

## **BAB III**

### **ANALISIS DESKRIPTIF**

#### **3.1 Data Umum**

##### **3.1.1 Sejarah Perusahaan**

Kehadiran Bank Syariah Mandiri pada tahun 1999, merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997-1998. Sebagaimana kita ketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan berbagai macam dampak negatif yang sangat hebat terhadap kehidupan masyarakat, tidak terkecuali pada dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis yang luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank yang ada di Indonesia.

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

Pada tanggal 31 Juli 1999, pemerintah melakukan penggabungan terhadap empat bank, yaitu Bank Bumi Daya, Bank Exim, Bank Dagang Negara, dan Bapindo menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero).

Kebijakan tersebut menjadikan PT.Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Kemudian Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah sebagai upaya untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai wujud respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah mengamati bahwa pemberlakuan Undang-Undang No.10 Tahun 1998, merupakan saat yang tepat untuk melakukan konversi PT.Bank Susila Bakti yang awalnya merupakan bank konvensional menjadi bank syariah. Karena hal tersebut, Tim Pengembangan Perbankan Syariah mempersiapkan segala sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama baru yaitu PT.Bank Syariah Mandiri.

Perubahan kegiatan usaha tersebut dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999, yang selanjutnya melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

### 3.1.2 Profil Perusahaan

PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak hari Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT. Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri (BSM) tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Per Desember 2017, Bank Syariah Mandiri telah memiliki 737 kantor layanan di seluruh Indonesia, dengan akses lebih dari 196.000 jaringan ATM. Lokasi kantor pusat BSM berada di Wisma Mandiri I Jl. M.H. Thamrin No.5, Jakarta.

### 3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

#### (1) Visi Perusahaan

Sebagai salah satu Bank Syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Mandiri memiliki visi, yaitu menjadi bank syariah yang terdepan dan modern, adapun visi tersebut dijabarkan sebagai berikut (Bank Syariah Mandiri, 2019) :

#### a. Untuk Nasabah

Bank Syariah Mandiri merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan. Dengan memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik kepada nasabah, akan meningkatkan sikap loyal nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri.

#### b. Untuk Pegawai

Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional. Hal tersebut dapat membuat seluruh pegawai merasa nyaman dengan lingkungan tempat mereka bekerja.

c. Untuk Investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan *value* berkesinambungan. Hal tersebut dapat menambah rasa percaya kepada para investor untuk berinvestasi di Bank Syariah Mandiri.

(2) Misi Perusahaan

Guna menunjang terwujudnya visi tersebut, maka dari itu Bank Syariah Mandiri memiliki misi sebagai berikut (Bank Syariah Mandiri, 2019) :

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan

3.1.4 Budaya Perusahaan

Dalam upaya mewujudkan visi dan misinya, Bank Syariah Mandiri menuntut para pegawainya untuk menerapkan nilai-nilai yang seragam. Insan-insan BSM telah menggali dan menyepakati nilai-nilai dimaksud, yang kemudian disebut BSM *Shared Values*, dan biasa disingkat menjadi ETHIC, yang terdiri dari (Bank Syariah Mandiri, 2019) :

- a. *Excellence* yaitu bekerja keras, cerdas, tuntas dengan sepenuh hati untuk memberikan hasil terbaik
- b. *Teamwork* yaitu aktif, bersinergi untuk meraih sukses bersama
- c. *Humanity* yaitu peduli, ikhlas, memberi maslahat dan mengalirkan berkah bagi negeri
- d. *Intergrity* yaitu jujur, taat, amanah dan bertanggung jawab
- e. *Customer Focus* yaitu berorientasi pada kepuasan pelanggan, yang berkesinambungan dan saling menguntungkan

## **3.2 Data Khusus**

### **3.2.1 Produk Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri**

#### **1. Pengertian Produk Pembiayaan Pensiun**

Produk Pembiayaan Pensiun yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta merupakan fasilitas pembiayaan konsumen yang termasuk dalam pembiayaan multiguna kepada pensiunan. Pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun secara langsung yang diterima setiap bulannya oleh bank. Dengan proses administrasi yang cepat, dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

#### **2. Keunggulan**

Produk pembiayaan pensiun ini memiliki beberapa keunggulan yang bisa didapatkan oleh nasabah, antara lain :

a. Mudah

Pembiayaan pensiunan dapat memberikan kesempatan dan kemudahan bagi nasabah dalam memperoleh fasilitas pembiayaan, karena hanya dengan agunan SK Pensiun dan juga pemotongan secara langsung uang pensiun yang diterima tiap bulannya. Dengan jumlah angsuran yang ringan tiap bulannya, dapat membantu nasabah untuk mendapatkan kemudahan dalam proses pemotongannya.

b. Ringan

Keunggulan selanjutnya yaitu adanya keringanan yang didapatkan oleh nasabah. Keringanan tersebut dikarenakan sistem pembayaran angsuran melalui uang pensiun yang secara langsung dipotong tiap bulannya.

c. Cepat

Proses pengajuan pembiayaan pensiun yang cepat, maksimal 3 hari. Dalam memroses pengajuan pembiayaan antara nasabah dengan pihak bank harus bekerja sama dengan baik, misalnya dalam proses pengumpulan dokumen nasabah dapat dilakukan dalam waktu 1 hari, apabila dokumen yang dibutuhkan dalam kondisi yang lengkap.

### 3. Akad Pembiayaan Pensiun

Berdasarkan penggunaannya, dalam pembiayaan pensiun digunakan 2 akad, yaitu akad *murabahah* dan akad *ijarah*. Dalam penggunaan akad tersebut, sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan nasabah, antara lain :

a. Akad *Murabahah*

Akad *murabahah* digunakan dalam pembiayaan yang diperuntukkan untuk kebutuhan renovasi rumah, pembelian kebutuhan rumah tangga, pembelian kendaraan bermotor, dan juga pembelian barang usaha. Akad *murabahah* ini biasa disebut juga dengan akad jual beli.

b. Akad *Ijarah*

Akad *ijarah* digunakan dalam pembiayaan yang diperuntukkan untuk kebutuhan biaya sekolah, dan yang menjadi objek akad tersebut adalah manfaat fasilitas sekolah yang diterima. Akad *ijarah* biasa disebut juga dengan akad sewa menyewa.

4. Syarat Pembiayaan Pensiun

Syarat yang diperlukan dalam pengajuan produk pembiayaan pensiun adalah sebagai berikut :

a. Kriteria bagi nasabah

Kriteria bagi nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan pensiun antara lain :

1. Cakap hukum
2. Nasabah merupakan pensiunan Pegawai Negeri Sipil Pusat/Daerah, TNI, POLRI, Pensiunan pegawai BUMN/Swasta
3. Selain pensiunan Program PT.Taspen, harus ada PKS BSM

4. Saat jatuh tempo (lunas), usia maksimal 75 tahun
5. Apabila belum menjadi nasabah BSM, bersedia memindahkan pembayaran pensiun bulannya ke BSM
6. Plafond maksimal Rp.200.000.000-, (tanpa agunan), dengan jangka waktu 15 tahun
7. Angsuran tetap, tidak berubah selama masa pembiayaan

b. Dokumen yang dibutuhkan

Berikut adalah dokumen-dokumen yang dibutuhkan saat pengajuan pembiayaan pensiun, antara lain :

1. Formulir permohonan pembiayaan yang telah diisi lengkap dan ditandatangani
  2. Surat permohonan nasabah
  3. Fotokopi SK Pensiun
  4. Fotokopi KTP nasabah dan pasangan
  5. Fotokopi Kartu Keluarga
  6. Fotokopi Kartu Identitas Pensiun (KARIP)
  7. Fotokopi NPWP (apabila pembiayaan yang diajukan lebih dari Rp.50.000.000,-)
  8. Fotokopi akta nikah nasabah/akta cerai/keterangan meninggal
  9. Pas foto terbaru, berwarna, ukuran 3x4, 2 lembar
5. Contoh Kasus Pengajuan Produk Pembiayaan Pensiun

Tabel 3.1 Simulasi Angsuran Pembiayaan Pensiun dalam Rupiah

PLAFOND	1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun	4 Tahun	5 Tahun
10.000.000	890,829	473,073	334,536	265,800	224,979



15.000.000	1,336,243	709,610	501,804	398,700	337,469
20.000.000	1,781,657	946,146	669,073	531,600	449,959
25.000.000	2,137,989	1,135,375	802,887	637,920	539,951
30.000.000	2,227,072	1,182,683	836,341	664,500	562,448
35.000.000	2,672,486	1,419,219	1,003,609	797,400	674,938
40.000.000	3,117,900	1,655,756	1,170,877	930,300	787,428
45.000.000	3,563,315	1,892,292	1,338,145	1,063,200	899,918
50.000.000	4,008,729	2,128,829	1,505,413	1,196,100	1,012,407
55.000.000	4,454,143	2,365,365	1,672,681	1,329,000	1,124,897
60.000.000	4,899,557	2,601,902	1,839,949	1,461,900	1,237,387
65.000.000	5,344,972	2,838,438	2,007,218	1,594,800	1,349,876
70.000.000	5,790,386	3,074,975	2,174,486	1,727,700	1,462,366
75.000.000	6,235,800	3,311,512	2,341,754	1,860,600	1,574,856
80.000.000	6,681,215	3,548,048	2,509,022	1,993,500	1,687,345
90.000.000	7,126,629	3,784,585	2,676,290	2,126,400	1,799,835
100.000.000	8,017,458	4,257,658	3,010,826	2,392,200	2,021,814
110.000.000	8,908,286	4,730,731	3,345,363	2,658,000	2,249,794
120.000.000	9,799,115	5,203,804	3,679,899	2,923,800	2,474,773
130.000.000	10,689,944	5,676,877	4,014,435	3,189,600	2,699,753
140.000.000	11,580,772	6,149,950	4,348,971	3,455,400	2,924,723
150.000.000	12,471,601	6,623,023	4,683,508	3,721,200	3,149,711
160.000.000	13,362,429	7,096,096	5,018,044	3,987,000	3,374,691
170.000.000	14,253,258	7,569,169	5,352,580	4,252,800	3,599,670
180.000.000	15,144,087	8,042,242	5,687,116	4,518,600	3,824,649
190.000.000	16,034,915	8,515,315	6,021,653	4,784,400	4,049,629
200.000.000	16,925,744	8,988,389	6,356,189	5,050,200	4,274,608

Sumber : Bank Syariah Mandiri, 2019

PLAFOND	6 Tahun	7 Tahun	8 Tahun	9 Tahun	10 Tahun
10.000.000	198,112	179,212	165,228	154,676	146,376
15.000.000	297,168	268,819	247,932	323,013	219,564
20.000.000	396,224	358,425	330,576	309,351	292,752
25.000.000	475,468	430,110	396,691	371,221	351,303
30.000.000	495,279	448,031	413,220	386,689	365,940
35.000.000	594,335	537,637	495,864	464,027	439,129
40.000.000	693,391	627,243	578,508	541,364	512,317
45.000.000	792,447	716,850	661,152	618,702	585,505
50.000.000	891,503	806,456	743,796	696,040	658,693
55.000.000	990,559	896,062	826,44	773,378	731,881
60.000.000	1,089,615	985,668	909,084	850,715	805,069

65.000.000	1,188,671	1,075,274	991,729	928,053	878,257
70.000.000	1,287,727	1,164,880	1,074,373	1,005,391	951,445
75.000.000	1,386,783	1,254,487	1,157,017	1,082,729	1,024,633
80.000.000	1,485,838	1,344,093	1,239,661	1,160,066	1,097,821
90.000.000	1,584,894	1,433,699	1,322,305	1,327,404	1,171,009
100.000.000	1,783,006	1,612,911	1,487,593	1,392,080	1,317,386
110.000.000	1,981,118	1,792,124	1,652,881	1,546,755	1,463,762
120.000.000	2,179,230	1,971,336	1,818,169	1,701,431	1,610,138
130.000.000	2,377,341	2,150,549	1,983,457	1,856,106	1,756,514
140.000.000	2,575,453	2,329,761	2,148,745	2,010,782	1,902,890
150.000.000	2,773,565	2,508,973	2,314,033	2,165,457	2,049,266
160.000.000	2,971,677	2,688,186	2,479,321	2,320,133	2,195,643
170.000.000	3,169,789	2,867,398	2,644,609	2,474,808	2,342,019
180.000.000	3,367,900	3,046,611	2,809,897	2,629,484	2,488,395
190.000.000	3,566,012	3,225,823	2,975,186	2,784,159	2,634,771
200.000.000	3,764,124	3,405,035	3,140,474	2,938,835	2,781,147

Sumber : Bank Syariah Mandiri, 2019

PLAFOND	11 Tahun	12 Tahun	13 Tahun	14 Tahun	15 Tahun
10.000.000	139,754	134,386	129,997	126,317	123,252
15.000.000	209,631	201,579	194,965	189,475	184,878
20.000.000	279,509	268,771	259,953	252,634	246,504
25.000.000	335,410	322,526	311,944	303,160	295,805
30.000.000	349,386	335,964	324,942	315,792	308,131
35.000.000	419,263	403,157	389,930	378,951	369,757
40.000.000	489,140	470,350	454,918	442,109	431,383
45.000.000	559,017	537,543	519,906	505,267	493,009
50.000.000	628,894	604,736	584,895	568,426	554,635
55.000.000	698,771	671,929	649,883	631,584	616,261
60.000.000	768,649	739,122	714,871	694,743	677,887
65.000.000	838,526	806,314	779,860	757,901	739,513
70.000.000	908,403	873,507	844,848	821,059	801,139
75.000.000	978,280	940,700	909,836	884,218	862,765
80.000.000	1,048,157	1,007,893	974,825	947,376	924,392
90.000.000	1,118,034	1,075,086	1,039,813	1,010,535	986,018
100.000.000	1,257,789	1,209,472	1,169,789	1,136,852	1,109,270
110.000.000	1,397,543	1,343,857	1,299,766	1,263,168	1,232,522
120.000.000	1,537,297	1,478,243	1,429,743	1,389,485	1,355,774

130.000.000	1,677,051	1,612,629	1,559,719	1,515,802	1,479,026
140.000.000	1,816,806	1,747,014	1,689,696	1,642,119	1,602,279
150.000.000	1,956,560	1,881,400	1,819,673	1,768,436	1,725,531
160.000.000	2,096,314	2,015,786	1,949,649	1,894,753	1,848,783
170.000.000	2,236,069	2,150,172	2,079,626	2,021,069	1,972,035
180.000.000	2,375,823	2,284,557	2,209,602	2,147,386	2,095,288
190.000.000	2,515,577	2,418,943	2,339,579	2,273,703	2,218,540
200.000.000	2,655,332	2,553,329	2,469,556	2,400,020	2,341,792

Sumber : Bank Syariah Mandiri, 2019

Contoh Kasus :

1. Pak Sumardjono adalah seorang pensiunan dari Balai Besar Kulit, Karet dan Plastik (BBKPP) Yogyakarta. Usia beliau saat akan mengajukan pembiayaan adalah 58 tahun. Beliau menyampaikan bahwa ingin mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri untuk keperluan renovasi usaha kos-kosan miliknya, akan tetapi Pak Sumardjono masih memiliki tanggungan pembiayaan di bank lain sebesar Rp. 170.000.000. Beliau berniat untuk menutup tanggungan yang ada di bank konvensional tersebut, dan memindahkannya ke Bank Syariah Mandiri. Pak Sumardjono ingin mengajukan plafond sebesar Rp. 200.000.000, dengan jangka waktu pelunasan selama 10 tahun. Berikut adalah perhitungannya.

Penyelesaian :

a. Biaya Administrasi :  $1\% \times \text{Plafond} = 1\% \times \text{Rp. } 200.000.000$

$= \text{Rp. } 2.000.000$

b. Asuransi :

- $\text{Plafond} \times 2,25\% = \text{Rp. } 200.000.000 \times 2,25\% = \text{Rp. } 4.500.000$

- $(\text{Rp. } 200.000.000 + \text{Rp. } 4.500.000) \times 3,81\% = \text{Rp. } 7.791.450$
- c. Biaya Materai : Rp. 36.000
- d. Biaya Buka Rekening : Rp. 100.000
- e. Blokir 2x angsuran :  $\text{Rp. } 2.781.147 \times 2 = \text{Rp. } 5.562.294$
- Total biaya =  $(\text{Rp. } 2.000.000 + \text{Rp. } 7.791.450 + \text{Rp. } 36.000 + \text{Rp. } 100.000 + \text{Rp. } 5.562.294) = \text{Rp. } 15.489.744$
- Fresh Fund = Plafond – (total biaya + tanggungan bank lain)
  - =  $\text{Rp. } 200.000.000 - (\text{Rp. } 15.489.744 + \text{Rp. } 170.000.000)$
  - =  $\text{Rp. } 200.000.000 - \text{Rp. } 185.489.744$
  - =  $\text{Rp. } 14.510.256$

Jadi, total pembiayaan bersih yang diterima Pak Sumardjono untuk keperluan renovasi kos-kosan miliknya adalah sebesar Rp. 14.510.256

2. Pak Mijari adalah seorang pensiunan dari PT. Pertamina. Beliau sudah menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri, dan hendak mengajukan pembiayaan untuk keperluan pembelian barang usaha. Beliau ingin mengajukan pembiayaan sebesar Rp. 90.000.000, dengan jangka waktu selama 5 tahun. Berikut adalah perhitungannya.

Penyelesaian :

- a. Biaya Administrasi :  $1\% \times \text{Plafond} = 1\% \times \text{Rp. } 90.000.000$ 
  - = Rp. 900.000
- b. Asuransi :
  - $\text{Plafond} \times 2,25\% = \text{Rp. } 90.000.000 \times 2,25\% = \text{Rp. } 2.025.000$
  - $(\text{Rp. } 90.000.000 + \text{Rp. } 2.025.000) \times 3,81\% = \text{Rp. } 3.506.152$

c. Biaya Materai : Rp. 36.000

d. Blokir 2x angsuran : Rp. 1.799.835 x 2 = Rp. 3.599.670

• Total Biaya = (Rp. 900.000 + Rp. 3.506.152 + Rp. 36.000 +  
Rp. 3.599.670) = Rp. 8.041.822

• Fresh Fund = Plafond – total biaya  
= Rp. 90.000.000 – Rp. 8.041.822 = Rp. 81.958.178

Jadi, total pembiayaan bersih yang diterima Pak Mijari untuk keperluan pembelian barang usaha adalah sebesar Rp. 81.958.178.

### 3.2.2 Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun

Nasabah tidak dapat mengetahui tentang adanya produk pembiayaan pensiun, apabila bank tidak melakukan proses pemasaran terhadap produk tersebut dengan baik. Dalam teorinya, Kasmir (2010) mengemukakan bahwa rencana pemasaran bank adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh manajemen bank agar target pemasaran tercapai.

Setiap bank memiliki target dan strategi pemasarannya masing-masing. Bank Syariah Mandiri (BSM) telah menyusun target dan strategi pemasaran yang tepat agar nasabah tertarik untuk mengajukan pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri. Strategi pemasaran ini disusun oleh divisi *consumer banking* dan yang menjadi pelaksana terhadap strategi yang telah disusun adalah unit kerja *sales force*. Berikut adalah beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Yogyakarta dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun :

1. Melakukan kerjasama dengan PT.Taspen

Melakukan kerjasama dengan PT.Taspen guna memperoleh informasi terkait data para pensiunan. Informasi terkait data pensiunan yang sudah diperoleh akan dijadikan daftar bagi SF untuk melakukan penawaran produk pembiayaan pensiun.

2. *Door to door*

*Door to door* merupakan strategi lain yang sering dilakukan oleh unit kerja *sales force* (SF) dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun. Dalam strategi ini, SF akan mendatangi rumah-rumah calon nasabah yang berpotensi untuk mengajukan pembiayaan pensiun. Data-data nasabah yang berpotensi didapat melalui instansi pemerintah yang menangani para pensiunan atau bisa juga melalui *referral* yang diberikan oleh unit kerja *customer service*, yang kemudian akan dilakukan *follow-up* oleh SF.

3. Melakukan *sharing* dengan komunitas

Strategi selanjutnya adalah dengan mencari tahu komunitas-komunitas yang beranggotakan para pensiunan. Kemudian meminta izin kepada ketua/penanggung jawab dalam komunitas untuk melakukan *sharing* terhadap produk pembiayaan pensiun pada saat komunitas tersebut mengadakan pertemuan yang diikuti oleh anggota.

4. Datang ke berbagai instansi

Setiap 6 bulan sebelum memasuki masa pensiun, setiap instansi mengadakan pertemuan untuk para calon pensiunan. Pada kesempatan inilah SF dapat bergabung untuk memperkenalkan dan juga memasarkan produk pembiayaan pensiun kepada seluruh peserta pertemuan.

## 5. Referral

Strategi ini dilakukan dengan cara meminta nasabah untuk memberikan rekomendasi nasabah lain yang berpotensi untuk mengajukan pembiayaan pensiun. Nasabah dapat merekomendasikan kepada kerabat, tetangga, maupun rekan satu komunitasnya.

Dari kelima strategi pemasaran diatas, strategi yang paling berhasil dilakukan adalah *door to door*. Hal ini dikarenakan, pada saat *sales force* melakukan kunjungan ke rumah nasabah, suasana yang didapatkan adalah santai dan fleksibel. Sehingga dalam penyampaian informasi mengenai produk bisa dilakukan dengan baik dan jelas.

Sedangkan strategi yang paling sulit berhasil adalah melakukan *sharing* dengan komunitas. Dikarenakan menurut pendapat salah satu ketua komunitas yang ditemui, kurangnya antusias dari para pensiunan untuk mengikuti agenda pertemuan rutin tiap bulan yang diadakan oleh komunitas tersebut. Sehingga tak jarang anggota yang hadir pertemuan tersebut tidak lebih dari 10 orang. Hal ini dapat menyebabkan tidak dapat tersampaikan dengan baik informasi terkait Produk Pembiayaan Pensiun yang akan disampaikan oleh *sales force*, dikarenakan minimnya jumlah peserta.

Dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan pensiun, ditemui berbagai macam kendala ataupun penolakan dari nasabah, dengan alasan sebagai berikut :

- 1) Nasabah sudah memiliki pembiayaan di bank lain
- 2) Nasabah sudah merasa nyaman di bank sebelumnya

- 3) Nasabah masih ragu-ragu
- 4) Nasabah merasa proses administrasinya sulit, karena nasabah tidak bersedia melakukan pengurusan administrasi di bank sebelumnya
- 5) Tidak disetujui oleh keluarga apabila mengajukan pembiayaan