

**UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH
PEMBIAYAAN PENSIUN BERKAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP
GUBUG**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat S1 Manajemen

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

Sofana Azyahra

Nim : 30401900302

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEMARANG 2023



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

**UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH
PEMBIAYAAN PENSIUN BERKAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP**

GUBUG

Disusun Oleh :

Sofana Azyahra

Nim : 30401900302

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat di ajukan



kehadapan sidang panitia ujian skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang 6 Februari 2023

UNISQUILA
جامعته سلطان أبجوج الإسلامية

Dosen Pembimbing Lapangan	Dosen Supervisor
	
Sri Wahyuni Ratnasari, S.E, M.Bus	Sri Wahyuni Hartiningsih

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

**UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH
PEMBIAYAAN PENSIUN BERKAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP
GUBUG**

Disusun oleh:

Sofana Azyahra

NIM : 30401900302

**Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 15 Februari 2023
Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing,


Sri Wahyuni Ratnasari, SE., M.Bus

Penguji I



Dr. Sri Hartono, SE, M.Si

Penguji II



Dra. Sri Hindah Pudjihastuti, MM

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen**

Semarang, 15 Februari 2023

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M

NIDN.06230369

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Sofana Azyahra

Nim: 30401900302

Program Studi: S1 Manajemen

Fakultas: Ekonomi

Universitas: Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH PEMBIAYAAN Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia KCP Gubug” merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme atau duplikat dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan cara yang baik sesuai dengan kode etik atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran kode etik ilmiah dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

Semarang, 21 Februari 2023

Yang menyatakan



Sofana Azyahra

Nim: 30401900302

ABSTRACT

This report aims to find solutions to the problems that researchers found at BSI KCP Gubug regarding the lack of service to blessed pension customers, the majority of whom are elderly. The solution that the author provides is based on the theory of the problem at hand. This research is a type of qualitative research, namely research that describes phenomena in the field. In collecting data, the authors use: interviews, observation, and documentation. The research location was carried out at BSI KCP Gubug, Grobogan Regency.

The results of the study found indications of problems that arose at BSI KCP Gubug, namely the not yet optimal service to BSI KCP Gubug blessing pension financing customers. Service marketing mix theory and TERRA are used to solve these problems to solve these problems.

Keywords: Service, Service Mix, TERRA

ABSTRAK

Laporan ini bertujuan untuk mendapatkan solusi dari permasalahan, yang peneliti temukan di BSI KCP Gubug terkait kurangnya pelayanan kepada nasabah pensiun berkah yang mayoritas sudah lanjut usia. Solusi yang penulis berikan berdasarkan teori dari permasalahan yang dihadapi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan fenomena di lapangan. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilaksanakan di BSI KCP Gubug Kabupaten Grobogan.

Hasil dari penelitian menemukan indikasi masalah yang muncul pada BSI KCP Gubug yaitu belum optimalnya pelayanan kepada nasabah pembiayaan pensiun berkah BSI KCP Gubug. Digunakan teori bauran pemasaran jasa dan TERRA untuk menyelesaikan permasalahan tersebut untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

Kata Kunci: *Pelayanan, Bauran Jasa, TERRA*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillahirabbilalamin.

Segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Upaya Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia KCP Gubug”, sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat yang kita nantikan syafaatnya di Yaumul Qiyamah nanti.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dorongan dan dukungan dari berbagai pihak dengan bentuk kontribusi yang diberikan, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada

1. Allah SWT yang telah mengabulkan doa dan memudahkan segala urusan saya dalam menyelesaikan laporan akhir MB-KM.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Dwi Hariyanto, Ibu Fartini, dan adek saya Genta Zhyndhu Damara, yang selalu menjadi penyemangat saya dan yang telah mendukung saya sepenuhnya baik materil maupun doa yang tak pernah putus dipanjatkan kepada saya.
3. Ibu Sri Wahyuni Ratnasari, SE., M.Bus selaku Dosen Pembimbing Lapangan.

4. Ibu Sri Wahyuni Hartiningsih selaku BOSM dan selaku Dosen Supervasior yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan dalam penulisan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Heru Sulisty, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Dr. Lutfi Nurcholis S.T., SE., MM, Kepala Jurusan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Karyawan dan Seluruh Civitas Akademik Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
8. Bapak Pipik Priakso, selaku Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Gubug.
9. Seluruh karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Gubug yang telah menerima dan bersedia untuk membimbing selama kegiatan Magang MB-KM ini.
10. Sahabat dan teman-teman saya irsa, yuliana, syema, vinna, tyas, isna, iva, vina, tasya, anggun, nina, maymun, wiwit, esti, siska, martha, aba, saraya, muna, diah, kristina, seli, yang telah memberikan semangat, dukungan, doa, saran hingga terselesaikan tugas akhir ini.
11. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai segi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan penulis kedepannya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan. Semoga amal kebaikan kita semua dinilai ibadah oleh Allah SWT.

Wassalamualikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semarang, 6 Januari 2023



Sofana Azyahra

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN LAPORAN MAGANG.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Gambar.....	xv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	3
1.3 Sistematika Laporan.....	3
BAB II.....	5
PROFIL ORGANISASI DAN AKTIFITING MAGANG	5
2.1 Prifil Organisasi.....	5
2.1.1 Peinsip Bank Syariah Indonesia.....	6
2.1.2 Produk – produk Bank Syariah Indonesia.....	7
2.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	13
2.1.4 Struktur Bank Syariah Indonesia KCP Gubug.....	13

2.2 Aktivitas Magang	16
BAB III.....	19
IDENTIFIKASI MASALAH	19
3.1 Bidang Pemasaran	19
3.2 Bidang Operasional.....	20
BAB IV.....	22
KAJIAN PUSTAKA.....	22
4.1 Minat Beli	22
4.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	22
4.2.1 Promosi.....	23
4.2.2 People.....	23
4.2.3 Produk	24
4.2.4 Price.....	25
4.2.5 Place.....	25
4.2.6 Proses.....	26
4.2.7 physical Evidence (Bukti Fisik).....	26
4.3 Ada 5 Dimensi Pelayanan Pelanggan.....	26
4.3.1 Tangible.....	26
4.3.2 Empathy.....	27
4.3.3 Realibility.....	27
4.3.4 Responsiveness.....	28
4.3.5 assurance.....	28
BAB V	29

METODE PENELITIAN.....	29
5.1 Pengumpulan Data	29
5.1.1 Interview (Wawancara) dengan pegawai BSI KCP GUBUG.....	29
5.1.2 Observasi (Pengamatan).....	30
5.1.3 Dokumentasi.....	30
5.2 Tehnik Analisis Data.....	31
BAB VI.....	32
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
6.1 Analisis Data.....	36
6.1.1 Bauran Pemasaran Jasa.....	36
6.1.2 5 Dimensi Pelayanan Jasa.....	44
BAB VII	54
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	54
7.1 Kesimpulan.....	54
7.2 Rekomendasi.....	55
BAB VIII.....	57
REFLEKSI DIRI.....	57
8.1 Hal – hal positif yang diterima selama perkuliahan yang bermanfaat terhadap pekerjaan selama magang.....	57
8.2 Manfaat magang terhadap pengembangan soft – skill mahasiswa.....	57
8.3 Manfaat magang terhadap kemampuan kognitif mahasiswa.....	58
8.4 Kunci sukses bekerja berdasarkan pengalaman magang	58
8.5 Rencana pengembangan diri, karir dan pendidikan mahasiswa.....	59

DAFTAR PUSTAKA..... 60

LAMPIRAN 3



Daftar Gambar

Gambar 1. Bagan Struktur Organisasi BSI KCP Gubug.....	13
Gambar 2. Tempat Parkir BSI KCP Gubug.....	20
Gambar 3. Produk Pembiayaan Pensiun Berkah.....	38
Gambar 4. Melakukan Survei Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah.....	39
Gambar 5. Pengarahan Nasabah yang sedang Melakukan Transaksi.....	40
Gambar 6. Lokasi BSI KCP Gubug	41
Gambar 7. Banner Produk BSI KCP Gubug.....	42
Gambar 8. Browsur Produk BSI KCP Gubug.....	42
Gambar 9. Melakukan Pembayaran Browsur.....	43
Gambar 10. Gedung BSI KCP Gubug.....	45
Gambar 11. Ruang Tunggu Pelayanan dan ruang teller di BSI KCP Gubug.....	46
Gambar 12. Ruang CS di BSI KCP Gubug.....	47
Gambar 13. Toilet dan Mushola di BSI KCP Gubug.....	48
Gambar 14. Tempat parkir di BSI KCP Gubug.....	48
Gambar 15. Telepon dan komputer di BSI KCP Gubug.....	49
Gambar 16. Mesin ATM di BSI KCP Gubug.....	50
Gambar 17. Tabungan dan ATM BSI.....	51

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak pada masyarakat seperti menurunnya kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pembatasan kegiatan masyarakat yang diberlakukan oleh pemerintah selama masa pandemi, telah menimbulkan kesenjangan antara kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dan kemampuan finansial mereka yang semakin berkurang. Mengingat pentingnya memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, perbankan Syariah hadir untuk menawarkan solusi. Hal ini sesuai dengan salah satu fungsi intermediasi perbankan syariah yaitu menghimpun dana dari pihak yang memiliki kelebihan uang dan menyediakan dana kepada pihak yang tidak memiliki uang (Djarmiko & Rachman, 2015). Salah satu masalah yang paling mendesak yang dihadapi masyarakat adalah kebutuhan finansial masyarakat untuk membiayai berbagai kebutuhannya.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank yang dibentuk dari penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu PT. Bank Syariah Mandiri, PT Bank Syariah BNI, PT. Bank syariah BRI. Bank Syariah Indonesia memiliki berbagai jenis produk keuangan diantaranya adalah Pembiayaan Pensiun Berkah. Pembiayaan adalah dana yang tersedia bagi pihak lain untuk melakukan investasi yang direncanakan, baik perorangan maupun lembaga. Menurut Pasal 10 UU No. 43

Tahun 1999, pensiun adalah jaminan hari tua dan santunan bagi PNS yang telah mengabdikan pada negara selama bertahun-tahun. Dengan kata lain, pendanaan adalah uang yang ditawarkan untuk mendanai suatu proposal investasi (Rezky M, 2021). Menurut BSI Manual, Pembiayaan Pensiun Berkah adalah penyaluran fasilitas keuangan konsumtif kepada pensiunan, dengan pembayaran premi dikurangi dengan pembayaran pensiun yang diterima dari pensiunan dan Pembayaran Pensiun dipantau setiap bulan oleh bank.

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari BOSM Bank Syariah Indonesia KCP Gubug, Produk Pembiayaan Pensiun Berkah merupakan salah satu produk yang sampai saat ini belum banyak peminatnya. . Sampai saat ini jumlah nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah di BSI KCP Gubug sejumlah 186 nasabah (tahun 2022). Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi rendahnya minat masyarakat menggunakan produk Pensiunan Berkah diantaranya kurangnya promosi dan belum optimalnya peran SDM (people) dalam memberikan layanan yang prima kepada nasabah. Mengingat nasabah pembiayaan pensiun berkah mayoritas adalah nasabah lanjut usia, maka dalam pelayanan akan memerlukan perlakuan yang berbeda dengan nasabah pada umumnya.

Berdasarkan, latar belakang masalah tersebut, penulis bermaksud Menyusun laporan akhir MBKM dengan mengkaji lebih jauh tentang produk pembiayaan pensiun berkah dan mengambil judul: “UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH PEMBIAYAAN PENSUN BERKAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP GUBUG ”.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan penyusunan laporan magang ini adalah untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana meningkatkan pelayanan kepada nasabah pembiayaan pensiun berkah Bank Syariah Indonesia KCP Gubug.

1.3 Sistematika Laporan

Sistem penyusunan laporan magang MB-KM adalah sebagai berikut.

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang umum, masalah yang ada di perusahaan tempat magang, dan menggunakannya sebagai topik untuk Laporan Akhir MBKM. Laporan magang.

Bab 2 Gambaran organisasi dan kegiatan magang

Bab ini berisi profil organisasi yang memberikan gambaran umum tentang karakteristik Bank Syariah Indonesia KCP Gubug meliputi prinsip, produk, visi dan misi, serta struktur organisasi KCP Gubug Bank Syariah Indonesia. program magang.

Bab 3 Mengidentifikasi Masalah

Bab ini berisi identifikasi berbagai masalah pemasaran, dan operasional yang terjadi di Bank Syariah Indonesia KCP Gubug dan permasalahan yang diangkat.

Bab 4 Tinjauan Pustaka

Bab ini memberikan tinjauan pustaka, termasuk referensi penelitian, khususnya tentang minat beli dan bauran pemasaran jasa

Bab 5 Metode Pengumpulan Dan Analisis Data

Menguraikan kembali kasus atau masalah penting yang menjadi topik pembahasan. Menguraikan kasus atau masalah yang dipilih terkait latar belakang, substansinya, dan dampak yang ditimbulkan. Menganalisis kasus atau masalah tersebut dengan menggunakan teori atau metode yang relevan. Uraian mengenai teori atau metode harus menyebutkan referensi yang valid dan handal.

Bab 6 Analisis dan Pembahasan

Mencakup pembahasan mengenai kesimpulan yang dihasilkan dari analisis permasalahan dari topik pembahasan, serta memberikan rekomendasi mengenai hal-hal yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang terhadap peserta magang serta pegawai yang ada dalam organisasi tempat magang.

Bab 7 Kesimpulan dan Rekomendasi

Menjabarkan mengenai manfaat magang terhadap perkembangan softskill yang didapatkan selama magang, mengidentifikasi mengenai kesuksesan dalam bekerja selama proses magang.

Bab 8 Refleksi Diri

Mahasiswa memberikan penjabaran tentang hal-hal positif yang diterima selama perkuliahan yang bermanfaat/relevan dalam pekerjaan selama magang.

BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Organisasi

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia berpotensi menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Salah satu faktor tumbuhnya ekosistem industri halal Indonesia adalah meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang isu-isu halal dan dukungan yang kuat dari para pemangku kepentingan, termasuk bank syariah.

Secara umum, bank syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah memberikan pinjaman dan jasa pembayaran dan distribusi lainnya sesuai dengan prinsip syariah.

Bank syariah memainkan peran penting dalam ekosistem bisnis halal sebagai perantara untuk semua kegiatan ekonomi. Di Indonesia, perbankan syariah telah tumbuh dan berkembang secara signifikan selama 30 tahun terakhir. Setiap tahun, inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan menunjukkan tren yang baik. Memang, kebutuhan untuk bertindak lebih cepat tercermin dari maraknya bank syariah yang terlibat dalam aksi korporasi. Tak terkecuali bank syariah milik negara seperti Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah.

Berkat sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) dan komitmen pemerintah melalui Departemen BUMN, mereka terpacu untuk

bersaing dalam skala global. Pembicaraan penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu kesatuan yakni Bank Syariah Indonesia dimulai pada 1 Februari 2021 tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H. (BSI). Penggabungan tersebut akan menggabungkan kekuatan ketiga bank syariah untuk memberikan layanan yang lebih luas, jangkauan yang lebih luas, dan meningkatkan kemampuan permodalan Bank Syariah Indonesia.

Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya untuk membangun bank syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat dan berpotensi menjadi sumber baru pembangunan ekonomi nasional serta memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dalam bidang yang lebih luas (Rahmatan Lil `Aalamiin).

2.1.1 Prinsip Bank Syariah Indonesia

Prinsip dasar perbankan syariah adalah hukum Islam yang bersumber dari Alquran dan Hadits. Bank syariah harus mengikuti apa yang diperbolehkan dan apa yang tidak diperbolehkan dalam Al Quran dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Perbedaan utama antara perbankan komersial dan perbankan syariah terletak pada sistem imbalan atas dana yang digunakan atau dipegang oleh para pihak.

Bunga adalah keuntungan yang dilarang oleh hukum Islam. Sementara itu, balas jasa atas dana yang dipinjamkan atau disimpan di bank syariah ditentukan berdasarkan prinsip bagi hasil menurut hukum Islam.

Tujuan utama perbankan syariah adalah untuk memberikan peluang keuangan melalui pencarian produk keuangan yang sesuai dengan standar dan peraturan hukum Islam.

Bank syariah tidak ada untuk memaksimalkan keuntungan, mereka ada untuk memberikan manfaat sosial ekonomi bagi umat Islam.

Buku *Banks and Other Financial Institutions* (2016) karya Bustari Muchtar, Rose Rahmidani, dan Menik Kurnia memaparkan beberapa prinsip atau hukum yang dianut oleh bank syariah.

- Pemberi dana diharuskan untuk berbagi keuntungan dan kerugian yang dihasilkan dari operasi lembaga pemberi pinjaman.
- Islam melarang konsep “menghasilkan uang dengan uang”. Uang hanyalah alat tukar dan bukan komoditas karena tidak memiliki nilai instrinsik.
- Ketidakpastian tidak diperbolehkan. Kedua belah pihak perlu tahu persis apa yang akan mereka dapatkan dari sebuah transaksi.
- Investasi hanya dapat diberikan kepada perusahaan yang tidak dilarang oleh Islam. Misalnya, kesulitan usaha minimal tidak dapat dibiayai oleh bank syariah.
- Pembayaran untuk pinjaman dengan nilai selain nilai pinjaman yang telah ditentukan sebelumnya tidak diperbolehkan.

2.1.2 Produk-produk Bank Syariah Indonesia

1. BSI Giro Valas

Dana yang disimpan oleh pihak ketiga dikelola melalui pengaturan Wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan cek, wesel, wesel lain atau transfer untuk mendukung transaksi valuta asing pribadi dan non-pribadi.

2. BSI Giro Rupiah

Dana yang disimpan oleh pihak ketiga yang dikelola dengan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan debit langsung, cek, wesel Bilyet, wesel lainnya atau transfer kawat untuk mendukung bantuan pribadi dan tidak diminta. perusahaan perseorangan dalam mata uang rupiah.

3. BSI Tabungan Valas

Menabung dengan memilih Akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah dolar, dimana penarikan dan penyetoran dapat dilakukan sewaktu-waktu atau sesuai aturan bank.

4. BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan umrah berlaku untuk semua umur berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah.

5. BSI Tabungan Easy

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai ketentuan perbankan pada jam buka bank BSI atau melalui ATM. Ada dua jenis tabungan yaitu Tabungan Mudharabah Mudah dan Tabungan Wadiah Mudah.

A. Produk Financing

1. Pembiayaan Griya Hasanah

Pembiayaan khusus untuk pembelian rumah baru dan bekas di lingkungan promotor, dalam jangka pendek, menengah atau panjang sesuai prinsip murabahah.

2. BSI Multiguna Hasanah

Fasilitas Pembiayaan Konsumtif untuk;

- Pembelian bahan habis pakai seperti perbaikan rumah, perabot rumah tangga, dll.
- Pembelian manfaat layanan seperti perencanaan pernikahan, perawatan rumah sakit, pendidikan, layanan biro perjalanan, dan lainnya.
- Pengalihan/pengalihan utang pembiayaan konsumen ke lembaga keuangan lain yang memiliki underlying asset.

3. BSI OTO

Layanan pembiayaan kepemilikan kendaraan (mobil baru, mobil bekas, dan sepeda motor baru) dengan cicilan bulanan ringan dengan prinsip murabahah.

4. BSI Pensiun Berkah

Dana yang diberikan kepada pensiunan setiap bulan meliputi:

- Pensiunan ASN&Pensiunan Janda ASN
- Pensiunan BUMN/BUMD
- Pensiunan&Pensiunan Janda ASN/PNS yang belum memasuki TMT Pensiunan namun telah menerima SK Pensiun.

5. Mitraguna Online

Pembiayaan tanpa agunan untuk berbagai keperluan/apapun dengan berbagai keuntungan dan fasilitas bagi karyawan.

B. Produk Investment

1. BSI Deposito Valas

Investasi berjangka dikelola oleh kontrak Mudharabah yang ditunjuk untuk individu dan perusahaan dalam USD. Ada jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

2. Deposito Rupiah

Investasi berjangka yang dikelola dengan akad Mudharabah yang ditujukan untuk nasabah ritel dan korporasi dalam mata uang rupiah. Ada jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

3. BSI Reksa Dana Syariah

Reksa Dana Syariah merupakan wadah yang digunakan untuk menghimpun modal dari masyarakat pemilik modal sebagai pemilik tanah.

4. Bancassurance

Kerjasama pemasaran produk asuransi dengan perusahaan asuransi yang bermitra dengan BSI.

5. SBSN Ritel

SBSN Ritel, terdiri dari Sukuk Negara Ritel dan sukuk tanggungan:

- Sukuk negara ritel adalah sukuk negara yang dijual kepada individu atau warga negara Indonesia melalui agen penjual di pasar perdana dalam negeri.

- Tabungan Sukuk merupakan produk investasi syariah yang ditawarkan oleh pemerintah kepada masyarakat Indonesia berupa tabungan investasi yang aman, mudah, terjangkau dan menguntungkan.

C. Produk Business

1. BSI Giro Optima

Rekening Giro mudharabah dengan imbal hasil special berdasarkan tiering.

2. BSI Cash Management

Saluran distribusi elektronik berupa layanan perbankan online memungkinkan nasabah korporasi atau institusi untuk melakukan transaksi atas rekeningnya di Bank dalam rangka pengelolaan keuangan dan pemantauan kas secara efisien, aman, cepat dan mudah.

3. BSI Pembiayaan Investasi

Fasilitas pembiayaan jangka menengah dan jangka panjang untuk pengadaan barang-barang modal (perluasan, pendirian proyek baru maupun refinancing).

4. BSI Bank Garansi

Bank garansi yang di khususkan kepada vendor/kontraktor dari PT.PLN dalam pengadaan barang dan jasa di lingkungan PLN.

5. BSI Giro Ekspor SDA

Layanan pembiayaan kepemilikan rumah atau property berhadiah porsi haji.

D. Produk Priority

1. BSI Prioritas

Merupakan layanan eksklusif dengan fasilitas khusus dari Bank Syariah Indonesia yang dibuat kepada nasabah perorangan terpilih.

2. BSI Private

Merupakan layanan eksklusif dengan fasilitas khusus dari Bank Syariah Indonesia untuk nasabah individu yang memiliki saldo akumulatif sebesar Rp 5 miliar.

3. Safe Deposit Box (SDB)

Sebagai wadah penyimpanan aset atau surat berharga, ditempatkan dalam ruang lemari besi yang dirancang khusus terbuat dari baja yang kuat, tahan pencurian dan tahan api untuk menjaga keamanan benda yang disimpan dan kenyamanan nasabah pengguna.

2.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Sebagai badan hukum dengan tujuan yang jelas, tentunya memiliki visi dan misi yang jelas. Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia adalah:

Visi:

“TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”

Misi:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

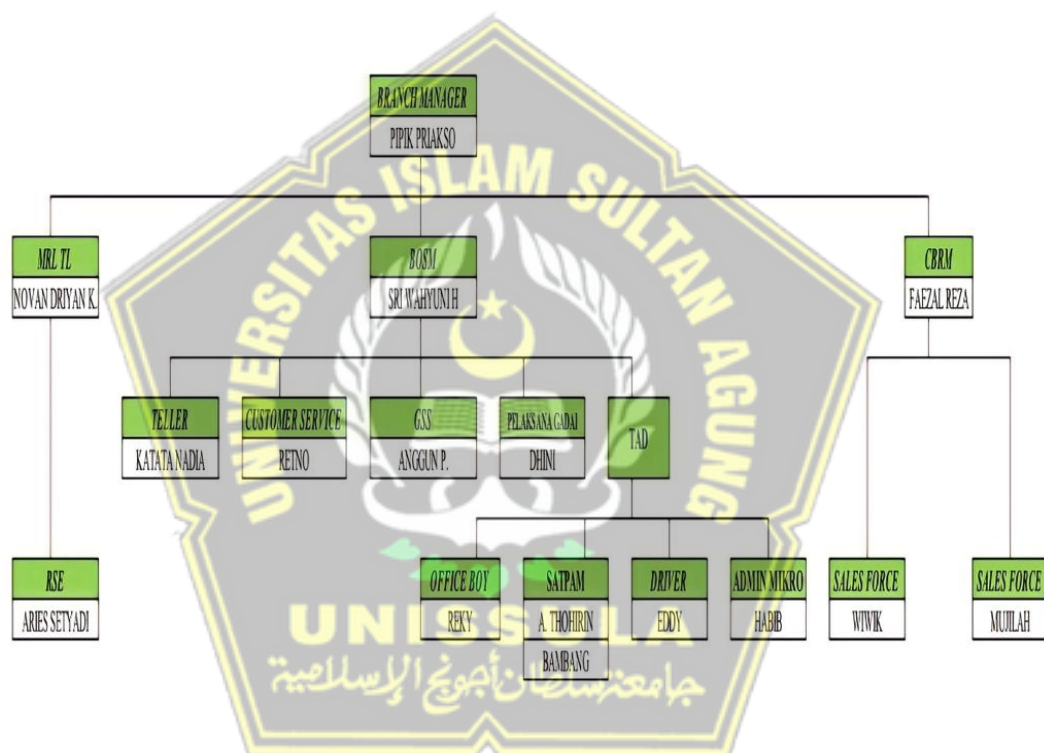
Melayani >20 juta nasabah dan mencapai top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

2.1.4 Struktur Bank Syariah Indonesia KCP Gubug



(Gambar 1. Bagan Struktur Organisasi BSI KCP Gubug)

Berikut ini merupakan penjelasan secara singkat tentang tentang tugas setiap bagian yang ada pada Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah:

1. Kepala Cabang

- Mengkoordinasikan dan menetapkan rencana operasional tahunan KCP sejalan dengan visi, misi dan strategi BSI.

- Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan rencana kerja KCP, untuk memastikan tujuan KCP yang telah ditetapkan tercapai tepat waktu.
- Menentukan kebutuhan dan strategi pengembangan sumber daya manusia di KCP untuk memastikan jumlah dan kualifikasi personel sejalan dengan strategi Bank.
- Lakukan analisis SWOT bulanan tentang keadaan KCP untuk menentukan di mana pesaing Anda berada di area kerja setempat. Mengevaluasi, memutuskan, dan melegitimasi aktivitas Capem yang tidak aktif. Mengkoordinasikan semua sarana dan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati dan ditetapkan yang sejalan dengan visi, misi dan tujuan kegiatan kerja.

2. Manager Operasional dan Marketing Manager

- Merencanakan pekerjaan mingguan/bulanan di departemen, untuk memastikan kepatuhan dengan rencana kerja.
- Mengkoordinasikan, menetapkan, dan mengevaluasi tujuan kerja untuk semua bawahan langsung.
- Memantau proses kerja di bawah koordinasinya, untuk memastikan semua pekerjaan dilakukan sesuai dengan rencana atau tujuan kerja dan SOP yang berlaku.
- Membuat dan meninjau implementasi rencana kerja departemen untuk memastikan data yang akurat dan terkini tersedia untuk mendokumentasikan evaluasi dan pengambilan keputusan yang unggul.
- Mengembangkan keterampilan dan pengetahuan bawahan, memenuhi persyaratan minimum posisi sehingga mereka dapat melakukan pekerjaan sesuai standar dan SOP.

- Meninjau dan merekomendasikan persyaratan barang atau peralatan kerja, untuk memastikan semua barang dan peralatan kerja digunakan secara maksimal.

3. Account Officer dan Officer Gadai

- Terus berupaya meningkatkan kapasitas/pemahaman produk dan proses layanan Bank Mandiri Syariah, termasuk persyaratan untuk setiap jenis produk.
- Melakukan pendataan atau informasi terkait perkembangan ekonomi, perkembangan ekonomi dan dunia usaha lokal untuk dijadikan sebagai indikator perkembangan usaha Capem.
- Menerapkan budaya kerja BSI.
- Menjaga sikap yang konsisten terhadap Kode Etik BSI.
- Melaksanakan tugas lain yang diperintahkan atasan.

4. Admin Pembiayaan/Back Office

- Memasukkan data nasabah finansial dan lakukan verifikasi BI
- Memantau pembayaran/progres pembayaran pelanggan.
- Memelihara berkas pembiayaan
- Mengelola perluasan BPKB dan pengajuan asuransi.

5. Back Office / SDI Umum

- Mengelola staf kantor dan pemeliharaan.
- Merekrut karyawan.
- Melakukan transfer, setelmen, dan RTGS gratis
- Membuat laporan bulanan.

2.2 Aktivitas Magang

Penulis melaksanakan magang di Bank Syariah Indonesia KCP Gubug dari tanggal 14 Februari 2022 sampai dengan 17 Juni 2022. Magang dilakukan pada hari kerja yaitu Senin sampai Jumat. Kegiatan saya selama magang di Bank Syariah Indonesia KCP Gubug adalah:

1. Membantu bagian operasional, diantaranya yaitu merekap, mengarsipkan data nasabah, serta membantu melayani nasabah yang mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi di customer service dan teller.
2. Membantu Marketing Pembiayaan, di antaranya menyiapkan dan membagikan brosur produk ke lapangan untuk OTS Nasabah, melakukan analisis pembiayaan, melakukan penyiapan dokumen untuk transaksi akad hingga pencairan, serta melakukan pengarsipan dokumen.
3. Menemani dalam pengambilan souvenir dan sarana prasarana di Kantor Bank Syariah Indonesia di Semarang.
4. Melakukan setoran angsuran nasabah melalui aplikasi kemudian menyetorkan kepada teller.
5. Membuat brosur produk BSI lalu membagikannya ke pasar-pasar terdekat atau ke rumah nasabah BSI.
6. Menyebarkan informasi pembiayaan untuk nasabah payroll melalui telepon.
7. Melakukan promosi ke nasabah melalui telepon.
8. Melakukan pengisian dokumen yang diperlukan untuk akad.
9. Menawarkan produk ke masyarakat untuk membuka rekening di BSI.
10. Melakukan penjemputan setor tunai nasabah.

Selama magang di BSI KCP Gubug, mahasiswa mendapatkan materi sebagai berikut:

1. Mengetahui macam-macam produk dan layanan yang ada di BSI KCP Gubug.
2. Mengetahui sistem operasional dan prosedur produk yang ada di BSI KCP Gubug.
3. Mengetahui cara mengelola pembiayaan yang dilakukan oleh marketing pembiayaan.
4. Mengetahui strategi pemasaran pembiayaan yang dilakukan oleh marketing pembiayaan.
5. Mengetahui syarat-syarat apa saja yang harus dipenuhi oleh nasabah, kapan harus membuka rekening tabungan dan kapan harus mengajukan pembiayaan.
6. Mengetahui alur pembiayaan dari pengajuan hingga penyelesaian pembiayaan.
7. Mengetahui cara pencatatan bukti transaksi.
8. Mengetahui cara mendata setoran nasabah pembiayaan setiap bulannya.
9. Mengetahui lingkup kerja BSI KCP Gubug.
10. Mengetahui cara menjemputan setoran angsuran nasabah dan melakukan penagihan kepada nasabah yang melakukan penunggakan.

BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

Dalam pengelolaan suatu lembaga, munculnya berbagai permasalahan merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari dan harus dihadapi. Permasalahan tersebut bisa berasal dari berbagai bagian, seperti pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, operasional, akuntansi. Demikian juga Bank Syariah Indonesia KCP Gubug, permasalahan bisa muncul dalam pengelolaannya, ada beberapa permasalahan yang penulis temukan yang menarik untuk dikaji. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gubug sebagai berikut:

3.1 Bidang Pemasaran

Di bidang pemasaran permasalahan utama yang dihadapi Bank Syariah Indonesia yaitu kurangnya minat masyarakat untuk menabung di BSI dan kurangnya kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk lembaga keuangan Bank Syariah. Hal tersebut menyebabkan rendahnya jumlah nasabah di BSI KCP Gubug. Di BSI KCP Gubug dari tahun 2020 sampai sekarang berjumlah 2.593 nasabah, kurangnya pelayanan nasabah pada Bank Syariah Indonesia dan belum optimalnya peran SDM (people) dalam memberikan layanan yang prima kepada nasabah. Mengingat nasabah pembiayaan pensiun berkah mayoritas adalah nasabah lanjut usia, maka dalam pelayanan akan memerlukan perlakuan yang berbeda dengan nasabah pada umumnya.

3.2 Bidang Operasional

Di bidang operasional permasalahan yang terjadi yaitu lingkungan kurang nyaman, fasilitas yang ada di BSI KCP Gubug seperti AC yang ada di ruang staff mati, parkir kurang luas, di BSI KCP Gubug parkirnya yang kurang luas menyebabkan kendaraan para nasabah kesulitan saat mau parkir, di khawatirkan apabila tidak dikelola dengan baik dapat mengakibatkan nasabah berpindah ke Bank lain.



(Gambar 2. Tempat Parkir BSI KCP Gubug)

Permasalahan penting yang diambil

Dari beberapa permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam masalah yang ada di bidang pemasaran, yaitu 1. kurangnya minat masyarakat untuk menabung di BSI dan kurangnya kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk lembaga keuangan Bank Syariah. Hal tersebut menyebabkan rendahnya jumlah nasabah di BSI KCP Gubug. Di BSI KCP Gubug dari tahun 2020 sampai sekarang berjumlah 2.593 nasabah, 2. kurangnya pelayanan

nasabah pada Bank Syariah Indonesia dan belum optimalnya peran SDM (people) dalam memberikan layanan yang prima kepada nasabah. Mengingat nasabah pembiayaan pensiun berkah mayoritas adalah nasabah lanjut usia, maka dalam pelayanan akan memerlukan perlakuan yang berbeda dengan nasabah pada umumnya.



BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Minat Beli

Minat beli (purchase intention) adalah kecenderungan konsumen yang tertarik untuk mengambil tindakan terkait pembelian melalui berbagai tahapan dan jalur, hingga kemungkinan untuk membeli produk, layanan, atau merek tertentu.

4.2 Bauran Pemasaran Jasa

Kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan bergantung pada rancangan strategi pemasarannya. Semua perusahaan menggunakan alat yang berbeda untuk mendapatkan umpan balik pelanggan tentang pemasaran mereka. Salah satu alat yang digunakan perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasarannya adalah bauran pemasaran jasa.

Berikut beberapa definisi bauran pemasaran jasa yang dikutip oleh para ahli:

Menurut (Korengkeng & Kawet, 2022), “ bauran pemasaran layanan adalah seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk mengkarakterisasi layanan yang ditawarkan kepada pelanggan”. Menurut Philip Kotler, Transfer Bahasa oleh Benjamin Molan (2012:23), “Bauran pemasaran (marketing mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya”.

Seperti yang didefinisikan di atas, bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang saling berhubungan dan terorganisir dengan baik yang dikelola dan digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran sambil memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Bauran Pemasaran Jasa 7P:

4.2.1 *Promotion (Promosi)*

Promosi adalah kegiatan dimana penjual menyampaikan informasi kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. (RAHMAT, 2022). Melalui periklanan, perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif kepada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media yang dikenal dengan media massa, seperti surat kabar, majalah, tabloid, radio, televisi, dan direct mail. Bauran promosi tradisional mencakup berbagai metode untuk mengomunikasikan manfaat produk atau layanan.

4.2.2 *People (Orang)*

Menurut (Andika, 2022) *people* menjelaskan bahwa peran masyarakat adalah mengutamakan produk pembiayaan pensiun berkah.

(Tamba & Purba, 2022) Individu telah mengidentifikasi diri mereka sebagai penyedia atau berniat untuk memberikan layanan kepada konsumen. Setiap karyawan harus menggunakan sikap, semangat, daya tanggap, inisiatif, kreativitas, pemecahan masalah, ketekunan dan integritas untuk membuat barang kompetitif bagi konsumen. Sementara itu, menurut Kusmana, Alma (2002) menemukan bahwa aspek

kepemimpinan manajer berupa kompetensi, visi dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap stabilitas dan tingkat akademik kepemimpinan manajer bersangkutan.

Sementara itu, (Aisyah et al., 2022) menyatakan bahwa orang adalah semua aktor yang terlibat dalam produksi jasa untuk mempengaruhi persepsi pembeli. Orang adalah karyawan perusahaan, konsumen, dan konsumen lain di lingkungan layanan. Konsumen sering mengevaluasi layanan yang mereka terima berdasarkan peringkat penyedia layanan. Semua sikap dan tindakan pegawai, termasuk pakaian dan penampilan pegawai, mempengaruhi persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (service enemy). Semua pegawai yang berhubungan dengan konsumen disebut tenaga penjualan. Pemasaran adalah tugas semua karyawan organisasi jasa. Perilaku semua personel layanan harus berorientasi pada pelanggan.

People dalam jasa adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam semua kegiatan perusahaan dan merupakan faktor penting dalam semua organisasi.

4.2.3 Product (Produk)

Produk yang dijelaskan di sini adalah produk yang dijual oleh toko atau perusahaan. Baik barang dan jasa yang memiliki nilai guna dan saat ini dibutuhkan oleh konsumen. Kunci keberhasilan pemasaran produk adalah barang dan jasa tersebut harus memenuhi kebutuhan konsumen.

Kecuali bahwa produk atau jasa tersebut harus memiliki nilai yang lebih tinggi dari produk lainnya. Hal ini dapat menjadikan produk tersebut pilihan konsumen. Apalagi saat persaingan begitu hebat. Terlalu banyak produk serupa dan serupa yang sengaja dipasarkan secara bersamaan.

4.2.4 Price (Harga)

Harga adalah jumlah yang harus dibayar konsumen untuk menjual produk atau jasa. Harga juga menjadi aspek penting. Oleh karena itu, keputusan ini membutuhkan pemikiran yang matang.

Memang, konsumen sering mempertimbangkan harga sebelum membeli barang dan jasa. Harga ini sangat fleksibel. Oleh karena itu, perusahaan harus mengikuti dinamika pasar dan memberi harga produk mereka dengan harga yang tepat. Bagaimana cara menentukan harga yang tepat?

Harga dianggap wajar bila dapat diterima oleh konsumen. Namun di saat yang sama, perusahaan tetap bisa menghasilkan keuntungan.

4.2.5 Place (Tempat)

Lokasi ini menentukan lokasi proses jual beli produk, baik barang maupun jasa. Konsep ini sangat penting untuk bisnis tradisional. Perusahaan yang dioperasikan secara tradisional harus memiliki pemahaman yang jelas tentang posisi strategis mereka.

Setidaknya di tempat yang mudah dikunjungi konsumen. Tetapi hanya di bidang aktivitas klasik. Dengan cara ini, nama bisnis modern dan bisnis online muncul hari ini. Alhasil, pemahaman kita tentang aspek tempat ini lebih bervariasi selama periode ini. Sangat cocok untuk kendaraan yang Anda gunakan.

4.2.6 Process (Proses)

Proses ini merupakan gabungan dari semua kegiatan. Mulai dari prosedur, rencana kerja, kegiatan, mekanisme dan hal-hal umum lainnya. Semua kegiatan ini melibatkan produk yang diproduksi dan dikirim ke konsumen. Perusahaan dan bisnis

perlu memprioritaskan aspek proses ini. Untuk apa? Karena prosesnya berhubungan langsung dengan konsumen.

Konsumen sendiri adalah penerima produk, tetapi barang dan jasa diproduksi oleh perusahaan. Aspek proses ini meliputi operasi layanan dan proses transaksional. Perusahaan harus terus berupaya memberikan pelayanan yang memuaskan dengan berbagai cara agar konsumen tetap puas.

4.2.7 *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical evidence yaitu segala peralatan yang digunakan untuk mendukung jalannya suatu usaha. Untuk perusahaan yang lebih besar, peralatan yang lebih banyak tentunya dibutuhkan. Selain itu, ia juga akan memiliki fungsi dan penggunaan yang lebih kompleks.

4.3 Ada 5 Dimensi Pelayanan Jasa

4.3.1 *Tangible*

Tangible adalah Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya sangat gamblang dan itu adalah sesuatu yang istimewa. Oleh karena itu, kualitas langsung terlihat dan nyata bagi pelanggan. Kekonkretan penting karena pada akhirnya, pelanggan membutuhkan pengalaman indrawi yang otentik. Bahkan dengan produk yang sama sekali tidak terlihat, Anda perlu mencari kualitas yang benar-benar dapat dikenali oleh pelanggan.

4.3.2 *Empathy*

Empathy yang terkait dengan kepuasan pelanggan dikaitkan dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada setiap pelanggan. Empati akan membantu Anda mengetahui

kebutuhan dan keinginan spesifik pelanggan Anda. Empati ini perlu ditanamkan pada semua karyawan, bukan hanya pada industri layanan pelanggan. Intinya, semua karyawan mencerminkan budaya perusahaan. Sehingga semua departemen harus menunjukkan empati yang besar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.3.3 Reliability

Reliability adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sementara berwujud adalah tentang hal-hal konkret, keandalan dikatakan lebih abstrak. Memang, kehandalan berhubungan langsung dengan harapan konsumen. Pelanggan memilih produk atau jasa karena mereka mempercayai kualitas yang diberikan. Oleh karena itu, harapan ini membentuk persyaratan tersendiri bagi perusahaan untuk dipenuhi.

4.3.4 Responsiveness

Seperti namanya, *responsiveness* berhubungan langsung dengan daya tanggap. Sederhananya, daya tanggap adalah bagaimana perusahaan memberikan layanan yang memenuhi semua keinginan dan kebutuhan pelanggan mereka. Seringkali tanggung jawab ini juga disertai dengan penyampaian yang konsisten namun dapat dimengerti.

4.1.5 Assurance

Assurance berarti kepastian, kepastian yang sangat diterima pelanggan dari perilaku badan usaha. Kepastian ini bisa Anda raih, misalnya melalui komunikasi yang baik, pengetahuan yang baik, sopan santun dan santun kepada pelanggan. Garansi meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk.

BAB V

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai metode pengumpulan data dan analisa data. Pengumpulan dimulai dengan penjelasan bagaimana cara mendapatkan data tersebut, selanjutnya data tersebut akan dijelaskan mengenai analisis data.

5.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti antara lain: wawancara, observasi, dan dokumentasi

5.1.1 *Interview* (Wawancara)

Menurut Kerlinger (1992), wawancara adalah situasi tatap muka antara individu dimana seseorang mengajukan beberapa pertanyaan kepada orang yang diwawancarai untuk menemukan jawaban yang berkaitan dengan masalah penelitian. Wawancara adalah interaksi antara setidaknya dua orang, satu berpartisipasi dalam proses dan yang lain mempengaruhi tanggapan pihak lain. (Phares, 1992).

Wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data, jika penulis atau pengumpul data mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh. Selama wawancara, pengumpul data menyiapkan alat penelitian berupa pertanyaan pra-tertulis yang juga disiapkan alternatif tanggapannya. Pertanyaan yang sama diajukan kepada masing-masing responden dan dicatat oleh pengumpul data.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tanya jawab dengan manajer di bagian pemasaran, dan pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Gubug, khususnya: Teller, Costumer Service dan 3 orang nasabah pensiun berkah.

5.1.2 Observasi (Pengamatan)

Menurut Widyoko (2014:46) Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap faktor-faktor yang muncul dalam gejala-gejala peneliti.

Penulis berpartisipasi dalam kegiatan sehari-hari orang yang diamati atau digunakan sebagai sumber data untuk laporan tersebut. Penulis yang berpartisipasi melakukan apa yang dilakukan oleh sumber data. Dengan observasi ini, data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan mencapai tingkat signifikansi dari setiap perilaku yang muncul. Dalam hal ini, selama magang penulis mengamati bagaimana nasabah beroperasi saat bertransaksi di BSI serta sikap staf dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah.

5.1.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan informasi dari dokumen atau laporan yang ada yang dianggap relevan dengan masalah penelitian. Dalam hal ini dokumen berupa foto yang berkaitan dengan fasilitas kantor (ruang pelayanan, tempat parkir, dll). Disamping itu dokumentasi juga digunakan untuk mendapatkan informasi tentang produk pembiayaan pensiun berkah dan juga data jumlah nasabah.

5.2 Teknik Analisis Data

Prinsip dasar analisis data adalah cara menyajikan data atau informasi yang terkumpul dalam bentuk deskriptif, sekaligus memberikan makna atau interpretasi sehingga informasi tersebut memiliki makna ilmiah atau teoretis. Analisis data digunakan sebagai metode pembahasan masalah dengan mendeskripsikan, mendeskripsikan, membandingkan, dan menginterpretasikan data.

Studi komparatif adalah membandingkan teori dengan praktek yang diterapkan di Bank Syariah KCP Gubug. Teori dalam hal ini Adalah terkait bauran pemasaran jasa khususnya yaitu *product, place, promotion, people*, Dan TERRA (*Tangible, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance*)



BAB VI

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dari data realisasi terkait minat masyarakat pada produk pembiayaan pensiun berkah dan pelayanan kepada nasabah pembiayaan pensiun berkah BSI KCP Gubug masih rendah. Jika tidak segera diatasi, realisasi produk pembiayaan pensiun berkah yang belum mencapai target dan pelayanan yang masih kurang memuaskan dikhawatirkan akan mengalami dampak ke perusahaan, dan akan berdampak pada pencapaian profit perusahaan. Maka dengan ini, BSI KCP gubug harus mencari solusi dalam mengatasi permasalahannya. Mulai dari membuat rencana strategi pemasaran baru, sosialisasi dan lain sebagainya. Beragam cara tersebut dilakukan untuk menarik minat masyarakat untuk melakukan transaksi di BSI KCP Gubug yang akan berdampak pada pemaksimalan profitabilitasnya.

Berdasarkan permasalahan yang ada di BSI KCP Gubug, penulis akan melakukan analisis data dan pembahasan berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dokumentasi, dan melakukan analisis menggunakan studi komparatif.

Berikut merupakan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada Pejabat, Pegawai, dan Nasabah BSI KCP Gubug.

No	Pertanyaan	Responden 1 (Supervisor)	Responden 2 (CS BSI)	Responden 3 (Nasabah)
1.	Bagaimana minat masyarakat terhadap produk pembiayaan pensiun berkah?	Masih kurang, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui BSI KCP Gubug mempunyai produk Pensiun Berkah.		
2.	Faktor apa yang membuat kurangnya minat masyarakat untuk menabung di BSI?	Masih minimnya Cabang BSI di setiap daerah dan kurangnya kesadaran masyarakat mengenai BSI.		
3.	Bagaimana cara BSI KCP Gubug dalam melakukan	Membuat browsur dan membagikannya		Kurangnya pengetahuan dan

	promosi produk?	ke tempat-tempat umum contohnya: Pasar, toko, dan pinggir jalan raya.		pemahaman tentang BSI
4.	Bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan nasabah pembiayaan pensiun berkah?	Menerapkan 5 S (Salam, Senyum Sapa, Sopan, Santun) kepada para nasabah yang mayoritas sudah lanjut usia, serta selalu memberikan hasil yang maksimal demi kepuasan nasabah.		
5.	Siapa saja yang berperan dalam menerapkan	Semua karyawan, terutama yang	Semua karyawan yang berhadapan langsung dengan	

	kualitas pelayanan?	berhadapan langsung dengan nasabah kami.	nasabah, contohnya teller dan CS	
6.	Mengapa kualitas pelayanan menjadi faktor penting bagi BSI?	Karena akan meningkatkan reputasi bagi BSI, meningkatkan loyalitas nasabah, meningkatkan word of mouth yang positif, meningkatkan performance, serta akan menambah profitabilitas.		Karena dengan adanya kualitas pelayanan, maka akan menghadirkan kepuasan nasabah yang mana kepuasan nasabah tersebut menjadi tolak ukur kemajuan BSI.

Dari wawancara dengan Supervisor (BOSM), pengamatan yang saya lakukan selama proses magang, dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat

terhadap produk pembiayaan pensiun berkah dan pelayanan kepada nasabah pembiayaan pensiun berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Gubug masih kurang. Untuk memecahkan permasalahan tersebut, tentunya diperlukan sebuah strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan pelayanan dan penjualan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Gubug.

6.1 Analisis Data

6.1.1 Bauran Pemasaran Jasa

Produk Pembiayaan Pensiun Berkah merupakan fasilitas yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk membantu nasabah dalam pembiayaan pensiun berkah dengan proses yang mudah. Dalam memasarkan produk Pembiayaan Pensiun Berkah diperlukan adanya strategi yang tepat sehingga dalam operasionalnya melayani jasa keuangan selalu berkembang dan bertahan dalam persaingan dengan lembaga keuangan lainnya.

Terdapat 7 bauran pemasaran jasa 7P (*Promotion, People, Product, Price, Place, Process, Physical Evidence*), akan tetapi untuk menyesuaikan dengan kondisi di BSI KCP Gubug, peneliti lebih memfokuskan pada penerapan empat bauran saja yang meliputi (*Product, People, Place, Promotion*) dan TERRA (*Tangible, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance*) dengan konsep syariah pada BSI KCP Gubug yaitu sebagai berikut:

1. Product

Di BSI KCP Gubug terdapat produk Pembiayaan Pensiun Berkah. Pembiayaan Pensiun Berkah merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan

konsumer (termasuk untuk kebutuhan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dari pembiayaan tersebut dilakukan secara langsung pemotongan dari manfaat pensiun yang diterima oleh peserta program dana pensiun secara berkala setiap bulannya melalui bank. Untuk pembiayaan pensiun berkah ini menggunakan Akad Murabahah, Ijarah, atau Musyarakah Mutanaqishah (MMQ).

Mekanisme Pembiayaan Pensiun Berkah

Dalam pembiayaan pensiun berkah pada Bank Syariah Indonesia KCP Gubug terdapat 2 pilihan yaitu pembiayaan baru dan pembiayaan take over. Adapun mekanisme untuk pembiayaan baru dan tak over sebagai berikut:

1. Pembiayaan Pensiun Berkah Baru
 - a. Calon nasabah pembiayaan datang ke BSI KCP Gubug dengan membawa persyaratan dokumen yang telah ditentukan.
 - b. Petugas marketing melakukan verifikasi dokumen baik dari kelengkapan maupun keasliannya, kemudian melakukan scoring by system dan memutuskan pembiayaan akan diterima atau ditolak.
 - c. Jika diterima maka calon nasabah pembiayaan dan petugas marketing akan melakukan akad pembiayaan kemudian bersama-sama ke PT Taspen untuk melakukan proses pindah gaji. Jika ditolak maka dokumen akan dikembalikan kepada calon nasabah pembiayaan yang bersangkutan.
 - d. Ketika proses pindah gaji telah selesai, maka langkah yang terakhir yaitu proses pencairan pembiayaan pensiun berkah sudah dapat dilakukan.

2. Pembiayaan Pensiun Berkah take over dari lembaga lain:
 - a. Calon nasabah pembiayaan *take over* datang ke BSI KCP Gubug dengan membawa persyaratan dokumen yang telah ditentukan.
 - b. Petugas marketing melakukan verifikasi dokumen baik dari kelengkapan maupun keasliannya, kemudian melakukan *scoring by system* dan memutuskan pembiayaan akan diterima atau ditolak.
 - c. Jika diterima maka calon nasabah pembiayaan dan petugas marketing akan melakukan akad pembiayaan kemudian bersama-sama ke PT Taspen untuk melakukan proses pindah gaji.
 - d. Jika ditolak maka dokumen akan dikembalikan kepada calon nasabah pembiayaan yang bersangkutan.
 - e. Setelah melakukan pelunasan, maka calon nasabah pembiayaan dan petugas marketing bersama-sama ke PT Taspen untuk melakukan proses pindah gaji.
 - f. Ketika proses pindah gaji telah selesai, maka langkah yang terakhir yaitu proses pencairan pembiayaan pensiun berkah sudah dapat dilakukan.



(Gambar 3. Produk Pembiayaan Pensiun Berkah)



(Gambar 4. Melakukan Survei Nasabah Pembiayaan Pensiun Berkah)

2. People

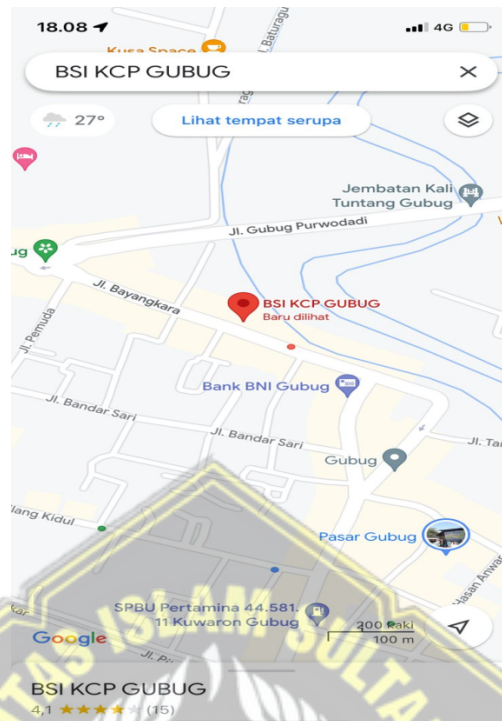
People adalah mereka yang menyediakan atau berniat untuk memberikan layanan kepada konsumen. Semua sikap dan tindakan karyawan bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa. BSI KCP Gubug selalu menerapkan sikap ramah apabila ada nasabah yang ingin melakukan transaksi selalu diawali dengan mengucapkan salam dan selalu senyum. Semua pegawai di BSI KCP Gubug wanita maupun pria diwajibkan memakai seragam, adapun pembagian hari untuk memakai seragam yaitu, Hari Senin Formal, Selasa Batik, Rabu Batik, Kamis Bebas, Jumat Bebas. Rata-rata riwayat pendidikan pegawai BSI di KCP Gubug Sarjana. Jumlah pegawai di BSI KCP Gubug cukup memadai yang terdiri dari 14 orang.



(Gambar 5. Pengarahan Nasabah yang sedang Melakukan Transaksi)

3. Place

Bank Syariah Indonesia KCP Gubug berlokasi di Jl. Bhayangkara No.33, Gubug, Kec. Gubug, Kab. Grobogan, Jawa Tengah, 58164, Indonesia. BSI KCP Gubug dalam meningkatkan kapabilitas distribusi produk dan layanan didukung oleh tempat atau kantor yang strategis, dimana BSI KCP gubug ini dikelilingi pusat perbelanjaan contohnya: Pasar Gubug, Swalayan Rahayu, Lembaga Pendidikan contohnya: SDN 1 Gubug, SMP Nusantara 1 Gubug, SMAYasiha Gubug, Lembaga Kesehatan contohnya: RSUD PKU Muhammadiyah Gubug, RSUD Ki Ageng Getas Pendowo Gubug, Puskesmas Gubug 1, dan juga dikelilingi oleh lembaga keuangan lain contohnya BRI Unit Gubug, Bank Mandiri Mitra Usaha Gubug. Sehingga diharapkan masyarakat dapat mengetahui dan menjangkau dengan mudah keberadaan lokasi.



(Gambar 6. Lokasi BSI KCP Gubug)

4. Promotion

Dalam menghadapi persaingan, BSI KCP Gubug sudah melakukan strategi promosi secara gencar dan tepat sasaran. Adapun strategi promosi yang dilakukan BSI KCP Gubug yaitu sebagai berikut:

* Periklanan (*advertising*)

Media periklanan yang digunakan BSI KCP Gubug melalui media sosial, banner, maupun browsur. Dengan promosi melalui iklan dimedia internet BSI KCP Gubug menampilkannya dengan semenarik mungkin sehingga nasabah dapat mengenal produk yang dipilihnya berdasarkan informasi dari sumber website BSI tersebut. Banner sebagai media promosi ditempatkan dibeberapa tempat yang mudah dibaca oleh nasabah, diantaranya di depan Gedung dan juga di dalam

ruangan. BSI KCP Gubug sudah menggunakan brosur sebagai media promosi, tetapi penyebarannya belum maksimal, terutama belum menjangkau target pasar yaitu para calon pension dan pensiun



(Gambar 7. Banner Produk BSI KCP Gubug)



(Gambar 8. Brosur Produk BSI KCP Gubug)

* Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BSI KCP Gubug melalui kegiatan personal selling antara lain dengan melakukan sosialisasi secara langsung ke beberapa lembaga pendidikan, lembaga kesehatan, dan sebagainya. Selain itu BSI KCP Gubug juga menggunakan strategi penawaran nasabah eksis, yaitu nasabah yang sering melakukan transaksi di BSI KCP Gubug, pemberian souvenir, dan juga referral ke nasabah lain.



(Gambar 9. Melakukan Penyebaran Brosur)

* Publisitas (*Publicity*)

Strategi publisitas ini, BSI KCP Gubug menggunakan alat publisitas terutama media sosial seperti whatsAap, twitter, instagram, dalam mengenalkan produk pembiayaan pensiun berkah kepada masyarakat. BSI KCP Gubug juga menjadi sponsorship dengan menjadi sponsor pada acara-acara tertentu seperti yang diadakan sekolah-sekolah sekitar maupun yang lainnya. BSI KCP Gubug

juga melakukan strategi dengan kegiatan amal, memaksimalkan perannya sebagai lembaga sosial yang turut mendukung kegiatan pemerintah. BSI KCP Gubug juga peduli dengan bidang pendidikan seperti pemberian beasiswa untuk siswa maupun mahasiswa.

6.1.2 5 Dimensi Pelayanan Jasa

TERRA merupakan kepanjangan dari Bukti Fisik (*Tangible*), Empati (*Emphaty*), Keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*).

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tangible adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan dan hal tersebut merupakan hal yang konkret. Ini artinya kualitas tersebut dapat dilihat dan dirasakan secara nyata oleh pelanggan. Di Bank Syariah Indonesia KCP Gubug tersedia fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi yang cukup memadai, khususnya bagi nasabah pensiun berkah yang mayoritas sudah lanjut usia (kisaran usia 56-60 tahun). Adapun secara rinci fasilitas fisik yang dimiliki BSI KCP Gubug berupa:

1. Gedung berlantai 2
2. Ruangan yang cukup besar yang meliputi: Ruang Tunggu, Ruang Teller, Ruang Customer Sevice, Toilet, Mushola, dan Tempat Parkir.
3. Perlengkapan dan sarana komunikasi seperti Telepon, Komputer, Mesin ATM, Buku tabungan, Kartu ATM.

a. Gedung BSI KCP Gubug

Di BSI KCP Gubug terdapat gedung berlantai 2, yang mana gedung tersebut terlihat besar dan megah. Dengan begitu nasabah yang sedang melakukan transaksi di BSI KCP Gubug akan merasa nyaman dan di harapkan nasabah BSI KCP Gubug terus meningkat.



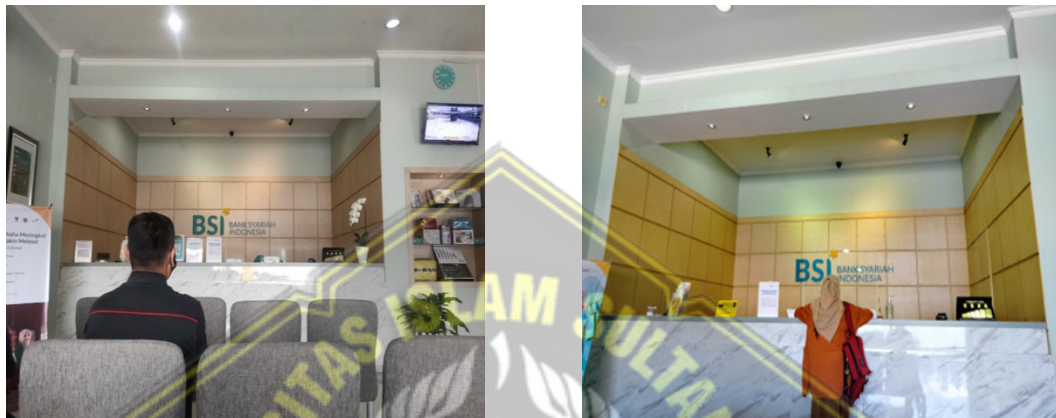
(Gambar 10. Gedung BSI KCP Gubug)

b. Ruang pelayanan dan Ruang Teller di BSI KCP Gubug

Ruang pelayanan yang terdapat di BSI KCP Gubug cukup nyaman, semua nasabah yang masuk kedalam BSI KCP Gubug diwajibkan untuk memakai masker, untuk itu BSI KCP Gubug menyediakan masker untuk para nasabah kalau ada yang lupa tidak membawa masker, dan juga ada beberapa kursi untuk tempat duduk para nasabah sambil menunggu nomor antriannya dipanggil teller, dan di beberapa sudut ruangan difasilitasi AC yang membuat ruangan sejuk dan membuat nasabah tidak merasa gerah saat menunggu antrian.

Teller adalah orang yang melayani nasabah yang sedang melakukan transaksi seperti melayani penarikan, transfer, dan penyetoran uang. Diruang teller terdapat pulpen yang digunakan untuk melakukan transaksi apabila nasabah lupa

tidak membawa pulpen, disediakan handsanitizer, dan juga disediakan sejumlah permen untuk para nasabah. Dalam menjalankan tugasnya Teller dilengkapi dengan *money counter* (mesin penghitung uang), computer, fotocopy, printer, laci untuk menyimpan berkas, dan telepon kantor.



(Gambar 11. Ruang Tunggu pelayanan dan ruang teller di BSI KCP Gubug)

c. Ruang *Customer Service*

Customer service merupakan salah satu layanan kepada nasabah yang memerlukan informasi tentang produk-produk BSI, melakukan pendaftaran, pembukaan rekening, pemblokiran rekening, penutupan rekening, dan lain sebagainya. Ruang CS di BSI cukup representative, dimana ada 1 petugas CS yang melayani nasabah setiap harinya. Di ruang tersebut disediakan 2 kursi sehingga memungkinkan nasabah terutama nasabah pensiun berkah yang sudah lanjut usia bisa didampingi oleh anggota keluarganya. Dalam menjalankan tugasnya CS dilengkapi dengan computer, fotocopy, printer, laci untuk menyimpan berkas, dan telepon kantor.



(Gambar 12. Ruang CS di BSI KCP Gubug)

d. Toilet dan Mushola di BSI KCP Gubug

Di BSI KCP Gubug difasilitasi toilet dan mushola untuk nasabah yang sedang melakukan transaksi, Toiletnya cukup bersih, disediakan sabun untuk mencuci tangan, tisu, dan juga tempat sampah, tetapi seharusnya toiletnya dipisah atau dibedakan antara pria dan wanita, dan sesuai namanya Bank Syariah Indonesia, sangat tidak etis apabila menyalahi prinsip syariah yang ada di BSI.

Terdapat Mushola juga untuk pegawai dan nasabah BSI KCP Gubug, dimushola menyediakan beberapa mukena dan sajadah, mukena dan sajadahnya cukup bersih dan wangi, karena selalu rutin di laundry, tetapi musholanya terlalu sempit dan kecil hanya muat untuk jamaah 3-4 orang saja.



(Gambar 13. Toilet dan Mushola di BSI KCP Gubug)

e. Tempat Parkir

Tempat parkir di BSI KCP Gubug sebenarnya cukup luas, tetapi karena tidak ada tukang parkirnya mengakibatkan penataan yang kurang tertib dan tidak rapi serta acak-acakan, jadi parkirannya terlihat sempit, dan seharusnya juga disediakan tempat helm supaya lebih rapi dan helm tidak jatuh saat sedang mengambil motor.



(Gambar 14. Tempat Parkir di BSI KCP Gubug)

f. Telepon dan computer

Di BSI KCP Gubug sarana dan alat komunikasinya cukup modern, dimana disetiap ruangan pegawai disediakan beberapa computer yang berjumlah 13 buah, diantaranya: di Teller, CS, Staff, Marketing, dan Gadai. Dengan adanya computer tersebut maka akan lebih mudah dalam menjalankan tugas dan pekerjaan pegawai.

Dan disetiap ruangan pegawai juga tersedia beberapa telepon untuk memudahkan menghubungi para nasabah dan untuk menghubungi para pegawai agar lebih cepat dan simple. Telepon kantor yang ada di BSI KCP Gubug berjumlah 10 buah. Diantaranya di Teller, CS, Marketing, Staff, BM, BOSM, dan Gadai.



(Gambar 15. Telepon dan Komputer di BSI KCP Gubug)

g. Mesin ATM

Di BSI KCP Gubug difasilitasi mesin ATM yang cukup nyaman, karena ruangnya dilengkapi dengan AC yang membuat ruangan menjadi sejuk dan terdapat pengharum yang membuat ruangan wangi. Mesin ATM tersebut berguna untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi seperti: Cek Saldo, Transfer antar rekening BSI, Transfer antar Bank, dan Tarik tunai. Di ATM BSI KCP gubug belum bisa untuk melakukan transaksi setor tunai, apabila nasabah ingin melakukan transaksi setor tunai bisa menyetorkan uangnya langsung ke kantor BSI KCP Gubug, yang kebetulan tempatnya sebelah dengan ATM BSI KCP Gubug.



(Gambar 16. Mesin ATM di BSI KCP Gubug)

h. Tabungan dan Kartu ATM BSI

BSI menyediakan berbagai pilihan untuk rekening tabungan simpanan bank yang bisa disesuaikan berdasarkan kebutuhan yang menguntungkan, salah satunya adalah BSI Tabungan Easy Wadiah. Tabungan dengan mata uang rupiah

ini memiliki akad Wadiah yad Dhamanah saat pembukaan rekening. Memiliki beragam keunggulan yang bisa diperoleh nasabah seperti bebas biaya administrasi bulanan. Bebas biaya Tarik tunai di ATM BSI dan ATM Mandiri. Lalu, bebas biaya transaksi QRIS, bebas biaya transaksi kartu debit di semua EDC, serta dapat dibuka melalui rekening online.

Terdapat beberapa jenis ATM yang ditawarkan BSI bagi mereka yang membuka tabungan easy wadiah. Salah satunya jenis Visa yang pertama adalah BSI Visa Silver, Nasabah dikenakan biaya admin 1.000 saat pembuatannya. Lalu, limit penarikan tunai: Rp 5.000.000, limit transfer ke rekening antar BSI: Rp 25.000.000, limit transfer antar bank: Rp 10.000.000, limit pembelanjaan dengan kartu Visa Silver: Rp 25.000.000



(Gambar 17. Tabungan dan ATM BSI)

2. *Empathy* (Empati)

Empathy yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada masing-masing pelanggan. Perhatian secara individual yang diberikan pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Gubug kepada nasabah ada yang memuaskan dan ada juga yang kurang memuaskan. Contoh pelayanan yang kurang memuaskan: 1. Dalam memberikan

layanan kepada nasabah yang sudah lanjut usia teller melayaninya kurang sabar, seperti dalam pemanggilan nomor antrian, nasabah yang sudah lanjut usia tidak kunjung datang ke teller, lalu teller memanggilanya berulang kali dengan memakai nada keras, 2. Contoh pelayanan yang memuaskan: Apabila ada nasabah pensiun berkah yang mayoritas sudah lanjut usia CS selalu memberikan pelayanan yang baik dengan memberikan fasilitas seperti kursi ada 2 yang berguna untuk duduk apabila nasabah lanjut usia didampingi keluarganya.

3. *Responsiveness* (Tanggapan)

Responsiveness adalah salah satu dimensi kepuasan pelanggan yang menekankan kepada respon cepat tanggap dari perusahaan terhadap suatu permasalahan yang dialami pelanggan. Respon atau kecepatan karyawan BSI KCP Gubug dalam membantu nasabah dalam memberikan layanan sangat cepat dan tanggap, yang meliputi Penanganan security dalam melayani nasabah yang menanyakan tentang keluhan mesin ATM yang tiba-tiba terjadi gangguan, kecepatan teller dalam menangani transaksi setor tunai dan penarikan, dan kecepatan CS dalam melayani nasabah yang ingin membuka rekening di BSI KCP Gubug.

4. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability yaitu seberapa konsisten perusahaan memberikan kualitas seperti yang dijanjikan kepada pelanggan. Contohnya jika ada nasabah pembiayaan pensiun berkah yang ingin melakukan pinjaman di BSI KCP Gubug, pegawai

memberikan bantuan dan solusi agar proses pencairan bisa tepat waktu sesuai yang diinginkan para nasabah.

5. *Assurance* (Jaminan)

Aassurance berkaitan dengan jaminan kepastian, tepatnya kepastian yang didapatkan pelanggan dari perilaku pelaku usaha. *Assurance* ini bisa didapat, misalnya dari komunikasi yang baik dan pengetahuan yang luas. Dengan adanya assurance maka kepercayaan pelanggan terhadap produk pembiayaan pensiun berkah akan meningkat. Kemampuan karyawan BSI KCP Gubug atas pengetahuan terhadap produk selalu tepat, contohnya apabila ada nasabah yang kurang paham dan kurang mengetahui tentang produk pembiayaan pensiun berkah yang ada di BSI KCP Gubug, CS bisa menjelaskan dan memberikan informasi dengan benar dan apabila terdapat data para nasabah semua pegawai di BSI KCP Gubug merahasiakan data tersebut, contohnya: Nomor telepon dan nomor rekening para nasabah.

BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan

Pada laporan skripsi ini, penulis menganalisis tentang “UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA NASABAH PEMBIAYAAN Pensiun Berkah Bank Syariah Indonesia KCP Gubug” berdasarkan penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya penulis dapat menganalisis:

1.) Terdapat 7 bauran pemasaran jasa yaitu 7P (*Promotion, People, Product, Price, Place, Process, Physical Evidence*), tetapi untuk menyesuaikan dengan kondisi di BSI KCP Gubug, peneliti lebih memfokuskan pada 4 bauran saja (*People, Product, Place, Promotion*) dan TERRA. Di BSI KCP Gubug, aspek yang sudah memuaskan adalah di bagian bauran *Promotion dan Place*. Terkait Promosi, BSI KCP Gubug sudah melakukan beragam kegiatan promosi dengan baik, diantaranya dengan merancang brosur baik offline maupun online, membuat spanduk dan banner yang di tempatkan di luar ruangan dan di dalam ruangan. Sedangkan untuk *Place*, BSI KCP Gubug mempunyai lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Selanjutnya, yang masih perlu diperbaiki adalah di bagian bauran *people*. Petugas Teller di BSI KCP Gubug dalam melayani nasabah

pembiayaan pensiun berkah yang mayoritas sudah lanjut usia harus lebih menyesuaikan dengan nasabah Pensiun Berkah yang sudah berusia lanjut.

2.) Di BSI KCP Gubug juga menggunakan 5 dimensi pelayanan, yaitu Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiviness, dan Assurance. Di BSI KCP Gubug tangiblenya sudah baik. Contohnya sudah terdapat Gedung berlantai 2, ruangan yang cukup besar yang meliputi: Ruang Tunggu, Ruang Teller, Ruang Customer Servis, Toilet, Mushola, dan Tempat Parkir. Sealian itu, terdapat perlengkapan sarana dan komunikasi seperti Telepon, Komputer, Mesin ATM, Buku Tabungan, dan Kartu ATM. Terkait emphaty pegawai, mengingat nasabah yang dilayani adalah nasabah lanjut usia, maka pegawai harus memiliki emphaty yang tinggi. Untuk itu, masih harus terus ditingkatkan.

7.2 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian diatas, maka dapat direkomendasikan sebagai berikut:

a. Di BSI KCP Gubug belum banyak yang mengetahui produk pembiayaan pensiun berkah, untuk itu diharapkan dalam mempromosikan produk pembiayaan pensiun berkah lebih dioptimalkan lagi melalui penyebaran brosur secara lebih intensif, sehingga banyak masyarakat yang mengetahui produk ini dan banyak peminatnya. Mengingat nasabah pensiun berkah cenderung kurang memanfaatkan media social, promosi bisa melalui brosur fisik dengan tulisan yang lebih terbaca, informatif, dan menarik.

b. Pelayanan kepada nasabah pembiayaan pensiun berkah di BSI KCP Gubug kurang memuaskan, untuk meningkatkan empathy dalam melayani nasabah khususnya nasabah pensiun berkah yang mayoritas sudah lanjut usia, pegawai BSI KCP Gubug bisa lebih sabar dalam melayaninya. BSI KCP Gubug dapat memfasilitasi dengan memberikan pelatihan-pelatihan tentang pelayanan prima dengan melibatkan narasumber yang membekali meningkatkan softskill (emphaty dan lain lain). BSI KCP Gubug juga harus terus menanamkan pentingnya memberikan pelayanan prima kepada nasabah khususnya nasabah pensiun berkah dengan menekankan nilai nilai Islam dengan penuh keikhlasan dan dengan memahami kebutuhan nasabah (emphaty).

c. Mengingat produk pembiayaan pensiun berkah di BSI KCP Gubug peminatnya masih kurang, maka harus terus berinovasi dan mengembangkan fasilitas-fasilitas pembiayaan pensiun berkah yang dapat menarik nasabah untuk mengajukan layanan pembiayaan pensiun berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Gubug.

d. Di BSI KCP Gubug produk pembiayaan pensiun berkah belum banyak peminatnya, dan kurangnya pelayanan kepada nasabah pembiayaan pensiun berkah yang mayoritas sudah lanjut usia, maka diharapkan dalam proses pemasarannya, BSI KCP Gubug bisa melakukan jemput bola dengan mendatangi calon nasabah baik ke rumah atau pada saat mereka ada kegiatan-kegiatan paguyuban pensiunan.

BAB VIII

REFLEKSI DIRI

8.1 Hal-hal positif yang diterima selama perkuliahan yang bermanfaat terhadap pekerjaan selama magang

Selama melaksanakan kegiatan magang di BSI KCP Gubug saya merasa ilmu yang saya terima pada saat perkuliahan sangatlah bermanfaat dan berguna, seperti pembelajaran dalam mata kuliah SDM. Berbekal teori dalam kemampuan bekerjasama dalam tim dan kepemimpinan membuat diri saya mempunyai percaya diri yang lebih untuk berkomunikasi kepada pegawai dan nasabah BSI KCP Gubug.

Pendidikan Islami dan karakter dalam perkuliahan yang saya dapatkan menjadikan saya dapat berkomunikasi lebih baik serta sopan terhadap pegawai dan nasabah BSI KCP Gubug.

8.2 Manfaat magang terhadap pengembangan soft-skill mahasiswa

Kegiatan selama magang di BSI KCP Gubug banyak memberikan pengembangan soft-skill kepada saya, dimana selama kegiatan magang berlangsung dapat meningkatkan cara berfikir dan beradaptasi terhadap dunia luar untuk mahasiswa. Selain itu, saya belajar bagaimana cara menghadapi persoalan yang terjadi dalam dunia kerja dengan serta cermat dan tanggung jawab, sehingga memunculkan solusi dengan berjalannya waktu.

Kegiatan magang juga mengajarkan bagaimana berkomunikasi dengan orang asing dengan baik dan sopan. Karena dalam pelaksanaan magang dapat bersosialisasi secara langsung dengan pegawai kantor dan para nasabah BSI KCP Gubug. Dengan ini saya menyadari dengan adanya kegiatan magang masih banyak kemampuan dan skill yang perlu ditingkatkan untuk melatih nantinya di dunia kerja nyata.

8.3 Manfaat magang terhadap kemampuan kognitif mahasiswa

Kegiatan magang ini dapat mengembangkan kemampuan kognitif saya, seperti mengingat kemampuan mengolah data yang telah diberikan oleh pegawai kepada saya. Selain itu juga belajar untuk tetap *micro* dan memperhatikan beberapa hal selama proses magang. Karena *micro* dalam pekerjaan adalah suatu hal yang penting.

Kegiatan magang mengajarkan untuk berfikir luas, dalam kemampuan tersebut menjadikan gagasan yang lebih serta memiliki dampak yang baik yang dapat dirasakan secara luas.

8.4 Kunci sukses bekerja berdasarkan pengalaman magang

Selama proses magang saya mendapatkan banyak pengalaman dan manfaat yang dapat diambil dari kegiatan magang ini. Pembelajaran yang dapat saya ambil yaitu kunci sukses dalam bekerja diperlukan tanggung jawab, ketepatan, serta kedisiplinan yang tinggi.

8.5 Rencana pengembangan diri, karir, dan microsoft mahasiswa

Kegiatan magang mampu membuat saya berpikir untuk menyiapkan bekal masa depan, seperti mengembangkan diri dengan kegiatan pelatihan microsoft, data analisis, serta kemampuan berbicara di depan umum. Hal ini saya lakukan untuk meningkatkan kemampuan saya serta mewujudkan apa yang saya cita-citakan dimasa depan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2022). PENGARUH PEOPLE, PROCES DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BADAN USAHA MILIK DESA KARYA MANDIRI DESA BALUNG KULON. *Baswara: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 123–129.
- Andika, R. (2022). DAMPAK KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 55–81.
- Djatkiko, B., & Rachman, D. A. (2015). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Dan Murabahah Terhadap Non Performing Financing (NPF)(Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia). *STAR*, 12(1), 1–9.
- Korengkeng, M. S. M., & Kawet, R. C. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kartika Matuari Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1497–1505.
- RAHMAT, R. (2022). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH CAFÉ DI KOTA PALOPO*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO.
- Rezky M, R. M. (2021). *Konsep Crowdfunding Syariah Berdasarkan Prinsip-prinsip Perbankan Syariah*. IAIN Parepare.
- Tamba, D., & Purba, B. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH IMPLIKASINYA PADA STRATEGI PEMASARAN PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) PIJER PODI KEKELENGEN CABANG MEDAN. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 167–182.