

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus

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. Bank Susila Bakti (BSB) berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999.¹

Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru Bank Susila Bakti (BSB). Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri

¹ Sejarah Bank Syariah Mandiri, www.syariahamandiri.co.id diakses pada tanggal 7 April 2017.

sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.²

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi 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.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.³

PT Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus adalah Bank Syariah pertama di kota kudus. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang yang berlokasi di Kudus ini mulai dioperasikan pada tanggal 5 September 2005, yang berfungsi untuk membantu kegiatan operasional kantor cabang Bank Syariah Mandiri Semarang. Untuk masa jabatan sekarang dipimpin oleh Ibu Hendraratna.⁴

Pada tahun 2005 sampai 2009 Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus masih menjadi Kantor Cabang Pembantu (KCP) Semarang, baru pada tahun 2010 Bank Syariah Mandiri Kudus menjadi Kantor Cabang Kudus. Perkembangan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus cukup bagus. Bank Syariah Kantor Cabang Kudus juga mendirikan Kantor Cabang

² Sejarah Bank Syariah Mandiri, www.syariahamandiri.co.id diakses pada tanggal 7 April 2017.

³Sejarah Bank Syariah Mandiri, www.syariahamandiri.co.id diakses pada tanggal 7 April 2017.

⁴ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 7 Februari 2017.

Pembantu (KCP) di Jepara, Payment Point (PP) di dekat Universitas Muria Kudus dan Sales Outlet (SO) di Demak.⁵

2. Profil Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus

Nama : Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus
Alamat : Ruko Ahmad Yani No. 9, Jl. Ahmad Yani, Kabupaten Kudus Jawa Tengah
Telepon : (0291) 439272
BSM Call Center : 14040 atau (021) 2953 4040
Situs Web : www.syariahmandiri.co.id
Tanggal Berdiri : 5 September 2005
Kantor Layanan : Kantor Cabang Pembantu (KCP) Jepara
Payment Point (PP) di dekat Univeristas Kudus dan Sales Outlet (SO)di Demak
Jumlah Karyawan : 51 orang (per Desember 2016)⁶

3. Tagline, Visi dan Misi

a. Tagline

1) Terdepan

Adalah komitmen Bank Syariah Mandiri untuk selalu menjadi bank syariah yang terbaik dan terbesar.

2) Modern

Adalah komitmen Bank Syariah Mandiri untuk terus berinovasi baik dari sisi produk, layanan, teknologi dan sumber daya manusia yang profesional sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan perbankan syariah.

⁵ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 7 Februari 2017.

⁶ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 7 Februari 2017.

3) Menenteramkan

Adalah komitmen Bank Syariah Mandiri untuk memberikan rasa aman dan nyaman dalam melakukan aktivitas perbankan sesuai prinsip syariah bagi seluruh stakeholder.⁷

b. Visi

1) Bank Syariah Terdepan

Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial dan corporate

2) Bank Syariah Modern

Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.⁸

c. Misi

1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.

2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.

5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.

6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.⁹

4. Operasional Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus

Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang dalam kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Bank Syariah Mandiri telah mampu menjalankan fungsi dan peran utamanya yaitu sebagai lembaga intermediaries atau perantara pihak yang surplus dana kepada pihak minus dana. Sesuai dengan fungsi pokok operasional bank syariah, Bank Syariah

⁷ Dokumentasi *Tagline* Bank Syariah Mandiri 2017 pada tanggal 7 Februari 2017.

⁸ Dokumentasi Visi Bank Syariah Mandiri 2017 pada tanggal 7 Februari 2017.

⁹ Dokumentasi Misi Bank Syariah Mandiri 2017 pada tanggal 7 Februari 2017.

Mandiri menjalankan tiga fungsi pokok dalam kaitan dengan kegiatan perekonomian masyarakat. Fungsi pokok tersebut yaitu fungsi pengumpulan dana (*funding*), fungsi penyaluran dana (*financing*), dan pelayanan jasa.¹⁰

5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian maupun posisi yang terdapat pada sebuah organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan operasionalnya dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Struktur organisasi dapat menggambarkan secara jelas pemisahan kegiatan dari pekerjaan antara yang satu dengan kegiatan yang lainnya dan juga bagaimana hubungan antara aktivitas dan fungsi dibatasi.¹¹

Untuk menjalankan dengan baik organisasi diperusahaan, perlu diperhatikan pedoman, asas-asas atau prinsip organisasi, seperti perumusan tujuan yang jelas, pembagian kerja, pendelegasian kekuasaan, kesatuan perintah dan tanggung jawab serta tingkat pengawasan dan koordinasi. Tujuan dibentuknya struktur organisasi adalah untuk:¹²

- a. Mempermudah kejelasan tanggung jawab.
- b. Menentukan kedudukan seseorang dalam fungsi kegiatan sehingga mampu menjalankan tugas yang dibebankan kepadanya.
- c. Mempermudah pimpinan dalam mengawasi pekerjaan bawahan.
- d. Mengkoordinasikan kegiatan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

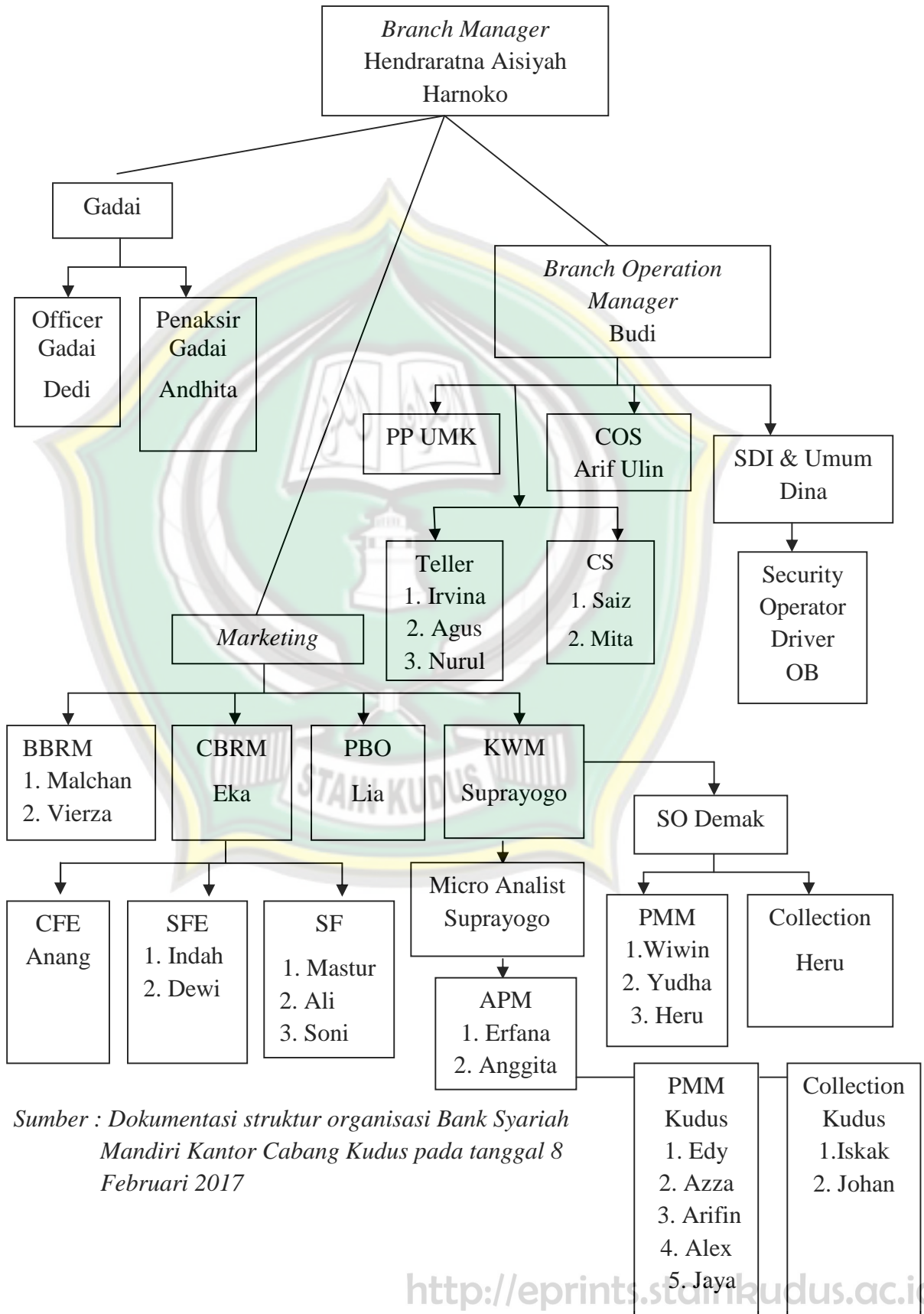
Demikian pula dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yang juga menjalankan organisasinya dengan baik. Adapun struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah sebagai berikut:

¹⁰ Operational Bank Syariah Mandiri, www.syariahamandiri.co.id diakses pada tanggal 7 April 2017.

¹¹ <http://www.pengertianku.net/2015/06/pengertian-struktur-organisasi-dan-fungsinya.html>

¹² <http://www.pengertianku.net/2015/06/pengertian-struktur-organisasi-dan-fungsinya.html>

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus



Sumber : Dokumentasi struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017

Keterangan:

SDI dan Umum	= Sumber Daya Insani dan Umum
PP UMK	= <i>Payment Point</i> Universitas Muria Kudus
COS	= <i>Clearing & Operation Service Staf</i>
CS	= <i>Customer Service</i>
BBRM	= <i>Business Banking Relathionship Manager</i>
CBRM	= <i>Consumer Banking Relathionship Manager</i>
PBO	= <i>Priority Banking Officer</i>
KWM	= Kepala Warung Mikro
SO	= <i>Sales Outlet</i>
PMM	= Pelaksana <i>Marketing</i> Mikro
CFE	= <i>Consumer Funding Executive</i>
SFE	= <i>Shariah Funding Executive</i>
SF	= <i>Sales Force</i>
APM	= Admin Pembiayaan Mikro

Sumber : Dokumentasi struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017

6. Ruang Lingkup Produk dan Jasa

a. Produk Pendanaan (*funding*)

- 1) Akad *Wadiah*
 - a) Tabungan Simpatik.
 - b) Tabungan Ku.
- 2) Akad *Mudharabah*
 - a) Tabungan BSM.
 - b) BSM Tabungan Mabrur.
 - c) BSM Tabungan Investa Cendekia.
 - d) BSM Tabungan berencana.
 - e) BSM Deposit.

f) BSM Giro¹³

b. Produk Pembiayaan (*Financing*)

1) Pembiayaan Business to Business

Akad yang digunakan dapat berupa *Mudharabah* dan *Musyarakah*

2) Pembiayaan Konsumer

Akad yang digunakan berupa *Murabahah*

3) Pembiayaan Mikro

Akad yang digunakan dapat berupa *Murabahah* dan *Ujroh*

4) Gadai Emas

Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini meliputi *Rahn*, *Qard*, dan *Ijarah*.

5) Cicil Emas

Akad yang digunakan berupa *Murabahah*.¹⁴

c. Jasa

Secara keseluruhan pelayanan jasa yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri menggunakan akad *Al Wakalah*. *Al Wakalah* merupakan akad antara dua pihak yang mana pihak satu menyerahkan, mendelegasikan, mewakilkan atau memeberikan mandate kepada pihak lain, dan pihak lain menjalankan amanat sesuai permintaan pihak yang mewakilkan. Jasa yang dapat diberikan dalam akad ini meliputi transfer, kliring, dan layanan payment.

1) Jasa Produk

a) BSM Card.

b) BSM SMS Banking.

c) BSM Mobile Banking.

d) BSM Net Banking.

2) Jasa Operasional

a) BSM Kliring.

¹³ Produk Bank Syariah Mandiri, www.syariahamandiri.co.id diakses pada tanggal 8 April 2017.

¹⁴ Produk Bank Syariah Mandiri, www.syariahamandiri.co.id diakses pada tanggal 8 April 2017.

- b) BSM Inkaso.
- c) BSM Pajak Online.
- 3) Jasa Investasi
 - a) Sukuk Negara Ritel.
 - b) Sukuk Tabungan.¹⁵

7. Prosedur dan Mekanisme Operasional

a. Pendanaan (*Funding*)

Adapun prosedur dan mekanisme pendanaan dalam Bank Syariah Mandiri adalah:¹⁶

- 1) Pembukaan Rekening
 - a) Membawa foto copy KTP/SIM atau identitas lainnya yang sejenis.
 - b) Mengisi formulir permohonan pembukaan rekening tabungan.
 - c) Menandatangani formulir dan buku tabungan.
 - d) Nasabah menyerahkan uang tunai kepada teller dan teller akan mencantumkan jumlah uang yang diterima pada buku tabungan.
- 2) Penyetoran dan Penarikan
 - a) Nasabah mencantumkan nama, nomor rekening dan jumlah uang yang akan disetor/ditarik pada slip yang telah disediakan sesuai kebutuhan nasabah.
 - b) Teller menerima uang tunai/menghitung uang yang akan ditarik nasabah dan mencantumkan jumlah uang yang diterima/ditarik pada rekening tabungan.
- 3) Pembagian Bagi Hasil dan Bonus

Besarnya bagi hasil dan bonus yang akan diterima oleh nasabah dihitung dan disesuaikan dengan besarnya jumlah dana yang ditabungkan oleh nasabah.

¹⁵ Produk Bank Syariah Mandiri, www.syariahamandiri.co.id diakses pada tanggal 8 April 2017.

¹⁶ Prosedur dan Mekanisme Operasional Bank Syariah Mandiri, www.syariahamandiri.co.id diakses pada tanggal 9 April 2017.

b. Pembiayaan (*Financing*)

Adapun prosedur dan mekanisme pembiayaan yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:¹⁷

1) Pengajuan Pembiayaan

Persyaratan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam pengajuan pembiayaan berbeda-beda sesuai dengan produk pembiayaan itu sendiri. Namun secara umum persyaratan yang harus dipenuhi meliputi:

- a) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan yang telah ditandatangani oleh pemohon.
- b) Fotocopy KTP pemohon dan suami/istri.
- c) Fotocopy Akte Nikah/Akte Cerai.
- d) Fotocopy Kartu Keluarga.
- e) Fotocopy Jaminan.
- f) Materai.

Setelah persyaratan terpenuhi maka pihak Bank akan melakukan survey dan analisis kelayakan nasabah dalam penerimaan pembiayaan. Selanjutnya pihak Bank akan memberitahukan kepada nasabah disetujui atau tidaknya pengajuan pembiayaan tersebut. Setiap pembiayaan memiliki ketentuan yang berbeda mengenai maksimal pembiayaan dan jangka waktu, biaya administrasi serta bagi hasilnya.

2) Pencairan Pembiayaan

Pengajuan pembiayaan yang telah disetujui oleh pihak Bank, selanjutnya dilakukan pencairan pembiayaan kepada nasabah dengan pengkreditan rekening nasabah yang bersangkutan. Apabila pembiayaan menggunakan akad *Murabahah* maka pihak Bank akan segera memenuhi objek pembiayaan dengan menentukan marginnya.

¹⁷ Prosedur dan Mekanisme Operasional Bank Syariah Mandiri, www.syariahmandiri.co.id diakses pada tanggal 9 April 2017.

3) Bagi Hasil dan Margin

Besarnya bagi hasil yang akan diterima oleh pihak Bank maupun nasabah sesuai dengan produk pembiayaan dan kesepakatan kedua belah pihak saat berakad. Sedangkan margin yang akan diterima oleh pihak Bank telah ditentukan diawal dan telah disetujui oleh kedua belah pihak.

4) Pembiayaan Bermasalah

Angsuran pembiayaan yang bermasalah akan ditindak sesuai dengan ketentuan pihak Bank sebagai berikut:¹⁸

- a) Melakukan penagihan secara berkala kepada nasabah yang bersangkutan.
- b) 3 bulan tidak mampu membayar angsuran maka dikeluarkan Surat Peringatan 1.
- c) Apabila nasabah masih belum mampu membayar hingga 6 bulan maka dikeluarkan Surat Peringatan 2 dan sampai 9 bulan masih belum mampu membayar dikeluarkan Surat Peringatan 3.
- d) Apabila hingga dikeluarkan Surat Peringatan 3 nasabah masih belum membayar, maka pihak Bank akan memberikan surat jual jaminan.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Pelaksanaan *Promotion Mix* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pemasaran memerlukan lebih dari sekedar upaya mengembangkan produk yang baik, menawarkan dengan harga yang menarik, dan membuatnya mudah dijangkau atau diperoleh oleh nasabah, tetapi perusahaan harus

¹⁸ Prosedur dan Mekanisme Operasional Bank Syariah Mandiri, www.syahiahmandiri.co.id diakses pada tanggal 9 April 2017.

berkomunikasi dengan para stakeholder yang ada sekarang dan potensial, serta masyarakat umum.¹⁹

Problem yang dihadapi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam pembiayaan pensiunan adalah bagaimana Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dapat memperkenalkan pembiayaan pensiunan dan meningkatkan ketertarikan calon nasabah pembiayaan pensiunan. Untuk menghadapi problem tersebut Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus harus melakukan *promotion mix*.²⁰

Promotion mix adalah salah satu jenis komunikasi yang dipakai oleh pemasar. Setiap bank dapat menghindari perannya sebagai komunikator dan promotor. Hal yang harus diperhatikan oleh komunikator adalah apa yang akan dikomunikasikan (*message*), kepada siapa ditujukan (*target audience*) dan seberapa sering berkomunikasi (frekuensi).²¹

Menurut Eka Aulia Yuliana (*Consumer Banking Relationship Manager*), *promotion mix* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah dengan memberikan informasi kepada calon nasabah mengenai produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Dalam memberikan informasi produk disertai informasi tentang keunggulan produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.²²

Komunikasi sangat penting dalam *promotion mix*. Karena dengan komunikasi yang tepat maka *promotion mix* akan terlaksana dengan baik.²³ Acuan *promotion mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi tersebut, maka untuk dapat efektifnya promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, perlu ditentukan terlebih dahulu peralatan atau unsur promosi apa yang sebaiknya digunakan dan bagaimana

¹⁹ Heri Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Pustaka Setia, 2013, hlm. 375.

²⁰ Hasil wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 7 Februari 2017.

²¹ Heri Sutanto dan Khaerul Umam, *Loc.Cit*

²² Hasil wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 7 Februari 2017.

²³ Hasil wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 7 Februari 2017.

pengkombinasian unsur-unsur tersebut, agar hasilnya dapat optimal.²⁴ *Promotion mix* pembiayaan pensiunan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu:

a. Periklanan (*Advertensi*)

Periklanan meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penyajian pesan yang non personal (tidak tertuju pada seseorang tertentu). Periklanan yang dilakukan pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu :²⁵

1) *Advertensi* (periklanan) khusus

Advertensi (periklanan) khusus yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu dengan memberikan hadiah secara cuma-cuma kepada nasabah pembiayaan pensiunan. Hadiah tersebut berupa pulpen dan kalender.

2) *Direct mail* (iriman langsung)

Direct mail (iriman langsung) yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu brosur yang dikirim secara langsung kepada calon nasabah pembiayaan pensiunan. Dimana calon nasabah pembiayaan pensiunan dapat diketahui melalui PT Taspen (Tabungan dan Asuransi Pensiun).

3) Pemberian poster dan sticker Bank Syariah Mandiri kepada calon nasabah dan nasabah pembiayaan pensiunan.

b. Penjualan personal (*Personal selling*)

Menurut Mastur Hidayat selaku *sales force* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, penjualan personal (*personal selling*) merupakan komunikasi secara langsung dengan calon nasabah dimana kita akan tahu apa saja yang diinginkan nasabah. Nasabah akan lebih mengerti dengan apa yang kita sampaikan

²⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 243.

²⁵ Hasil wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

secara langsung, dibandingkan dengan media periklanan. Dalam melakukan penjualan personal diawali dengan memikat perhatian calon nasabah, kemudian mengetahui daya tarik dan minat mereka terhadap pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.²⁶

Dalam penjualan personal, *sales force* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus memperkenalkan pembiayaan pensiunan dengan mendatangi calon nasabah, dimana calon nasabah pensiunan diketahui dari PT Taspen (Tabungan dan Asuransi Pensiun). Dengan komunikasi secara langsung dan bertatap muka dengan calon nasabah informasi yang disampaikan akan lebih lengkap dan jika calon nasabah ada yang tidak dimengerti dari informasi yang disampaikan *sales force*, nasabah langsung bisa bertanya.²⁷

Setelah mengetahui daya tarik dan minat calon nasabah, kemudian *sales force* merealisasikan penjualan produk pembiayaan pensiunan. Adapun penjualan personal (*personal selling*) yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah sebagai berikut:²⁸

1) *Door to door selling* (penjualan dari rumah ke rumah)

Merupakan bagian dari penjualan personal yang dilakukan dengan cara mendatangi calon nasabah ke rumahnya. Dimana *sales force* menginformasikan kepada calon nasabah mengenai pembiayaan pensiunan dan keuntungan dari pembiayaan pensiunan yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.

2) *Telephone selling* (penjualan dengan telepon)

Penjualan dengan telepon merupakan bagian dari penjualan personal, dimana *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam melakukan penjualan personal memanfaatkan telepon untuk mempromosikan pembiayaan

²⁶ Hasil Wawancara dengan Mastur Hidayat, *Sales Force* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

²⁷ Hasil observasi *sales force* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dan nasabah pada tanggal 8 Februari 2017.

²⁸ Hasil Wawancara dengan Mastur Hidayat, *Sales Force* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

pensiunan yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus kepada calon nasabah.

3) *Direct selling* (penjualan langsung)

Penjualan langsung merupakan metode penjualan barang dan/atau jasa tertentu kepada konsumen dengan cara tatap muka yang dilakukan *sales force* (tenaga penjual) pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. *Sales force* (tenaga penjual) berusaha membujuk nasabah agar tertarik dan melakukan pembiayaan pensiunan.

c. Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Menurut Eka Aulia Yuliana selaku *Consumer Banking Relationship Manager*, promosi penjualan merupakan suatu aktivitas untuk menarik perhatian calon nasabah agar tertarik dengan pembiayaan pensiunan. Promosi penjualan yang dilakukan pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah dengan cara memberikan souvenir atau hadiah kepada calon nasabah dan nasabah untuk meningkatkan penjualan.²⁹

d. Publisitas/hubungan masyarakat (*Publicity*)

Publisitas merupakan tindakan yang ditujukan untuk membangun dan mempertahankan niat baik dari *promotion mix*. Publisitas yang dilakukan yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan semua nasabah. Alat yang digunakan untuk mencapai tujuan publisitas yaitu melalui publisitas produk pembiayaan pensiunan dengan komunikasi dengan PT Taspen (Tabungan dan Asuransi Pensiun) dan BKD (Badan Kepegawaian Daerah).³⁰

²⁹ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

³⁰ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

e. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Menurut Mastur Hidayat selaku *sales force* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, pemasaran langsung merupakan aktivitas pemasaran dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan calon nasabah.³¹ Pemasaran langsung hampir sama dengan penjualan personal yang membedakan dalam pemasaran langsung menggunakan media iklan seperti internet, televisi poster, hadiah, katalog, selebaran dan brosur. Pemasaran langsung yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah sebagai berikut.³²

1) Penjualan tatap muka

Penjualan tatap muka yang dilakukan *sales force* yaitu bertemu langsung dengan calon nasabah dan menjelaskan pembiayaan pensiunan yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dan dengan memberikan brosur, selebaran dan hadiah (kalender, pulpen dan sticker).

2) Pemasaran surat langsung

Pemasaran melalui surat langsung merupakan tindakan mengirimkan tawaran, pengumuman, pemberitahuan mengenai pembiayaan pensiunan yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus kepada calon nasabah. Dimana daftar alamat diperoleh dari PT Taspen (Tabungan dan Asuransi Pensiun) dan BKD (Badan Kepegawaian Daerah).

3) *Telemarketing*

Telemarketing merupakan pemasaran menggunakan telepon untuk menarik nasabah. Dalam *telemarketing*, *Consumer Banking Relationship Manager* dan *sales force* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus menelepon kemudian memberikan informasi tentang

³¹ Hasil Wawancara dengan Mastur Hidayat, *Sales Force* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017

³² Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

pembiayaan pensiunan kepada calon nasabah dengan tujuan calon nasabah tertarik untuk melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Jika calon nasabah tertarik untuk melakukan pembiayaan pensiunan, *Consumer Banking Relationship Manager* dan *sales force* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus akan mendatangi dan bertemu langsung dengan calon nasabah.

2. Pelaksanaan *Promotion Mix* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus untuk Meningkatkan Ketertarikan Nasabah dalam Perspektif *Marketing Syariah*

Promotion mix pembiayaan pensiunan yang dilakukan pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dengan tujuan untuk meningkatkan ketertarikan nasabah. Dengan adanya *promotion mix* nasabah akan mengetahui pembiayaan pensiunan yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.³³ *Promotion mix* yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus sesuai dengan konsep syariah yang terdiri dari:

a. Theistis/Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Ketuhanan merupakan ciri dari *marketing syariah* yang hanya ada di pemasaran syariah. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam melakukan *promotion mix* pembiayaan yaitu dengan menentukan pasar sasaran, menentukan strategi promosi yang akan digunakan. Pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus juga memperhatikan pelayanan yang memuaskan nasabah dan dalam menyampaikan informasi dengan berkata jujur dan sesuai dengan yang dijanjikan kepada calon nasabah atau nasabah.³⁴

³³ Hasil wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 7 Februari 2017.

³⁴ Hasil Wawancara dengan Mastur Hidayat, *Sales Force* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam operasionalnya menggunakan sistem bagi hasil bukan riba (bunga). Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam kaitannya dengan *rabbaniyah* (ketuhanan) salah satu programnya yaitu setiap hari kamis, pukul 07.45 berkumpul untuk membaca asmaul husna dan disertai *sprit of the week* atau nasehat. Setiap hari jum'at, pukul 07. 30 berkumpul untuk membaca surat waqi'ah atau surat yasin disertai kajian Islam dan nasehat diakhir acara. Dan juga setiap satu bulan sekali diadakan pengajian rutin dengan mengundang penceramah.³⁵

b. Etis (Akhlaqiah)

Sifat etis sebenarnya merupakan turunan dari sifat theistis. Dengan demikian *marketing syariah* adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apapun agamanya. Karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.³⁶

Etis yang dimaksud dalam hal ini adalah perilaku pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus mengedepankan nilai moral dan etika ketika melakukan promosi. Pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus berusaha memperhatikan moral dan etika dalam setiap tutur kata, perilaku dan keputusan-keputusannya.³⁷

Dalam melakukan promosi pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus tidak membeda-bedakan pelayanan kepada calon nasabah. Pelayanan yang diberikan sama tidak memandang pekerjaan, gaji, latar belakang kehidupan calon nasabah, ataupun agama calon nasabah.³⁸

³⁵ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

³⁶ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, PT Mizan Pustaka, Bandung, 2006, hlm 32-33.

³⁷ Hasil wawancara dengan *sales force* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dan nasabah pada tanggal 8 Februari 2017.

³⁸ Hasil observasi *sales force* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dan nasabah pada tanggal 8 Februari 2017.

c. Realistis (*Al-Waqiiyyah*)

Realistis (*Al-Waqiiyyah*) artinya sesuai dengan kenyataan. Realistis merupakan konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah yang mendasarinya. Pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus merupakan pemasar yang profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja. Model atau gaya berpakaian yang dikenakan sesuai dengan syariat Islam. Bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan dan jujur dalam segala aktivitas pemasarannya.³⁹

Dalam menginformasikan pembiayaan pensiunan kepada calon nasabah pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus fleksibel, bisa menyesuaikan dengan calon nasabah. Bahasa yang digunakan dalam mempromosikan pembiayaan juga mudah dimengerti dan dipahami. Terkadang menggunakan bahasa Indonesia dan terkadang pula menggunakan bahasa jawa yang sopan dan santun.⁴⁰

d. Humanistis (*Al-Insaniyah*)

Humanistis artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama, marketing, dan berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik.⁴¹ Humanistis (*Al-Insaniyah*) merupakan sikap saling menghormati dengan sesama pemasar atau pesaing. Pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus merupakan pemasar yang mengedepankan sifat saling menghormati, saling tolong menolong dan tidak berlaku curang dalam melakukan pemasaran.⁴²

Prinsip yang dipegang pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus selalu berperilaku baik dengan siapapun dan dimanapun.

³⁹ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

⁴⁰ Hasil Wawancara dengan Mastur Hidayat, *Sales Force* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

⁴¹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Loc. Cit.*,

⁴² Hasil Wawancara dengan Mastur Hidayat, *Sales Force* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

Walaupun penerimaan calon nasabah tidak selalu baik, pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus tetap sabar dan ramah kepada calon nasabah. Selain itu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus juga sangat peduli dengan kegiatan sosial masyarakat. Kegiatan sosial yang dilakukan diantaranya yaitu:⁴³

- a. Memberikan santunan kepada kaum dhuafa di sekitar Kudus.
- b. Memberikan bantuan kepada korban bencana alam.
- c. Melakukan kegiatan buka bersama.
- d. Pembagian daging qurban kepada masyarakat sekitar Kudus saat hari raya qurban.

C. Pembahasan dan Analisis

1. Analisis Pelaksanaan *Promotion Mix* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus

Kelangsungan hidup suatu perusahaan salah satunya ditentukan dengan *marketing* (pemasaran) produk-produknya. Pemasaran sangatlah penting bagi suatu perusahaan. Dengan adanya pemasaran konsumen atau nasabah dapat mengetahui produk yang ada di perusahaan tersebut. Agar konsumen atau nasabah mengenal suatu produk diperlukan *promotion mix*. *Promotion mix* merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mengenalkan dan menginformasikan suatu produk.

Promotion mix merupakan gabungan dari berbagai metode promosi yang digunakan untuk meningkatkan penerimaan produknya.⁴⁴ Suatu produk harus dikenalkan agar masyarakat atau calon nasabah mengerti dan membeli produk tersebut. Perusahaan akan menggunakan *promotion mix* yang tepat dalam memperkenalkan suatu produk tentang kualitas produk, merek, harga, kelebihan dan manfaat suatu produk sehingga sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.

⁴³ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

⁴⁴ Jeff Madura, *Pengantar Bisnis Buku 2*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hlm. 157.

Menurut Philip Kotler, perusahaan harus mengalokasikan anggaran bauran promosi (*promotion mix*) diantara lima alat promosi yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Perusahaan selalu mencari cara untuk memperoleh efisiensi dengan mensubstitusi suatu alat promosi dengan yang lainnya.⁴⁵

Promotion mix yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dengan meningkatkan tenaga penjual dibandingkan mensubstitusi suatu alat promosi dengan yang lainnya. Tujuan *promotion mix* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah sebagai berikut:⁴⁶

1. Menginformasikan dan memperkenalkan pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.
2. Meningkatkan ketertarikan nasabah untuk melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.

Kendala yang dihadapi pemasar dalam melakukan *promotion mix* dilapangan adalah persaingan kompetitor yang semakin menjamur. Masing-masing kompetitor memiliki keunggulan dan strategi promosi. Dan kompetitor yang kita hadapi sudah terkenal dengan produk pembiayaan pensiunan yang dimiliki, dan memiliki keunggulan dalam produk pembiayaan pensiunan tersebut. Sehingga menuntut pemasar untuk lebih bervariasi dalam melakukan *promotion mix* dan tetap memperhatikan prosedur yang ada, serta tidak menjatuhkan satu sama lain. *Promotion mix* pembiayaan pensiunan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah sebagai berikut:

a. Periklanan (*Advertensi*)

Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kudus di dalam mengkomunikasikan produk pembiayaan pensiunan masih menggunakan periklanan khusus, kiriman langsung,

⁴⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 2*, PT INDEKS, Jakarta, 2000, hlm. 642.

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 7 Februari 2017.

pemberian poster dan sticker. Dalam melakukan periklanan pembiayaan pensiunan, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus masih mengalami keterbatasan dalam hal biaya. Periklanan yang dilakukan masih belum maksimal, karena belum ada anggaran untuk periklanan pembiayaan pensiunan.

Menurut Philip Kotler produk baru umumnya membutuhkan anggaran iklan yang besar guna membangun kesadaran dan membuat pelanggan mencoba produk tersebut. Berbeda dengan produk lama yang sudah dikenal biasanya didukung oleh anggaran periklanan yang lebih rendah sebagai rasio terhadap penjualannya.⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eka Aulia Yuliana selaku *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, periklanan yang dilakukan kurang sesuai dengan teori marketing Philip Kotler. Sebagai produk baru di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus maka manajer harus memperhatikan dan menyiapkan anggaran yang besar untuk periklanan pembiayaan pensiunan. Dengan adanya anggaran yang besar untuk periklanan maka periklanan yang dilakukan bisa melalui media massa dan elektronik seperti iklan televisi, iklan radio, iklan koran, majalah dan sebagainya. Karena untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan ketertarikan nasabah diperlukan periklanan yang tepat dan menarik.

b. Penjualan Personal (Personal Selling)

Penjualan personal (*personal selling*) merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya. Dalam penjualan personal, *sales force* Bank Syariah

⁴⁷Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 2*, PT INDEKS, Jakarta, 2000, hlm. 660.

Mandiri Kantor Cabang Kudus memperkenalkan pembiayaan pensiunan dengan mendatangi calon nasabah.

Penjualan personal adalah alat yang paling efektif biaya pada tahap proses pembelian lebih lanjut, terutama dalam membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembeli. Penjualan personal membuat pembeli merasa berkewajiban untuk mendengarkan pembicaraan wiraniaga.⁴⁸

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi penjualan personal yang dilakukan pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus sudah cukup baik dan sesuai dengan teori *marketing* Philip Kotler karena pemasar dalam menyampaikan informasi jelas dan nasabah mengerti dengan yang disampaikan pemasar. Agar penjualan personal pembiayaan pensiunan dapat lebih efektif dan lebih berhasil untuk meningkatkan jumlah nasabah pemasar atau *sales force* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus harus profesional. Profesional yang dimaksud yaitu mampu mendekati diri dengan nasabah atau calon nasabah dan menganalisis kebutuhan calon nasabah. Selain itu pemasar harus bisa menentukan waktu terbaik untuk melakukan penjualan personal dan presentasi penjualan yang dapat ditingkatkan dengan menggunakan gambar, bagan dan sampel.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut Philip Kotler promosi penjualan terdiri dari kumpulan alat-alat insetif yang beragam, sebagian besar berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk/jasa tertentu secara lebih cepat atau lebih besar.⁴⁹ Dan juga promosi penjualan akan lebih efektif jika digunakan bersama-sama dengan periklanan. Saat dikombinasikan dengan periklanan maka penjualan akan meningkat.⁵⁰

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 644.

⁴⁹ *Ibid*, hlm. 681.

⁵⁰ *Ibid*, hlm. 685.

Promosi penjualan (*Sales promotion*) di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah segala macam aktivitas yang didesain untuk meningkatkan penjualan jangka pendek melalui program-program promosi penjualan seperti pemberian sovenir dan hadiah. Dari hasil wawancara dengan Mastur Hidayat selaku sales force pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, promosi penjualan yang dilakukan pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus masih kurang menarik nasabah. Dan juga promosi penjualan yang dilakukan belum sesuai dengan teori *marketing* Philip Kotler.

Sebaiknya pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus harus mengkombinasikan periklanan dengan promosi penjualan. Selain itu untuk meningkatkan ketertarikan nasabah dapat dilakukan melalui penyelenggaraan suatu *event* atau pameran ataupun melalui penawaran telepon (*telemarketing dan sales call*) dengan sumber data dari database (*database marketing*).

d. Publisitas/Hubungan Masyarakat (*Publicity*)

Perusahaan membentuk hubungan masyarakat untuk mendukung secara langsung promosi perusahaan/produk dan pembentukan citra.⁵¹ Publisitas atau hubungan masyarakat yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah bentuk usaha atau aktivitas berkelanjutan dan terencana dengan tujuan untuk membangun, mempertahankan niat baik dan pemahaman yang saling menguntungkan antara pihak Bank dengan masyarakat. Fungsi hubungan masyarakat yaitu untuk menginformasikan yang berkaitan dengan aktivitas, prestasi dan hal-hal lain dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Publisitas yang dilakukan yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan semua nasabah. Publisitas yang dilakukan pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang sudah baik dan sesuai dengan teori *marketing* Philip Kotler.

⁵¹ *Ibid*, hlm. 691.

Agar hubungan masyarakat yang dilakukan pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus lebih berhasil maka pemasar tidak hanya harus berhubungan secara konstruktif dengan nasabah, tetapi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus harus berhubungan dengan kelompok kepentingan masyarakat yang besar. Untuk dapat berhubungan dengan dengan masyarakat besar maka harus membuat jaringan informasi eksternal dalam mengkomunikasikan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus kepada masyarakat luas dengan menggunakan sarana dan prasarana yang dimiliki

e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Menurut Philip Kotler pemasaran langsung merupakan sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media iklan untuk menghasilkan tanggapan atau transaksi yang dapat diukur pada suatu lokasi.⁵² Pemasaran langsung (*Direct marketing*) yang dilakukan pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu dengan penjualan tatap muka, pemasaran surat langsung dan *telemarketing*. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pemasaran langsung yang dilakukan pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus masih kurang efektif dan belum sesuai dengan teori *marketing* Philip Kotler.

Hal penting yang harus diperhatikan oleh manajemen atau pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam penjualan personal yaitu pemasar harus menyusun konsep pemasaran yang baik dan menggunakan satu atau lebih media iklan dalam pemasaran langsung agar calon nasabah tertarik untuk melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Efektivitas dari proses kegiatan komunikasi pemasaran dapat dimaksimalkan dengan mempertimbangkan tujuan dan sasaran dari komunikasi pemasaran dan anggaran yang dimiliki perusahaan.

⁵² *Ibid*, hlm. 740.

2. Analisis *Promotion Mix* Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus untuk Meningkatkan Ketertarikan Nasabah dalam Perspektif *Marketing Syariah*

Promotion mix berperan penting bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam memperkenalkan dan menginformasikan pembiayaan pensiunan kepada calon nasabah. *Promotion mix* juga sangat bermanfaat untuk mempengaruhi calon nasabah untuk melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Dari hasil observasi yang dilakukan, dapat ditemukan bahwa Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam melakukan *promotion mix* pembiayaan pensiunan menggunakan lima metode *promotion mix* yaitu :⁵³

1. Periklanan (*advertensi*) yaitu segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non personal.
2. Penjualan personal (*personal selling*) yaitu alat yang paling efektif biaya pada tahap proses pembelian lebih lanjut, terutama dalam membangun keyakinan dan tindakan pembeli.
3. Promosi penjualan (*sales promotion*) yaitu kumpulan alat insentif yang beragam, sebagian besar berjangka pendek, dan dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk/jasa tertentu.
4. Hubungan masyarakat (*publicity*) yaitu kemampuan menangkap pembeli atau menjangkau banyak calon pembeli dengan kelompok kepentingan masyarakat yang besar.
5. Pemasaran surat langsung (*direct marketing*) yaitu sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media iklan untuk menghasilkan tanggapan atau transaksi yang dapat diukur pada suatu lokasi.

Menurut Eka Aulia Yuliana selaku *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syari'ah Mandiri Kantor Cabang Kudus merupakan Bank yang sudah cukup lama ada di Kudus dan sudah mulai dikenal dan

⁵³ *Ibid*, hlm. 644-740.

dipercaya oleh masyarakat Kudus. Dalam hal pelayanan yang bagus dan produk yang berkualitas. Namun dalam hal pembiayaan pensiunan, masyarakat belum banyak yang mengetahui jika di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus mempunyai produk pembiayaan pensiunan. Untuk itu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus melakukan *promotion mix* pembiayaan pensiunan untuk meningkatkan ketertarikan nasabah.⁵⁴

Perjuangan dalam melakukan *promotion mix* pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus tidaklah mudah walaupun dilihat dari segi agama, masyarakat Kudus adalah 95% muslim, hal ini menuntut adanya strategi dalam mempromosikan produk pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yang didukung sumber daya pemasar yang beretika dan profesional.

Strategi untuk memperoleh hasil yang maksimal yang sebaiknya pemasar lakukan dengan menentukan beberapa langkah, yaitu: *pertama*, yang dilakukan oleh pemasar menentukan tujuan komunikasi. *Kedua*, menyampaikan pesan dan menginformasikan keuntungan pembiayaan pensiunan. *Ketiga*, pengiriman pesan pada segmen dimana diperlukan rencana media efektif yang diharapkan mampu menyeimbangkan tujuan-tujuan yang mungkin bertentangan.

Promotion mix yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu: *pertama*, melalui periklanan dengan periklanan khusus, kiriman langsung dan pemberian poster dan sticker Bank Syariah Mandiri kepada calon nasabah atau nasabah pembiayaan pensiunan. *Kedua*, melalui penjualan personal dengan penjualan dari rumah ke rumah, penjualan dengan telepon, dan penjualan langsung. *Ketiga*, melalui promosi penjualan dengan memberikan sovenir dan hadiah kepada calon nasabah atau nasabah. *Keempat*, melalui publisitas dengan menjalin hubungan baik dengan semua nasabah. *Kelima*, melalui pemasaran langsung dengan penjualan tatap muka, pemasaran surat langsung dan *telemarketing*.

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

Tujuan yang hendak dicapai dari *promotion mix* pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus adalah untuk meningkatkan ketertarikan nasabah. Setelah diadakan *promotion mix* secara terus menerus, nasabah mulai mengenal dan mengetahui pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Nasabah mulai tertarik untuk melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, walaupun jumlahnya belum sesuai dengan target yang diinginkan. Dan supaya jumlah nasabah pembiayaan pensiunan terus meningkat, pemasar harus melakukan *promotion mix* secara terus menerus dan selalu memperbaiki *promotion mix* yang dilakukan.

Mental pemasar yang telah berubah akan membuat persaingan yang tidak sehat antar pemasar akan hilang. Konsep *marketing syariah* menawarkan persaingan bisnis yang sehat dengan mengedepankan keunggulan masing-masing perusahaan tanpa mencari celah kekurangan perusahaan pesaing. Kondisi persaingan yang demikian menjadikan calon nasabah dan nasabah semakin terdidik dan cerdas, sehingga mereka akan lebih percaya kepada pemasar syariah.

Promotion mix pembiayaan pensiunan dalam perspektif *marketing syariah* yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu penyampaian informasi yang benar mengenai pembiayaan pensiunan dan kelebihan dari pembiayaan pensiunan yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, dan dalam penyampaian tersebut sesuai dengan ajaran Islam yang menghindari unsur penipuan dan tidak mengandung unsur riba.⁵⁵ *Promotion mix* pembiayaan pensiunan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus telah memperhatikan karakteristik *marketing syariah* yang terdiri dari beberapa unsur yaitu:

a. Theistis/Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Karakteristik theistis/ketuhanan merupakan *marketing syariah* yang sifatnya religius. Suatu kondisi yang tercipta dari kesadaran nilai-

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Eka Aulia Yuliana, *Consumer Banking Relationship Manager* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

nilai religius yang dianggap penting dalam pemasaran agar tidak melakukan perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Hal ini yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus untuk meningkatkan ketertarikan nasabah dalam melakukan pembiayaan pensiunan. Sebab dengan nilai religius akan memberikan kemudahan dalam berikhtiar. Dan juga nilai religi akan memberikan dampak dalam perbuatan seperti jujur, bertanggung jawab dalam melakukan pekerjaannya, yang merupakan bagian dari pemasaran.

Dari hati yang paling dalam, seorang *marketer* syariah meyakini bahwa Allah SWT selalu dekat dan mengawasinya ketika dia sedang melakukan apapun. *Marketer* syariah yakin bahwa Allah SWT akan meminta pertanggungjawaban darinya atas pelaksanaan syariat itu pada hari semua orang dikumpulkan untuk diperlihatkan amal-amalnya di hari kiamat. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al Qur'an surat Al- Zalzalah ayat 7 dan 8 yang berbunyi:⁵⁶

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Artinya : *Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula. (QS. Al-Zalzalah: 7-8).*

Seorang *marketer* syariah akan mematuhi hukum-hukum syariah dalam segala aktivitasnya sebagai seorang pemasar. Mulai dari melakukan strategi pemasaran, memilih pasar, menentukan pasar sasaran, hingga menetapkan identitas perusahaan yang harus selalu tertanam dalam benak nasabah dan juga menentukan keunikan dari Banknya dibanding Bank lain.

⁵⁶ Al Qur'an surat al Zalzalah ayat 7-8, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Departemen Agama RI, Cipta Bagus Segara, Jakarta, 2013, hlm. 599.

b. Etis (Akhlqiah)

Keistimewaan marketing syariah selain theistis (*rabbaniyah*) juga karena sangat mengedepankan masalah akhlak (moral dan etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. Karakteristik ini merupakan turunan dari theistis (*rabbaniyah*). Dengan demikian *marketing* syariah adalah konsep pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama. Rasulullah SAW bersabda kepada umatnya, “ *Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia*”. Karena itu, sudah sepatutnya ini bisa menjadi panduan bagi *marketer* syariah untuk selalu memelihara moral dan etika.⁵⁷

Hal ini juga diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam melaksanakan *promotion mix* pembiayaan pensiunan, dengan adanya nilai religius yang dimiliki oleh sumber daya manusianya yang cukup kuat religinya, maka akan memiliki etika yang baik, seperti cara bertutur kata saat melakukan percakapan dengan calon nasabah atau nasabah, santun dalam melayani nasabah dan memiliki keterbukaan dalam menyampaikan informasi.

c. Realistis (Al-Waqiyyah)

Marketing syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti-modernitas, dan kaku. *Marketing* syariah adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. Syariah *marketer* bukanlah berarti pemasar harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi karena dianggap merupakan simbol masyarakat Barat. Ia tidak kaku, tidak eksklusif, tetapi sangat fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul. Ia sangat memahami bahwa dalam situasi situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama dan ras, ada ajaran yang

⁵⁷ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Op. Cit.*, hlm. 33-34.

diberikan oleh Allah SWT dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW untuk bisa bersikap lebih bersahabat, santun, dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain.⁵⁸

Namun, prinsip-prinsip umum syariah semangat, dan petunjuk yang jelas harus tetap diperhatikan. Hal ini yang ditanamkan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus untuk para pegawai, tidak terkecuali pemasar, dimana dalam bekerja haruslah memiliki sifat yang tidak kaku dengan siapapun. Oleh karena itu pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam melakukan *promotion mix* pembiayaan pensiunan bersikap ramah dan menyesuaikan dengan keadaan nasabah. Dengan menjalin komunikasi yang ramah dan tidak kaku akan dapat menarik calon nasabah atau nasabah untuk melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.

d. Humanistis (Al-Insaniyah)

Syariat Islam adalah syariah humanistis. Syariat Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariat humanistis universal. Syariat Islam bukanlah syariat bangsa Arab, walaupun Nabi Muhammad SAW yang membawanya adalah orang Arab. Syariat Islam adalah milik Tuhan bagi seluruh manusia. Dia menurunkan kitab yang berisi syariat sebagai kitab universal yaitu Al-Qur'an.

Pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus harus selalu mengedepankan sikap saling menghormati, saling tolong menolong, dan berperilaku baik dengan siapapun. Selain itu sikap yang juga harus dipegang pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus yaitu sikap peduli terhadap sesama. Sebagai lembaga keuangan yang berdiri ditengah masyarakat maka harus mempunyai jiwa sosial kepada antar sesamanya.

⁵⁸ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Op. Cit.*, hlm. 35.

Dengan kegiatan sosial yang telah dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, sebaiknya bisa ditambah lagi. Karena dengan kegiatan sosial yang dilakukan, secara tidak langsung masyarakat akan mengetahui tentang Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Ketika masyarakat mengetahui Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, maka mereka akan mengenal dan akan tertarik untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Tidak menutup kemungkinan akan melakukan pembiayaan pensiunan juga di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus.

Menurut Katijah nasabah pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dalam menyampaikan dan menjelaskan pembiayaan pensiunan sangat jelas, menggunakan bahasa yang santun, dan ramah. Pelayanan yang diberikan oleh pemasar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus sangat baik, menggunakan sistem bagi hasil, keuntungan dan manfaat yang disampaikan diawal juga dipenuhi.⁵⁹

Dengan melakukan *marketing syariah* pada *promotion mix* pembiayaan pensiunan maka akan menciptakan *marketing* yang memiliki nilai religius (ketuhanan), etis yang menjadikan seorang pemasar memiliki akhlak yang baik, sehingga seorang pemasar bisa berfikir realistis tidak fanatik terhadap hal-hal non Islami tetapi segala permasalahan yang dihadapi kembali berpegang pada Al-Qur'an dan As-Sunnah (Hadits). Seorang pemasar akan memiliki karakter yang humanis yang menganggap bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, dan sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara.

Dari karekteristik theistis, etis, realistis dan humanistis pada pemasar maka dalam menjalankan kegiatan *marketing* menggunakan etika secara Islami yaitu dengan bersikap jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, dan murah hati dengan memiliki nilai-nilai syariah dalam

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Katijah, nasabah pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus pada tanggal 8 Februari 2017.

diri seorang pemasar. Dengan melakukan *promotion mix* memberikan nilai-nilai syariah pada produk maupun pemasaran sehingga memberi nilai lebih pada para *stakeholdernya*. Inilah yang menjadi strategi dalam persaingan bisnis yang menjadikan budaya baru yang lebih sehat dalam persaingan.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa *promotion mix* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus untuk meningkatkan ketertarikan nasabah ditinjau dari perspektif *marketing* syariah sudah baik. Ini terlihat dari kegiatan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung yang dilakukan di lapangan dengan menyampaikan informasi yang sebenarnya, dan melakukan pendekatan secara khusus dengan menanamkan sikap profesional, simpatik, sopan santun, dan rendah hati kepada nasabah.

3. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya lakukan sekarang adalah penelitian terdahulu yang diteliti adalah bauran pemasaran dan strategi pemasaran suatu produk, dimana yang diteliti tidak hanya *promotion mix* atau strategi promosinya saja, melainkan ada aspek lain yang diteliti seperti produk, tempat, distribusi dan harga. Dan penelitian terdahulu kebanyakan hanya meneliti *promotion mix*nya saja tidak menggunakan perspektif *marketing* syariah. Hasil dari penelitian terdahulu juga subyek yang diteliti hanya menggunakan beberapa dua atau tiga metode *promotion mix* saja.

Sedangkan penelitian yang saya lakukan meneliti secara khusus *promotion mix* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus saja, tidak meneliti tentang produk, tempat dan distribusi (penyaluran). Dan juga penelitian yang saya lakukan menggunakan perspektif *marketing* syariah yang memperhatikan dari segi kesesuaian *promotion mix* pembiayaan pensiunan yang dilakukan Bank Syariah

Mandiri Kantor Cabang Kudus dengan perspektif *marketing* syariah. Hasil penelitian yang saya lakukan tentang *promotion mix* pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, dimana Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus menggunakan kelima metode *promotion mix*. Dan *promotion mix* yang dilakukan sesuai dengan perspektif *marketing* syariah. Jadi hasil penelitian yang saya lakukan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian selanjutnya dengan topik-topik yang berkaitan.

