curup
2	50.000.000	96 Bulan	772.000	24.112.000	795,833	26,399.968	BSI lebih Unggul besaran keuntungan <i>margin</i> bagi hasil dari Bank Mandiri Taspen KCP Curup
3	50.000.000	180 Bulan	552.000	49.360.903	525,778	44.640.040	BSI Kalah dalam besaran keuntungan/ <i>margin</i> bagi hasil dari bank Mandiri Taspen KCP Curup

Sumber :Wawancara Karyawan Pensiun (*Sales Force*) BSI KCP Curup M.Tommi Ramadan Perhitungan Nisbah Anuitas.

Sumber : Zulpian Angga Karyawan Mandiri Taspen KCP Curup.

Dalam penjelasan data yang sudah penulis lampirkan menunjukkan bahwa produk pensiun BSI KCP Curup dan Bank *Kompetitor* memiliki keunggulan yang berbeda, *Kompetitor* dalam memberikan pembiayaannya menggunakan sistem bunga yakni sampai selesai masa pembayaran *tenor*, sedangkan BSI KCP Curup menggunakan sistem *bagi hasil* yang dimana angsuran yang dibayarkan tiap bulannya dapat berubah atau fleksibel tergantung pada keadaan untung rugi yang dialami oleh bank dan nasabah hingga selesai masa *tenor*.

dalam hal keunggulan besaran keuntungan/margin bank atau beban yang ditanggung oleh nasabah berupa bunga dan *margin* pembiayaan, dengan persamaan pembiayaan/kredit sebesar Rp.50.000.000 dengan masa tenor selama 3,8 dan 15 tahun, Bank BSI KCP Curup lebih unggul dari kompetitor, yang dimana selisih, BSI KCP Curup lebih unggul dari kompetitor dengan besaran angsuran Rp.1,625,000 perbulan selama 3 tahun angsuran, sedangkan Bank Mandiri Taspen yaitu Rp.1,663,889 perbulan maka selisih margin keuntungan bank yaitu sebesar Rp.38.889.

Dan dengan catatan bahwa *margin pembiayaan* berbeda dengan bunga credit yang diterapkan oleh bank konvensional yang dimana bank konvensional menentukan besaran suku bunga di waktu *Akad* dengan pedoman harus selalu untung, suku bunga bersifat tetap tanpa mempertimbangkan keadaan pendapatan nasabah, dan presentase besarnya bunga dilihat berdasarkan jumlah uang yang dipinjam nasabah. Sedangkan *Nisbah* bagi hasil penentuan besarnya rasio bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan melihat kemungkinan-kemungkinan untung rugi, besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh, dan resiko untung rugi di tanggung bersama oleh bank dan nasabah.

Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa sistem syariah yang diterapkan oleh bank BSI KCP Curup lebih memandang asas keadilan dan kebersamaan baik dalam keuntungan dan kerugian.

Maka atas dasar data yang sudah penulis dapatkan bahwa produk pembiayaan pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup memiliki keunggulan tersendiri untuk bisa bersaing dengan kompetitor produk pembiayaan pensiun dan prapensiun lainnya, tetapi dengan fenomena yang terjadi di atas, masih terdapat kendala-kendala yang menjadi dasar kelemahan BSI dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk pensiun baik berupa persepsi masyarakat maupun strategi kompetitif dalam hal ini yakni keunggulan produk, tingkat pelayanan dan strategi pemasaran.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka untuk mengetahui strategi kompetitif dan fenomena-fenomena yang telah penulis jelaskan, kemudian faktor apa saja yang menjadi tantangan pada BSI KCP Curup dalam memfasilitasi produk pensiun di tengah situasi persaingan yang kompetitif, maka diperlukan suatu analisis yang mendalam mengenai hal tersebut.

Maka dari uraian latar belakang tersebut perlu adanya penelitian lebih lanjut pada BSI KCP Curup, atas dasar itu peneliti mengangkat judul

**“Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Curup”**

## **B. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Mengingat luasnya permasalahan yang akan dibahas, maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkupnya agar penelitian lebih terarah, terfokus dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian, serta dapat

mempermudah proses analisis itu sendiri, oleh karena itu penulis membatasi pembahasan atas permasalahan yang akan dikaji yaitu sebagai berikut:

- a. Di dalam penelitian ini yang akan menjadi objek penelitian adalah strategi kompetitif yang dalam hal ini adalah Keunggulan Produk, Tingkat Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran produk pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup, dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup terhadap kebutuhan nasabah dan calon nasabah.
- b. Subjek yang akan diteliti didalam penelitian ini adalah strategi kompetitif BSI KCP Curup terhadap kondisi persaingan Produk Pensiun dan Prapensiun.
- c. di dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian adalah persepsi karyawan konsumen pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup, nasabah dan masyarakat pensiun atau menjelang pensiun yang dalam hal ini yaitu ASN/PNS Daerah, BUMN dan BUMD.

## **2. Rumusan Masalah**

Setiap perusahaan pasti akan ada masa memiliki masalah yang membuat perusahaan tersebut mengalami kendala dalam melaksanakan kinerjanya khususnya pada strategi kompetitif bank syariah indonesia terhadap kompetitornya. Maka dengan itu harus ada penelitian yang dapat menganalisis masalah tersebut guna mengetahui faktor-faktor yang membuat perusahaan tersebut mengalami kendala dalam kinerjanya terkhusus Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan permasalahan yang ada, penulis merumuskan permasalahan yaitu :

- a. Bagaimana Strategi Kompetitif yang Dilakukan BSI KCP Curup pada Pembiayaan Pensiun dan Prapensiun ?
- b. Bagaimana Persepsi Nasabah dan Calon Nasabah Kepada Pembiayaan Pensiun dan Prapensiun BSI KCP Curup dan *kompetitor* ?
- c. Bagaimana perbedaan dan persamaan strategi kompetitif BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi kompetitif produk pensiun BSI KCP Curup dan minat masyarakat dalam menggunakan produk pensiun dan prapensiun Pada BSI KCP Curup.
- b. Untuk menganalisis *factor* apa saja penyebab nasabah dan masyarakat pensiun atau menjelang pensiun tertarik atau tidaknya dalam menggunakan produk pensiun dan prapensiun pada BSI KCP Curup.
- c. Untuk Menganalisis perbandingan strategi kompetitif yaitu pada kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan keunggulan produk pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup dengan Bank Mandiri Taspen.

### 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Manfaat *Teoritis*

Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan sebagai acuan dan untuk menambah wawasan pemikiran ilmu pengetahuan dalam pengembangan ilmu mengenai permasalahan produk pensiun dan prapensiun pada

perbankan syariah. selain itu penelitian ini diharapkan menjadi *stimulus* bagi penelitian lanjutan tentang metode-metode pemasaran pada perbankan syariah sehingga proses pengkajian secara mendalam akan terus berlangsung dan memperoleh hasil yang maksimal.

*b. Manfaat Praktis*

1) Bagi Penulis

Untuk mendapatkan gelar sarjana dan untuk menambah wawasan, menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan serta menambah pengalaman dalam penelitian.

2) Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran agar dapat digunakan atau diambil manfaatnya dan dijadikan bahan untuk pertimbangan BSI dalam memasarkan produknya dan menarik minat nasabah dalam menggunakan produk yang akan ditawarkan terkhusus produk pensiun dan prapensiun, sehingga dapat meminimalisir terjadinya permasalahan seperti kurangnya minat nasabah dalam bertransaksi pada BSI KCP Curup.

3) Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau acuan serta wacana untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

#### D. Kajian Literatur

Kajian literatur bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, maka dalam kajian literatur ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Tabel Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
<b>Fikri Ade Saputra (2020)<sup>1</sup></b>	“Strategi Pemasaran Produk Pra Pensiun untuk Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung)”.	- Strategi pemasaran, - produk prapensiun. - minat masyarakat.	Kualitatif <i>Deskriptif</i>	Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa masyarakat belum tertarik kepada produk ini karna kurangnya sosialisasi, tidak ada brosur khusus terhadap produk ini, dan ada juga yang sudah menjadi nasabah di bank lain. Setelah peneliti mengkaji tentang strategi pemasaran produk pra pensiun untuk menarik minat masyarakat, maka peneliti memberikan saran agar Bank <i>Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung</i> lebih meningkatkan promosi serta sosialisasi mengenai produk prapensiun agar dapat

<sup>1</sup> Fikri ade Saputra, “*Strategi Pemasaran Produk Pra Pensiun Untuk Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung).*”Skripsi,( Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN METRO, 2020).

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				menarik minat masyarakat luas.
<b>Tungga Dewi Dan Tania (2018)<sup>2</sup></b>	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Katamso	- Strategi Pemasaran, - Pembiayaan Pensiun	Kualitatif	Katamso perlu memperluas strategi yang digunakan dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun agar produk pembiayaan pensiun BSM dapat dikenal secara luas dan menarik minat para pensiunan untuk mengajukan pembiayaan di BSM.  BSM KCP Katamso perlu mempermudah proses administrasi agar para calon nasabah pembiayaan tidak mengalami kesulitan karena faktor usia.
<b>Rahman Dan Holilur (2021)<sup>3</sup></b>	Kajian Bauran Pemasaran Pembiayaan Pensiunan dalam Peningkatan Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep	- Bauran pemasaran, - pembiayaan pensiun, - minat nasabah	Kualitatif deskriptif	Dalam praktiknya Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep Trunojoyo 1 lebih menekankan kepada strategi promosi dengan memaksimalkan kegiatan promosi. Selain itu, strategi produk dengan memaksimalkan pelayanan pada nasabah

<sup>2</sup> Tunggadewi, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Katamso." *Makalah Dipublikasikan Dalam Google Scholar*, Yogyakarta 2018.

<sup>3</sup> Rahman, Holilur, et al. "Kajian Bauran Pemasaran Pembiayaan Pensiunan Dalam Peningkatan Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Sumenep Trunojoyo 1." *Skripsi (Trunojoyo, 2021)*, 457-458.

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Trunojoyo.			pensiunan.
<b>Andini Sartika (2022)<sup>4</sup></b>	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bsi Kota Palopo.	- Strategi pemasaran, - produk pembiayaan pensiun, - meningkatkan jumlah nasabah	Kualitatif deskriptif	penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Berdasarkan hasil evaluasi <i>SWOT</i> , <i>SO (Strength-Opportunities)</i> , menjelaskan strategi dapat berfokus pada <i>SO</i> , dimana <i>SO</i> , merupakan strategi yang menggunakan kualitas pelayanan dan mempertahankan kualitas produk Strategi pemasaran <i>STP</i> yang diterapkan pada produk pembiayaan BSI pensiun dinilai efektif, dengan tercapainya tujuan pemasaran yaitu meningkatnya penjualan produk dan meningkatnya jumlah nasabah, artinya pengukuran efektivitas ini berdasarkan meningkatnya jumlah nasabah, artinya pengukuran <i>efektivitas</i> ini berdasarkan <i>indikator</i> pertumbuhan nasabah.
<b>M. Wais</b>	Strategi Pemasaran	- Strategi pemasaran,	Kualitatif deskriptif	BSI KCP Palopo telah melaksanakan Strategi

<sup>4</sup>Andini Sartika “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bsi Kota Palopo.” Skripsi (Febi: Iain Palopo, 2022), 77-78.

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
(2022) <sup>5</sup>	Dalam Meningkatkan Jumlah nasabah Produk Bank Syariah Indonesia.(Studi Kantor Cabang Palopo)	- meningkatkan jumlah nasabah		marketing dalam meningkatkan pembiayaan dengan menggunakan bauran pemasaran yang meliputi <i>place,product,price,promotion</i> . Namun bauran pemasaran pada <i>promotion</i> terdapat promosi yang dianggap agak kurang efektif seperti promosi lewat pengiklanan dengan melalui media elektronik. Karena dari sekian promosi yang dilakukan BSI KCP Palopo dalam meningkatkan jumlah nasabah hanya beberapa promosi yang dianggap efektif, seperti sistem jemput bola, <i>canvassing</i> atau <i>door to door</i> .
Sofana Azyahra (2023) <sup>6</sup>	Upaya Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah Bank	- Peningkatan Pelayanan - Pembiayaan pensiun berkah - Bsi kcp gubug	Kualitatif deskriptif	BSI KCP Gubug sudah melakukan beragam kegiatan promosi dengan baik. Petugas <i>Teller</i> di Bsi KCP Gubug dalam

<sup>5</sup> M. Wais. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah nasabah Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kantor Cabang Palopo)" Skripsi,(Fak: Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo 2022),61.

<sup>6</sup> Sofana azyahra, "Upaya Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia Kcp Gubug" .skripsi,semarang ( fak : ekonomi program studima nagemen,2023) 52-53.

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Syariah Indonesia Kcp Gubug			melayani nasabah. Di Bsi KCP Gubug belum banyak yang mengetahui produk pembiayaan pensiun berkah. BSI Kcp Gubug produk pembiayaan pensiun berkah belum banyak peminatnya, dan kurangnya pelayanan kepada nasabah pembiayaan pensiun berkah yang mayoritas sudah lanjut usia.

Tabel 1. 4 Penelitian Sekarang

Nama	Judul	Variable	Metode Penelitian	Hasil Yang Diinginkan
<b>M.Dio Putra (2023)</b>	Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun pada BSI Kcp Curup	- Strategi kompetitif - produk pensiun - prapensiun	- Kualitatif <i>deskriptif</i>	Untuk mengetahui dan menganalisis strategi kompetitif produk Bsi Kcp Curup dan <i>factor</i> apa saja penyebab nasabah dan calon nasabah tertarik atau tidaknya dalam menggunakan produk pensiun dan prapensiun pada BSI Kcp curup.

Perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. 5 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Sekarang

Penelitian terdahulu		Penelitian sekarang	
Nama	Fokus penelitian	Nama	Fokus penelitian
<b>Fikri Ade Saputra (2020)</b>	- Menganalisis strategi pemasaran pada produk prapensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.	<b>M.Dio Putra, 2023.</b>	- Menganalisis strategi kompetitif produk pensiun dan prapensiun BSI Kcp Curup
<b>M. Wais (2022)</b>	- penelitian ini meneliti Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah nasabah. - Didalam penelitian ini meneliti kendala apa saja yang menjadi tantangan dalam memasarkan produk pensiun.		- ditinjau dari keunggulan produk, tingkat pelayanan dan strategi pemasaran.
<b>Tungga Dewi dan Tania (2018)</b>	- yang diteliti adalah minat masyarakat kepada produk prapensiun BSM KCP Katamso. - Menganalisis strategi pemasaran prapensiun BSM KCP Katamso		- yang akan di teliti adalah <i>efektifitas</i> strategi kompetitif BSI Kcp Curup. - ditinjau dari minat dan kebutuhan nasabah dan calon nasabah.

<b>Fadli, Muhammad (2018)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini mengkaji Bauran Pemasaran Pembiayaan Pensiunan.</li> <li>- Dalam penelitian ini Peningkatan Minat Nasabah Bank <i>Syariah</i> Indonesia menjaadi target dalam pemasaran.</li> </ul>		
---------------------------------------	---	--	--

## E. Penjelasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami istilah yang ada dalam judul ini, maka secara singkat penulis terlebih dahulu akan menjelaskan atau menguraikan maksud dari judul ini adapun judul yang akan dibahas adalah:

**“Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun dan Prapensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Curup”**

Adapun istilah-istilah penjelasan judul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Analisis

Menurut Hanif Al Fatta Analisis adalah tahap awal dalam pengembangan sistem dan tahap fundamental yang sangat menentukan kualitas sistem informasi yang di kembangkan.<sup>7</sup>

Menurut Dwi Prastowo Darminto analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagianya dan penelaah bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.

---

<sup>7</sup> Hanif Al Fatta, *Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Untuk Keunggulan Bersaing Perusahaan Dan Organisasi Modern*,( Yogyakarta, Andi Offset, 2007), 44.

## 2. Strategi

Menurut *Craig & Grant* yang dikutip oleh Herwan Abdul Muhyi mengatakan Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*Achieve The Goals And Objective*)<sup>8</sup>.

strategi merupakan metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah.

## 3. Pemasaran

Pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari defenisi pemasaran yang terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. *Asosiasi* pemasaran Amerika memberikan defenisi formal-formal yaitu Pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.<sup>9</sup>

## 4. Kompetitif

Keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang lain pada *industry* pasar yang sama.

---

<sup>8</sup> Herwan Abdul Muhyi et al, *HR Plan & Strategy Strategi Jitu Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Tinjauan Kutipan Craig & Grant ( Jakarta, 2016.) 29.

<sup>9</sup> Zulkifli Karim, "Strategi Pemasaran Bank Syariah." No. 3 (2017), h 2.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan di dalam ini adalah penelitian kualitatif *deskriptif*. Kualitatif *deskriptif* merupakan suatu penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lainnya secara *holistik*, dengan mendeskripsi dalam bentuk kata-kata bahasa pada suatu konteks khusus yang dialami serta dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

### **2. Populasi Dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi menurut Sugiyono 2017 adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. maka populasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.

- 2) Nasabah dan masyarakat ASN/PNS BUMN dan BUMD pensiun dan menjelang pensiun kabupaten Rejang Lebong.

**b. Sampel**

Adapun sampel Menurut Sugiyono (2017:81) Sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. berikut Yang menjadi sampel didalam penelitian ini adalah :

- 1) Karyawan produk pembiayaan dan credit pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.
- 2) Nasabah pembiayaan dan credit pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup kategori PNS Daerah (Guru, Dosen, Pegawai Administrasi) baik BUMN Dan BUMD.
- 3) masyarakat Pensiun Dan menjelang pensiun Kategori PNS Daerah ( Guru, Dosen, Pegawai Administrasi ), BUMN, BUMD.

**3. Lokasi penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Curup, yang beralamatkan di Jl. Merdeka No. 287, Kepala Siring, Kec.Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu 39119. Dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup yang beralamatkan GGPH+7GW, Jl. Letjend Suprpto, Talang Rimbo Lama, Kec. Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu.

**4. Data dan Sumber Data**

Di dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan sumber data primer dan sekunder, data primer dan sekunder dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**a. Data Primer**

Sumber data dalam penelitian ini adalah karyawan konsumer produk pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup yang menjadi informan atau subyek penelitian. Data yang dikumpulkan berupa ungkapan, pendapat, persepsi dan pengalaman mereka tentang segala hal yang berkaitan dengan keunggulan produk, kualitas pelayanan dan strategi pemasaran.

Subyek atau informan selanjutnya adalah nasabah produk pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup, dan masyarakat (ASN/PNS) pensiun atau menjelang pensiun yang dimana mempunyai potensi dalam menjelaskan persepsi mereka terhadap BSI Kcp Curup dan produk pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup.

**b. Data Sekunder**

Data sekunder didalam penelitian ini yang didapatkan penulis melalui melalui *library research* dan *internet research* yaitu melalui perpustakaan buku-buku, jurnal ilmiah dan artikel yang berkaitan dengan penelitian ini seperti strategi kompetitif dan persepsi nasabah produk pensiun dan prapensiun.

**5. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data sangat penting dalam penelitian karena inti penelitian adalah mendapatkan data, dalam penelitian ini pertama penulis menggunakan cara :

**a. Observasi**

Observasi non partisipan adalah jenis observasi yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data dan mengamati secara langsung terhadap objek dilapangan yang menjadi fokus penelitian untuk mengetahui strategi kompetitif produk pensiun dan prapensiun yang ada pada BSI KCP Curup.

Didalam proses pengumpulan data melalui metode observasi lapangan ini, bahwa observasi yang dilakukan peneliti mencakup :

- 1) Proses sosialisasi/pemasaran produk Pensiun dan Prapensiun BSI KCP Curup dan kompetitor yaitu bank Mandiri Taspen KCP Curup.
- 2) Proses pelayanan bank kepada nasabah produk Pensiun Dan Prapensiun sedari tahap pengajuan, akad hingga pencairan pembiayaan.

**b. Wawancara**

Metode wawancara yang penulis gunakan adalah metode wawancara terstruktur. dalam hal ini penulis mewawancarai beberapa karyawan, nasabah dan para ASN pensiunan atau menjelang pensiun. khusus pembiayaan atau credit Pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup sebagaimana tabel berikut:

**Table 1.7 Tabel Informan Dan Tema Wawancara**

No	Informan	Tema Wawancara
1	Karyawan pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup dan Mandiri Taspen KCP Curup.	<p><b>a.</b> Apa saja keunggulan produk pensiun.</p> <p><b>b.</b> Bagaimana tingkat kualitas pelayanan.</p> <p><b>c.</b> apa metode pemasaran produk</p>

		pensiun.
2	Nasabah Produk Pensiun Dan Prapensiun Bsi KCP Curup Dan Mandiri Taspen KCP Curup.	<p><b>a.</b> Tingkat kepuasan terhadap produk pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.</p> <p><b>b.</b> <i>Factor</i> apa saja sehingga nasabah minat terhadap produk pensiun dan prapensiun BSI KCP Curup dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.</p>
3	Masyarakat (PNS Daerah, Guru, Pegawai BUMN dan BUMD)	<p><b>a.</b> Persepsi target/calon nasabah terhadap produk pensiun prapensiun BSI KCP Curup dan bank mandiri taspen kcp curup.</p> <p><b>b.</b> Persepsi calon nasabah terhadap BSI KCP Curup dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.</p>

Seperti yang telah dibahas oleh peneliti pada bab sebelumnya yaitu dalam hal strategi kompetitif *variable* yang akan penulis teliti meliputi keunggulan produk, kualitas pelayanan dan strategi pemasaran.

Yang dimana ketiga indikator strategi kompetitif tersebut akan penulis komparasikan antara strategi kompetitif pembiayaan pensiun BSI KCP Curup dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup untuk dapat menganalisa dan melihat kualitas startegi kompetitif produk pensiun BSI KCP Curup.

Metode komparasi yang peneliti gunakan dalam mengambil data adalah teknik triangulasi, dengan cara menanyakan beberapa pertanyaan kepada karyawan produk pensiun masing-masing bank menyangkut strategi kompetitif

apa yang digunakan masing-masing bank untuk menumbuhkan ketertarikan masyarakat dan minat nasabah atau calon nasabah produk pensiun.

kemudian penulis akan menanyakan pertanyaan yang bermaksud untuk mengetahui apakah penawaran-penawaran yang di berikan bank kepada nasabah dapat dirasakan dan mempunyai efek menguntungkan bagi nasabah masing-masing bank beserta alasannya.

Lalu penulis akan menanyakan pertanyaan silang kepada nasabah masing-masing bank, dengan menanyakan pertanyaan menyangkut persepsi nasabah terhadap bank BSI dan mandiri taspen, kemudian penulis menanyakan pertanyaan perbandingan dengan menjelaskan keunggulan yang ada pada BSI kepada nasabah Bank Mandiri Taspen dengan tujuan apakah mereka mengetahui dan tertarik atau tidaknya terhadap keunggulan Bank BSI KCP curup begitupun sebaliknya dengan Bank Mandiri Taspen.

Terakhir penulis akan menanyakan pertanyaan kepada calon nasabah/ masyarakat yang dalam hal ini adalah ASN pensiunan dan menjelang pensiun beberapa pertanyaan mengenai persepsi dan pengetahuan calon nasabah terhadap produk pensiun bank BSI dan Mandiri Taspen, dan penulis akan menjelaskan terkait produk pensiun masing-masing bank dan mencoba melihat minat atau tidaknya nasabah dalam menggunakan pembiayaan pensiun dan berminat kepada produk pensiun BSI atau Mandiri Taspen beserta alasannya.

### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan bukti-bukti penelitian yang dapat dipertanggung jawabkan. Dokumentasi dalam penelitian ini dapat berupa foto ketika sedang melakukan sebuah penelitian.

## 6. Teknik Analisis Data

### a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. *Reduksi* data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

proses *reduksi* data didalam penelitian ini adalah data yang di dapatkan melalui *observasi*, wawancara dan dokumentasi di gabungkan lalu data yang ada dikualifikasikan sehingga menjadi sebuah data yang relevan pada penelitian ini.

### b. Display Data

Display data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif yang paling sering dilakukan untuk menyajikan data penelitian adalah teks yang bersifat naratif. jadi dengan menggunakan data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah diperlukan dan dipahami.

Adapun untuk mendapatkan kesimpulan dan data yang valid itu, maka ditempuh langkah sebagai berikut :

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan observasi dengan data hasil wawancara.

- 2) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
- 3) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan.

**c. Kesimpulan Atau Verifikasi Data**

Langkah ketiga dalam analisis kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan *verifikasi*, kesimpulan awal yang diperlukan atau dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Peneliti menyimpulkan data dengan kalimat yang sistematis singkat dan jelas, yakni dari pengumpulan dan penyajian data yang telah dilakukan maka peneliti memaparkan dan menegaskan dalam bentuk kesimpulan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

#### A. Analisis

Dikutip oleh Putra Juni, secara KBBI pengertian analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa karangan, perbuatan, dan sebagainya, untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya sebab musabab, duduk perkara, atau hal-hal lainnya.<sup>1</sup>

Dikutip oleh Putra Juni, Menurut Satori Dan Komariyah Definisi Analisis Adalah Usaha Untuk Mengurai Suatu Masalah Menjadi Bagian-Bagian. Sehingga, Susunan Tersebut Tampak Jelas Dan Kemudian Bisa Ditangkap Maknanya Atau Dimengerti Duduk Perkaranya.<sup>2</sup>

#### B. Analisis Swot

Dikutip Oleh Gusti Nyoman Alit Brahma Putra, menurut Daniel Start dan Ingie Hovland, analisis *SWOT* adalah instrumen perencanaan strategis klasik yang menggunakan kerangka kerja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Instrumen ini membantu para perencana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi dan menentukan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan.<sup>3</sup>

Menurut Rangkuti, analisis *SWOT* adalah suatu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis ini bertujuan untuk

---

<sup>1</sup> Putra juni, *Pengertian Analisis: Fungsi, Tujuan Dan Jenis Jenis Analisa*. 2020.  
<https://salamadian.com/pengertian-analisis/>

<sup>2</sup> Putra Juni, *Ibid* .

<sup>3</sup>Gusti Nyoman Alit Brahma Putra” Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* , Volume 9 No.2 (2017), 399.

menentukan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh sebab itu lebih mudah tercapai setiap perusahaan dapat mempergunakan teknik analisis *SWOT*.<sup>4</sup>

### C. Analisis Pestel

Analisis *PESTEL* adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengaudit lingkungan organisasi dan kekuatan eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis. Analisis ini mengevaluasi enam kategori pengaruh yaitu, faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum.

Faktor-faktor ini umumnya dianggap berada di luar kendali organisasi, dibandingkan dengan pengaruh internal yang dapat diubah oleh bisnis. Tujuan dari analisis *PESTEL* adalah untuk membantu para pemimpin bisnis memahami faktor-faktor apa yang dapat berdampak pada bisnis dan peluang serta risiko apa yang mungkin ditimbulkan oleh pengaruh tersebut.

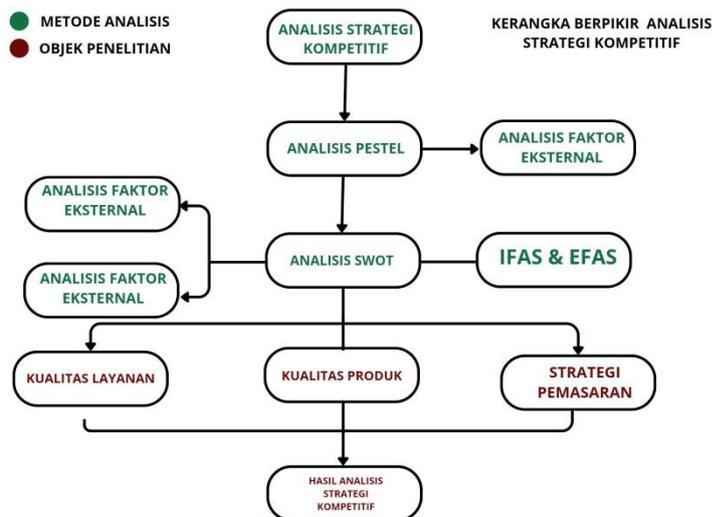
### D. Hubungan Analisis Pestel Dan Swot

Analisis *PESTEL* juga merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk menganalisis faktor lingkungan makro atau lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis. Hasil identifikasi ancaman dan peluang menjadi unsur tambahan dan pendukung analisis *SWOT*. Oleh karena itu, *PESTEL* dan *SWOT* adalah analisis yang akan menilai faktor internal dan eksternal perusahaan. Melalui analisis tersebut diharapkan dapat menentukan strategi mana yang memiliki dampak terbesar terhadap pengembangan usaha.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Gusti Nyoman Alit Brahma Putra, *Ibid*, 399.

<sup>5</sup> Amelia Risky Hairani, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Metode Pestel Pada Cv Mitra Arsitex Ujung Gading Pasaman Barat”, Skripsi (Depok : Politeknik Negeri Jakarta, 2022), 6.



Gambar 2. 1 Alur Analisi Pestel Dan Swot

## E. Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, dalam kondisi yang menguntungkan. Selain itu strategi juga sebagai ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.<sup>6</sup>

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* atau *strategus*. dalam perkembangannya, istilah strategi juga dikenal berasal dari kata “*strategia*” yang memiliki arti ahli militer.

Carl von Clausewitz dikutip oleh Yustika Auria mengemukakan bahwa strategi dan keahlian adalah aturan terbaik, dengan teori dapat melakukannya dengan lebih

<sup>6</sup> Badan pengembangan dan pembinaan bahasa, “*kamus besar bahasa Indonesia daring*” kbbi edisi ke enam, 2019,. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi> .

serta dengan teori dapat melakukan dengan lebih baik serta menunjukkan bagaimana dan mengapa hal ini bisa terjadi.<sup>7</sup>

dikutip oleh Zuhrotun Nisak Richard L. Daft mengatakan strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* senantiasa meningkat dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan, mendefinisikan strategi (*strategy*) secara eksplisit, yaitu rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan perusahaan.

Strategi tentu saja berubah seiring waktu sesuai dengan kondisi lingkungan, namun agar tetap kompetitif Richard L. Daft membuat strategi perusahaan yang berfokus kepada :

1. Pemanfaatan kompetensi dasar.
2. Mengembangkan sinergi.
3. Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan.<sup>8</sup>

Berdasarkan beberapa definisi strategi yang sudah dijelaskan diatas, dapat kita simpulkan sebuah upaya yang dilakukan atas dasar adanya tantangan atau ancaman baik dari dalam maupun dari luar untuk mencapai tujuan jangka panjang dengan sebuah perencanaan yang matang.

---

<sup>7</sup> Yustika Auria, “Tantangan Dan Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Pembiayaan Pensiun”, Skripsi (Bengkulu : FSEI IAIN Curup, 2023), 21-22.

<sup>8</sup> Zuhrotun Nisak. “Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif.” *Jurnal Ekonomi Bisnis*, volume 9, 2020, 242.

Dalam kesimpulan penjelasan sebelumnya strategi adalah sebuah upaya yang dilakukan atas dasar adanya tantangan atau ancaman baik dari dalam maupun dari luar untuk mencapai tujuan dengan perencanaan yang matang.

Demikian juga dengan kompetitif secara Pengertian kompetitif adalah suatu hal yang berhubungan dengan sebuah persaingan/kompetisi. Dalam hal ini kompetitif dapat diposisikan sebagai suatu kondisi perebutan atau keadaan berkompetisi yang terjadi/dialami oleh seseorang atau sekelompok orang dalam memenangkan sebuah persaingan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kompetitif adalah suatu sikap yang berhubungan dengan persaingan atau kompetisi. Sementara, kompetisi adalah kegiatan mencapai tujuan dengan mengalahkan orang/kelompok lain Kompetisi dalam arti positif menggunakan keunggulan yang dimiliki agar bisa Mengungguli lawan.<sup>9</sup>

Dikutip oleh Barkah Fitriadi, Menurut Hunger dan Wheelen terdapat tiga tingkatan strategi dalam perusahaan, yaitu:<sup>10</sup>

#### 1. Strategi *Korporat* (Perusahaan)

Strategi *korporat* Oleh para pimpinan puncak akan didefinisikan industri dimana perusahaan akan bersaing dan juga dikembangkan suatu rencana jangka panjang dari organisasi. Strategi ini berhubungan dengan pengalokasian dan pengelolaan sumber-sumber daya untuk mencapai misi dan tujuan organisasi

---

<sup>9</sup> Badan pengembangan dan pembinaan bahasa, “*kamus besar bahasa indonesia daring*” kbbi edisi ke enam, 2019. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6356083/kompetitif-adalah-kenali-ciri-keunggulan-dan-kekurangannya>.

<sup>10</sup> Barkah Fitriadi, Et Al, “*Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif (Studi Pada Pt. Ongkowidjojo, Malang)*” skripsi (Malang : Universitas Brawijaya, 2019), 3.

dengan menyatukan unit-unit bisnis yang berbeda menjadi suatu strategi organisasi yang menyeluruh.

## 2. Strategi Bisnis

Strategi Bisnis Lebih menitik beratkan pada pembuatan keputusan-keputusan strategi yang melibatkan posisi bersaing dari sebuah produk atau pangsa pasar tertentu pada sebuah divisi.

## 3. Strategi Fungsional

Berhubungan langsung dengan pembuatan keputusan-keputusan yang menyangkut divisi-divisi pendukung dalam rangka memproduksi dan memasarkan produk hingga sampai di tangan pelanggan.

## **F. Strategi Kompetitif**

Pada dunia persaingan bisnis setidaknya setiap perusahaan memiliki strategi persaingan yang berbeda-beda satu sama lain, setidaknya hal yang perlu diperhatikan dalam persaingan bisnis adalah :

### 1. Keunggulan Kualitas Produk.

dikutip oleh Intan Kamila, Menurut Lasander kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan atau Nasabah adalah penilai kualitas suatu produk perbankan. Banyak ukuran yang bisa dipakai nasabah

dalam menentukan kualitas produk perbankan. Namun tujuan akhir yang dicapai sama yaitu mampu memberikan rasa puas kepada nasabah.<sup>11</sup>

dikutip oleh Intan Kamila, Hermawan mengatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>12</sup>

Dikutip oleh adonis michel reinot dan yunita budi rahayu Menurut Sopiah dan Sangadji kualitas produk terdiri dari beberapa indikator yaitu:

- a. *Performance* (kinerja), merupakan elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- b. *Reliabilitas* (keandalan), merupakan daya tahan produk selama dikonsumsi.
- c. *Feature* (fitur), merupakan fungsi-fungsi sekunder yang ditambahkan pada suatu produk.
- d. *Durability* (daya tahan), menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik *secara* teknis maupun waktu.
- e. *Konsisten*, menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi standar atau spesifikasi tertentu.
- f. aspek emosional dalam memengaruhi kepuasan konsumen sehingga desain kemasan ataupun bentuk produk akan mempengaruhi minat konsumen.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Intan Kamila, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug”, Skripsi (Jakarta : FEBI Uin Syarif Hidayatullah), 2020, 44-45.

<sup>12</sup> Intan Kamila, *Ibid*, 45.

<sup>13</sup> Michael Reinout Adoni dan Yunita Budi Rahayu Silintowe “Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y”, *jurnal capital kebijakan ekonomi, manajemen dan akutansi*, Vol 3. No 1 (2021): 119-120.

## 2. Kualitas Pelayanan

dikutip oleh Kusuma Wijayanto Parente mengatakan Inti dari *Total Quality Manajemen TQM* atau tingkat kualitas pelayanan, adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memenuhi keinginan dan kebutuhannya serta menciptakan proses pelayanan yang mudah.<sup>14</sup>

Dikutip oleh Budi Prijanto et al, Othman dan Owen mengembangkan model pengukuran kualitas jasa perbankan syariah dengan prinsip syariah yang disebut sebagai model *CARTER*. Model *CARTER* terdiri dari enam dimensi, yaitu *compliance, assurance, reliability, tangible, empathy dan responsiveness*. Model ini digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan perbankan syariah.<sup>15</sup>

Dikutip oleh Budi Prijanto, Suherman dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis kualitas pelayanan dengan Model *CARTER* dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah Studi pada PT. Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh pada tahun 2018 Suherman menunjukkan bahwa model *CARTER* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 52,1%<sup>16</sup>.

Metode Keenam dimensi *CARTER* Dalam konteks pengukuran tingkat pelayan perbankan syariah, tersebut kemudian dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut.<sup>17</sup>

- a. *compliance*/kepatuhan merujuk pada kemampuan bank dalam memenuhi prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan seluruh operasionalnya. Hal ini

---

<sup>14</sup> Kusuma Wijayanto” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank”,*Jurnal Manajemen Daya Saing*, Vol 4. No 1 (2021): 40-41.

<sup>15</sup> Budi prijanto et al, ” Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model”*Jurnal economic tabrru’ Vol 3,issue 2.* (2021):184.

<sup>16</sup> Budi Prijanto et al, *Ibid.*184.

<sup>17</sup> *Ibid*, 182-184.

dapat dilihat dengan tidak adanya pembayaran dengan *Riba* atau bunga baik dalam produk tabungan maupun pembiayaannya. Serta tidak melakukan investasi pada kegiatan yang diharamkan dalam Islam seperti usaha perdagangan minuman keras, judi dan prostitusi.

- b. *Assurance/Jaminan* mengacu pada pengetahuan dan kesopanan *karyawan* serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Dengan adanya pengetahuan dan kesopanan para karyawan dapat menimbulkan etika komunikasi baik yang diperlukan perusahaan, sehingga ketika dalam menawarkan produk mereka tidak melakukan manipulasi yang dapat menumbuhkan kepercayaan dari nasabahnya.
- c. *Reliabilty/Kehandalan* merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, sehingga nasabah akan memberikan kesan bahwa kinerja bank tersebut terjamin dan amanah, tepat, serta memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabahnya.
- d. *Tangibles/Bukti fisik* merupakan penampilan fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi serta dapat juga berkenaan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Bukti fisik merupakan tampilan fisik dari bank yang akan menunjukkan identitasnya sekaligus sebagai pendorong awal dalam menciptakan persepsi nasabah terhadap bank tersebut .
- e. *Emphaty/Empati* adalah kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian bagi pelanggan. Bank diharapkan memiliki pengertian serta pengetahuan yang tinggi tentang nasabahnya, memahami kebutuhan nasabah dengan

spesifik, dan memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabahnya.

- f. *Responsiveness*/Ketanggapan syariah adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan efektif .

### 3. Metode Pemasaran

Dalam praktinya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang atau jasa. Konsep bauran pemasaran itu sendiri yaitu 4P *product* (Produk), *price* (Harga), *place* (Tempat atau saluran distribusi), *promotion* (Promosi):<sup>18</sup>

#### a. Penentuan Produk

Untuk merebut calon nasabah maka bank harus berusaha keras, nasabah tidak akan datang tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian sehingga berminat untuk membeli produk bank. Yang paling utama untuk menarik perhatian dan minat nasabah adalah keunggulan produk yang dimiliki, keunggulan ini harus dimiliki apabila dibandingkan dengan produk lain dan untuk memberikan keunggulan, maka bank perlu melakukan strategi produk.

#### b. Penentuan Harga

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam *marketing mix*. Harga yang ditawarkan sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa dalam perbankan. Dalam perbankan terdapat tiga macam harga yaitu harga beli, harga jual dan biaya yang dibebankan kepada

---

<sup>18</sup> Ikaa Adeyani, Tuti Anggraini,” Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat”, *Jurnal Economic Vol 3, Issue 2*. (2021): 54.

nasabah. Tujuan penentuan harga dalam perbankan adalah sebagai berikut:

- 1) Bertahan hidup Maksudnya menawarkan harga semurah mungkin dengan maksud barang dan jasa yang ditawarkan tetap laku dipasaran tetapi dalam kondisi masih menguntungkan.
- 2) Memaksimalkan laba Maksudnya tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan.
- 3) Memperbesar market *share* Maksudnya memperluas pangsa pasar dengan menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan pesaing.
- 4) Meningkatkan mutu produk Maksudnya memberikan kesan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga jual ditentukan setinggi mungkin.

c. Strategi Lokasi

bagi perbankan, penentuan lokasi lebih ditekankan pada lokasi cabang utama, cabang pembantu, atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting agar nasabah dapat menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang aman dan nyaman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Strategi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu aspek penting dalam *marketing mix*. Dalam kegiatan ini, setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan dalam mempromosikan produk maupun jasa yaitu :

- 1) Periklanan (*advertising*) Sarana promosi yang digunakan untuk menyampaikan informasi menarik dan mempengaruhi nasabah. Penggunaan promosi dengan iklan digunakan dengan berbagai media seperti pemasangan billboard di jalanan, pencetakan brosur, pemasangan spanduk, pemasangan melalui koran, majalah, televisi, radio, dan lainnya.
- 2) Promosi Penjualan (*Sales promotion*) promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah segera membeli. Maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Bagi bank promosi penjualan dilakukan melalui pemberian bunga khusus (*special rate*) bagi jumlah dana yang relatif besar, pemberian insentif bagi setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu, pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah, dan promosi penjualan lainnya.
- 3) *Publisitas* merupakan kegiatan promosi untuk memancing **nasabah** dengan melakukan kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan, dan lainnya.

## G. Strategi Marketing STP

Strategi marketing STP adalah Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk memasarkan tujuan suatu perusahaan. Strategi marketing sangat dibutuhkan untuk menjuarai kompetisi dan memperkuat vol penjualan. Keinginan dan kemauan konsumen berbeda antara satu konsumen dengan yang lainnya, oleh karena itu diperlukan pengelompokan konsumen yang memiliki kemauan yang serupa dengan cara menganalisa *segmenting, targetiing dan positioning* STP.

Dalam bidang marketing kita memahami STP *Segmenting, Targeting, and Positioning* sebagai strategi pemasaran komoditas ataupun jasa. Menurut Kotler terdapat 3 komponen dalam rancangan pemasaran yaitu:

### 1. *Segmenting*

*Segmenting* adalah proses mengelompokkan keseluruhan yang heterogen kekelompok kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku, dan respon terhadap program program pemasaran spesifik. *Segmenting* adalah membagi kelompok-kelompok pembeli dari sebuah pasar dengan keinginan, karakteristik, dan perilaku yang berbeda beda. menurut Kotler dan Amstrong Segmentasi pasar adalah kegiatan untuk membagi pasar konsumen kekelompok kelompok yang berbeda.<sup>19</sup>

Menurut Aliami Terdapat dua faktor segmentasi yaitu *static attribute segmentation*, dan *dynamic attribute segmentation*.

---

<sup>19</sup> Sri Aderafika Sani,Nuri Aslami, ” Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar”, *Jurnal Manajemen Vol 1*, No 1. (2022): 20.

- a. *Static Attribute Segmentation* merupakan segmentasi yang berdasarkan pada kesamaan atribut-atribut yang bersifat statis dalam pengertian bahwa ia tidak mencerminkan *buying/using behavior* dan tidak secara langsung mempengaruhi alasan pelanggan untuk membeli. Terdapat beberapa faktor dalam menentukan *segmentasi* pasar pada *static attribute segmentation*, di antaranya adalah faktor *geografis* dan *demografis*. Faktor *geografis* secara sederhana yaitu posisi dan lokasi konsumen dan *demografis* secara sederhana meliputi pendapatan, distribusi, populasi, usia, pekerjaan, gender, dan pendidikan. Dan mempunyai ciri sifat yang sama atau hampir sama masing-masing dari sebuah kelompok tersebut.
- b. *Sedangkan, Dynamic Attribute Segmentation*, sesuatu yang membentuk perilaku membeli seperti faktor *psikografis* membagi pasar menurut gaya hidup dan kepribadian dan faktor perilaku pelanggan.<sup>20</sup>

Secara sederhananya Dasar-dasar yang dipakai untuk segmentasi pasar adalah sebagai berikut:

- a. Faktor *demografis* seperti umur, kepadatan penduduk, jenis kelamin, agama, kesukuan, pendidikan dan lainnya.
- b. *Faktor* sosiologi seperti kelompok budaya, kelas sosial, dan sebagainya.
- c. Faktor *psikologis/psikografis* seperti sikap, kepribadian, manfaat, produk yang diinginkan dan sebagainya.
- d. Faktor *geografis* seperti daerah sejuk, pantai, kota, desa dan sebagainya.

---

<sup>20</sup> Isti Riana Dewi, Et Al, "Penerapan Strategi Stp Dan E-Business Yang Berperan Pada Kepuasan Pelanggan Clothingline Shinethink Di Cirebon", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Jilid 8 No.3 (2022): 400.

- e. Tingkat penghasilan.

## 2. *Targeting*

*Targeting* merupakan kegiatan yang menentukan pasar sasaran, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen untuk dilayani. Mengevaluasi, memilih, menyeleksi, dan menjangkau konsumen yang akan menjadi sasaran adalah *targeting*.<sup>21</sup>

Menurut Wijaya & Sirine Terdapat beberapa faktor untuk melakukan *targeting* yaitu :

- a. Ukuran segmen. Besar kecilnya ukuran segmen cukup penting untuk memutuskan apakah segmen pasar tersebut dapat ditindak lanjuti. Perusahaan yang besar cenderung memilih segmen dengan volume penjualan besar begitu pula sebaliknya.
- b. Pertumbuhan segmen. Ukuran segmen yang kecil tidak berarti mungkin akan berkembang namun diharapkan dapat berkembang dimasa mendatang.
- c. Biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai segmen tersebut.
- d. Kesesuaian dengan tujuan dan kemampuan perusahaan. Target yang dituju haruslah sesuai.
- e. Posisi persaingan. Suatu segmen mungkin mempunyai ukuran dan pertumbuhan yang baik tetapi mempunyai potensi lemah dalam hal memperoleh keuntungan.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Sri Aderafika, Nuraslami, *Ibid* , 20.

<sup>22</sup> Isti Riana Dewi et al, *Ibid*, 400.

Dari penjelasan diatas secara sederhana Target marketing ialah seluruh nasabah yang dituju yang akan dilayani dengan program pemasaran tertentu. Targeting merupakan kegiatan memilih dan menilai satu atau lebih dari segmen pasar yang akan dimasuki. Tujuan dari penentuan *targeting* ini yaitu memberi kepuasan bagi konsumen nasabah, ketika konsumen puas permintaan produk tersebut akan meningkat, dengan meningkatnya permintaan maka keuntungan perusahaan juga akan meningkat. Produk dari *targeting* adalah target market pasar sasaran yaitu pasar yang menjadi fokus kegiatan-kegiatan marketing seperti halnya target didalam penelitian ini yaitu pensiunan dan janda pensiun Asn/Pns Bumn, Bumd, pemerintahan daerah dan lain sebagainya.

### 3. *Positioning*

Positioning, yaitu bagaimana perusahaan menjelaskan posisi produk kepada konsumen. Apa bedanya produk milik perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing dan apa saja keunggulannya.

Menurut Tjiptono dan Chandra *Positioning* adalah suatu tindakan atau langkah-langkah yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya penawaran nilai dimana konsumen mengerti dan menghargai apa yang dilakukan suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya di satu segmen *Positioning* adalah menempatkan product untuk kelompok tersebut atau segmentasi, namun berusaha menanamkan citra produk pada benak konsumen pada segmen yang sudah dipilih.

Terdapat beberapa cara dalam melakukan positioning yaitu :

- a. melakukan identifikasi sejumlah kemungkinan keunggulan bersaing untuk membangun posisi.

- b. memilih keunggulan bersaing yang tepat.
- c. mengkomunikasikan secara efektif dan mendeliverikan posisi yang terpilih kepasar.

Dalam penjelasan sederhanya *Positioning* adalah kegiatan merancang produk dan citra perusahaan agar tercipta kesan atau tempat khusus dan unik dalam benak sasaran sedemikian rupa, sehingga di persepsikan dapat lebih unggul dari pesaingnya.<sup>23</sup>

Tabel 2. 1 Strategi STP Pada Produk Pensiun dan Prapensiun Bsi

<i>Segmenting</i>	<i>Targeting</i>	<i>Positioning</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengelompokkan target nasabah dengan dengan pembagian (<i>Segmentasi demografis</i>) yaitu, kategori umur ASN, masa pensiun dan prapensiun, dan pendapatan nasabah, kategori nasabah seperti PNS/ASN di pemerintahan daerah rejang lebong, Pns/Asn Bumd, Bumn, tenaga pendidik berbasis islam (Guru, Dosen) dan janda pensiun.</li> <li>- <i>Segmentasi psikografis</i> dalam hal ini yakni <i>attitude/minat atau tidaknya target nasabah terhadap produk syariah.</i></li> <li>- Segmentasi/pengelompokan secara <i>Geografis</i> pada penelitian ini</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Targeting pemasaran terstandarisasi (<i>full market coverage</i>) atau digunakan dan diminati secara umum (contoh dalam produk seperti jangka waktu atau masa <i>tenor, margin</i> atau bunga yang kompetitif, dan prosedur yang mudah.</li> <li>- Targeting pemasaran terkonsentrasi (<i>market spsialiation</i>) atau diminati dan digunakan secara khusus (seperti contoh dalam produk yaitu tujuan pembiayaan, besarnya pokok pembiayaan/<i>plafon</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tahap <i>introduction</i> (perkenalan) BSI Membangun citra baik terhadap keunggulan produk pensiun seperti berprinsip islam yaitu bagi hasil, margin yang lebih unggul, <i>reward</i>, prosedur pengurusan yang mudah, dan keunggulan produk pensiun</li> </ul>

<sup>23</sup> *Ibid*, 20.

<i>Segmenting</i>	<i>Targeting</i>	<i>Positioning</i>
adalah lokasi dan posisi konsumen yaitu seluruh ASN/PNS, Guru, Dosen, pegawai BUMN, BUMD, yang berada di daerah desa dan perkotaan.	<i>kredit, reward/penghargaan).</i> - <i>Targeting</i> pemasaran <i>diferensiasi</i> atau digunakan dan diminati oleh beberapa segmen seperti contoh nasabah yang minat dalam kemudahan prosedur, <i>plafon</i> yang <i>kompetitif</i> , <i>tenor</i> yang panjang, prinsip syariah/islam,dll.	yang lainnya. sehingga dapat membangun loyalitas nasabah terhadap produk dan citra bank, dan dapat bersaing terhadap <i>kompetitor</i> yang sama memfasilitasi produk pensiun.

## H. Pembiayaan Pensiun

Pembiayaan adalah suatu kegiatan pemberian fasilitas keuangan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung kelancaran usaha maupun untuk investasi yang telah direncanakan. Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah. Pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain.<sup>24</sup>

<sup>24</sup> Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, “*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*”, Skripsi, (Medan : Febi Uin Su, 2018,1-2.

Pembiayaan merupakan salah satu bentuk penyaluran dana yang diberikan bank syariah kepada masyarakat yang membutuhkan untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan oleh bank dari masyarakat yang memiliki dana *surplus*.<sup>25</sup>

Dana pensiun adalah suatu badan hukum yang mengelola dan menjalankan program yang menjanjikan manfaat pensiun bagi pesertanya. Badan hukum ini secara rutin mengumpulkan iuran pensiun dari pegawai yang menjadi pesertanya selanjutnya pembayaran kembali dilakukan pada saat pegawai sudah tidak bekerja lagi.<sup>26</sup>

Pembiayaan pensiunan adalah suatu bentuk penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiunan 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.<sup>27</sup>

Kriteria nasabah pensiunan adalah sebagai berikut:

1. Nasabah yang cakap hukum.
2. Pensiunan Pegawai Negeri Sipil Pusat/Daerah, TNI, POLRI, pegawai BUMN/swasta/Asing yang memperoleh penghasilan pensiunan bulanan.

## I. Prinsip-Prinsip Pembiayaan

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Setiap transaksi

---

<sup>25</sup> Rizal Nur Firdaus, "Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Pembiayaan Bermasalah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia", *El-Dinar*, Vol. 3, No 1,( 2018): 84.

<sup>26</sup> M. Johari, "Dana Pensiun Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Muamalat*, Volume VIII, Nomor 2,(2019): 126.

<sup>27</sup> M. Johari, *Ibid*,127.

kelembagaan syariah harus dilandasi atas dasar sistem bagi hasil dan perdagangan atau transaksinya didasari oleh adanya pertukaran uang dengan barang. Akibatnya, pada kegiatan *mu'amalah* berlaku prinsip ada barang/jasa uang dengan barang, sehingga akan mendorong produksi barang/jasa, mendorong kelancaran arus barang/jasa dapat dihindari adanya penyalahgunaan kredit, spekulasi, dan inflasi.<sup>28</sup>

## J. Akad Pembiayaan

Akad-akad dalam pembiayaan syariah meliputi beberapa yaitu sebagai berikut:

1. Akad *murabahah*.
2. Akad *mudharabah*.
3. Akad *musyarakah*.
4. Akad *mudharabah wal murabahah*.
5. Akad *Dan Produk Bank Syariah*.
6. Akad *salam*. Akad *istishna*.
7. Akad *ijarah muntahiya bit tamlik (IMBT)*.
8. Akad *qardh*.
9. Akad *rahn*.
10. Akad *hawalah*

## K. Jenis-Jenis Pembiayaan

Berikut adalah jenis-jenis produk pembiayaan di perbankan syariah<sup>29</sup>:

1. Pembiayaan modal kerja *syariah*.
2. Pembiayaan investasi *syariah*.
3. Pembiayaan *konsumtif syariah*.

---

<sup>28</sup> Mariya Ulpah, "Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah", Madani Syari'ah, Vol. 3 No 2.(2020): 152.

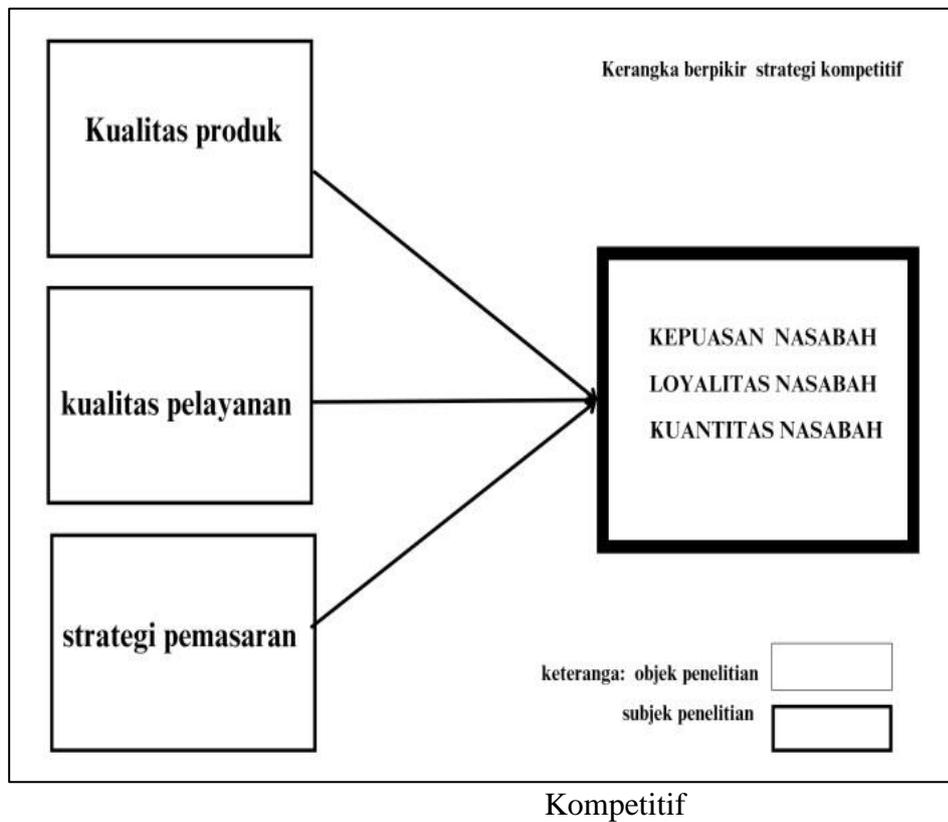
<sup>29</sup> Mariyah Ulpa, *Ibid*,150-151.

4. Pembiayaan *sindikasi*.
5. Pembiayaan *take over*.
6. Pembiayaan *letter of credit*.

#### L. **Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Menurut Widayat dan Amirullah kerangka berpikir atau juga disebut kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Data-data yang diperoleh dari hasil wawancara secara mendalam dengan informan, observasi, dan dokumentasi, selanjutnya dianalisis untuk mengetahui strategi yang dilakukan BSI KCP Curup, dalam upaya menghadapi tantangan kompetitif yang ada dalam persaingan pembiayaan pensiun BSI KCP Curup.

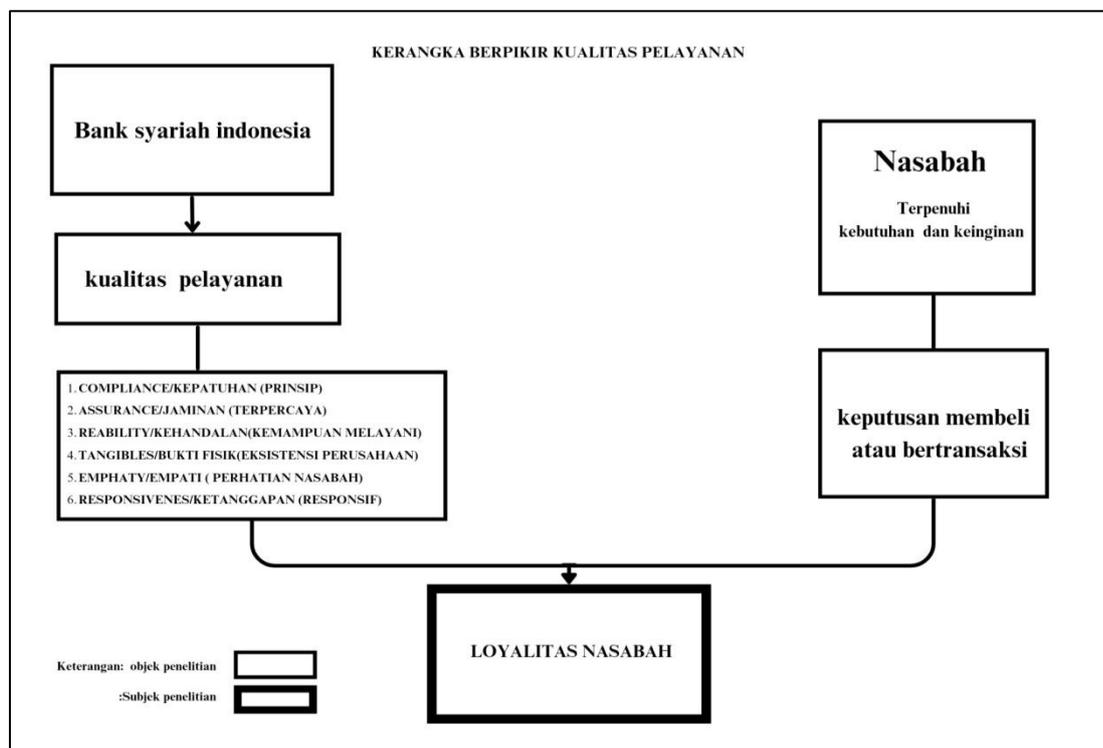


Gambar 2. 2  
Kerangka  
Berpikir Strtegi

Dalam penelitian ini penulis menjelaskan konsep kerangka berpikir strategi kompetitif yang dikemukakan lasander dan dikutip oleh fitri syamsiah, seperti diatas, secara sederhana yang dimana ketiga indikator strategi kompetitif yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, loyalitas nasabah, dan jumlah/kuantitas nasabah.<sup>30</sup>

Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir Kualitas Pelayanan

<sup>30</sup> Fitri Syamsiah, "Pengaruh Internet Banking, Kualitas Layanan, Dan Emotional Satisfaction Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Bni Syariah Cabang Pembantu Cilandak", Skripsi (Jakarta : FEBI Uin Syarif Hidayatullah), 2019, 14-15.



M

enurut

kerang

ka

berpiki

r

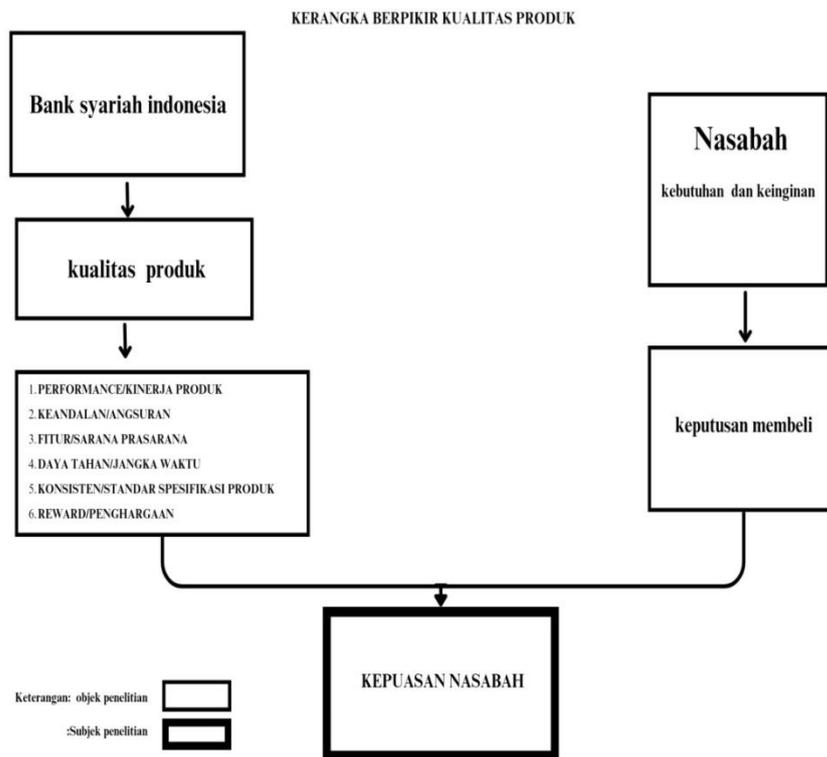
kualita

s

pelaya

nan yang dikemukakan parente dan dikembangkan oleh othman dan owen seperti diatas , kualitas pelayanan yang meliputi prinsip, terpercaya, kemampuan melayani, eksistensi perusahaan, perhatian, dan responsif kepada nasabah akan berpengaruh terhadap terpenuhnya kebutuhan dan keinginan nasabah serta keputusan membeli atau bertransaksi. Hal ini akan menumbuhkan loyalitas nasabah terhadap produk dan bank yang menyalurkan pembiayaan.<sup>31</sup>

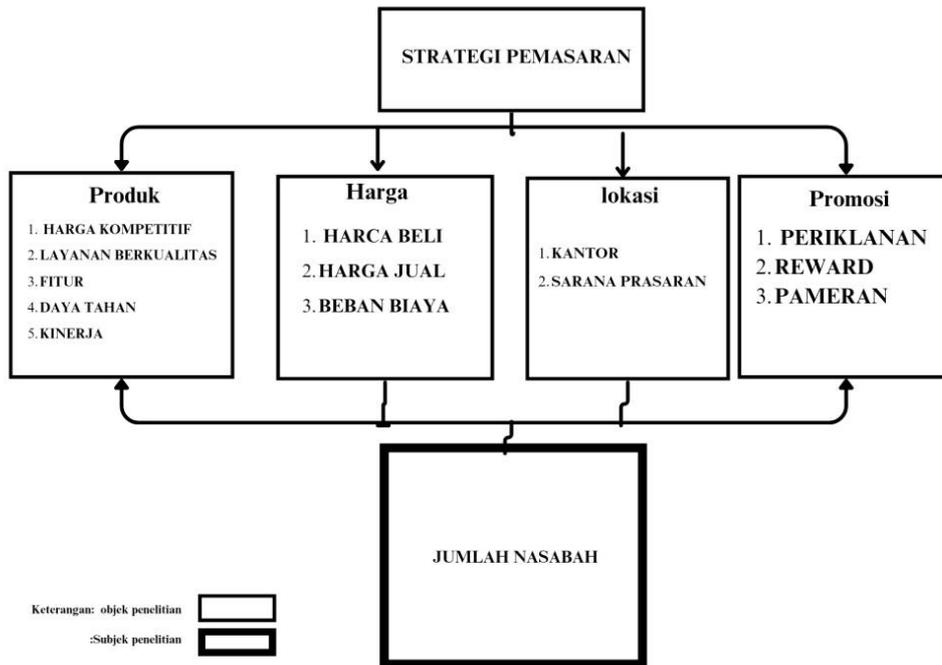
<sup>31</sup> Budi prijanto et al, " Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model" *Jurnal economic tabrru'* Vol 3, issue 2. (2021):184.



Gambar 2. 4  
Kerangka  
Berpikir Kualitas  
Produk  
Menurut  
kerangka berpikir

kualitas produk yang dijelaskan oleh Sopiah dan Sangadji, kualitas produk meliputi kinerja produk, angsuran, fasilitas sarana prasarana, daya tahan/jangka waktu, standard spesifikasi produk, dan penghargaan atau reward. Kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi terpenuhinya kebutuhan yang diinginkan nasabah dan juga mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk yang ditawarkan. Hal ini akan menentukan kepuasan nasabah terhadap produk yang diberikan oleh bank.<sup>32</sup>

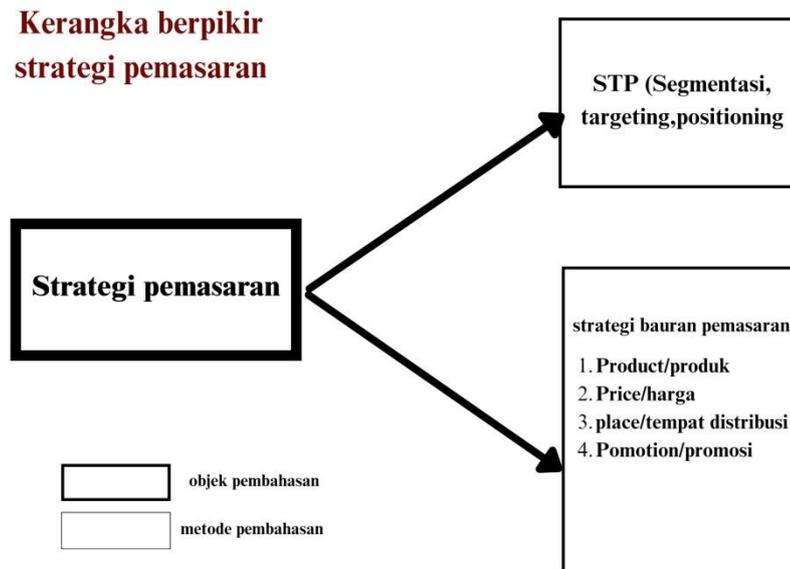
<sup>32</sup> Michael Reinout Adoni dan Yunita Budi Rahayu Silintowe, *Ibid*, 119-120.



Gambar 2. 5 Kerangka Berpikir Strategi Pemasaran

Menurut kerangka berpikir strategi pemasaran, terdapat empat indikator strategi pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi. Keempat komponen tersebut secara sederhana akan mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah sehingga dapat mempengaruhi jumlah nasabah yang akan bertransaksi atau menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank.<sup>33</sup>

<sup>33</sup> Ikaa Adeyani, Tuti Anggraini, *Ibid*, 54.



Gambar 2. 6 Teori Pembahasan Strategi Pemasaran

Penjelasan kerangka berpikir diatas menjelaskan bahwa metode pembahasan strategi pemasaran menggunakan strategi bauran pemasaran dan strategi pemasaran STP yang meliputi produk, harga, tempat distribusi, promosi kemudian segmentasi, targeting dan positioning.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM INSTANSI**

#### **A. Sejarah Bank Syariah Indonesia**

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 mengatur tentang perbankan syariah di Indonesia. Perbankan syariah adalah perbankan yang beroperasi sesuai dengan hukum Islam dan memiliki tiga jenis, yaitu bank umum syariah, unit usaha syariah, dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Perbankan syariah yang terdiri dari tiga jenis tersebut bertugas untuk mengumpulkan dan menyalurkan uang masyarakat dan memberikan layanan keuangan lainnya sesuai dengan prinsip syariah.<sup>1</sup>

Bank syariah tidak kalah berkembang dengan bank konvensional di masa kini. Banyak bank syariah yang berasal dari bank konvensional yang telah sukses yang berupaya untuk menawarkan pilihan lain bagi nasabah sebanyak mungkin.<sup>2</sup> Beberapa faktor mendorong bank konvensional yang ada untuk tertarik dengan sistem syariah, antara lain potensi pasar yang besar karena sebagian besar penduduk Indonesia adalah muslim dan semakin sadar untuk menjalankan ajaran Islam, termasuk dalam hal urusan bisnis.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Irma Juniartkik et al "Factors Affecting The Level Of Public Understanding Of Sharia Banking Products," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 13, no. 2 (2023): 342.

<sup>2</sup> M Zidny Iswanaji et al, "Ijarah Collaborative Service Model in Sharia Banking," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)* 5, no. 2 (2022): 701–718.

<sup>3</sup> Muhammad Antonio et al, "An Analysis of Islamic Banking Performance" Maqashid Index Implementation in Indonesia and Jordania," *Journal of Islamic Finance* 176, no. 813 (2019): 1–18.

Produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih kurang dipahami dan dikenal oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan nasabah tentang bank syariah atau lembaga keuangan syariah. Data yang dirilis oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa hingga tahun 2017, perbankan syariah hanya mendapatkan 5% dari seluruh pangsa pasar perbankan di tingkat nasional.<sup>1</sup>

Selain itu nasabah yang menilai lembaga keuangan syariah tidak membedakannya dengan lembaga keuangan konvensional, yang hanya memiliki perbedaan nama. Literasi keuangan syariah di Indonesia sangat rendah, yaitu sekitar 8,1%, jauh di bawah perbankan konvensional yang mencapai 29,5%<sup>1</sup>. Karena literasi yang rendah, total aset perbankan syariah hanya bisa menguasai pangsa pasar sebesar 5,85%. Data OJK per Mei 2019 menyebutkan bahwa total aset perbankan syariah di seluruh Indonesia hanya sebesar IDR 484,62 triliun dengan pangsa pasar perbankan syariah sebesar 5,85%.<sup>4</sup>

## **B. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)**

Adapun visi dan misi bank syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

a. Visi:

Top 10 *Global Islamic Bank*

b. Misi

---

<sup>4</sup> Peni Nugraheni, "Sharia Supervisory Board and Social Performance of Indonesian Islamic Banks," *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* (2018): 137–147.

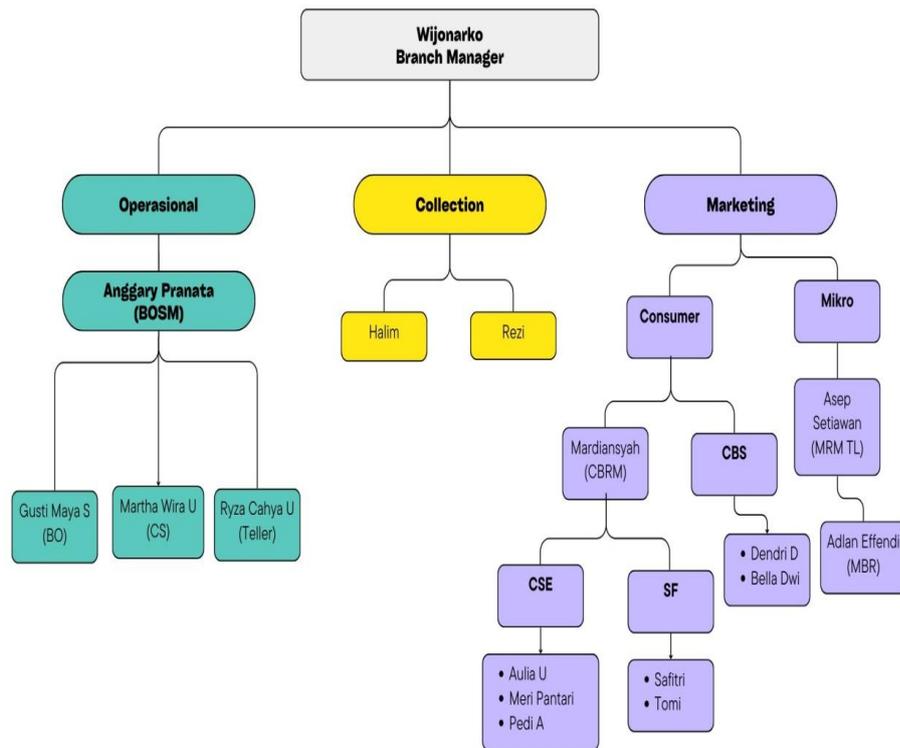
1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja<sup>5</sup>.

### **C. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Curup**

Berikut ini adalah struktur organisasi bank syariah indonesia (BSI) KCP Curup dapat dilihat pada Gambar berikut.

---

<sup>5</sup> Bank bsi.co.id, "*Bank Syariah Indonesia last modified*" 2021, accessed Januari 7, 2024, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Curup

Berikut ini adalah Tugas Pokok dan Fungsi dari Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Curup :

1. *Branch Manager* (BM)
  - a. Menyelenggarakan kegiatan operasional dengan cara mengontrol semua tugas staff di kantor cabang.
  - b. Menjalankan aktivitas pemasaran.
  - c. Menjaga kegiatan operasional perusahaan.
  - d. Menyimak langkah operasional manajemen risiko.
  - e. Menanggung jawab atas pencapaian target keuntungan dan kinerja bisnis, operasional, dan layanan cabang.

- f. Pemegang keputusan pembiayaan di tingkat cabang sesuai limit kewenangannya.
  - g. Pemegang kewenangan operasional cabang sesuai limit kewenangannya.
  - h. Pengamatan atas kinerja karyawan.
  - i. Menyampaikan penilaian terhadap kinerja karyawan.
  - j. Menyelenggarakan training secara rutin untuk meningkatkan kegiatan operasional.
  - k. Menyelesaikan semua masalah yang dialami staffnya<sup>6</sup>.
2. *Branch Operational Manager*
- a. Menjamin pengendalian biaya operasional cabang secara efektif dan efisien, melaksanakan kegiatan sesuai ketentuan dan SOP yang sudah ditetapkan.
  - b. Menjamin terlaksananya jasa pelayanan pelanggan yang terbaik di Kantor Cabang.
  - c. Menjamin terlaksananya standar layanan nasabah, merawat dan meningkatkan kualitas kinerja operasional cabang, membina dan menjalin hubungan bisnis yang harmonis dengan *stakeholder*.
3. *Consumer Banking Retail Manager (CBRM)*
- a. Memverifikasi data calon nasabah.
  - b. Memenuhi target nasabah yang melakukan pembiayaan.

---

<sup>6</sup> Nurul Setianingrum, "Model Transformasi Manajemen Perbankan" (Jakarta: CV. Jakad Media (CV. Jakad media, 2022), 93.

- c. Memenuhi program marketing dan pengelolaan nasabah yang sudah ditetapkan oleh kantor pusat.
  - d. Memenuhi layanan BSM sesuai tingkat kepuasan nasabah yang standar
4. Penagihan
- Melakukan penagihan langsung kepada pihak yang harus membayar atau pihak yang berhutang<sup>7</sup>.
5. *Branch Office Service Manager (BOSM)*
- a. Menerapkan kerangka kerja bisnis dan menyusun anggaran untuk masa depan.
  - b. Menjawab kepada Kepala Cabang atas tugas dan tanggung jawabnya.
  - c. Menjamin kelancaran kegiatan administrasi tabungan, deposito, dan pembiayaan.
  - d. Meneken bukti-bukti pembukaan seperti nisbah deposito, nisbah tabungan, dan nota-nota lainnya.
6. *Sales Force (SF)*.
- a. Melakukan pemasaran produk bank.
  - b. Menanggung jawab dalam kegiatan pengumpulan dana.
  - c. Melaksanakan survey dan mendata calon nasabah tentang jenis produk yang cocok dengan calon nasabah.
7. *Teller*

---

<sup>7</sup> Hendrianto et al, "Kritik Terhadap Penerapan Penentuan Harga Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Curup" Institut Agama Islam Negeri Curup (2021): 46–47.

- a. Mengurus keuangan sesuai rencana atau anggaran perusahaan.
  - b. Menerima dan mengeluarkan uang kepada nasabah sesuai bukti yang ada, membuat perincian uang tunai, mencatat dan mengumpulkan bukti atas penarikan dan penyetoran kas dalam formulir rekapitulasi kas dalam formulir yang sudah disediakan.
  - c. Menyesuaikan saldo kas yang dicatat, rekapitulasi kas dengan daftar perincian uang tunai pada setiap akhir kas.
8. *Customer Service (CS)*
- a. Menjamin seluruh aktivitas layanan produk dana/jasa (transaksional) cabang dan penanganan handling complaint sesuai ketentuan dan strategi perusahaan, dan SLA yang ditetapkan.
  - b. Mengawasi aktivitas pengelolaan pusat kas dan kompensasi kewajiban kepada pihak ketiga yang berkaitan dengan transaksi tunai, pengiriman uang.
  - c. Menjalankan aktivitas layanan produk dana/jasa (transaksional) cabang terutama memproses pembukaan dan penutupan rekening giro/tabungan/deposito sesuai ketentuan perusahaan.
9. *Security* (keamanan)
- a. Menanggung jawab atas keamanan di lingkungan perusahaan.
  - b. Menemani petugas dalam transaksi keuangan di luar perusahaan.
10. *Office Boy (OB)*

- a. Menanggung jawab atas kebersihan, kerapian, dan kenyamanan suasana kerja di lingkungan kantor dan menjaga citra perusahaan di masyarakat.
  - b. Menyelenggarakan penyampaian lancar surat-surat.
11. *Driver* (supir)
- a. Melakukan pemeliharaan kendaraan inventaris kantor.
  - b. Mengantar pegawai kantor saat akan melakukan kunjungan.

#### **D. Produk BSI Kcp Curup<sup>8</sup>**

##### **1. Produk Tabungan**

BSI memiliki beberapa jenis tabungan yang dapat dipilih sesuai kebutuhan. Berikut adalah jenis-jenis tabungan BSI :

##### **a. BSI Tabungan *Valas***

Tabungan dengan pilihan akad *Wadiah Yad Dhamanah* atau *Mudharabah Muthlaqah* dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan bank.

##### **b. BSI Tabungan Haji Indonesia**

Tabungan perencanaan haji dan umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah* dan *mudharabah*. Tabungan ini tidak dikenakan biaya

---

<sup>8</sup> Yustika Auria, “*Tantangan Dan Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Pembiayaan Pensiun*” skripsi (Curup : IAIN CURUP, 2023), 47-54.

administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas *E-Channel* apabila telah terdaftar di Siskohat.

**c. BSI Tabungan *Easy Mudharabah***

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

**d. BSI Tabungan Pendidikan**

Tabungan dengan akad *mudharabah muthlaqah* yang diperuntukkan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan sistem auto debit dan mendapat perlindungan asuransi.

**e. BSI Tabungan Bisnis**

Tabungan yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan mata uang rupiah, yang dapat memfasilitasi transaksi mandiri dengan batas transaksi harian lebih tinggi dan mencakup pembayaran RTGS gratis, transfer SKN dan setoran langsung masuk melalui teller dan online banking.

**f. BSI TabunganKu**

Tabungan yang menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* untuk masyarakat dengan persyaratan mudah dan ringan. Bank-bank di Indonesia menerbitkan secara bersama untuk mendorong budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

**g. BSI Tabungan Pensiun**

Tabungan dengan akad *mudharabah muthlaqah* diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar pada lembaga pensiun bekerja sama dengan perbankan.

**h. BSI Tabungan Prima**

Tabungan ini diperuntukkan bagi nasabah *high networth individuals* dan berbasis *mudharabah* dan *wadiah*. Produk ini menawarkan berbagai fasilitas dan kemudahan.

**i. BSI Tabungan Mahasiswa**

Tabungan ini diperuntukkan bagi mahasiswa PTN/PTS atau pegawai/anggota perusahaan/lembaga/asosiasi/organisasi profesi yang bekerja sama dengan bank. *Tabungan ini menggunakan akad wadiah.*

**j. BSI Tabungan Junior**

Tabungan ini ditujukan untuk pelajar di bawah usia 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan ini menggunakan akad *Mudharabah* atau *Wadiah*.

**k. BSI Tabungan Simpanan Pelajar**

Tabungan bank syariah di Indonesia yang diterbitkan secara nasional dengan akad *wadiah yad dhamanah* untuk pelajar dengan persyaratan sederhana dan mudah serta fitur

menarik dalam rangka pembelajaran dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

**l. BSI Tabungan *Easy Wadiah***

Tabungan yang menggunakan mata uang rupiah dengan prinsip wadiah yad dhamanah dimana penarikan dan penyetoran dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di bank atau melalui ATM.

**m. BSI Tabungan Rencana**

Tabungan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* untuk segmen individu dalam merencanakan keuangan dengan sistem auto debet dan gratis asuransi.

**n. Rekening *Autosave* dan Qurban**

Tabungan BSI memfasilitasi nasabah yang ingin menyimpan uang qurban secara otomatis melalui BSI mobile yang dilengkapi dengan fitur untuk membeli hewan qurban melalui mitra bank qurban.

**2. Produk Pembiayaan<sup>9</sup>**

**a. BSI Griya**

Berikut ini fasilitas berbagai keperluan dalam kepemilikan rumah:

- 1) Membeli rumah baru/second/ruko/apartemen
- 2) Pembelian tanah untuk pembangunan.

---

<sup>9</sup> Yustika Auria *Ibid*, 47.

- 3) Renovasi/membangun rumah.
- 4) Mengambil alih pendanaan dari bank lain (*take over*)

**b. BSI Mitraguna Berkah**

Pembiayaan multiguna tanpa jaminan dengan bermacam keuntungan dan kemudahan bagi pegawai BSI.

**c. Bsi Oto**

fasilitas pembiayaan kepemilikan kendaraan (mobil baru dan bekas, serta motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap.

**d. BSI Pensiun Berkah**

Pembiayaan untuk manfaat pensiun bulanan, antara lain:

- 1) Pensiunan ASN dan Janda ASN 2)
- 2) Pensiunan BUMN/BUMD 3)
- 3) Pensiunan dan Pensiunan Janda ASN yang belum masuk Pensiun tetapi sudah mendapat SK Pensiun.

**e. Mitraguna Online**

Pembiayaan tanpa jaminan untuk tujuan multiguna dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi karyawan.

**f. BSI Mitra Beragun Emas (*Non Qardh*)**

Pembiayaan untuk tujuan konsumsi atau produksi dengan akad *musyarakah mutanaqisah/ murabahah/ijarah* berupa emas

dengan akad rahn, dimana emas yang digunakan tetap berada di bank selama jangka waktu tertentu.

**g. BSI Distributor Financing**

Pembiayaan modal kerja menggunakan rencana rantai nilai adalah pembiayaan lanjutan (dana konsesi untuk membayar tagihan di muka atas pekerjaan yang telah diselesaikan) yang diberikan kepada pemasok, khusus yang bekerja berdasarkan kontrak dengan pemberi tugas, dimana pembayaran *invoice* dari pemberi tugas menjadi sumber pengembalian pembiayaan.

**h. BSI KPR Sejahtera**

Layanan pembiayaan konsumen untuk kebutuhan rumah bersubsidi pemerintah sesuai prinsip syariah

**i. BSI Cash Collateral**

Layanan pembiayaan yang dijamin dengan simpanan berbentuk deposito, giro, atau tabungan.

**j. BSI Umroh**

Layanan pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan perjalanan ibadah umroh melalui bank yang bekerja sama dengan agen perjalanan sesuai prinsip syariah. 51

**k. BSI KUR Kecil**

Layanan pembiayaan yang diperuntukkan UMKM dalam memenuhi kebutuhan modal kerja dan pendanaan dengan jumlah maksimal diatas Rp. 50 Juta s.d Rp.500 Juta.

**l. BSI KUR Mikro**

Layanan pembiayaan yang diperuntukkan bagi UMKM dalam memenuhi kebutuhan modal kerja dan pendanaan dengan jumlah maksimal diatas Rp. 10 Juta s.d Rp. 50 Juta.

**m. BSI KUR Super Mikro**

Layanan pembiayaan yang diperuntukkan UMKM dalam memenuhi kebutuhan modal kerja dan pendanaan dengan jumlah maksimal s.d Rp. 10 Juta.

**n. *Bilateral Financing***

Merupakan produk/jasa/layanan yang diberikan oleh tim *financial institution* kepada lembaga keuangan bank atau non bank baik domestik maupun internasional.

**E. Keunggulan Produk Bsi Pensiun Berkah<sup>10</sup>**

1. Sesuai dengan prinsip syariah.
2. Proses sederhana dan cepat.
3. Angsuran konsisten dan bersaing.
4. Limit pembiayaan s.d Rp 350 Juta.
5. Tenor panjang s.d 15 tahun
6. Angsuran ringan dan tetap.

---

<sup>10</sup> *Ibid*, 49.

7. Mewujudkan beragam kebutuhan.

#### **F. Tarif dan Biaya BSI Pensiun Berkah**

1. Biaya admin s.d min 0% 2)
2. Biaya asuransi

#### **G. Syarat dan Ketentuan BSI Pensiun Berkah**

1. KTP pemohon.
2. KTP pasangan/KK (untuk yang telah menikah).
3. NPWP.
4. Pembiayaan Pensiun: Asli SK Pensiun/SK Pensiun Otomatis/SK Janda.
5. Pembiayaan Pra Pensiun: SK PNS/SK Pengangkatan terakhir.
6. Payroll gaji/manfaat pensiun melalui BSI.
7. Dokumen pendapatan (carik/buku gaji/buku tabungan/dokumen pendapatan lain).
8. Mutasi rekening koran

#### **H. Cara Pengajuan BSI Pensiun Berkah**

Cara pengajuan pembiayaan pensiun langsung kepada kantor cabang terdekat sesuai KTP.

## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN ANALISIS

#### A. Analisis Komparasi Startegi Kompetitif BSI Dan Bank Mandiri Taspen Kcp Curup

Dikutip oleh Intan Kamila, Hermawan mengatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>1</sup>

Pada bagian ini penulis akan menganalisis dengan membandingkan strategi kompetitif yang meliputi keunggulan produk, kualitas pelayanan dan strategi pemasaran BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP curup, untuk dapat mengetahui kekuatan strategi kompetitif BSI KCP Curup terhadap salah satu kompetitornya yaitu Bank Mandiri Taspen kcp curup.

##### 1. Keunggulan Produk

###### a. *Performance/Kinerja Produk*

*Performance (kinerja)*, merupakan elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam aspek *performace/kinerja* produk pembiayaan pensiun BSI KCP Curup, *Sales Force* M.Tommi Ramadhan mengatakan :

*“kito di bsi ini ada pembiayaan pensiun berkah dan prapensiun ihram, nah untuk tujuan nasabah kebanyakan itu seperti pendidikan anak, renovasi rumah dan umroh*

---

<sup>1</sup> Intan Kamila, *Ibid*, 45.

*biasanyo*’<sup>2</sup>

Dan Customer Sales Executive (CSE) Meri Pantari mengatakan :

*“BSI memberikan fasilitas pembiayaan pada pensiun seperti halnya pensiun yang anak masih sekolah jadi kita berikan pembiayaan biaya sekolah, renovasi rumah, kesehatan dan keperluan nasabah pensiun lainnya”*<sup>3</sup>

Sedangkan pada Bank Mandiri Taspen KCP CURUP Account Officer Program (AOP) Eka Suharyanto Putra mengatakan:

*“Kebutuhan-kebutuhan nasabah yang dapat terpenuhi dari bank mandiri taspen yaitu melalui produk KMPP Usaha dan KMPP THT Diskonto, dimana untuk yang KMPP Usaha itu dimaksudkan untuk para ASN yang tiga tahun menjelang pensiun untuk persiapan masa pensiunnya nanti yang akan dimaksud untuk membuka usaha sedangkan untuk KMPP THT Diskonto itu untuk pembiayaan anak kuliah atau untuk biaya ibadah umroh”*.<sup>4</sup>

Maka dapat disimpulkan dalam memenuhi kebutuhan nasabah, BSI KCP Curup memfasilitasi pembiayaan pensiun dan prapensiun *Ihram* yang dimana produk pensiun ini ditargetkan kepada ASN, PNS, TNI, POLRI pensiun dan menjelang pensiun, dan kebutuhan nasabah yang dapat terfasilitasi seperti biaya pendidikan anak, biaya renovasi rumah, biaya kesehatan dan umroh.

---

<sup>2</sup> M.Tommi Ramadhan, *Wawancara*, Tanggal 1 April 2024, Pukul 10:29 Wib

<sup>3</sup> Meri Panteri, *Wawancara*, Tanggal 24 April 2024. Pukul 16:47 WIB

<sup>4</sup> Eka Suharyanto Putra, *Wawancara*, Tanggal 19 April 2024, 09:41 WIB

Sedangkan Bank Mandiri Taspen dalam memenuhi kebutuhan nasabah berupa pinjaman credit yang ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan *nasabah* ASN, PNS, TNI POLRI seperti biaya usaha, biaya sekolah dan biaya ibadah umroh melalui program KMPP dan KMPP THT *diskonto*.

**b. *Reability/Kehandalan Produk***

Pada aspek *Reability/Kehandalan* produk pembiayaan pensiun BSI KCP Curup, dalam memprioritaskan kepuasan dan terpenuhinya kebutuhan nasabah selama pembiayaan, BSI memberikan kemudahan kepada nasabah dan selalu memprioritaskan apa yang dibutuhkan nasabah, karyawan *sales force* M.Tommi Ramadhan mengatakan :

*“di BSI ini sistemnyo follow up nasabah, nah jadi setiap 2/3 bulan sekali itu kito telepon nasabahnya, siapa tau misalno nasabah nyo ado kebutuhan untuk top up atau ado kebutuhan lainnyo, dari follow up nasabah ini lah kami bisa memberikan rasa nyaman kepada nasabah, nah salah satunyo seperti itu, kami di BSI di haruskan untuk memfollow up nasabah dengan rutin, dan untuk pembiayaan pensiun di BSI jugo kami memberikan layanan bahwa selama proses administrasi akan dikerjokan oleh BSI tanpa perlu nasabah repot dalam mengurus administrasi pembiayaan”<sup>5</sup>.*

Sedangkan pada Bank Mandiri Taspen KCP Curup dalam aspek kehandalan produk pensiun yaitu memprioritaskan kepuasan nasabah, *Account Officer Program (AOP)* Eka Suharyanto Putra mengatakan :

---

<sup>5</sup> M.Tommi Ramadhan, *Wawancara*, 2024.

*“Bank Mandiri Taspen tetap konsisten untuk memberikan kepuasan nasabah, baik nasabah credit ataupun non credit, dikarenakan mayoritas nasabah mandiri taspen adalah para pensiunan, maka harus mendapatkan pelayanan lebih, pelayanan selalu mandiri taspen berikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan nasabah, dan mandiri taspen selalu berkomunikasi kepada nasabah sepanjang berlangsungnya credit, untuk mengetahui apa kebutuhan dan keluhan nasabah. Dan terkhusus mandiri taspen memberikan pelayanan yang terbaik, baik dalam bentuk kemudahan, keperluan transaksi dan kebutuhan lainnya”<sup>6</sup>*

### **c. Fitur/Ciri Khas Produk**

Pada aspek *fitur/ciri* khas nilai tambah yang dapat membedakan produk pensiun BSI KCP Curup dengan kompetitor adalah seperti adanya program *atribusi* asuransi/talangan biaya asuransi, *Sales Force* BSI KCP Curup M.Tommi Ramadhan mengatakan:

*“di BSI ini ada keunggulan produk yang namanya tu dak ado di bank lain, nah jadi di pembiayaan pensiun itu biasanya biaya asuransinya besar, biasanya puluhan juta itu sampai ke 20-60 juta, nah jadi di bsi itu ada program namanya atribusi asuransi yang dimana itu idak ado di bank lain. jadi atribusi asuransi ini sistemnya, biasanya kalau di bank-bank lain itu dipotong diawal untuk biaya asuransi, nah kalau di bsi ni, bsi bisa nalangin dulu untuk biaya asuransinya tapi dengan konsekuensinya angsuran nyo agak dibesakan dikit dari pensiun biasanya, karena untuk menutupi biaya asuransi pensiun yang ditalangi itu jadi sederhananya nasabah itu ngangsur ke BSI, dan kegunaan asuransi ini jugo ketika ada hal yang terjadi dengan nasabah, nasabah sudah*

---

<sup>6</sup> Eka Suharyanto Putra, 2024.

*tercover oleh asuransi itu tadi.*<sup>7</sup>

kemudian sebagai salah satu metode untuk mendapatkan kepuasan nasabah diberikan bentuk hadiah/*Reward* yaitu bonus umroh, dan tentu pembiayaan pinjaman yang berprinsipkan syariah, dikarenakan mayoritas nasabah pembiayaan pensiun ini adalah masyarakat pensiunan yang sudah lanjut usia dan lebih berminat kepada pembiayaan yang berprinsipkan hukum islam atau syariah seperti yang dijelaskan melalui wawancara kepada karyawan *Sales Force* Bsi Kcp Curup M. Tommi Ramadhan seperti berikut :

*“nah salah satu ciri khas yang ada di pembiayaan pensiun Bsi Kcp Curup ini adalah pembiayaan yang berprinsip syariah, dengan alasan masyarakat pensiunan ini lebih banyak tergiur dengan pembiayaan yang syariah karena tergolong masyarakat yang sudah lanjut usia, dan untuk bonus di produk pensiun belum ada tetapi adanya di produk prapensiun Ihram yaitu pemberian bonus umroh”*<sup>8</sup>.

Sedangkan pada aspek fitur/ciri khas produk pensiun pada Bank Mandiri Taspen KCP Curup, *Account Officer Program* (AOP) Eka Suharyanto Putra mengatakan :

*“Ciri khas dari bank mandiri taspen yaitu untuk kredit bisa untuk yang tiga tahun menjelang pensiun dimana untuk perhitungannya itu memperhitungkan dari estimasi gaji pensiun dan tidak mengganggu gaji aktif ASN nya dan yang pasti bank mandiri taspen mempunyai ciri khas*

---

<sup>7</sup> M.Tommi Ramadhan, *Wawancara*, Tanggal 1 April 2024, Pukul 10:31 Wib

<sup>8</sup> M.Tommi Ramadhan, 2024,

*yaitu memprioritaskan dan mengunggulkan produk-produk pensiun baik credit atau tabungan pensiun, sesuai dengan nama yaitu bank mandiri taspen, sehingga inilah daya tarik bank mandiri taspen dengan kompetitor-kompetitor lain, bank mandiri taspen juga memberikan fasilitas hadiah kepada para ASN atau pensiunan yang bergabung di bank mandiri taspen karena untuk memberikan pelayanan yang terbaik khusus untuk ASN dan para pensiunan”.*<sup>9</sup>

Maka dapat disimpulkan dari penjelasan wawancara diatas bahwa, baik BSI ataupun bank mandiri taspen KCP Curup sama-sama memfasilitasi reward berupa hadiah, dan keunggulan produk pensiun yang ditawarkan BSI KCP Curup kepada nasabah selanjutnya dan keunggulan produk ini tidak terdapat pada produk credit pensiun bank lain adalah atribusi asuransi, kemudian yang menjadi salah satu ciri khas pada BSI KCP Curup adalah produk pembiayaan pensiun yang berprinsip syariah, sedangkan bank mandiri taspen mempunyai ciri khas yaitu bank yang khusus melayani urusan dan kebutuhan ketaspenan.

Tabel 4. 1 Komparasi Keunggulan Produk Pensiun Bsi dan Bank Mandiri Taspen Kcp Curup

Keunggulan produk	BSI KCP CURUP	Bank Mandiri Taspen KCP CURUP
Performance/kinerja	d. Mampu memenuhi kebutuhan nasabah seperti renovasi rumah, biaya	a. Mampu memenuhi kebutuhan nasabah seperti usaha renovasi rumah, biaya

<sup>9</sup> Eka Suharyanto Putra, *Wawancara*, Tanggal 19 April 2024, 09:42 WIB.

	<p>pendidikan anak dan umroh.</p> <p>e. Memberikan keunggulan produk seperti program atribusi asuransi/penalangan biaya asuransi.</p>	<p>pendidikan anak dan umroh.</p> <p>b. Perhitungan credit melihat estimasi gaji pensiun/tanpa mengganggu gaji aktif</p>
Reability/kehandalan	<p>a. Follow up kebutuhan nasabah pensiun.</p> <p>b. Kemudahan Pengurusan syarat dan administrasi pembiayaan di mentor dan dikerjakan oleh bank.</p>	<p>a. follow up kebutuhan nasabah.</p> <p>b. Kemudahan pengurusan syarat dan administrasi credit di mentor dan dikerjakan oleh bank.</p>
Fitur/ciri khas	<p>a. Bank berprinsip syariah.</p> <p>b. Memberikan fasilitas reward hadiah atau bonus pada pembiayaan prapensiun ihram.</p> <p>c. Memiliki program yang tidak ada pada kompetitor lain yaitu atribusi asuransi/penalangan biaya asuransi.</p>	<p>a. Bank khusus produk pensiun.</p> <p>b. Memberikan fasilitas reward hadiah atau bonus pada kredit mantap pra pensiun KMPP.</p>

## 2. Kualitas Pelayanan

Pandangan karyawan masing-masing Bank antara BSI dan Bank Mandiri Taspen terhadap kualitas pelayanan berbeda-beda. Pengalaman dan kinerja yang telah mereka alami dan lakukan di kedua lembaga keuangan ini tidak sama sehingga saat melakukan wawancara secara langsung kepada karyawan masing-masing bank mereka memberikan tanggapan yang bermacam-macam.

Karyawan masing-masing bank mempersepsikan bahwa kualitas pelayanan di kedua lembaga tersebut telah sesuai dengan kriteria pelayanan yang baik sehingga dianggap mampu memberikan pelayanan yang memuaskan baik dari segi fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan maupun dari empati/perhatian.

Tentu ini sesuai dengan teori yang telah penulis sampaikan pada bab sebelumnya yaitu, salah satu kriteria suatu perusahaan yang telah memenuhi syarat manajemen kualitas pelayanan yang baik adalah dengan diterapkannya kriteria yang telah penulis sebut diatas.

**a. *Reability/Kehandalan***

Maka Dalam hal kualitas pelayanan yang BSI KCP Curup terapkan dalam aspek *Reability/Kehandalan* dalam pelayanan BSI Kcp Curup, dapat dilihat melalui hasil wawancara kepada bapak M.Tommy Ramadhan (*sales force*) mengatakan :

*“insyaallah kalau untuk di BSI nih pelayanannya sudah mengikuti standard pelayan bank, untuk kecepatan proses pencairannya paling lamo tigo hari, nah untuk kemudahannya, administrasi yang harus selesaikan oleh calon nasabah jugo dak terlalu ribet samo halnya dengan bank-bank lain , dan kito fasilitasi untuk menfollow up berkas dengan mengambil berkas ke kerumah nasabah, dan kalau untuk nasabah- nasabah yang pindah perel atau pindah gaji, kito fasilitasi kito yang memproses pindah gajinyo ke TASPEN Bengkulu, jadi nasabahnya idak bolak- balik ke Bengkulu”.*<sup>10</sup>

Sedangkan pada Bank Mandiri Taspen KCP Curup,

---

<sup>10</sup> M.Tommi Ramadhan, *Wawancara*, Tanggal 1 April 2024, Pukul 10;31Wib

*Account Officer Program (AOP) Eka Suharyanto Putra* mengatakan :

*“Bank mandiri taspen curup selalu memberikan standar kualitas pelayanan yang baik kepada seluruh ASN atau pensiunan dalam pengurusan, baik itu kredit ataupun masalah ketaspenan bank mandiri taspen curup selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan siap membantu disegala macam pengurusan di bank mandiri taspen, Bank mandiri taspen selalu memberikan pelayanan kepada nasabah dalam pengurusan kredit maupun masalah ketaspenan serta selalu memberikan yang cepat mudah dan tanggap dalam pengurusan masalah ketaspenan serta kredit kepada para ASN dan para pensiunan ”.*<sup>11</sup>

Pada penjelasan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa BSI dan Bank *Mandiri Taspen KCP Curup* sama-sama memberikan kemudahan dalam pengurusan masalah ketaspenan nasabah, BSI dan *Mandiri Taspen KCP Curup* sama-sama memberikan kemudahan dalam bentuk penjemputan berkas dan bank memproses langsung perihal syarat dan ketentuan, tanpa perlu nasabah dengan susah payah mengurus terkait syarat dan ketentuan yang harus diselesaikan.

**b. *Responsiveness/Daya Tanggap***

Hasil wawancara pada kepada bapak M.Tommy Ramadhan (*sales force*) mengatakan :

*“Nah, standar kualitas pelayanan palingan kito memberi pelayanan yang bagus kepada nasabah seperti melayani*

---

<sup>11</sup> Eka Suharyanto Putra, *Wawancara*, Tanggal 19 April 2024, 09:43 Wib.

*nasabah yang datang, kalau nasabah ada keperluan kita berikan kemudahan pada nasabahnya. dan yang pasti kita upayakan stay di kantor jikalau ada nasabah yang langsung ke bank, tanpa perlu nasabah untuk menunggu lagi di kantor, bagi nasabah yang menghubungi kito lewat hp kito upayakan langsung kelokasi nasabah tersebut. pokoknya kito melayani dengan standard pelayanan terbaik kito.”*

Sedangkan pada hasil wawancara kepada Account

*Officer Program (AOP) Eka Suharyanto Putra mengatakan :*

*“Bank mandiri taspen selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dalam pengurusan kredit maupun masalah ketaspenan serta selalu memberikan yang cepat mudah dan tanggap dalam pengurusan masalah ketaspenan serta kredit kepada para ASN dan pra pensiunan.”<sup>12</sup>*

### **c. Assurance/Jaminan**

Hasil wawancara pada karyawan *sales force* BSI KCP

curup M. Tommi Ramdhan Mengatakan :

*“untuk jaminan apo yang kito berikan kepada nasabah selain dari kito menjamin rahasia nasabah seperti data pribadi dan tentang keuangan nasabah, kito jugo memberikan jaminan kemanan seperti contoh ini, adonyo satpam yang berjaga-jaga dan selalu stay membantu nasabah jika diperlukan.”<sup>13</sup>*

Sedangkan pada Bank Mandiri Taspen Account *Officer*

*Program (AOP) Eka Suharyanto Putra mengatakan :*

*“ pasti data-data keuangan dan data pribadi nasabah harus di lindungi dan dirahasiakan kareno itu sebagai salah satu SOP kerahasiaan bank, dan untuk*

<sup>12</sup> Eka Suharyanto Putra, *Wawancara*, Tanggal 19 April 2024, 09:44 Wib.

<sup>13</sup> M.Tommi Ramadhan, *Wawancara*, Tanggal 1 April 2024, Pukul 10:32 Wib

*profesionalitas karyawan setiap karyawan bank diwajibkan memberikan jaminan kenyamanan dan keamanan.*<sup>14</sup>

**d. *Emphati/Perhatian***

Pada aspek Emphati/Perhatian dalam pelayanan BSI KCP Curup, *sales force* BSI KCP Curup M. Tommi Ramdhan Mengatakan:

*“karena pembiayaan pensiun ini dikhususkan untuk para pensiunan atau menjelang pensiun,dan pensiunan ko berbeda dengan nasabah umum,karena lebih sensitif itu karena faktor umur,jadi kenyamanan nyo harus di maksimalkan, kito harus berbaur dengan nasabah dan melakukan pengakraban,cak kito gunokan bahasa yang mudah dimengerti cak bahasa daerah,kito berikan pelayanan mentoring sesuai dengan keperluan nasabah itu tadi”.*<sup>15</sup>

Sedangkan pada aspek Emphati/Perhatian pada pelayanan Bank Mandiri Taspen Account *Officer Program* (AOP) Eka Suharyanto Putra mengatakan:

*“kalau unuk membantu nasabah bank mandiri taspen ini, karyawan selalu membantu apa yang diinginkan nasabah dan karyawan bank mandiri taspen pun cenderung akrab dengan nasabah. karena bagi bank mandiri taspen kenyamanan nasabah adalah prioritas utama”.*<sup>16</sup>

**e. *Tangibles/Penampilan Atau Bukti Fisik***

Pada aspek *tangibles*/penampilan yang dimana mengacu

---

<sup>14</sup> Eka Suharyanto Putra, *Wawancara*, Tanggal 19 April 2024, 09:44 Wib.

<sup>15</sup> M.Tommi Ramadhan, 2024.

<sup>16</sup> Eka Suharyanto Putra, 2024.

pada eksistensi kedua bank yaitu Bank Mandiri Taspen dan BSI KCP Curup, *Sales Force* BSI KCP curup M. Tommi Ramadhan Mengatakan :

*“Nah, untuk 3 tahun BSI ini tegak Alhamdulillah untuk pensiun dan prapensiun itu udah banyak ke BSI. Nah, itu tu pengaruh dari pemasarannya BSI, eksisnya BSI selain dari sosial media, dari mulut ke mulut nasabah jugo. Misalno cak abang kemaren closeing di PUT nah jadi nasabah- nasabah tu mulut ke mulut memperkenalkan BSI nyo, dan terkadang masyarakat pensiun itu datang dewek untuk mengajukan pembiayaan atau pinjaman, kareno selain dari kelengkapan sarana prasarana cak parkir, ruang tunggu, ATM, penampilan dan keramahan karyawan, faktor nyo jugo bsi itu bank yang berprinsip syariah jadi lebih diminati oleh pensiunan dan tergolong punyo ciri khas. dan itu salah satu faktor yang mempengaruhi”<sup>17</sup>*

Sedangkan pada Bank Mandiri Taspen KCP Curup, sebagaimana hasil wawancara *penulis* kepada *Account Officer Program (AOP)* Eka Suharyanto Putra mengatakan :

*“Bank mandiri taspen curup meliputi tiga kabupaten yaitu kabupaten kepahiang, lebong dan rejang lebong, dimana sekarang sudah banyak yang mengenal bank mandiri taspen curup dikarenakan mereka sudah tidak ke Bengkulu lagi cukup datang ke kantor bank mandiri taspen curup, nanti akan dibantu semua pengurusan-pengurusan masalah ketaspenan serta untuk kredit pinjaman ASN dan Pensiunan, dan mandiri taspen lebih mudah dan dikenal oleh masyarakat karena pelayanan bank mandiri taspen cuman untuk pengurusan masalah ketaspenan pensiun.”<sup>18</sup>*

---

<sup>17</sup> M.Tommi Ramadhan, 2024.

<sup>18</sup> Eka Suharyanto Putra, 2024.

Tabel 4. 2 Komparasi Kualitas Pelayanan Bsi Dan Bank Mandiri Taspen Kcp Curup

Kualitas pelayanan	BSI	Mandiri Taspen
<i>Reability/Kehandalan</i>	<p>a. karyawan berupaya memenuhi kebutuhan pembiayaan nasabah melalui pembiayaan pensiun.</p> <p>b. Pelayanan yang cepat, mudah dan tanggap. Contoh : Penjemputan berkas nasabah kerumah, dan berkas syarat dan ketentuan di proses langsung oleh karyawan.</p>	<p>a. karyawan berupaya memenuhi kebutuhan pembiayaan nasabah melalui pembiayaan pensiun.</p> <p>b. Pelayanan yang cepat, mudah dan tanggap. Contoh : Penjemputan berkas nasabah kerumah, dan berkas syarat dan ketentuan di proses langsung oleh karyawan.</p>
<i>Responsivenes/Daya Tanggap</i>	<p>a. Tanggap terhadap kebutuhan nasabah nasabah. contoh : langsung melayani nasabah yang datang sesuai kebutuhannya, stay dikantor agar tidak ada nasabah yang menunggu, dan pergi kelokasi nasabah jikalau ada nasabah menghubungi.</p>	<p>a. Tanggap terhadap kebutuhan nasabah nasabah. contoh : langsung melayani nasabah yang datang sesuai kebutuhannya.</p> <p>b. Memberikan kemudahan dalam pengurusan ketaspenan.</p>
<i>Assurance/Jaminan</i>	<p>a. Mampu menjaga rahasia nasabah baik tentang keuangan, data pribadi dan kerahasiaan bank lainya.</p> <p>b. Situasi lingkungan yang aman dengan adanya satpam yang berjaga-jaga.</p> <p>c. Karyawan yang bersikap ramah dan siap membantu nasabah jika ada kendala dan</p>	<p>a. Mampu menjaga rahasia pribadi dan keuangan nasabah karena bagian dari SOP bank.</p> <p>d. Situasi lingkungan yang aman dengan adanya satpam yang berjaga-jaga.</p> <p>b. Memberikan jaminan kemanan dan kenyamanan contoh : karyawan yang profesional, petugas keamanan yang berjaga pada area perkantoran, dan karyawan yang ramah dan tanggap dalam melayani</p>

	keperluan.	kebutuhan nasabah.
Emphaty/Perhatian	<p>a. Memberikan penjelasan yang jelas kepada nasabah dan sabar dalam melayani nasabah.</p> <p>b. Mampu berkomunikasi dengan baik sehingga dapat dipahami oleh nasabah, dan dapat menyesuaikan terhadap bahasa, suku, karakter, dan sifat masing-masing nasabah.</p>	<p>a. Memprioritaskan kenyamanan nasabah, contoh : karyawan yang melakukan pendekatan, saling mengenal dan akrab kepada nasabah.</p> <p>b. Memberikan penjelasan yang jelas kepada nasabah dan sabar dalam melayani nasabah.</p>
Tangibles/Penampilan	<p>a. Adanya sarana prasarana seperti : lahan parkir, ruang tunggu yang nyaman, toilet yang bersih, wifi, penampilan karyawan yang menarik, fasilitas ATM, dan lainnya.</p> <p>b. Bank yang sudah eksist di mata masyarakat karena dipengaruhi oleh sistem bank yang berprinsipkan syariah dibuktikan dengan : nasabah yang datang langsung ke bank, menanyakan pembiayaan sistem syariah dan mengajukan pembiayaan di BSI KCP Curup.</p>	<p>a. Adanya sarana prasarana seperti : lahan parkir, ruang tunggu yang nyaman, toilet yang bersih, wifi, penampilan karyawan yang menarik, fasilitas ATM, dan lainnya.</p> <p>b. Bank yang sudah eksist di mata masyarakat karena dipengaruhi oleh sistem bank yang khusus melayani masalah ketaspenan dan bank berlokasi strategis di tengah tiga kabupaten dibuktikan dengan : nasabah yang beralamatkan tiga kabupaten dan nasabah datang langsung ke bank, dan mengajukan kebutuhan ketaspenan di Bank Mandiri Taspen KCP Curup.</p>

### 3. Strategi Pemasaran

Adapun langkah yang merupakan strategi yang dilakukan oleh BSI KCP Curup dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun adalah :

#### 1. *Promotion/Promosi*

Dalam hal strategi promosi peneliti melakukan wawancara kepada salah satu karyawan BSI KCP Curup *Customer Sales Executive (CSE)* Meri Pantari mengatakan :

*“Kalau saat ini kita sosialisasi di instansi- instansi terkait, kita bikin spanduk/banner gitu kan, dan kita agendakan setiap ada acara kita ikut serta mensosialisasikan itu, paling itu kalau untuk menginfokan ke nasabah”*.<sup>19</sup>

Dan *Sales Force* M.Tommi Ramadhan Mengatakan :

*“Nah, kalau untuk metode pemasarannya palingan itu sosialisasinya lewat internet, kalau untuk sosialisasi lewat mempromosikannya biasanya kami kalau untuk di kabupaten rejang lebong itu kito di BKD nyo, kito sosialisasi yang menuju- menuju pensiun tu, dan jugo sering ado yang namonyo kumpulan ibu-ibu PKK yang pensiunan, jadi kami sering masuk dan sosialisasi pembiayaan pensiun di situ”*.<sup>20</sup>

Sedangkan Bank Mandiri Taspen KCP Curup dalam melakukan strategi pemasaran yaitu promosi, wawancara penulis kepada *Account Officer Program (AOP)* Eka Suharyanto Putra mengatakan:

*“ Untuk target Bank Mandiri Taspen yaitu adalah para ASN yang menjelang pensiun tiga tahun menjelang*

---

<sup>19</sup> Meri Panteri, *Wawancara*, Tanggal 24 April 2024. Pukul 16:47 WIB

<sup>20</sup> M.Tommi Ramadhan, 2024

*pensiun serta para pensiunan TNI, POLRI, maka dari itu strategi pemasaran bank mandiri taspen itu sudah berjalan baik, dalam bentuk sosialisasi mini melalui media sosial pribadi, sosialisasi instansi atau dor to dor kunjungan langsung kerumah para pensiunan dan para ASN yang menjelang pensiun”.*<sup>21</sup>

Maka Dari data wawancara di atas penulis menyimpulkan mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 3 Komparasi Promosi Pembiayaan Atau credit Pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup

BSI KCP CURUP	BANK MANTAP KCP CURUP
a. Menggunakan media sosial seperti wa,instagram, fb lembaga atau pribadi	a. Menggunakan media sosial seperti wa,instagram, fb lembaga atau pribadi.
b. Menggunakan media spanduk, banner dan pamplet.	b. Melakukan sosialisasi pada instansi.
c. Melakukan sosialisasi pada instansi terkait.	c. Melakukan penawaran langsung dor to dor kerumah para pensiunan dan menjelang pensiun.
d. Melakukan penawaran dan kunjungan langsung kepada ASN, TNI, POLRI pensiun dan prapensiun.	d. Menggunakan metode wa blast dan telemarketing.

## 2. Strategi Harga

Harga merupakan salah satu unsur marketing yang penting, yang berdampak pada jumlah penjualan, sedangkan unsur lainnya merupakan unsur pendukung yang merupakan suatu kesatuan dalam marketing mix.

Pengaruh minat nasabah dalam melihat harga atau

<sup>21</sup> Eka Suharyanto Putra, 2024.

angsuran dapat dilihat dalam wawancara penulis dengan *Sales Force* BSI KCP Curup M.Tommi Ramadhan Mengatakan :

*“lebih kurangnyo itu berpengaruh, kareno nasabah tu kan itung-itungan nyo masak nian, apo lagi di terimo bersihnyo, jadi misalnya angsuran di bank lainnyo tu cuman Rp.760.000, di kito Rp. 770.000, jadi selisih angsuran itu sangat berpengaruh, kalau kito selisih 100,200 ribu be berpengaruh kek minat nasabah nyo tu”*.<sup>22</sup>

Dan berdasarkan hasil wawancara penulis kepada *Customer Sales Excutive (CSE)* Meri Pantari mengatakan:

*“produk pembiayaan yang dimiliki oleh bank syariah indonesia memiliki kelebihan dibandingkan bank lainnya, yaitu angsuran tetap sehingga tidak ada perubahan nominal hingga pelunasanya, tarifnya relative murah, jika dibandingkan dengan bank lain, dan tidak ada biaya provisi, jika dibandingkan dengan bank mandiri taspen terdapat biaya provisi 1% dari palfond kredit, sehingga tidak ada perubahan angsuran, limit pembiayaan mulai dari 10 – 350 juta dengan tenor sampai 15 tahun”*.<sup>23</sup>

Dan berdasarkan hasil wawancara *Sales Force* BSI KCP Curup M.Tommi Ramadhan Mengatakan:

*“untuk pembiayaan pensiunnya itu kito diskon di biaya ADM, biasonyo di bank- bank lain ado biaya provisi dan biaya-biaya yang lain, kalau di BSI tu cuman ado tigo biaya yaitu biaya asuransi, ADM dan biaya materai. ADM nyo kito kasih 0,5%, biasonyo di bank lain tu 1%, biasanyo nasabah tu tertarik jugo kareno itu”*.<sup>24</sup>

Sedangkan aspek harga pada credit pensiun Bank

---

<sup>22</sup> M.Tommi Ramadhan, *Wawancara*, Tanggal 1 April 2024, Pukul 10:32 Wib

<sup>23</sup> Meri Pantari *Customer Sales Excutive (Cse)*, 2024

<sup>24</sup> Meri Panteri, *Wawancara*, Tanggal 24 April 2024. Pukul 16:48 WIB

MANTAP KCP Curup bisa dilihat dari hasil wawancara penulis dengan Account *Officer Program (AOP)* Eka Suharyanto Putra mengatakan:

*“ada beberapa biaya pada credit pensiun bank mantap seperti biaya asuransi yang dimana biaya ini tergantung dengan plafond dan jangka waktu pinjaman, administrasi sebesar 500.000 dan provisi 1% dari plafond credit. Untuk credit pensiun bank besaran angsuran dan Tenor bank mandiri taspen cukup kompetitif, dikarenakan untuk suku bunga rednya itu bersaing dengan bank lain dan tenor pun bisa sampai dua puluh tahun untuk para ASN, TNI, POLRI, dan karena itu sangat diminati karena untuk besaran anggurannya cukup ringan dan untuk biaya- biaya asuransi cukup bersaing dengan bank lain”.*<sup>25</sup>

Maka untuk mengetahui perbandingan pada sisi harga antara pembiayaan dan credit pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup bisa dilihat melalui tabel ini :

Tabel 4. 4 Komparasi Harga Jual Pembiayaan Atau Credit Pensiun Bsi dan Bank Mandiri Taspen Kcp Curup

Indikator	Bank Mandiri Taspen Kcp Curup	BSI KCP CURUP
Biaya	Adminstrasi, Assuransi, Provisi	Administrasi, Assuransi, Materai
Plafond	10 - 500 juta	10 - 350 juta
Tenor	1 – 20 tahun	1 – 15 tahun

<sup>25</sup> Eka Suharyanto Putra, *Wawancara*, Tanggal 19 April 2024, 09:45 Wib.

Gambar 4. 1 Tabel Angsuran Pembiayaan Pensiun Bsi Kcp Curup

Maka untuk mengetahui selisih perbedaan harga angsuran pembiayaan dan credit pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup bisa dilihat dalam estimasi perhitungan berikut :

Tabel 4. 5 Estimasi Perhitungan Harga Angsuran Bank Mandiri Taspen Kcp Curup

Pinjaman/plafond	Angsuran	Tenor	Total nisbah
1 50.000.000	1,625.000	36 Bulan	8.500.000
2 50.000.000	772.000	96 Bulan	24.112.000
3 50.000.000	552.000	180 Bulan	49.360.903

Gambar 4. 2 Tabel Angsuran Credit Pensiun Bank Mandiri Taspen Kcp Curup

**TABEL ANGSURAN KREDIT PENSIUN MANDIRI TASPEN**

Suku bunga 0.55% Ayo Tunggu Apalagi Ajukan Pinjaman Sekarang!!!

PLAFON / LIMIT	1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun	4 Tahun	5 Tahun	6 Tahun	7 Tahun	8 Tahun	9 Tahun	10 Tahun	11 Tahun	12 Tahun	13 Tahun	14 Tahun	15 Tahun
10,000,000	888,333	471,667	332,778	263,333	221,667	193,889	174,048	159,167	147,593	138,333	130,758	124,444	119,103	114,524	110,556
20,000,000	1,776,667	943,333	665,556	526,667	443,333	387,778	348,095	318,333	295,185	276,667	261,515	248,889	238,205	229,048	221,111
30,000,000	2,665,000	1,415,000	998,333	790,000	665,000	581,667	522,143	477,500	442,778	415,000	392,273	373,333	357,308	343,571	331,667
40,000,000	3,553,333	1,806,667	1,331,111	1,053,333	886,667	775,556	696,190	636,667	590,370	553,333	523,030	497,778	476,410	458,095	442,222
50,000,000	4,441,667	2,358,333	1,663,889	1,316,667	1,108,333	969,444	870,238	795,833	737,963	691,667	653,788	622,222	595,513	572,619	552,778
60,000,000	5,330,000	2,830,000	1,996,667	1,580,000	1,330,000	1,167,333	1,044,286	955,000	885,556	830,000	784,545	746,667	714,615	687,143	663,333
70,000,000	6,218,333	3,301,667	2,329,444	1,843,333	1,551,667	1,379,889	1,218,333	1,114,167	1,033,148	968,333	915,303	871,111	833,718	801,667	773,889
80,000,000	7,106,667	3,773,333	2,662,222	2,106,667	1,773,333	1,551,111	1,392,381	1,273,333	1,180,741	1,106,667	1,046,061	995,556	952,821	916,190	884,444
90,000,000	7,995,000	4,245,000	2,995,000	2,370,000	1,995,000	1,745,000	1,566,429	1,432,500	1,338,333	1,245,000	1,176,818	1,120,000	1,071,923	1,030,714	995,000
100,000,000	8,883,333	4,716,667	3,327,778	2,633,333	2,216,667	1,938,889	1,740,476	1,591,667	1,475,926	1,383,333	1,307,576	1,244,444	1,191,026	1,145,238	1,105,556
110,000,000	9,771,667	5,188,333	3,660,556	2,896,667	2,438,333	2,132,778	1,914,524	1,750,833	1,623,519	1,521,667	1,438,333	1,368,889	1,310,128	1,259,762	1,216,111
120,000,000	10,660,000	5,660,000	3,993,333	3,160,000	2,660,000	2,326,667	2,088,571	1,910,000	1,771,111	1,660,000	1,569,091	1,493,333	1,429,231	1,374,286	1,326,667
130,000,000	11,548,333	6,131,667	4,326,111	3,423,333	2,881,667	2,520,556	2,262,619	2,063,167	1,918,704	1,798,333	1,699,844	1,617,778	1,548,333	1,488,810	1,437,222
140,000,000	12,436,667	6,603,333	4,658,889	3,686,667	3,103,333	2,714,444	2,436,667	2,228,333	2,066,296	1,936,667	1,830,606	1,742,222	1,667,436	1,603,333	1,547,778
150,000,000	13,325,000	7,075,000	4,991,667	3,950,000	3,325,000	2,908,333	2,610,714	2,387,500	2,213,889	2,075,000	1,961,364	1,866,667	1,786,538	1,717,857	1,658,333
160,000,000	14,213,333	7,546,667	5,324,444	4,213,333	3,546,667	3,102,222	2,784,762	2,546,667	2,361,481	2,213,333	2,092,121	1,991,111	1,905,641	1,832,333	1,768,889
170,000,000	15,101,667	8,018,333	5,657,222	4,476,667	3,768,333	3,296,111	2,958,810	2,705,833	2,509,074	2,351,667	2,222,879	2,115,556	2,024,744	1,946,905	1,879,444
180,000,000	15,990,000	8,490,000	5,990,000	4,740,000	3,990,000	3,490,000	3,132,857	2,865,000	2,656,667	2,490,000	2,353,686	2,240,000	2,148,946	2,061,129	1,990,000
190,000,000	16,878,333	8,961,667	6,322,778	5,003,333	4,211,667	3,683,889	3,306,905	3,024,167	2,804,259	2,628,333	2,484,394	2,364,444	2,262,949	2,175,552	2,100,556
200,000,000	17,766,667	9,433,333	6,655,556	5,266,667	4,433,333	3,877,778	3,480,952	3,183,333	2,951,852	2,766,667	2,615,152	2,488,889	2,382,051	2,290,476	2,211,111
210,000,000	18,655,000	9,905,000	6,988,333	5,530,000	4,655,000	4,071,667	3,655,000	3,342,500	3,099,444	2,905,000	2,745,909	2,613,333	2,501,154	2,405,000	2,321,667
220,000,000	19,543,333	10,376,667	7,321,111	5,793,333	4,876,667	4,265,556	3,829,048	3,501,667	3,247,037	3,043,333	2,876,667	2,737,778	2,620,256	2,519,524	2,432,222
230,000,000	20,431,667	10,848,333	7,653,889	6,056,667	5,098,333	4,459,444	4,033,095	3,660,833	3,394,680	3,181,667	3,007,424	2,862,222	2,739,359	2,634,048	2,542,778
240,000,000	21,320,000	11,320,000	7,986,667	6,320,000	5,320,000	4,653,333	4,177,143	3,820,000	3,542,222	3,320,000	3,138,182	2,986,667	2,858,462	2,748,571	2,653,333
250,000,000	22,208,333	11,791,667	8,319,444	6,583,333	5,541,667	4,847,222	4,351,190	3,979,167	3,689,815	3,458,333	3,268,939	3,111,111	2,977,564	2,863,095	2,763,889
260,000,000	23,096,667	12,263,333	8,652,222	6,846,667	5,763,333	5,041,111	4,525,338	4,138,333	3,837,407	3,596,667	3,399,667	3,235,556	3,096,667	2,977,619	2,874,444
270,000,000	23,985,000	12,735,000	8,985,000	7,110,000	5,985,000	5,235,000	4,699,286	4,297,500	3,985,000	3,735,000	3,530,455	3,360,000	3,215,769	3,092,143	2,985,000
280,000,000	24,873,333	13,206,667	9,317,778	7,373,333	6,206,667	5,428,889	4,873,333	4,456,667	4,132,593	3,873,333	3,661,212	3,484,444	3,344,872	3,206,667	3,095,556
290,000,000	25,761,667	13,678,333	9,650,556	7,636,667	6,428,333	5,622,778	5,047,381	4,615,833	4,280,185	4,011,667	3,791,970	3,608,889	3,453,974	3,321,190	3,206,111
300,000,000	26,650,000	14,150,000	9,983,333	7,900,000	6,650,000	5,816,667	5,221,429	4,775,000	4,427,778	4,150,000	3,922,727	3,733,333	3,573,077	3,435,714	3,316,667
310,000,000	27,538,333	14,621,667	10,316,111	8,163,333	6,871,667	6,010,556	5,395,476	4,934,167	4,575,370	4,288,333	4,053,485	3,857,778	3,692,179	3,550,238	3,427,222
320,000,000	28,426,667	15,093,333	10,648,889	8,426,667	7,093,333	6,204,444	5,569,524	5,093,333	4,722,863	4,426,667	4,184,242	3,982,222	3,811,282	3,664,762	3,537,778
330,000,000	29,315,000	15,565,000	10,981,667	8,690,000	7,315,000	6,398,333	5,743,571	5,252,500	4,870,556	4,565,000	4,306,667	4,106,667	3,930,385	3,779,286	3,648,333
340,000,000	30,203,333	16,036,667	11,314,444	8,953,333	7,536,667	6,592,222	5,917,619	5,411,667	5,018,148	4,703,333	4,445,758	4,231,111	4,049,487	3,893,810	3,758,889
350,000,000	31,091,667	16,508,333	11,647,222	9,216,667	7,758,333	6,786,111	6,091,667	5,570,833	5,165,741	4,841,667	4,576,515	4,355,556	4,168,590	4,008,333	3,869,444

Gambar 4. 3 Estimasi Perhitungan Harga Angsuran Bank Mandiri Taspen Kcp Curup

Pinjaman/plafond	Angsuran	Tenor	Total Bunga	
1	50.000.000	1,663,889	36 Bulan	9.900.004
2	50.000.000	795,833	96 Bulan	26,399,968
3	50.000.000	525,778	180 bulan	44.640.040

Dalam hal keunggulan besaran keuntungan bank atau beban yang ditanggung oleh nasabah berupa bunga dan nisbah bagi hasil, dengan persamaan pembiayaan/kredit sebesar Rp.50.000.000 dengan masa tenor selama 3,8 dan 15 tahun, Bank BSI KCP Curup lebih unggul dari kompetitor, yang dimana selisih, BSI KCP Curup lebih unggul dari kompetitor dengan besaran angsuran Rp.1,625,000 perbulan selama 3 tahun angsuran, sedangkan Bank Mandiri Taspen yaitu Rp.1,663,889 perbulan maka selisih bunga dan nisbah bagi hasil/atau beban

angsuran nasabah yaitu sebesar Rp.38.889.

Dan dengan catatan bahwa *Nisbah* berbeda dengan bunga yang diterapkan oleh bank konvensional yang dimana bank konvensional menentukan besaran suku bunga di waktu *Akad* dengan pedoman harus selalu untung, suku bunga bersifat tetap tanpa mempertimbangkan keadaan pendapatan nasabah, dan presentase besarnya bunga dilihat berdasarkan jumlah uang yang dipinjam nasabah. Sedangkan *Nisbah* bagi hasil penentuan besarnya rasio bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan melihat kemungkinan-kemungkinan untung rugi, besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh, dan resiko untung rugi di tanggung bersama oleh bank dan nasabah.

Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa sistem nisbah bagi hasil yang diterapkan oleh bank BSI KCP Curup lebih memandang asas keadilan dan kebersamaan baik dalam keuntungan dan kerugian.

### **3. Strategi Produk**

Produk merupakan suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dijelaskan oleh hal ini dijelaskan definisi produk menurut Philip Khotler, produk adalah

sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.<sup>26</sup>

Strategi produk pembiayaan pensiun pada BSI KCP curup adalah dengan memberikan penawaran yang menarik nasabahnya dengan memeberikan Reward berupa bonus dan menawarkan pembiayaan yang halal *Customer Sales Excutive (CSE)* Meri Pantari mengatakan:

*“yang jelas untuk angsuran atau jangka waktu margin itu hampir sama lah tidak akan jauh beda sama Bank- Bank Lain yang kompetitor kita, tetapi disini bagaimana kita caranya itu kita jual syariah, kita mengajak bersyariah, jadi kapan lagi mau bersyariah apalagi ibu-ibu dan bapak-bapak pensiun, kita ajak hijrah lah melalui pembiayaan pensiun”*.<sup>27</sup>

Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada salah satu ASN guru menjelang pensiun Ibu Rosmaladewi mengatakan:

*“Kalau berminat pasti berminat ke Bank Syariah, itu kan karena pertama kan memang berdasarkan anjuran di agama kan, dan memang cukup bagus kan kalau syariah itu biar idak ribah, itulah salah satu alasannya, biar idak terjebak di ribah, jadi ibu lebih tengok ke sistem syariah nyo, apalagi sebagai la tuo prinsip syariah nyo lebih di tekankan”*.<sup>28</sup>

Dan berdasarkan wawancara pada Bapak Darhasan sebagai Pensiunan POLRI mengatakan:

---

<sup>26</sup>Seta arum murti, “analisi strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah pada bank syariah indonesia kcp semarang majapahit”, Skripsi semarang : FEBI Uin walisongo), 2023, 66.

<sup>27</sup> Eka Suharyanto Putra, Wawancara, Tanggal 19 April 2024, 09:42 Wib.

<sup>28</sup> Rosmaladewi, Wawancara, Tanggal 4 April 2024, 15 : 30 Wib.

*“Sebetulnya kan minat sih ada dengan bank syariah, tapi pemahaman syariahnya ini kan kita belum paham, ya maksudnya sistem syariah ini gimana, sehingga pada umumnya masyarakat ini ya tahunyo Bank itu pinjam ado bungo, karena sistem syariah ini kan sosialisasinya kurang nah itu yang jelas tu”.*<sup>29</sup>

Lalu BSI KCP Curup juga memberikan kemudahan-kemudahan seperti program atribusi asuransi/talangan biaya asuransi, proses pencairan yang cepat dan mudah tanpa perlu nasabah kebank karena dari pihak bank yang akan datang kerumah nasabah. Dan tujuan pembiayaan pensiun juga bermacam-macam seperti pembelian bahan bangunan, renovasi rumah, pendidikan anak, umrah dan sebagainya.

Kemudahan yang dimiliki produk pembiayaan pensiun ini merupakan keunggulan yang digunakan sebagai alat untuk memasarkan dan menarik perhatian nasabah dan keunggulan dari produk pembiayaan pensiun BSI KCP Curup ini pun akan berpengaruh terhadap minat nasabah, *Sales Force* BSI KCP Curup M.Tommi Ramadhan Mengatakan:

*“kurang lebih berpengaruh kareno selain sosial media, nasabah itu dari mulut ke mulut taunyo. Misalno cak abang kemaren closeing di PUT nah jadi nasabah-nasabah itu, tau nyo dari mulut ke mulut nasabah yang sudah di bsi, disitu mudah, disitu murah iko margin nyo. Dan Alhamdulillah untuk peningkatan jumlah nasabah untuk bulan ini ajo, abang insyaallah udah cair 1,2 M. Itu salah satu bentuk peningkatan jumlah nasabah dan nasabah- nasabah tu malah yang datang ke kantor untuk*

---

<sup>29</sup> Darhasan, Wawancara, 4 April 2024, 13 : 54 Wib.

*ngambil pinjaman”.*<sup>30</sup>

Dan *Customer Sales Executive (CSE)* Meri Pantari mengatakan:

*“sangat- sangat berpengaruh karena kenapa, diinginkan kepada kompetitor seperti Bank lain itu ternyata banyak juga yang minat di Bank BSI, buktinya sampai saat ini banyak yang pindah pembiayaan maupun pindah pembayaran gajinya”.*<sup>31</sup>

Pernyataan Ini sesuai dengan pernyataan Bapak Darhasan sebagai Pensiunan POLRI mengatakan:

*“jadi aku sudah berapa kali ikut sosialisai jugo kan, jadi belum memahami secara rinci kalau idak dikasih tau dengan jelas cak mno perhitungannya di bank syariah ini, dan kadang- kadang kalau kami pensiunan ini pada umumnya, mikirnya ngambil yang mudah-mudah ajo gitu kan”.*<sup>32</sup>

Sedangkan Bank Mandiri Taspen dalam upaya untuk mendapatkan minat nasabah pada credit pensiunnya, Bank Mandiri Taspen juga memberikan kemudahan-kemudahan dalam proses pencairan dengan memproses berkas dan syarat ketentuan yang harus diselesaikan tanpa perlu nasabah untuk mengurus perihal pemberkasan *Account Officer Program (AOP)* Eka Suharyanto Putra mengatakan:

*“Bank mandiri taspen curup selalu memberikan standar kualitas pelayanan yang baik kepada seluruh ASN atau pensiunan dalam pengurusan baik itu maupun kredit ataupun masalah ketaspenan bank mandiri taspen curup*

---

<sup>30</sup> M.Tommi Ramadhan, *Wawancara*, Tanggal 1 April 2024, Pukul 10;31 Wib

<sup>31</sup> Meri Panteri, *Wawancara*, Tanggal 24 April 2024. Pukul 16:47 WIB.

<sup>32</sup> Meri Panteri, *Wawancara*, 2024.

*selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan siap membantu disegala macam pengurusan di bank mandiri taspen”.*<sup>33</sup>

Maka jika dilihat dari penjelasan hasil wawancara pada masing-masing karyawan BSI Dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup, kedua bank ini telah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pensiunan dan menjelang pensiun, hasil wawancara dengan ASN guru menjelang pensiun Ibu Rosmaladewi mengatakan:

*”Kalau memang berminat kan yang ibuk inginkan tu pertama masalah administrasinya lebih mudah, terus asuransinya jangan terlalu besar kan, kalau bisa itu angsurannya, apalagi kalau misalkan pacak diturunkan bungonya lebih bagus daripada Bank lain. tapi kalau saya masih tetap ke BSI ”.*<sup>34</sup>

Dan pensiunan POLRI bapak Darhasan mengatakan:

*“Sebetulnya kan yang diharapkan pada umumnya pensiun ini, karna sudah pengalaman kami yang pensiun- pensiun ini bergaul, itu kan pelayanan, kemudian pelayanan ini kan ya seperti tidak ribet- ribet gitu, kalau emang persyaratan banyak ya kan prosedur misalkan, tapi kami di layani oleh mereka dari pihak Bank yang memfasilitasi, misalnyakan mereka yang proses jadi kami tinggal duduk”.*<sup>35</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa dapat disimpulkan, baik Bank Mandiri Taspen ataupun BSI KCP Curup telah menyesuaikan keunggulan produknya terhadap keinginan

---

<sup>33</sup> Eka Suharyanto Putra, *Wawancara*, 2024.

<sup>34</sup> Rosmaladewi, *Wawancara*, 2024.

<sup>35</sup> Darhasan, 2024.

masyarakat, melalui program-program tambahan yang menarik seperti reward/bonus, kemudian kemudahan-kemudahan proses pemberkasan pencairan, maka menurut peneliti bahwa produk pembiayaan dan credit pensiun BSI dan Mandiri Taspen KCP Curup hampir memiliki persamaan dalam menarik minat konsumen yaitu dengan cara memberikan kemudahan-kemudahan baik secara program ataupun prosedur.

#### 4. Startegi Tempat

dikutip oleh seta Arum Murti, menurut Kotler Dan Keller lokasi atau tempat sebagai bagian dari organisasi independen yang membuat suatu barang atau jasa tersedia. Sehingga pelanggan dapat menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Lokasi usaha juga disebut dengan saluran distribusi perusahaan, karena lokasi juga berhubungan langsung dengan pembeli atau konsumen. lokasi usaha merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen Lokasi yang strategis dapat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.<sup>36</sup>

Nasabah Kredit Pensiun Bank Mandiri Taspen Bapak Kopli mengatakan:

*“kalau bisa itu jangan di kabupaten yang tertua, seperti kita Bengkulu ini ada banyak kabupaten kan, jadi cabang-cabangnya setiap kabupaten harus ada satu gitu, jadi mempermudah juga karna di satu kabupaten tentu akan banyak orang-orang pensiun kan, kalau di sini kan tiga kabupaten, lebong, kepahiang dan rejang lebong, jadi*

---

<sup>36</sup> seta arum murti, *ibid*, h.70.

*nggak numpuk- numpuk satu tempat, sedangkan kita jarak jangkauan nya lumayan jauh, saya sendiri dari kepahiang, untuk kami dari kepahiang mengambil uang nya lebih mudah, nggak harus pergi jauh, di sini jarak saya ke sini 45 kilo, alangkah baiknya dikembangkan setiap kabupaten satu jadi mempermudah”.<sup>37</sup>*

Penjelasan wawancara diatas sesuai dengan pernyataan berikut, Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan *Officer Program (AOP)* Eka Suharyanto Putra mengatakan:

*“terkait tempat tidak menjadi halangan untuk loyalitas nasabah pensiun yang beralamatkan dari luar kabupaten rejang lebong, buktinya banyak nasabah kita yang beralamatkan dari luar kabupaten rejang lebong. Seperti lebong dan kepahiang, justru dengan adanya bank mandiri taspen cabang curup ini sedikit mempermudah para pensiun untuk berurusan masalah ketaspenan, tidak perlu jauh-jauh pergi ke provinsi yang jaraknya lebih jauh lagi”.<sup>38</sup>*

Gambar 4. 4 Suasana Antrian Nasabah Pembiayaan Pensiun Bank Mandiri Taspen Pada Tanggal 1



Gambar di atas memperlihatkan hasil observasi peneliti

<sup>37</sup> Kopli, Wawancara, Tanggal 1 April 2024, 12 : 06 Wib.

<sup>38</sup> Eka Suharyanto Putra, Wawancara, 2024.

menunjukkan pada tanggal 1 nasabah pensiunan baik nasabah credit pinjaman atau pun non credit, penulis menemukan bahwa mayoritas nasabah berasal dari luar kabupaten rejang lebong, yaitu berasal dari kabupaten kepahiang dan lebong, ini menunjukkan bahwa para pensiunan tetap bertransaksi pada bank mandiri taspen walaupun jarak lokasi bank mandiri taspen terbilang cukup jauh.

Senada dengan pernyataan Bapak Jaya sebagai nasabah credit pensiun Bank Mandiri Taspen mengatakan:

*“bagi saya tempat tidak menjadi masalah dan halangan, karena terkadang karyawan bank siap datang kerumah kalau kita ada keperluan, jadi tidak merepotkan nasabah untuk harus datang kekantor, kalau emang kita harus datang kekantor juga tidak menjadi masalah bagi kita karena tidak terlalu jauh dari pada kita ke bengkulu”.*<sup>39</sup>

Bank mandiri taspen kep curup berlokasi di JL ,Letjend Suprpto, Talang Rimbo Lama, Kecamatan Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu. Keunggulan lokasi Bank Mandiri Taspen KCP Curup antara lain :

- a. Kantor Bank Mandiri Taspen terletak di lokasi yang dekat dengan aktivitas keramaian yaitu berdekatan dengan pusat perbelanjaan.
- b. Lokasi yang strategis dikarenakan berlokasi pada akses utama kendaraan yaitu jalan utama antar kota/ kabupaten.

---

<sup>39</sup> Jaya, Wawancara, Tanggal 1 April 2024, 11: 41 Wib.

- c. Lokasi cabang yang di apit oleh dua kabupaten terdekat Lebong dan Kepahiang.
- d. Bentuk fisik atau bangunan kantor bank yang bagus dengan ruangan yang bersih dan luas serta dilengkapi dengan fasilitas AC, CCTV dan peralatan komputer.

Sedangkan bank syariah Indonesia (BSI) KCP Curup berlokasi di JL. Merdeka No,287, Kepala Siring Kec, Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu. Keunggulan lokasi Bank Mandiri Taspen KCP Curup antara lain :

- a. Kantor BSI KCP Curup terletak di tengah pusat aktivitas keramaian masyarakat yaitu di pusat perbelanjaan kabupaten Rejang Lebong.
- b. Bank BSI KCP Curup juga berada pada lokasi yang strategis yaitu pada jalan penghubung antar kota dan kabupaten, sehingga dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat kabupaten/kota lain.
- c. Lokasi yang strategis dikarenakan di apit oleh dua kabupaten terdekat yang tidak memiliki kantor cabang BSI
- d. Bank BSI KCP Curup juga memiliki bangunan yang sudah bagus dengan atribut plang nama yang menjadi patokan lokasi dan memiliki fasilitas yang mendukung seperti AC, CCTV, toilet, ruangan tunggu yang lebar dan bersih.

Maka dapat disimpulkan bahwa baik BSI ataupun bank

mandiri taspen sama-sama memiliki keunggulan yang menjadi salah satu nilai untuk dapat mendapatkan kepuasan dan minat para pensiunan.

Mengenai strategi tempat, yang dilakukan BSI KCP Curup dan Bank Mandiri Taspen adalah memberikan kenyamanan berupa lokasi yang mudah dijangkau nasabah dan dekat dengan aktivitas keramaian yaitu di pusat perbelanjaan, dan baik BSI dan Bank Mandiri Taspen juga memberikan fasilitas kenyamanan dengan mendatangi nasabah, dalam hal ini ketika nasabah memiliki keperluan dan harus membutuhkan bantuan dari pihak bank, pihak BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup menerapkan sistem mendatangi rumah nasabah yang bersangkutan. dan dengan adanya sistem ini para nasabah yang diluar kota Rejang Lebong yaitu kepahiang dan lebong tidak terlalu mempersoalkan jarak atau lokasi yang cukup jauh. Akan tetapi pada aspek tempat ini juga cukup mempengaruhi minat nasabah, dengan demikian strategi tempat harus menjadi bagian prioritas yang harus dilihat bagi BSI Dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup.

## **B. Analisis Persepsi Nasabah Pada Produk Pensiun Bsi Dan Mandiri**

### **Taspen Kcp Curup.**

Pada bagian ini penulis mencoba memberikan gambaran persepsi masyarakat pensiun pada pembiayaan dan credit BSI dan Mandiri Taspen KCP Curup. dengan maksud untuk mengetahui sejauh mana produk pensiun BSI KCP Curup dapat diminati oleh masyarakat.

Maka untuk mengetahui apakah strategi kompetitif BSI KCP Curup sesuai dengan keinginan atau persepsi masyarakat terhadap pembiayaan, Pada pembahasan sebelumnya penulis telah memaparkan strategi kompetitif BSI KCP Curup meliputi keunggulan produk, kualitas pelayanan dan startegi pemasaran pembiayaan pensiun BSI KCP Curup, selain dari pada besaran angsuran, masa tenor pembayaran, biaya-biaya yang sudah dibahas sebelumnya, bank BSI juga memberikan nilai seperti pembiayaan *syariah*, pemenuhan kebutuhan nasabah, kemudahan dalam bentuk program atribusi asuransi, dan kemudahan dalam proses pemberkasan dan pencairan, lalu BSI KCP Curup juga dalam strategi pemasaran pembiayaannya untuk bisa diketahui oleh masyarakat pensiun, melakukan sosialisasi pada lembaga terkait pembiayaan pensiun (*market chanel*), sosialisasi menggunakan media banner/spanduk, dan pada media sosial seperti WA, FB, instagram dan lainnya. Maka penulis menyimpulkan bahwa strategi yang ada pada pembiayaan BSI KCP Curup telah sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat dan menjadi fenomena, apa alasan masyarakat untuk mengambil pinjaman kepada bank, sebagaimana berdasarkan data badan pusat statistik (BPS) provinsi

bengkulu sebagai berikut:<sup>40</sup>

Alasan Utama Tidak Meminjam dari Bank	Banyaknya Usaha/Perorangan Menurut Alasan Utama Tidak Meminjam Dari Bank		
	2020	2022	2023
Tidak Tahu Prosedur	33	0	84
Prosedur Sulit	45	340	16
Tidak Ada Agunan	692	675	33
Suku Bunga Tinggi	276	15	26
Usulan Ditolak	0	0	0
Tidak paham	405	651	430
Tidak tahu pinjaman	8	0	523
Bingung arah pinjaman	4	9	72
Total	146	1690	1184

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bengkulu.

Pada bagian ini penulis akan memaparkan data untuk memperkuat pembahasan sebelumnya dan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap bank pembiayaan pensiun BSI KCP Curup, Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan salah satu masyarakat pensiunan POLRI bapak Darhasan mengatakan:

*“Sebetulnya kan minat sih ke bank syariah, tapi pemahaman syariahnya ini kan kita belum paham, maksudnya sistem syariah ini gimana, sehingga pada umumnya masyarakat ini ya tahunyo Bank itu pinjam ada bunganya, jadi orang-orang melihat bunganya aja dari pada sistem syariah, karena belum memahami secara rinci pinjaman syariah bagaimana”.*<sup>41</sup>

Sedangkan pada Bank Mandiri Taspen Dan masyarakat menjelang pensiun Ibu Rosmaladewi mengatakan:

<sup>40</sup> Badan Pusat Statistik, Banyaknya Perusahaan Dan Perorangan Menurut Alasan Utama Tidak Meminjam Dari Bank : November 2023.  
<https://Bengkulu.Bps.Go.Id/Indicator/9/400/1/Banyaknya-Usaha-Perusahaan-Perorangan-Menurut-Alasan-Utama-Tidak-Meminjam-Dari-Bank.Html>

<sup>41</sup> Darhasan, Wawancara, Tanggal 4 April 2024, 13 : 54 Wib

*“Kalau untuk sementara ini belum pernah berhubungan dengan Bank Mandiri Taspen, jadi belum tau apo bank mandiri taspen dan perbedaannyo di mano di bsi, tapi yang ibu tahu nyo BSI, kareno ibu pernah ambil pinjaman di bsi,dan ibu tau ado pinjaman pensiun di bsi kareno pernah di tawarkan, jadi ibarat mandiri taspen ko belum pernah ibuk berminat kareno dak tahu dan mencari tahu jugo belum”*.<sup>42</sup>

Salah satu informan Pensiunan guru Ibu Sunnah mengatakan :

*“sebenarnya tertarik untuk mengambil pinjaman pensiun di bsi kareno kawan-kawan banyak yang ngambil pinjaman di bsi dan suami ibu juga sarankan kalau nanti ambil pinjaman di bsi ajo kareno lebih halal, tapi untuk saat ini ibu masih pengen nikmati gaji pensiun ibu dulu,kalau nanti ado keperluan baru ambil pinjaman ke bsi”*.<sup>43</sup>

Sedangkan pada Bank Mandiri Taspen KCP Curup seperti yang sudah dijelaskan pada pembahasan-pembahasan sebelumnya penulis menyimpulkan bahwa credit pensiun Bank Mandiri Taspen KCP Curup hampir mempunyai kesamaan dalam hal strategi kompetitif credit pensiunnya, plafond credit, besaran angsuran, *tenor* pembayaran dan biaya-biaya tambahan, lalu dengan adanya metode-metode kemudahan-kemudahan dalam proses pemberkasan dan pencairan, dan strategi pemasaran dengan cara sosialisasi, penggunaan media sosial dan lainnya.

Maka penulis menyimpulkan bahwa strategi kompetitif credit pensiun Bank Mandiri Taspen sudah sesuai dengan persepsi dan keinginan masyarakat kareno hampir memiliki kesamaan pada strategi kompetitif BSI KCP Curup, hanya saja pada pernyataan wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa sampel di atas yaitu masyarakat pensiunan, penulis melihat

---

<sup>42</sup> Rosmaladewi, Wawancara, Tanggal 4 April 2024, 15 : 20 Wib.

<sup>43</sup> Sunnah, Wawancara, Tanggal 29 April 2024, 15 : 27 WIB

adanya kecenderungan ketertarikan masyarakat pensiun pada BSI KCP Curup terkhusus pada pembiayaan pensiun karena menggunkan prinsip syariah , hanya saja para pensiun ini belum mengerti secara mendalam bagaimana sistem yang ada pada BSI KCP Curup seperti perhitungan biaya, angsuran, prosedur dan lainnya.

Dan peneliti menyimpulkan pada aspek keunggulan pada masing-masing bank, BSI KCP Curup memiliki perbedaan keunggulan dan kekurangan tersendiri pada kompetitornya yaitu Bank Mandiri Taspen KCP Curup, dan dengan adanya keunggulan dan kekurangan, seperti yang dijelaskan pada pembahasan sebelumnya pada masing-masing bank ini, peneliti memberikan kesimpulan bahwa pembiayaan pensiun BSI KCP Curup mampu dan layak bersaing dengan kompetitornya yang khusus melayani kebutuhan ketaspenan dan produk unggulannya credit pensiun, yaitu Bank Mandiri Taspen KCP Curup.

### **C. Perbedaan Dan Persamaan Strategi Kompetitif BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup**

Pada bagian ini penulis mencoba menguraikan baik persamaan dan perbedaan strategi kompetitif BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup. Pada uraian sebagai berikut :

#### **1. Keunggulan Produk**

Pada aspek keunggulan produk baik BSI dan Bank Mandiri Taspen memiliki persamaan seperti mampu memenuhi kebutuhan nasabah seperti renovasi rumah, pendidikan dan umroh, kedua bank

ini juga sama-sama memfollow up kebutuhan nasabahnya, baik BSI dan Bank Mandiri Taspen memberikan kemudahan dalam syarat dan administrasi, nasabah langsung di mentorkan oleh karyawan untuk proses pengajuan hingga pencairan dan terakhir BSI dan Bank Mandiri Taspen sama-sama memfasilitasi *reward* dalam produk pensiun mereka.

Sedangkan perbedaan yang dapat kita lihat pada kedua bank ini adalah BSI memiliki program *atribusi asuransi* yang dimana tidak dimiliki oleh Bank Mandiri Taspen pada produk pensiunnya, dan perbedaan selanjutnya adalah BSI merupakan bank umum yang berprinsipkan *syariah* sedangkan Bank Mandiri Taspen adalah bank konvensional khusus pelayanan jasa ketaspenan.

## 2. **Kualitas Pelayanan**

Pada kualitas pelayanan BSI dan Bank Mandiri Taspen memiliki pelayanan yang *relative* sama baik secara kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati antara kedua bank ini dikarenakan menerapkan SOP pelayanan bank.

Pada aspek ini sop bank meliputi keramahan, daya tanggap, responsif karyawan kepada nasabah. terpenuhinya sarana prasarana seperti ATM, komputer, fasilitas keamanan dan sebagainya.

## 3. **Strategi Pemasaran**

Pada aspek strategi pemasaran dalam hal strategi promosi BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup menerapkan metode promosi

yang sama seperti sosialisasi dengan menggunakan *alternative* media sosial, cetakan seperti banner dan perangkat pendukung lainnya. hanya saja kedua bank ini memiliki perbedaan dalam hal aspek strategi pemasarannya yang dimana pada biaya-biaya, BSI hanya memiliki biaya yaitu ADM, asuransi dan materai. Sedangkan Bank Mandiri Taspen ADM, *Assuransi* dan *Provisi*. Dan ada perbedaan yang menjadi dasar yaitu pada perbedaan pada margin sebesar Rp.38.889, dapat dilihat pada penjelasan berikut.

dengan masa *Tenor* selama 3, 8 dan 15 tahun, Bank BSI KCP Curup lebih unggul dari kompetitornya yaitu Bank Mandiri Taspen , yang dimana selisih, BSI KCP Curup lebih unggul dari bank mandiri taspen dengan besaran angsuran Rp.1,625,000 perbulan selama 3 tahun angsuran, sedangkan Bank Mandiri Taspen yaitu Rp.1,663,889 perbulan maka selisih margin atau beban angsuran nasabah yaitu sebesar Rp.38.889.

#### **D. Komparasi Jumlah Nasabah dan Besaran Pencairan Produk Pensiun**

Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan karyawan Bank mandiri taspen yaitu *Officer Program (AOP)* Eka Suharyanto Putra mengatakan:

*“untuk pencairan credit kita ditahun ini alhamdulillah meningkat, dari jumlah nasabah dan angka pencairan creditnya, kalau kita di target kan harus tembus pencairan minimal perbulannya itu sebesar 2M, dan kebanyakan nasabah itu ngambil credit untuk modal usaha, beli kebun dan biaya sekolah anak, jadi untuk plafond pengajuan*

*kredit mayoritas nasabah lumayan besar.”<sup>44</sup>*

Dari hasil wawancara tersebut peneliti diberikan data jumlah nasabah dan besaran credit/pinjaman credit pensiun pada Bank Mandiri Taspen KCP Curup tahun 2024, oleh salah satu karyawan yang khusus membidangi marketing dan proses pencairan credit pensiun yaitu *Officer Program (AOP)* Eka Suharyanto sebagai berikut:

No	Bulan	Jumlah Nasabah Pensiun	Jumlah Pencairan
1	Januari	11	2.090.000.000.000
2	Februari	13	2.300.000.000.000
3	Maret	13	2.730.000.000.000
4	April	15	2.930.000.000.000
	total	52	10,050.000.000.000

Sumber : Karyawan Pensiun Bank Mandiri Taspen *Officer Program (AOP)* Eka Suharyanto.

Sedangkan pada bank BSI KCP Curup M.Tommy Ramadhan (*sales force*) mengatakan :

*“kalau kami di BSI KCP Curup tu,karena BSI ini bank umum jadi idak jual pembiayaan pensiun ajo, dan di BSI ini karyawan ny banyak,kalau kami sales force menargetkan perbulan pencairan pembiayaan minimal di angko 500 jt perbulan, dan alhamdulillah kito setiap bulannyo di tahun iko mencapai target, bahkan bisa lebih, baik jumlah nasabahnya dan plafond pembiaannya, di tahun ini kalau kito totalkan lah sampai diangko 2,5 M, dan paling banyak 5 nasabah perbulannya”.*<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Eka Suharyanto,2024.

<sup>45</sup> M.Tommi Ramadhan, 2024

BSI KCP Curup M.Tommy Ramadhan (*sales force*) memberikan data kepada penulis dalam tabel sebagai berikut :

No	Bulan	Jumlah Nasabah Pensiun	Jumlah Pencairan
1	Januari	3	450.000.000
2	Februari	3	600.000.000
3	Maret	4	670.000.000.
4	April	5	1,200.000.000.
	Total	15	2,920.000.000

Sumber : Karyawan Pensiun BSI KCP Curup *Sales Force* M.Tommi Ramadhan.

Berdasarkan tabel di atas peneliti memberikan catatan pencairan dan gambaran berdasarkan penyampaian sales force M.Tommi Ramadhan mengatakan :

*“pada januari kemaren di tanggal 13 abang cair 200 jt, tanggal 22 cair 100,tanggal 26 cair pembiayaan pensiun 150 juta, kalau bulan februari tanggal 4 cair 100 juta, tanggal 9 cair 200 juta dan tanggal 19 cair 300 juta. kalau untuk bulan maret cair tanggal 16 120 juta,tanggal 17 250 juta, tanggal 20 180 juta samo tanggal 29 itu abang cair 120 juta, nah untuk bulan april ini alhamdulillah abang banyak cair lah 1,2 M.<sup>46</sup>*

Berdasarkan penjelasan perbandingan di atas penulis menyimpulkan bahwa BSI KCP Curup kalah unggul dalam perbandingan banyaknya nasabah dan *plafond* pencairan, dikarenakan BSI adalah bank umum *syariah* yang tidak hanya memfasilitasi produk pembiayaan pensiun, dan pembiayaan pensiun tidak terlalu di unggulkan dibandingkan produk-produk pembiayaan yang ada di BSI KCP Curup lainnya, berbeda dengan bank mandiri taspen yang dimana Bank Mandiri Taspen KCP Curup lebih unggul dari segi

---

<sup>46</sup> M.Tommi Ramadhan, 2024

banyaknya nasabah dan *plafond* pencairan credit pensiun, seperti yang dijelaskan di atas, dikarenakan bank Mandiri Taspen khusus dan memprioritaskan credit pensiun sebagai produk unggulan dari Bank Mandiri Taspen KCP Curup.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari penjelasan yang telah penulis bahas terkait strategi kompetitif BSI terhadap kompetitornya dalam pembiayaan pensiun yaitu mandiri taspen, maka penulis mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

#### **1. Strategi Kompetitif Produk Pensiun Bsi Dan Bank Mandiri Taspen Kcp Curup**

Pada strategi kompetitif produk pensiun penulis melihat bahwa meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan dan strategi pemasaran, BSI KCP Curup Dan Mandiri Taspen memiliki keunggulan tersendiri, penulis melihat ada beberapa aspek keunggulan produk BSI KCP Curup mengungguli credit pensiun Bank Mandiri Taspen Kcp Curup, seperti adanya item yang tidak di fasilitasi oleh bank-bank lain yaitu *Atribusi Assurance*. pembiayaan prinsip *Syariah* yang dimana prinsip *Syariah* lebih diminati oleh masyarakat pensiun di bandingkan credit/pembiayaan konvensional. berdasarkan pada pembahasan sebelumnya komparasi antara kualitas pelayanan BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup pada aspek kualitas pelayanan Bank Mandiri Taspen Dan BSI KCP Curup memiliki kesamaan baik dari segi kehandalan karyawan, jaminan keamanan, perhatian dan fisik/penampilan bank, dikarenakan menggunakan SOP pelayanan pada umumnya.

Dan terakhir pada aspek strategi pemasaran dalam hal strategi promosi BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup menerapkan metode promosi yang sama seperti sosialisasi dengan menggunakan *alternative* media sosial, cetakan seperti banner dan lainnya.

akan tetapi pada strategi harga, BSI Mengungguli Bank Mandiri Taspen KCP Curup bisa dilihat pada pembahasan sebelumnya yang dimana BSI hanya memiliki biaya dalam produk pensiunnya yaitu *Administrasi, Assuransi Dan Materai* sedangkan bank mandiri taspen dalam hal biaya yaitu *Administrasi, Assurance Dan Provisi*. Maka ini merupakan salah satu nilai yang menjadi produk pensiun BSI KCP Curup memiliki peluang diminati oleh para pensiunan.berbeda dengan dalam hal *Plafond* Bank Mandiri Taspen mengungguli BSI Kcp Curup yang dimana Bank Mandiri Taspen memfasilitasi *plafond* sebesar 10-500 juta sedangkan BSI hanya 10-350 juta. dan *tenor* angsuran pun bank mandiri taspen unggul dengan *tenor* 1-20 tahun sedangkan BSI KCP Curup hanya 1-15 tahun Tenor angsuran.

Dan terakhir pada aspek perbedaan bunga atau *Nisbah* bagi hasil Dalam hal keunggulan besaran keuntungan bank atau beban yang ditanggung oleh nasabah berupa bunga dan *Nisbah* bagi hasil, dengan persamaan pembiayaan/kredit sebesar Rp.50.000.000 dengan masa *Tenor* selama 3,8 dan 15 tahun, Bank BSI KCP Curup lebih unggul dari kompetitor, yang dimana selisih, BSI KCP Curup lebih unggul dari kompetitor dengan besaran angsuran Rp.1,625,000 perbulan

selama 3 tahun angsuran, sedangkan bank mandiri taspen yaitu Rp.1,663,889 perbulan maka selisih bunga dan *nisbah* bagi hasil/atau beban angsuran nasabah yaitu sebesar Rp.38.889.

Maka dapat disimpulkan bahwa baik BSI ataupun Bank Mandiri Taspen KCP Curup sama-sama memiliki keunggulan, dan keunggulan tersebut *relative* sama diantara kedua bank.tentu keunggulan-keunggulan tersebut dapat menjadi nilai tambah bagi masing-masing bank dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk pensiun masing-masing bank, dan dalam hal ini penulis menyimpulkan bahwa BSI KCP Curup secara strategi kompetitif meliputi keunggulan produk, kualitas pelayanan dan strategi pemasaran BSI KCP Curup memiliki kecendrungan mengungguli Bank Mandiri Taspen KCP Curup, dan BSI KCP Curup mampu bersaing dengan kompetitornya dalam produk pembiayaan/credit pensiun yaitu Bank Mandiri Taspen KCP Curup.

## **2. Persepsi Masyarakat Pada Produk Pensiun Bsi Dan Mandiri Taspen Kcp Curup.**

- a. Pada aspek persepsi masyarakat,dan berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya, penulis mendapatkan kesimpulan dari pembahasan dan temuan penelitian yang sudah peneliti lakukan, bahwa baik BSI dan Mandiri Taspen, telah sesuai dan melakukan penyesuaian terhadap persepsi keinginan masyarakat dalam mengambil pembiayaan dan credit terkhusus produk

pensiun.

- b. penulis juga melihat adanya kecenderungan ketertarikan masyarakat pensiun pada BSI KCP Curup terkhusus pada pembiayaan pensiun karena menggunakan prinsip syariah , hanya saja para pensiun ini belum mengerti secara mendalam bagaimana sistem yang ada pada BSI KCP Curup seperti perhitungan biaya, angsuran, prosedur dan lainnya.
- c. Berdasarkan pernyataan masyarakat pensiunan pada bab pembahasan sebelumnya, peneliti memberikan kesimpulan bahwa pembiayaan pensiun BSI KCP Curup mampu dan layak bersaing dengan kompetitornya yang khusus melayani kebutuhan ketaspenan dengan produk unggulannya credit pensiun, yaitu Bank Mandiri Taspen KCP Curup.

### **3. Komparasi Jumlah Nasabah Dan Besaran Pencairan Produk Pensiun**

- a. Pada aspek jumlah nasabah dan nominal pencairan produk pensiun BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup, berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya penulis menyimpulkan bahwa, jika dilihat Pada bulan Januari-April 2024, pada aspek ini Bank Mandiri Taspen lebih unggul dalam hal jumlah nasabah dan nominal pencairan dibandingkan BSI KCP Curup, bisa dilihat bahwa Bank Mandiri Taspen dalam kurun waktu 4 bulan terakhir sedari bulan Januari-April 2024

mendapatkan 52 nasabah credit pensiun dengan total plafond selama selama empat bulan yaitu 10.050.000.000. sedangkan BSI KCP Curup pada empat bulan terakhir sedari Januari-April 2024, mendapatkan lima belas nasabah pembiayaan pensiun dengan total plafond 2,920.000.000.

## **B. Saran**

Berikut ini saran yang dapat penulis berikan kepada pihak BSI KCP Curup dalam pembiayaan pensiun terkait dengan pembahasan diatas, dengan tujuan dapat memberikan masukan kepada pihak yang terkait dengan kebijakan yang seharusnya diambil dimasa mendatang :

1. Dalam hal keunggulan produk penulis memberikan saran agar BSI KCP Curup lebih mengunggulkan terkait kemudahan dalam proses bertransaksi seperti memudahkan dan memberikan kenyamanan dalam proses pencairan, memberikan plafond pengajuan yang kompetitif dan masa tenor yang lebih panjang dikarenakan masa *Tenor* dan *Plafond* pengajuan menjadi salah satu indikator yang diperhatikan masyarakat dalam mengambil pembiayaan/credit.
2. Pada Kualitas pelayanan BSI KCP Curup sebaiknya selalu memprioritaskan rasa nyaman kepada nasabah terkhusus pada nasabah/masyarakat pensiunan yang notabene berusia lanjut usia, dikarenakan setelah melihat penjelasan diatas dan observasi lapangan yang sudah penulis lakukan, menunjukkan mayoritas pensiunan membutuhkan rasa aman dan nyaman terhadap bank baik melalui

operasional bank, karyawan dan fisik dari bank itu sendiri. Dan bank juga harus mampu melayani setiap kehendak dan kebutuhan dari pada nasabah seperti follow up nasabah.

3. Pada bagian Strategi pemasaran BSI KCP Curup dalam hal ini harus mengoptimalkan dan melihat peluang digitalisasi dalam memasarkan produk untuk dapat bersaing dengan kompetitornya, karena tidak menutupi kemungkinan bahwa mayoritas masyarakat saat ini termasuk para pensiunan menggunakan perangkat dan media digitalisasi seperti handphone, media sosial (WA, facebook, instgram DLL). maka demikian BSI harus memanfaatkan digitalisasi dalam memperkenalkan dan memasarkan produk pensiunnya.
4. Dikarenakan saat ini BSI terletak di antara tiga kabupaten yang berbeda dan masyarakat pensiunan terletak pada masing-masing kabupaten tersebut, maka untuk menjangkau pada proses pemasaran dan sekaligus memberikan kemudahan dalam proses pelayanan, BSI KCP Curup seharusnya tidak hanya menggunakan media sosial saja, tetapi harus juga konsisten dalam mendatangi rumah-rumah para pensiun agar memudahkan para pensiun untuk mengetahui dan bertransaksi pada BSI KCP Curup, terkhusus pada pembiayaan pensiun.
5. Berdasarkan pada penjelasan terkait persepsi masyarakat di atas menunjukkan bahwa ada kecendrungan para pensiunan untuk menggunkan jasa bank berbasis syariah, dan ini menjadi peluang yang

harus dimanfaatkan BSI KCP Curup dalam mengoptimalkan pemasarannya, hanya saja dalam hal ini mayoritas masyarakat terkhusus para pensiunan ini belum mengetahui sistem pada bank syariah ini secara mendalam, untuk itu BSI KCP Curup kedepan harus lebih optimalkan lagi sosialisasi BSI dan terkhusus pembiayaan pensiun.

6. Jika kita lihat pada bagian perbandingan jumlah nasabah dan besaran plafond pembiayaan atau credit pensiun antara BSI dan Bank Mandiri Taspen KCP Curup bahwa BSI masih kalah jauh dibandingkan Bank Mandiri Taspen, yang dimana penulis menemukan bahwa BSI tidak mengunggulkan pembiayaan pensiunnya dibandingkan produk-produk BSI lainnya, sedangkan Bank Mandiri Taspen sebagai bank yang memprioritaskan layanan ketaspenan, menjadikan credit pensiun sebagai produk unggulan yang ada pada bank Mandiri Taspen KCP Curup. Untuk itu penulis menyarankan agar BSI KCP Curup kedepan menjadikan pembiayaan pensiun sebagai salah satu produk unggulan yang di prioritaskan oleh BSI KCP Curup.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Hanif Al Fatta, *Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Untuk Keunggulan Bersaing Perusahaan Dan Organisasi Modern*, Yogyakarta, 2007.

Herwan Abdul Muhyi, et al, *HR Plan & Strategy Strategi Jitu Pengembangan Sumber Daya Manusia* Tinjauan Kutipan Craig & Grant, Jakarta : 2016.

Nurul Setianingrum, *Model Transformasi Manajemen Perbankan*, Jakarta : CV. Jakad Media CV. Jakarta, 2022.

### JURNAL

Budi Prijanto et al, " Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model" *Jurnal Economic Tabrru' Vol 3, issue 2. (2021):184.*

Gusti Nyoman Alit Brahma Putra" Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* , Volume 9 No.2 (2017), 399.

Ikaa Adeyani, Tuti Anggraini," Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat", *Jurnal Economic Vol 3, Issue 2. (2021): 54.*

irma Juniartkik et al "Factors Affecting The Level Of Public Understanding Of Sharia Banking Products," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 13, No. 2 (2023): 342.

Isti Riana Dewi, Et Al,"Penerapan Strategi Stp Dan E-Business Yang Berperan

- Pada Kepuasan Pelanggan Clothingline Shinethink Di Cirebon”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Jilid 8 No.3 (2022): 400.
- Kusuma Wijayanto” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank”, *Jurnal Manajemen Daya Saing*, Vol 4. No 1 (2021) : 40-41.
- Michael Reinout Adoni dan Yunita Budi Rahayu Silintowe “Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y”, *jurnal capital kebijakan ekonomi, manajemen dan akuntansi*, Vol 3. No 1 (2021): 119-120.
- M. Johari, “Dana Pensiun Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Muamalat*, Volume VIII, Nomor 2, (2019) : 126.
- Mariya Ulpah, “Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah”, *Madani Syari’ah*, Vol. 3 No 2. (2020) : 152.
- M Zidny Iswanaji et al, “Ijarah Collaborative Service Model in Sharia Banking,” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* 5, no. 2 (2022): 701–718.
- Muhammad Antonio et al, “An Analysis of Islamic Banking Performance” *Maqashid Index Implementation in Indonesia and Jordania,” Journal of Islamic Finance* 176, no. 813 (2019): 1–18.
- Ni Nyoman Kerti Yasa Dan Phutu Whisnu Dharma Santika Budi, *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Niat Beli Ulang: Konsep Dan Aplikasi Pada Studi Kasus Jawa Tengah*, (2023). 15
- Rizal Nur Firdaus, “Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Yang

Mempengaruhi Pembiayaan Bermasalah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia”, *El-Dinar*, Vol. 3, No 1 ( 2018) : 84.

Sri Aderafika Sani, Nuri Aslami, ” Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar”, *Jurnal Manajemen Vol 1*, No 1 (2022): 20.

peni Nugraheni, “Sharia Supervisory Board and Social Performance of Indonesian Islamic Banks,” *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* (2018) : 137–147.

Zulkifli Karim, “*Strategi Pemasaran Bank Syariah.*” No. 3 (2017), 2.

Zuhrotun Nisak. “Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif.” *Jurnal Ekonomi Bisnis*, volume 9, (2020) , 242.

## **MAKALAH**

Feriansyah, M, “*Prosedur Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuklinggau,*” Makalah Di Presentasikan Di Yogyakarta, 2022, 21 September.

Tunggadewi, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Katamso.” *Makalah Dipublikasikan Dalam Google Scholar*”, Yogyakarta, 2018.

## **SKRIPSI**

Andini Sartika “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bsi Kota Palopo.*” Skripsi, Fak. Febi IAIN Palopo, 2022

Amelia Risky Hairani, “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan*

*Metode Pestel Pada Cv Mitra Arsitex Ujung Gading Pasaman Barat*”,  
Skripsi, Politeknik Negeri Jakarta, 2022

Barkah Fitriadi, Et Al, “*Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif Studi Pada Pt. Ongkowidjojo, Malang* ” Skripsi, Universitas Brawijaya, 2019

Fikri Ade Saputra,, “*Strategi Pemasaran Produk Pra Pensiun Untuk Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kcp Teluk Betung).*”Skripsi, Fak. Febi Iain Metro, 2020.

Fitri Syamsiah, “*Pengaruh Internet Banking, Kualitas Layanan, Dan Emotional Satisfaction Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Bni Syariah Cabang Pembantu Cilandak*”, Skripsi FEBI Uin Syarif Hidayatullah, 2019

Hendrianto et al, “*Kritik Terhadap Penerapan Penentuan Harga Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Curup*” Institut Agama Islam Negeri Curup, 2021

Intan Kamila, “*Tantangan Dan Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Pembiayaan Pensiun*”, Skripsi, Fak Syariah Ekonomi Islam IAIN Curup, 2023

Intan Kamila, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug*” Skripsi, Fak Ekonomi Bisnis Islam Uin Syarif Hidayatullah, 2020,

M. Wais. “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah nasabah Produk*

- Bank Syariah Indonesia (Studi Kantor Cabang Palopo)*” Skripsi, Fak, Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo 2022,
- Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, “*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*”, Skripsi, Fak Ekonomi Bisnis Islam Uin Su, 2018
- Rahman, Holilur, et al. “*Kajian Bauran Pemasaran Pembiayaan Pensiunan Dalam Peningkatan Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Sumenep Trunojoyo 1.*” Skripsi. Trunojoyo, 2021.
- Sofana azyahra, “*Upaya Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia Kcp Gubug*”. Skripsi, Fak Ekonomi Program Studi Managemen, 2023
- Seta Arum Murti, “*analisis strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun berkah pada bank syariah indonesia kcp semarang majapahit*” Skripsi, FEBI Uin Walisongo, 2023.
- Yustika Auria, “*Tantangan Dan Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Pembiayaan Pensiun*” Skripsi, IAIN CURUP, 2023

## **WEB SITE**

- Badan pengembangan dan pembinaan bahasa, “*kamus besar bahasa indonesia daring*” *kbbi edisi ke enam*, 2019,.  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi>
- Badan pengembangan dan pembinaan bahasa, “*kamus besar bahasa indonesia daring*” *kbbi edisi ke enam*, 2019. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6356083/kompetitif-adalah-kenali-ciri-keunggulan-dan-kekurangannya>.
- Bank bsi.co.id, “*Bank Syariah Indonesia last modified*” 2021, accessed Januari 7,

2024, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

Badan Pusat Statistik, Banyaknya Perusahaan Dan Perorangan Menurut Alasan Utama Tidak Meminjam Dari Bank : November 2023.  
<https://Bengkulu.Bps.Go.Id/Indicator/9/400/1/Banyaknya-Usaha-Perusahaan-Perorangan-Menurut-Alasan-Utama-Tidak-Meminjam-Dari-Bank.Html>.

Putra juni, Pengertian *Analisis Fungsi, Tujuan Dan Jenis Jenis Analisa*. 2020.  
<https://salamadian.com/pengertian-analisis/>

## **LAMPIRAN**

### **DOKUMENTASI :**

#### **Dokumentasi Wawancara Bapak Darhasan Pensiunan Polri**



#### **Dokumentasi Wawancara Ibu Rosmaladewi Pensiunan Guru**

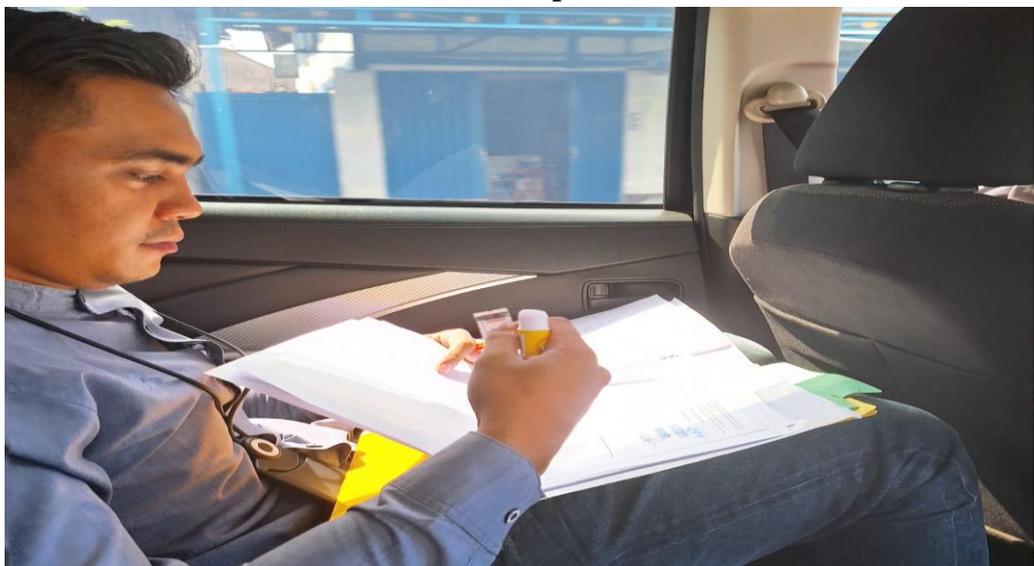


**Dokumentasi Observasi Proses Pemberkasan Dan Follow Up Nasabah**





**Dokumentasi Proses Pemberkasan Nasabah Credit Pensiun Bank Mandiri Taspen**



**Dokumentasi Observasi tingkat kualitas pelayanan dan keamanan bank mandiri taspen**

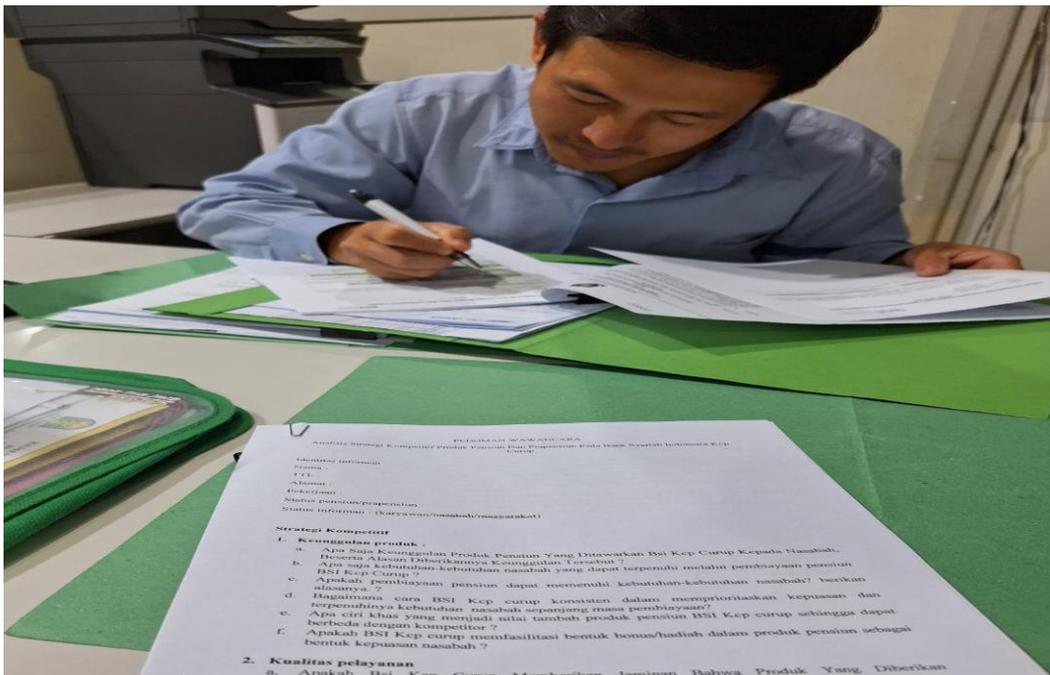


**Dokumentasi Wawancara Nasabah Pembiayaan Pensiun Bank Bsi Kcp  
Curup Bapak Jaya**



**Dokumentasi Wawancara Nasabah Credit Pensiun Bank Mandiri Taspen  
Bapak Kopli**

**Dokumentasi Wawancara Karyawan Bsi Kcp Curup Customer Sales  
Eksecutive (Cse) Bapak Meri Pantari**





**Dokumentasi Observasi Suasana tangal Satu Pada Bank Mandiri Taspen Kcp Curup**



IAIN CURUP

SURAT KEPUTUSAN  
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
Nomor : 0318/In.34/FS/PP.00.9/12/2023

Tentang  
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II  
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang : 1. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk dosen pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;  
2. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi  
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;  
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;  
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;  
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: 019558/B.II/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026;  
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor: 0318/In.34/2/KP.07.6/05/2022 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN

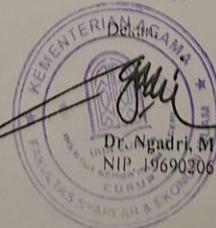
- Menetapkan  
Pertama : Menunjuk saudara:  
1. Rahman Arifin, ME NIP. 19881221 201903 1 009  
2. Hariyanto Wijaya, ME NIDN. 2020079003

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : M. Dio Putra  
NIM : 19631059  
PRODI/FAKULTAS : Perbankan Syariah/ Syariah dan Ekonomi Islam  
JUDUL SKRIPSI : Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun dan Prapensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Curup

- Kedua : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;  
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;  
Keempat : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan  
Kelima : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.  
Keenam : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di: Curup  
Pada tanggal : 12 Desember 2023



Dr. Ngadri, M. Ag  
NIP. 19690306 199503 1 001

Tembusan :

1. Ka Biro AU, AK IAIN Curup
2. Pembimbing I dan II
3. Bendahara IAIN Curup
4. Kabag AUAK IAIN Curup
5. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
6. Arsip/Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup dan yang bersangkutan



**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : /In.34/FS.04/PP.00.09/10/2023

Pada hari ini Selasa Tanggal 31 Bulan October Tahun 2023 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama / NIM : M. RID PUTRA / 19621053  
 Prodi / Fakultas : Perbankan Syariah / Syariah & Ekonomi Islam  
 Judul : Analisis Strategi Kompositif Produk Pensiun dan Repensiun Bank Syariah Indonesia Kcp Curup

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Yopi Rid Perenne

Calon Pembimbing I : Rahman Arifin, ME

Calon Pembimbing II : Harianto Wijaya M., ME

Berdasarkan analisis kedua calon pembimbing serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Lengkapi Data  
Cacatan Kaki
2. Perbedaan dan persamaan penelitian dengan penelitian terdahulu yang digunakan
3. Bahasa Asing diminimalisir
4. Gunakan pedoman skripsi
5. Cacatan kaki time New Roman

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua calon pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 14 bulan November tahun 2023, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, November 2023

Moderator

Yopi Rid Perenne

Calon Pembimbing I

Rahman Arifin, ME  
 NIP. 196810212019031989

Calon Pembimbing II

Harianto Wijaya M., ME  
 NIP. ....

NB:

Hasil berita acara yang sudah diandatangani oleh kedua calon pembimbing silakan di fotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syariah & Ekonomi Islam / Pengawas untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi BAB I yang sudah disetujui / ACC oleh kedua calon pembimbing.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119  
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sci@iaincurup.ac.id

Nomor : 233./In.34/FS/PP.00.9/01/2024  
Lamp : Proposal dan Instrumen  
Hal : **Rekomendasi Izin Penelitian**

Curup, 13 maret 2024

Kepada Yth,  
Pimpinan BANK MANDIRI  
TASPEN KCP CURUP  
Di-

Jl. Merdeka No.287, Kepala Siring, Kec. Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu  
39119

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Curup.Nama : M.DIO PUTRA

Nomor Induk Mahasiswa : 19631059

Progran Studi : Perbankan Syari'ah (PS)

Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Analisis strategi kompetitif produk pensiun dan prapensiun bank syariah Indonesia kcp curup

Waktu Penelitian : 15 Maret 2024 Sampai Dengan 15 Mei 2024

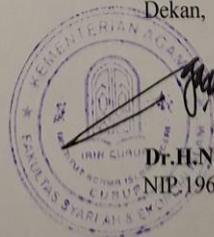
Tempat Penelitian : BANK MANDIRI TASPEN KCP CURUP

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerja sama dan izinnya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Dekan,



*[Signature]*  
Dr.H.Ngadri Yusro, M.Ag  
NIP.196902061995031001



PT Bank Syariah Indonesia Tbk  
Kantor Cabang Pembantu Curup  
Jl. Merdeka No. 289 Curup  
Telp. (0732) 325480, 23848, 24458  
Fax. (0732) 325447

05 Mei 2024  
No.04/ H 7 5 -3/209

Kepada Yth :  
Rektor IAIN Curup  
Jl Dr AK Gani Curup  
Kab Rejang Lebong

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semoga Saudara dan seluruh staff berada dalam keadaan sehat walafiat dan diberikan taufik dan hidayah serta selalu berada dalam lindungan Allah SWT.

Sehubungan dengan telah berakhirnya penelitian skripsi yang berjudul **Analisa Strategi Kompetitif Produk Pensiun dan Prapensiun Bank Syariah Indonesia KCP Curup** yang dilaksanakan pada tanggal 15 Maret 2024 s/d 15 Mei 2024. Mengenai permohonan izin penelitian mahasiswa IAIN Curup dengan nama sebagai berikut:

Nama	NIM	Prodi
M Dio Putra	19631059	Perbankan Syariah

Melalui surat ini kami memberitahukan kepada Bapak/Ibu bahwa telah selesai penelitian Mahasiswa IAIN Curup dengan mengacu pada ketentuan, peraturan dan tata tertib perusahaan yang berlaku.

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*kum Warahmatullahi Wabarakatuh*

PT Bank Syariah Indonesia  
KCP Curup

  
**BSI** BANK SYARIAH  
INDONESIA  
**KCP CURUP**  
Badriah  
Branch Office Service Manager



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010  
Homepage: http://www.iaincurup.ac.id Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 30119

BELAKANG

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	M. Dio Putra
NIM	19631019
PROGRAM STUDI	Perbankan Syariah
FAKULTAS	Syariah dan ekonomi Islam
PEMBIMBING I	Rahman Anjini, M.E
PEMBIMBING II	Hananto Wijaya, M.E
JUDUL SKRIPSI	Analisis strategi kompetitif produk pensiun lain persiapan Bank syariah Indonesia ke curup
MULAI BIMBINGAN	
AKHIR BIMBINGAN	

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF PEMBIMBING II
1.	15/Nov 2023	Revisi Bab I	H
2.	17/Nov 2023	Acc Bab I	H
3.	23/Nov 2023	Revisi Bab II	H
4.	9/Jan 2024	Acc Bab II, Revisi Bab III	H
5.	16/Jan 2024	Acc Bab III	H
6.	04/Feb 2024	Revisi Bab IV	H
7.	30/Feb 2024	Acc bab IV	H
8.	21/Mar 2024	Revisi Bab V dan Daftar Pustaka	H
9.	02/Jun 2024	Acc Bab I-V	H
10.	06/Jun 2024	ACC Daftar Ujian	H
11.			
12.			

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI SUDDAH  
DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN CURUP

PEMBIMBING I,

Rahman Anjini, M.E  
NIP. 198812 012019 031009

CURUP, .....202

PEMBIMBING II,

Hananto Wijaya, M.E  
NIP. ....



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010  
 Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: [admin@iaincurup.ac.id](mailto:admin@iaincurup.ac.id) Kode Pcs 39119

DEPAN

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

NAMA	M. Dito Putra
NIM	19621003
PROGRAM STUDI	Perbankan Syariah
FAKULTAS	Syariah dan Ekonomi Islam
DOSEN PEMBIMBING I	Rahman Akrom, M.E.
DOSEN PEMBIMBING II	Hananto Wijaya, M.E.
JUDUL SKRIPSI	Analisis Strategi Kompetitif Produk Persewa dan- Paspensium Pada Bank Syariah Indonesia KCB - Curup.
MULAI BIMBINGAN	14 November 2023
AKHIR BIMBINGAN	

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF PEMBIMBING I
1.	14/Nov 2023	BAB I " Literasi & Perilaku	
2.	16/Nov 2023	BAB I " All	
3.	21/Des 2023	bab II Manajemen teori	
4.	27/Des 2023	manajemen All	
5.	16/01 2024	All manajemen	
6.	23/02 2024	All perantara keuangan digitalisasi riway	
7.	29/02 2024	Perbankan bab 4	
8.	13/03 2024	Perbankan bab 5	
9.	05/03 2024	All Kimia	
10.	06		
11.			
12.			

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI SUDAH  
 DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN CURUP,

PEMBIMBING I,

NIP. 190816 01 2019 031009

CURUP, ..... 202  
 PEMBIMBING II,

Hananto Wijaya, M.E.  
 NIP. ....

- Lembar Depan Kartu Bimbingan Pembimbing I
- Lembar Belakang Kartu Bimbingan Pembimbing II
- Kartu ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan Pembimbing I dan Pembimbing II

WAWANCARA  
Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Curup

Identitas informan

Nama : M. TAMMI RAMANHAN

TTL :

Alamat : AIT BONA

Pekerjaan : Marketing BANK

Status pensiun/prapensiun :

Status informan : (karyawan/nasabah/masyarakat)

**Strategi Kompetitif**

**1. Keunggulan produk :**

- a. Apa Saja Keunggulan Produk Pensiun Yang Ditawarkan Bsi Kcp Curup Kepada Nasabah, Beserta Alasan Diberikannya Keunggulan Tersebut ?
- b. Apa saja kebutuhan-kebutuhan nasabah yang dapat terpenuhi melalui pembiayaan pensiun BSI Kcp Curup ?
- c. Apakah pembiayaan pensiun dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan nasabah? berikan alasannya. ?
- d. Bagaimana cara BSI Kcp curup konsisten dalam memprioritaskan kepuasan dan terpenuhinya kebutuhan nasabah sepanjang masa pembiayaan?
- e. Apa ciri khas yang menjadi nilai tambah produk pensiun BSI Kcp curup sehingga dapat berbeda dengan kompetitor ?
- f. Apakah BSI Kcp curup memfasilitasi bentuk bonus/hadiah dalam produk pensiun sebagai bentuk kepuasan nasabah ?

**Kualitas pelayanan**

- a. Apakah Bsi Kcp Curup Memberikan Jaminan Bahwa Produk Yang Diberikan Berprinsipkan Syariah ?
- b. Bagaimana Standard Kualitas Pelayanan Yang Difasilitasi Oleh Bank Bsi Kcp Curup Kepada Nasabah ?
- c. Apakah Bsi Kcp Curup Sudah Melakukan Proses Pelayanan Kepada Nasabah Dengan Mudah, Cepat Dan Tanggap ?
- d. Menurut Anda Apakah Bsi Kcp Curup Sudah Eksist Di Mata Masyarakat Dan Calon Nasabah? Jika Iya Mengapa ? Berikan Alasannya.
- e. Apakah Standard Pelayanan Yang Telah Bsi Kcp Curup Terapkan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah ? Berikan Alasannya.

PEDOMAN WAWANCARA  
Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp  
Curup

Identitas informan

Nama : Fkri Suharyanto Putra

TTL : 18 Mei 1999

Alamat : Lempel

Pekerjaan : Karyawan Bank

Status pensiun/prapensiun :

Status informan : (karyawan/nasabah/masyarakat)

**Strategi Kompetitif**

**1. Keunggulan produk :**

- a. Apa Saja Keunggulan Produk Pensiun Yang Ditawarkan Bsi Kcp Curup Kepada Nasabah, Beserta Alasan Diberikannya Keunggulan Tersebut ?
- b. Apa saja kebutuhan-kebutuhan nasabah yang dapat terpenuhi melalui pembiayaan pensiun BSI Kcp Curup ?
- c. Apakah pembiayaan pensiun dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan nasabah? berikan alasannya. ?
- d. Bagaimana cara BSI Kcp curup konsisten dalam memprioritaskan kepuasan dan terpenuhinya kebutuhan nasabah sepanjang masa pembiayaan?
- e. Apa ciri khas yang menjadi nilai tambah produk pensiun BSI Kcp curup sehingga dapat berbeda dengan kompetitor ?
- f. Apakah BSI Kcp curup memfasilitasi bentuk bonus/hadiah dalam produk pensiun sebagai bentuk kepuasan nasabah ?

**2. Kualitas pelayanan**

- a. Apakah Bsi Kcp Curup Memberikan Jaminan Bahwa Produk Yang Diberikan Berprinsipkan Syariah ?
- b. Bagaimana Standard Kualitas Pelayanan Yang Difasilitasi Oleh Bank Bsi Kcp Curup Kepada Nasabah ?
- c. Apakah Bsi Kcp Curup Sudah Melakukan Proses Pelayanan Kepada Nasabah Dengan Mudah, Cepat Dan Tanggap ?
- d. Menurut Anda Apakah Bsi Kcp Curup Sudah Eksist Di Mata Masyarakat Dan Calon Nasabah? Jika Iya Mengapa ? Berikan Alasannya.
- e. Apakah Standard Pelayanan Yang Telah Bsi Kcp Curup Terapkan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah ? Berikan Alasannya.

PEDOMAN WAWANCARA  
Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp  
Curup

Identitas informan

Nama : MUR' Pondani

TTL :

Alamat : smarap

Pekerjaan : karyawan CSE BSI Kcp Curup

Status pensiun/prapensiun :

Status informan : (karyawan/nasabah/masyarakat)

### Strategi Kompetitif

#### 1. Keunggulan produk :

1. Apa Saja Keunggulan Produk Pensiun Yang Ditawarkan Bsi Kcp Curup Kepada Nasabah, Beserta Alasan Diberikannya Keunggulan Tersebut ?
2. Apa saja kebutuhan-kebutuhan nasabah yang dapat terpenuhi melalui pembiayaan pensiun BSI Kcp Curup ?
3. Apakah pembiayaan pensiun dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan nasabah? berikan alasannya. ?
4. Bagaimana cara BSI Kcp curup konsisten dalam memprioritaskan kepuasan dan terpenuhinya kebutuhan nasabah sepanjang masa pembiayaan?
5. Apa ciri khas yang menjadi nilai tambah produk pensiun BSI Kcp curup sehingga dapat berbeda dengan kompetitor ?
6. Apakah BSI Kcp curup memfasilitasi bentuk bonus/hadiah dalam produk pensiun sebagai bentuk kepuasan nasabah ?

#### Kualitas pelayanan

1. Apakah Bsi Kcp Curup Memberikan Jaminan Bahwa Produk Yang Diberikan Berprinsipkan Syariah ?
2. Bagaimana Standard Kualitas Pelayanan Yang Difasilitasi Oleh Bank Bsi Kcp Curup Kepada Nasabah ?
3. Apakah Bsi Kcp Curup Sudah Melakukan Proses Pelayanan Kepada Nasabah Dengan Mudah, Cepat Dan Tanggap ?
4. Menurut Anda Apakah Bsi Kcp Curup Sudah Eksist Di Mata Masyarakat Dan Calon Nasabah? Jika Iya Mengapa ? Berikan Alasannya.
5. Apakah Standard Pelayanan Yang Telah Bsi Kcp Curup Terapkan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah ? Berikan Alasannya.

**PEDOMAN WAWANCARA**  
Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp  
Curup

**Identitas informan**

Nama : ELLI ROSMALA DEWI. S.Pd.)

TTL : Curup, 12-11-1966

Alamat : Jl. Di Panjaitan Gg Maskam RT1 / RW 6.

Pekerjaan : Guru

Status pensiun/prapensiun :

Status informan : (karyawan/nasabah/masyarakat)

**Strategi Kompetitif**

**1. Produk**

- a. Apakah anda pernah menggunakan produk apapun yang ada pada bsi dan mandiri taspen ?
- b. Apakah anda mengetahui perbedaan antara bank mandiri taspen dan bsi ?
- c. Apakah anda berminat kepada pembiayaan/credit yang berprinsipkan syariah ? apa alasannya ?
- d. Apakah anda mengetahui apa itu pembiayaan/credit pensiun ? jelaskan ?
- e. Apakah anda berminat untuk menggunakan produk pembiayaan/credit pensiun ? berikan alasannya ?
- f. Apa yang anda inginkan terhadap bank dalam pemberian kredit pensiun kepada anda, sehingga anda mendapatkan kepuasan dalam menggunakan pembiayaan/credit pensiun ?

**2. Pelayanan**

- a. Jikalau anda pernah bertransaksi pada bsi dan bank mandiri taspen kcp curup. menurut anda bagaimana pelayanan bsi dan bank mandiri taspen yang anda rasakan ? berikan penjelasannya ?
- b. Standard pelayanan seperti apa yang anda inginkan kepada bank agar anda mendapatkan kepuasan ?

**3. Pemasaran**

- a. Apakah anda pernah mengikuti atau melihat sosialisasi credit pensiun bank ?  
Jika ia apakah anda berminat ?
- b. Apakah anda mengetahui bsi dan bank mandiri taspen memfasilitasi pembiayaan/credit pensiun ?

PEDOMAN WAWANCARA

Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp  
Curup

Identitas informan

Nama : DARHAMA. SH.

TTL : LAMPUNG, 2 APR. 1958.

Alamat : Gg. H. Masinggan, kel. Jalan Baru.

Pekerjaan : Pens. POLRI

Status pensiun/prapensiun : Pensiun

Status informan : (~~karyawan~~/nasabah/masyarakat)

**Strategi Kompetitif**

**1. Produk**

- a. Apakah anda pernah menggunakan produk apapun yang ada pada bsi dan mandiri taspen ?
- b. Apakah anda mengetahui perbedaan antara bank mandiri taspen dan bsi ?
- c. Apakah anda berminat kepada pembiayaan/credit yang berprinsipkan syariah ? apa alasannya ?
- d. Apakah anda mengetahui apa itu pembiayaan/credit pensiun ? jelaskan ?
- e. Apakah anda berminat untuk menggunakan produk pembiayaan/credit pensiun ? berikan alasannya ?
- f. Apa yang anda inginkan terhadap bank dalam pemberian kredit pensiun kepada anda, sehingga anda mendapatkan kepuasan dalam menggunakan pembiayaan/credit pensiun ?

**2. Pelayanan**

- a. Jikalau anda pernah bertransaksi pada bsi dan bank mandiri taspen kcp curup. menurut anda bagaimana pelayanan bsi dan bank mandiri taspen yang anda rasakan ? berikan penjelasannya ?
- b. Standard pelayanan seperti apa yang anda inginkan kepada bank agar anda mendapatkan kepuasan ?

**3. Pemasaran**

- a. Apakah anda pernah mengikuti atau melihat sosialisasi credit pensiun bank ?  
Jika ia apakah anda berminat ?
- b. Apakah anda mengetahui bsi dan bank mandiri taspen memfasilitasi pembiayaan/credit pensiun ?

PEDOMAN WAWANCARA

Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp  
Curup

Identitas informan

Nama : Qunnuh.

TTL :

Alamat : Samba lama.

Pekerjaan : Guru.

Status pensiun/prapensiun :

Status informan : (karyawan/nasabah/masyarakat)

**Strategi Kompetitif**

**1. Produk**

- a. Apakah anda pernah menggunakan produk apapun yang ada pada bsi dan mandiri taspen ?
- b. Apakah anda mengetahui perbedaan antara bank mandiri taspen dan bsi ?
- c. Apakah anda berminat kepada pembiayaan/credit yang berprinsipkan syariah ? apa alasannya ?
- d. Apakah anda mengetahui apa itu pembiayaan/credit pensiun ? jelaskan ?
- e. Apakah anda berminat untuk menggunakan produk pembiayaan/credit pensiun ? berikan alasannya ?
- f. Apa yang anda inginkan terhadap bank dalam pemberian kredit pensiun kepada anda, sehingga anda mendapatkan kepuasan dalam menggunakan pembiayaan/credit pensiun ?

**2. Pelayanan**

- a. Jikalau anda pernah bertransaksi pada bsi dan bank mandiri taspen kcp curup. menurut anda bagaimana pelayanan bsi dan bank mandiri taspen yang anda rasakan ? berikan penjelasannya ?
- b. Standard pelayanan seperti apa yang anda inginkan kepada bank agar anda mendapatkan kepuasan ?

**3. Pemasaran**

- a. Apakah anda pernah mengikuti atau melihat sosialisasi credit pensiun bank ?  
Jika ia apakah anda berminat ?
- b. Apakah anda mengetahui bsi dan bank mandiri taspen memfasilitasi pembiayaan/credit pensiun ?

PEDOMAN WAWANCARA  
Analisis Strategi Kompetitif Produk Pensiun Dan Prapensiun Pada Bank Syariah Indonesia Kcp  
Curup

Identitas informan

Nama : *Jay*

TTL : *2 - Januari - 1964*

Alamat : *Kepulauan*

Pekerjaan : *penun. umu*

Status pensiun/prapensiun :

Status informan : (~~karyawan~~/nasabah/masyarakat)

**Strategi Kompetitif**

**5. Persepsi nasabah :**

- a. Apa yang bapak/ibu ketahui tentang bank mandiri taspen ?
- b. Mengapa bapak/ibu tertarik menjadi nasabah bank mandiri taspen kcp curup ?

**c. Kualitas produk**

- a. Apakah kebutuhan bapak/ibu terpenuhi dalam menggunakan credit pensiun mandiri taspen Kcp Curup.
- b. Apakah Bapak/Ibu Puas Atas Produk credit Pensiun Yang Ditawarkan mandiri taspen Kcp Curup, Dan Apa Alasannya ?

**c. Pelayanan**

- e. Apakah Anda Sebelumnya Pernah Menggunakan Credit Di Bank syariah ? Jika Iya Apa Perbedaan Yang Anda Rasakan Menggunakan Produk credit bank konvensional ?
- f. Menurut Yang Anda Rasakan Apakah Proses Pelayanan Bank Mandiri Taspen Kcp Curup Mudah, Cepat Dan Tanggap Dalam Melayani Anda ?
- g. Sejak Kapan Dan Dari Mana Anda Mengetahui Bank Mandiri Taspen ?
- h. Apakah Anda Mendapatkan Kepuasan Terhadap Seluruh Proses Pelayanan Bank Mandiri Taspen Kepada Anda ? Dan Apa Alasannya ?