

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia (Ex Mandiri Syariah) KCP Tulungagung" ini ditulis oleh Galang Ihtiar Romadhon, NIM 12401173090, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dosen Pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sedikitnya yang mengetahui pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia Kcp Tulungagung karena produk tersebut yang tergolong masih baru dan juga banyak Bank-bank lain yang menawarkan pembiayaan serupa dengan lokasi antar bank yang berdekatan, oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui bagaimana upaya Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dalam meningkatkan produk pembiayaan pensiun, maka dari itu dibutuhkan strategi yang tepat dan terencana agar masyarakat khususnya pensiunan lebih tertarik dengan produk pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung di bandingkan dengan produk pembiayaan di bank-bank lainnya.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu : 1) untuk menjelaskan strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung 2) untuk menjelaskan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan produk pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diambil merupakan data primer dan sekunder. Adapun teknik pengumpulan data dalam metode ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan analisis model deduktif, berangkat dari permasalahan umum untuk diambil kesimpulan pada permasalahan khusus, sedangkan untuk menguji keabsahan data digunakan teknik triangulasi

Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) strategi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung menggunakan metode bauran pemasaran yang terdiri dari produk yang dimiliki dalam proses pembiayaan yang mudah dan cepat serta angsuran yang bersifat flat atau tetap sampai angsuran lunas, harga mampu bersaing dengan bank-bank lain di sekitar serta margin yang kompetitif, tempat yang strategis karena berada di tengah kota, promosi dengan mendatangi nasabah langsung kalau media iklan seperti browsur Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung belum menerapkannya, karyawan harus jujur,bertanggung jawab dan menjaga keharmonisan terhadap nasabah, proses yang dilakukan dalam produk pensiun cukup mudah tetapi penanganan terhadap produk pensiun cukup lama, bukti fisik kantor bagus, ruangan bersih tetapi interior berupa kursi masih sedikit. (2) dalam menghadapi persaingan Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung melakukan strategi distribusi yang unik dengan menanamkan rasa memiliki terhadap nasabah. Adapun dampak positif lain adalah bank mendapatkan informasi pesaing dari nasabah.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Produk, Pembiayaan Pensiun

ABSTRACT

The thesis with the title "Analysis of Pension Financing Product Marketing Strategy at Bank Syariah Indonesia (Ex Mandiri Syariah) KCP Tulungagung" was written by Galang Ihtiar Romadhon, NIM 12401173090, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, Tulungagung State Islamic Institute. Supervisor Ahmad Budiman, M.S.I.

This research was motivated by at least those who know pension financing at Bank Syariah Indonesia Kcp Tulungagung because the product is relatively new and also many other banks that offer similar financing with adjacent interbank locations, therefore researchers want to know how bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung's efforts in improving pension financing products, Therefore, a proper and planned strategy is needed so that people, especially retirees, are more interested in financing products at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung compared to financing products in other banks.

The purpose in this study is: 1) to explain the marketing mix strategy in increasing the number of customers of pension financing products at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung 2) to explain marketing strategies in the face of competition for pension financing products at Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung

This research uses qualitative research with a descriptive approach. The data retrieved is primary and secondary data. The data collection techniques in this method are interviews, observations and documentation. In analyzing the data, researchers use deductive model analysis, departing from common problems to draw conclusions on specific problems, while to test the validity of the data is used triangulation techniques.

The results showed that (1) the strategy carried out by Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung uses a marketing mix method consisting of products owned in an easy and fast financing process and installments that are flat or fixed until the installment is paid off, the price is able to compete with other banks around and competitive margins, a strategic place because it is in the middle of the city, promotion by going to customers directly if the advertising media like browsur Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung has not implemented it, employees must be honest, responsible and maintain harmony with customers, the process carried out in retirement products is quite easy but handling of retirement products long enough, physical evidence of a good office, clean room but interior in the form of chairs is still a little. (2) in the face of competition Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung conducts a unique distribution strategy by instilling a sense of belonging to customers. Another positive impact is that banks get competitor information from customers.

Keywords : *Strategy, Marketing, Products, Retirement Financing*