

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

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

Tahun demi tahun dimasa sekarang ini, banyak sekali permasalahan-permasalahan ekonomi yang mengganggu berbagai macam kegiatan dan kebutuhan masyarakat. Sehingga terjadi kesenjangan antara keinginan dan kemampuan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Melihat betapa pentingnya kebutuhan tersebut, maka bank menjadi salah satu lembaga untuk membantu permasalahan masyarakat yang terjadi. Didalam hal ini bank tidak hanya berlaku sebagai yang menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan, tetapi juga sebagai lembaga intermediasi antara anggota masyarakat yang kelebihan dana dengan anggota masyarakat yang memerlukan dana tersebut.

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 6.

Lahirnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 mengenai perbankan telah memberikan peluang yang besar bagi pengembangan perbankan syariah. Dari peraturan perundang-undangan ini dapat diketahui bahwa tujuan dikembangkan bank syariah adalah untuk memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak menerima konsep bunga. Dengan *dual banking system*, mobilitas dana masyarakat dapat diserap secara luas, terutama daerah-daerah yang tidak bisa dijangkau oleh bank konvensional.<sup>2</sup>

Pensiun merupakan masa seseorang berhenti bekerja dan mendapatkan penghasilan. Dalam suatu lembaga atau perusahaan, Seseorang dikatakan pensiun karena menuanya usia dan mencapai batas usia produktifnya dalam menjalankan pekerjaan tersebut.

Hendaknya setiap orang dari sejak dini memulai untuk menyisihkan sebagian uang dari penghasilannya. Karena, sebagian besar dari orang yang masih berusia produktif kurang menyadari sumber pendanaan yang akan didapatkan diusia pensiun, bahkan banyak yang tidak peduli dengan sumber pendanaan diusia pensiun. Padahal ketidakpeduliannya tersebut dapat meningkatkan risiko kesulitan dana yang akan terjadi diusia pensiun.

---

<sup>2</sup> Abdul Maman, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Peranmedia Group, 2012), h. 209.

Bank Syariah Mandiri mempunyai berbagai macam produk baik menghimpun dana dan penyaluran dana. Produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri yaitu produk *funding* yaitu seperti tabungan, deposito dan giro, dan produk *financing* berupa pembiayaan konsumen (pembiayaan pensiun berkah, pembiayaan otto berkah, pembiayaan mitraguna berkah dan pembiayaan griya berkah) serta pembiayaan warung mikro. Dalam program *financing* atau pembiayaan, salah satu produk pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri adalah pembiayaan pensiun yang merupakan pembiayaan konsumtif yang hanya diberikan kepada para pensiun yang berasal dari lingkungan pensiun karyawan, (PNS, BUMN atau BUMD) atau janda pensiun.<sup>3</sup>

Maka dari itu diadakannya program pembiayaan oleh Bank Syariah Mandiri yang didasari oleh perjanjian kerjasama antara Bank Syariah Mandiri lembaga pengelolaan dana pensiun seperti PT. Taspen maupun dana pensiun lainnya adalah untuk memberikan manfaat pasti bagi perorangan maupun karyawan atau pekerja, membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dihari tua serta memenuhi kebutuhan para pensiun yang kekurangan atau membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhannya.

Pembiayaan pensiun tergolong produk penyaluran dana yang masih baru, di Bank Syariah Mandiri KC Serang. Jumlah

---

<sup>3</sup> [www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id), Diakses pada 4 September 2020.

nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri KC Serang, bisa dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Nasabah Pembiayaan Pensiunan BSM KC Serang**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b><i>Outstanding</i></b>	<b>Total Nasabah</b>
1	2017	5.525.700.000	41
2	2018	9.635.144.000	74
3	2019	5.479.163.000	52
4	September 2020	8.512.800.000	58
<b>Jumlah</b>		29.152.807.000	225

*Sumber: Data Pembiayaan Pensiunan BSM KC Serang  
2017 – September 2020*

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa jumlah nasabah pembiayaan pensiunan mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2017–2018 dari 41 nasabah meningkat hingga 74 nasabah dan menurun pada tahun 2019 sebesar 52 nasabah. Akan tetapi, berprogres kembali pada September 2020 menambah menjadi 58 nasabah. Sehingga total 225 nasabah.

Penurunan jumlah nasabah ini terjadi karena persaingan yang cukup ketat, dimana banyak bank-bank lain yang

menawarkan pembiayaan serupa dengan lokasi antar bank yang berdekatan, seperti BRI, BJB, BTPN, Mandiri Taspen, BWS, dan BTN.

Berdasarkan Latar Belakang Diatas, Penulis Tertarik Untuk Membahas Tentang Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Pensiunan Yang Berjudul “**Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Para Pensiunan Di Bank Syariah Mandiri**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui :

1. Permasalahan pada penilitan ini yaitu produk pembiayaan dana pensiun di bank syariah mandiri, belum banyak dikenal oleh masyarakat terutama para pensiunan.
2. Dalam penerapan teori strategi pemasaran dan praktik berbanding terbalik dalam pelaksanaannya. Perlunya strategi pemasaran yang tepat agar produk pembiayaan pensiun ini dapat bersaing dengan produk pembiayaan lainnya.
3. Minimnya jumlah kantor BSM di Serang sehingga para pensiunan yang berada di wilayah kabupaten atau pelosok sulit untuk menjangkaunya.
4. Belum adanya sistem pengambilan melalui ATM.

5. Kebanyakan orang tidak memikirkan kehidupan dan kebutuhan diusia pensiunnya. Setelah berada di usia pensiunnya mereka benar-benar kekurangan daya belinya.

### **C. Batasan Masalah**

Mengingat keterbatasan penulis akan waktu dalam penelitian serta kemampuan dalam hal meneliti, pembatasan masalah ini bertujuan agar pembahasan penelitian ini tidak meluas, maka penulis membatasi penulisannya hanya pada strategi pemasaran dari pembiayaan para pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pensiunan yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang?
2. Apa saja hambatan dalam pemasaran produk pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan para pensiunan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang.
2. Untuk mengetahui hambatan dalam pemasaran pembiayaan para pensiunan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang.

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini digunakan bagi kalangan intelektual, pelajar, praktisi akademik dan masyarakat umum yang ingin mengetahui tentang strategi pembiayaan para pensiun dan hambatan-hambatan dalam pemasaran pembiayaan para pensiun pada Bank Syariah Mandiri itu sendiri.

### **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi lembaga keuangan syariah atau bank lain hasil penelitian dapat bermanfaat dalam melakukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif.
- b. Bagi penulis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran pembiayaan para pensiun dan hambatan-hambatan dalam pemasaran pembiayaan para pensiun pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang.

## **G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Dalam penelitian, terkadang ada tema yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan walaupun arah tujuan yang diteliti berbeda. Dari penelitian ini menemukan beberapa sumber kajian lain yang telah lebih dahulu membahas terkait “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiunan Di Bank Syariah Mandiri”.

Penelitian yang dilakukan oleh Khoirul Nisa BR Purba di tahun 2018 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri KC Perbaungan”.<sup>4</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam melaksanakan kegiatan pemasaran produk pembiayaan pensiun salah satunya dengan cara *visiting door to door*. Dan yang menjadi kendalanya adalah alamat rumah nasabah yang jauh dan sulitnya akses jalanan yang harus ditempuh oleh para marketer bank. Terkadang pula data alamat yang didapat dari BKD maupun CV. Eka Akar Jati tidak lagi sesuai dengan alamat calon nasabah dikarenakan calon nasabah sudah pindah.

Adanya perbedaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoirul Nisa yaitu terletak pada objek penelitian tersebut yakni di Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan, Medan, Sumatera Utara pada tahun 2018. Sedangkan objek

---

<sup>4</sup> Khoirul Nisa BR Purba, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Perbaungan”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan 2018).

penelitian penulis yakni di Serang Banten pada tahun 2020. Adapun persamaan penelitian antara Khoirul Nisa dengan penulis yaitu terkait produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri dan metode penelitian kualitatif-deskriptif.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Purwati di tahun 2017 dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicilan Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”.<sup>5</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung menunjukkan kondisi baik. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan meningkatnya jumlah nasabah dibandingkan dengan pegadaian syariah.

Adanya perbedaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri yaitu terletak pada objek penelitian dan subjek penelitian, objek penelitiannya di Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung pada tahun 2017 dan subjeknya yaitu pembiayaan murabahah pada produk cicilan emas, sedangkan objek penelitian penulis yakni di Bank Syariah Mandiri KC Serang Banten pada tahun 2020 dan subjeknya pembiayaan pensiun. Adapun persamaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri yaitu terletak pada

---

<sup>5</sup> Sri Purwati, “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicilan Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung)”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).

pembahasan produk pembiayaan di Bank Syariah Mandiri, serta metode penelitian kualitatif-deskriptif.

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Fitri Maryani di tahun 2016 dengan judul “Analisis Pengaruh Pembiayaan Bermasalah Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Tahun 2010-2015”.<sup>6</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar *Non Performing Financing* (NPF) maka *Return On Asset* (ROA) yang diperoleh semakin kecil. Peningkatan *Non Performing Financing* (NPF) akan mempengaruhi profitabilitas bank, karena semakin tinggi NPF maka akan semakin buruk kualitas pembiayaan bank yang menyebabkan jumlah pembiayaan bermasalah semakin besar.

Adanya perbedaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka yaitu terletak pada subjek penelitian dan metode penelitian, yakni pembiayaan bermasalah dan profitabilitas pada bank syariah dan juga metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Adapun persamaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka yaitu terletak pada pembahasan pembiayaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ismiyati Mutmainnah di tahun 2013 dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Produk Tabungan Haji Pada Bank

---

<sup>6</sup> Eka Fitri Maryani, “Analisis Pengaruh Pembiayaan Bermasalah Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Tahun 2010-2015”, (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Raden Fatah Palembang 2016).

Sulselbar Syariah Cabang Makasar”.<sup>7</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari pengujian hipotesis dapat disimpulkan hasil uji  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Artinya adalah ada pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan produk tabungan haji. Adapun faktor pendukung dari Bank Sulselbar Syariah ini adalah prosedur yang mudah dan lokasi perusahaan yang sangat strategis, berada ditengah-tengah pusat bisnis sehingga mudah untuk dijangkau. Adapun faktor penghambatnya ialah banyaknya lembaga keuangan lain sehingga persaingan mencari nasabah sangat ketat.

Adanya perbedaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismiyati yaitu terletak pada subjek, objek penelitian dan metode penelitian yakni produk tabungan haji, Bank Sulselbar Syariah dan metode penelitiannya ialah kuantitatif, sedangkan subjek penulis yakni pembiayaan pensiunan serta objeknya di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Serang dan metode yang digunakan pun metode kualitatif. Adapun persamaan penulis dengan penelitian yang dilakukan Ismiyati yakni membahas strategi pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Faridah pada tahun 2018 dengan judul “Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Mataram dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif

---

<sup>7</sup> Ismiyati Mutmainnah, “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Produk Tabungan Haji Pada Bank Sulselbar Syariah Cabang Makasar”, (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makasar 2013).

Pada Masyarakat”.<sup>8</sup> Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan bank syariah mandiri kantor cabang mataram dalam memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat, antara lain: melakukan sosialisasi, menjalin kerjasama dengan berbagai instansi, menyebar brosur, menerapkan sistem jemput bola, melakukan penjualan pribadi (*personal-selling*), membuat iklan dan mempublikasikan produk–produk yang disediakan oleh bank syariah mandiri.

Adanya perbedaan antara penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Faridah yang terletak pada subjek dan objek yakni pembiayaan konsumtif dan objek penelitiannya dilakukan di kantor cabang Mataram, sedangkan subjek penulis yakni pembiayaan pensiun dan objek penelitiannya di kantor cabang Serang. Adapun persamaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Faridah yakni pembahasan mengenai strategi pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Firda Annisa pada tahun 2017 dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Dana Pensiun Lembaga Keuangan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin”.<sup>9</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah DPLK yang digunakan dengan cara *cross*

---

<sup>8</sup> Faridah, “Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Mataram Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat,” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2018).

<sup>9</sup> Firda Annisa, “Strategi Pemasaran Syariah Pensiun Lembaga Keuangan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin,” (Skripsi UIN Antasari Banjarmasin 2017).

*selling*, brousur dan sosialisasi di *event-event* tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi pun meliputi faktor internal dan faktor eksternal, yaitu jika ingin mengetahui yang dimiliki maka harus pergi ke Bank Muamalat, belum ada aplikasi *online* untuk pengecekan saldo tersebut, tidak adanya kartu ATM seperti tabungan pada umumnya, hanya dapat diambil 30% dari jumlah dana pengembangan yang tersimpan, adanya gangguan sistem yang disebabkan oleh gangguan *server*, banyaknya bank lain yang mengeluarkan program dana pensiun yang serupa, baik bank syariah maupun konvensional sehingga nasabah memiliki banyak pilihan program dana pensiun yang diinginkan.

Adanya perbedaan antara penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Firda yang terletak pada objek penelitian yaitu di Bank Muamalat Indonesia, sedangkan penulis melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri. Adapun persamaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Firda yakni pembahasan tentang strategi pemasaran dan pembiayaan pensiun.

Penelitian yang dilakukan oleh Edi Santoso dan Riawan pada tahun 2017 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)”.<sup>10</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan BPRS adalah untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dalam dunia perbankan, selaras dengan tuntutan globalis di masa mendatang serta

---

<sup>10</sup> Edi Santoso dan Riawan, “Strategi Pemasaran Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 03 (29 November 2017) Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, h. 157-166.

memberdayakan ekonomi mikro di daerah-daerah yang mungkin belum terwadahi dengan maksimal oleh keberadaan bank umum syariah dan unit usaha syariah. Dari hasil wawancara ditemukan bahwa BPRS dalam menawarkan produknya, hendaknya selalu memanfaatkan warga Muhammadiyah untuk dijadikan sebagai nasabah, hal ini terbukti dengan lebih dominannya jumlah nasabah yang ada di BPRS. Dari data yang diperoleh bahwa penghimpunan dan penyaluran dana untuk setiap bulan selalu mengalami peningkatan, hal ini akan menjadi kekuatan BPRS untuk tetap bertahan untuk jangka panjang.

Adanya perbedaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Edi dan Riawan terletak pada objek penelitian yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), sedangkan penulis melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri. Adapun persamaan penulis dengan peneliti yakni pembahasan tentang strategi pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ayu Sri Wahyuni pada tahun 2016 dengan judul “Strategi Pemasaran Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Sumber Cirebon”.<sup>11</sup> Dari hasil analisis tersebut diperoleh gambaran bahwa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu sumber Cirebon, sejak diluncurkan pada bulan Januari 2014 sampai dengan bulan Maret 2016 pencapaian target produk

---

<sup>11</sup> Dewi Ayu Sri Wahyuni, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sumber Cirebon,” (Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon 2016).

pembiayaan UMKM mengalami naik turun yang tidak beraturan sehingga PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sumber Cirebon menetapkan strategi-strategi pemasaran yang tepat agar dapat diterima oleh masyarakat luas dan dapat bersaing dengan bank lain yang memiliki produk sejenis.

Adanya perbedaan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi terletak pada objek penelitian yaitu Bank Muamalat Indonesia dan pembiayaan UMKM, sedangkan penulis melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri dan pembiayaan pensiun. Adapun persamaan penulis dengan peneliti yakni pembahasan tentang strategi pemasaran.

**Tabel 1.2**  
**Penelitian Yang Relevan**

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri KC Perbaungan” Khoirul Nisa BR Purba, 2018	Variabel Y dan Variable X	Subjek penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam melaksanakan kegiatan pemasaran produk pembiayaan pensiun salah satunya dengan cara <i>visiting door to door</i> . Dan yang menjadi

				kendalanya adalah alamat rumah yang jauh dan sulitnya akses jalanan yang harus ditempuh oleh para marketer bank.
2	“Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicilan Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”. Sri Purwati, 2017	Variabel Y	Variabel X	Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung menunjukkan kondisi baik. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan meningkatnya jumlah nasabah dibandingkan dengan pegadaian syariah.
3	“Analisis Pengaruh Pembiayaan Bermasalah Terhadap Profitabilitas Pada	Variabel X <sub>1</sub>	Variabel Y, Variabel X <sub>2</sub> dan metode penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar <i>Non Performing Financing</i> (NPF)

	Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Tahun 2010-2015”. Eka Fitri Maryani, 2016			maka <i>Return On Asset</i> (ROA) yang diperolehkan semakin kecil. Peningkatan <i>Non Performing Financing</i> (NPF) akan mempengaruhi profitabilitas bank, karena semakin tinggi NPF maka akan semakin buruk kualitas pembiayaan bank yang menyebabkan jumlah pembiayaan bermasalah semakin besar.
4	“Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Produk Tabungan Haji Pada Bank Sulselbar Syariah Cabang Makasar”. Ismiyati	Variabel Y	Variabel X, subjek penelitian, dan metode penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari pengujian hipotesis dapat disimpulkan hasil uji $r_{hitung}$ lebih besar dari $r_{tabel}$ . Artinya adalah ada

	Mutmainnah, 2013			pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan produk tabungan haji.
5	“Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Mataram dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat”. Faridah, 2018.	Variabel Y	Variabel X	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan BSM kantor cabang mataram dalam memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat, antara lain: melakukan sosialisasi, menjalin kerjasama dengan berbagai instansi, menyebar brosur, menerapkan sistem jemput bola.
6	“Strategi Pemasaran Syariah Dana Pensiun Lembaga Keuangan Pada PT.	Variabel Y dan Variabel X <sub>1</sub>	Variabel X <sub>2</sub>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah DPLK yang

	Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin”. Firda Annisa, 2017.			digunakan dengan cara <i>cross selling</i> , brousur dan sosialisasi di <i>event-event</i> tertentu.
7	“Strategi Pemasaran Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)”. Edi Santoso dan Riawan, 2017.	Variabel Y	Variabel X	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan BPRS adalah untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dalam dunia perbankan. Dari data yang diperoleh bahwa penghimpunan dan penyaluran dana untuk setiap bulan selalu mengalami peningkatan, hal ini akan menjadi kekuatan BPRS untuk tetap bertahan untuk jangka panjang.
8	“Strategi Pemasaran	Variabel Y	Variabel X	Dari hasil analisis

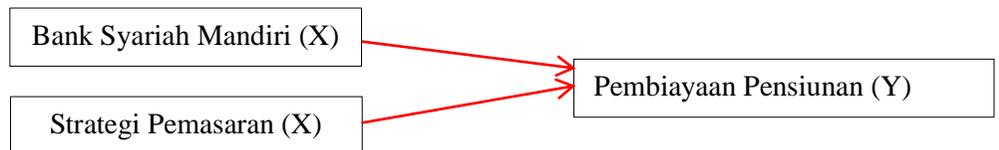
	Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Sumber Cirebon". Dewi Ayu Sri Wahyuni, 2016.			tersebut pencapaian target produk pembiayaan UMKM mengalami naik turun yang tidak beraturan sehingga PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sumber Cirebon menetapkan strategi-strategi pemasaran yang tepat agar dapat diterima oleh masyarakat luas dan dapat bersaing dengan bank lain yang memiliki produk sejenis.
--	---	--	--	---

### H. Kerangka Pemikiran

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang merupakan lembaga keuangan yang telah menggunakan akad *murabahah*, *ijarah* dan *musyarakah mutanaqishah (MMQ)* yang digunakan dalam produk pembiayaannya yaitu pembiayaan pensiun. Nasabah akan mendapatkan pembiayaan pensiun untuk memenuhi kekurangan dari kebutuhannya dengan jangka waktu 15 tahun.

Pembiayaan pensiun merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk kebutuhan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan Manfaat Pensiun yang diterima.

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**



## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan memberikan gambaran secara umum dari keseluruhan skripsi ini, agar memudahkan penulis maka disusunlah sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan menjelaskan latarbelakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan sistematika pembahasan.

**Bab II : KAJIAN TEORI**

Pada bab ini, penulis mengemukakan seputar teori yang telah ada dan dijadikan landasan dalam penulisan skripsi ini menguraikan tentang kajian teori yang berisi tentang penerapan akad, bank syariah, norma dan mekanisme serta strategi pemasaran pembiayaan pensiun.

**Bab III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan yang berisi dari tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel latar penelitian, metode dan prosedur penelitian, data dan sumber data, teknik dan prosedur pengumpulan data, teknik dan validasi data.

**Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, analisis hasil penelitian melalui observasi dan wawancara kebagian manager marketing.

**Bab V : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang dapat penulis ajukan sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan. Disamping itu penulis juga menyertakan Daftar Pustaka.