

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH
PENSIUNAN MEMILIH TAKE OVER PEMBIAYAAN KE BANK
SYARIAH MANDIRI KCP AMBARUKMO**

***THE ANALYSIS OF FACTORS THAT AFFECT RETIRED
CUSTOMERS IN CHOOSING TAKE OVER FINANCING ON BANK
SYARIAH MANDIRI BRANCH AMBARUKMO***

Nuringtyas Sri Puji Rahayu dan Aqidah Asri Swarsi, S.EI., M.EI

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Ringroad Barat, Tamantirto, Kasihan,
Bantul, Derah Istimewa Yogyakarta, 55184*

E-mail : nuringtyasssss@gmail.com

aqidah.asri@fai.umy.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun dalam memilih take over pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. Manfaat penelitian ini sebagai referensi yang dapat digunakan untuk peningkatan strategi marketing. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan triangulasi teknik dan triangulasi teori. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Purposive Sampling. Key informan dalam penelitian ini adalah nasabah pensiunan dari bank lain yang memindahkan pembiayaannya ke BSM KCP Ambarukmo serta pihak marketing BSM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun dalam memilih take over pembiayaan ke BSM KCP Ambarukmo adalah faktor eksternal berupa aksesibilitas Bank dekat, pelayanan dan fasilitas yang maksimal, serta angsuran yang ringan. Selain itu ada juga faktor internal berupa faktor pribadi seperti kebutuhan akan dana, faktor religiusitas, dan faktor psikologis berupa ajakan dari teman. Dalam penelitian ini faktor yang paling dominan berpengaruh adalah faktor eksternal berupa angsuran yang lebih ringan. Selain itu, hasil lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan BSM KCP Ambarukmo menggunakan strategi segmentasi, targeting, dan marketing mix dengan strategi unggulan Direct Selling atau mendatangi langsung rumah para pensiun.

Kata Kunci : *Faktor Internal, Faktor Eksternal, Keputusan Nasabah, Take Over Pembiayaan, Strategi Marketing, Bank Syariah*

Abstract

This study aims to determine the factors that influence retired customers in choosing take over financing on Bank Syariah Mandiri (BSM) Branch Ambarukmo. The benefit of this study is to be used as a reference to increase marketing strategy. This study uses field research type with technical triangulation and theory triangulation. The sampling is done by purposive sampling method. Key informants in this study were retired customers from other

banks who transferred their funding to BSM Branch Ambarukmo and the marketing team of BSM. The results of this study indicate that the factors that influence retired customers in choosing take over financing on BSM Branch Ambarukmo are external factors, which are: the accessibility of nearest bank, maximum service and facilities, and mild installment. In addition, there are also internal factors which are personal factors such as the need for funds, religiosity factors, and psychological factors in the form of recommendation from friends. In this study, the most dominant influencing factor is the external factor in the form of mild installments. In addition, other results from this study indicate that the marketing strategy used by BSM Branch Ambarukmo uses the strategy of segmentation, targeting, and marketing mix with the featured strategy of Direct Selling or directly visiting the homes of retired.

Keywords: *Internal Factors, External Factors, Customer Decisions, Take Over Financing, Marketing Strategy, Syariah Bank*

PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang memiliki fungsi pokok sebagai perantara antara unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana, dengan unit-unit yang mengalami kekurangan dana. Melihat fungsi pokok perbankan, pembiayaan merupakan indikator utama untuk mengukur perkembangan/pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah nasional. Oleh karena itu bank sebagai pemberi pembiayaan bersaing secara terbuka dalam menawarkan jasa pembiayaannya. Keanekaragaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan tidak hanya memberikan kesempatan yang lebih luas bagi konsumen untuk memilih lembaga perbankan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, namun juga menimbulkan keraguan karena terlalu banyak pilihan yang ditawarkan oleh lembaga perbankan tersebut. Disisi lain sebelum memutuskan untuk memilih sebuah bank, konsumen terbiasa untuk mencari informasi dari berbagai sumber terlebih dahulu, sehingga hal tersebut perlu menjadi perhatian perusahaan.

Saat ini, bank memiliki fleksibilitas pada layanan yang mereka tawarkan, lokasi tempat mereka beroperasi, dan tarif yang mereka bayar untuk simpanan. Hal ini membuat industri perbankan menjadi lebih kompetitif dalam bersaing. Persaingan di dunia perbankan yang semakin kompetitif, mendorong sumber daya di masing-masing sektor perbankan untuk selalu mengembangkan keunggulan yang dimiliki. Setiap bank berlomba menawarkan berbagai pilihan produk dan fasilitas untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah.

Sebagai salah satu bank swasta di Indonesia, Bank Syariah Mandiri menggunakan salah satu strategi *take over* dalam menarik calon nasabah yang memiliki predikat lancar dalam pembayaran untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri tersebut. Salah satu produk yang menjadi unggulan di Bank Syariah Mandiri adalah produk pembiayaan pensiun. Produk ini terbilang aman karena merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiunan maupun pensiunan janda, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulannya.

Banyaknya bank yang memiliki produk pensiunan memberikan pilihan bagi nasabah dalam memilih tempat ternyaman dan termudah. Hal tersebut membuat berbagai bank yang memiliki produk pensiun seperti Bank CIMB Niaga, Bank Jawa Barat Banten (BJB), BPD, BTPN, Bukopin, dll. memiliki persaingan yang tinggi. Dalam pengambilan keputusan, nasabah dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal yang mendukung berupa bauran pemasaran yaitu 4P terdiri dari *product, price, promotion, dan place*.¹ Namun seiring perkembangan zaman, untuk jasa keempat faktor tersebut dirasa masih kurang sehingga ditambah tiga unsur lagi yaitu *people, process, dan physical evidence*.² Selain itu, faktor internal yang mempengaruhi keputusan nasabah adalah faktor psikologis konsumen yang terdiri dari motivasi, kepribadian, pembelajaran, persepsi, dan sikap.³

Dari hasil penelitian sebelumnya diketahui bahwa faktor utama nasabah memilih *take over* pembiayaan adalah karena ketaatan mereka terhadap prinsip syariah.⁴ Keputusan nasabah dalam memilih bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam. Namun pada perkembangannya terjadi perdebatan atas teori tersebut, sekelompok peneliti berdasarkan hasil penelitian mereka menyatakan bahwa alasan utama yang menyebabkan nasabah memilih bank syariah didasari oleh faktor eksternal yaitu pelayanan yang cepat, kerahasiaan bank, keramahan staff, lokasi, serta keunggulan dan variasi produk. Dalam penelitian lainnya juga menyatakan bahwa faktor reputasi, pelayanan, dan kondisi keuangan bank menjadi faktor utama dalam

¹ Hamdani, R. L. (2009). Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

² Saladin, D. (1991). Unsur-unsur Inti Pemasaran Jasa, cet. ke-1. Bandung: Mandar Maju

³ Kotler, P. (1998). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Alih bahasa Jaka Wasana, Edisi ke-6. Jakarta: Erlangga

⁴ Almossawi, M. &. (1998). Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications. International Journal of Bank Marketing, 299-313.

pemilihan suatu bank.⁵ Meskipun sistem bank syariah masih dalam tahap perkembangan, bank dengan sistem Islam ini telah banyak menarik minat masyarakat lokal maupun internasional.

Melihat kenyataan tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui kriteria nasabah dalam memutuskan memilih *take over* pembiayaan ke bank syariah. Luasnya cakupan perilaku konsumen dan banyaknya pilihan perbankan syariah yang semakin kompetitif dalam menarik minat masyarakat membuat penelitian ini menarik untuk diteliti. Penelitian terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sudah banyak dilakukan, maka perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus peneliti terhadap keputusan nasabah pensiunan dalam memilih *take over* pembiayaan. Oleh sebab itu, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Pensiunan dalam Memilih *Take over* Pembiayaan ke Bank Syariah (studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo)”.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi kepada para peneliti selanjutnya agar dapat menjadi bahan informasi atau referensi. Dapat berguna sebagai masukan dan bahan pertimbangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiunan dalam memilih *take over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo sehingga dapat mengetahui strategi dalam mempertahankan nasabah yang memiliki predikat lancar agar tidak memindahkan pembiayaannya ke bank lain, serta meningkatkan sumber daya maupun fasilitas pelayanan guna peningkatan kualitas produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan objek Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo yang terletak di Jl. Laksda Adisucipto No. 167 Ambarukmo, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan kriteria responden merupakan nasabah pensiun dari Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo yang sebelumnya merupakan nasabah bank lain dan memilih mengalihkan (*take over*) pembiayaan pensiunnya

⁵ Ahmad, K. (2011). Brand Preference in Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing*, Vol.2 No. 1, 74-82.

ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini uji kredibilitas yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi teori. Selain menggunakan wawancara sebagai alat utama, peneliti menggunakan kuesioner dan buku panduan manual produk pembiayaan pensiun Bank Syraiah Mandiri sebagai alat pembantu dalam pengumpulan data yang digunakan sebagai *cross check*. Teknik analisa data yang digunakan adalah dengan mereduksi data dan disajikan dalam bentuk teks naratif, table, dan sejenisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa nasabah BSM KCP Ambarukmo yang sebelumnya merupakan nasabah bank lain, peneliti mendapat data sebagai berikut :

Tabel 1.

Nasabah Pensiunan yang melakukan *Take Over* Pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo

No.	<i>Take Over</i>	Nama Nasabah	Bank Asal	<i>Alasan Take Over</i>	
				Internal	Eksternal
1.	Juli 2018	Bapak Maman Abdul Malik	BNI	Kepatuhan terhadap prinsip syariah	Aksesibilitas bank dekat
2.	Maret 2018	Bapak Jamhari	BPD	Kebutuhan pribadi	Pelayanan maksimal (Plafond pembiayaan lebih besar dan jatuh tempo BSM lebih panjang hingga usia 75 tahun)
3.	Juni 2018	Ibu Suparmi	BPD	Kepatuhan Prinsip Syariah	Angsuran di BSM lebih ringan
4.	17-01-2018 17-11-2017	Ibu Sugirah	Kantor Pos	Kebutuhan pribadi	1. Aksesibilitas bank dekat 2. Pelayanan yang maksimal

5.	19-12-2017	Eyang Wiwik Wiworo Yekti	BTPN	1. Ktidakpuasan nasabah terhadap pelayanan pada bank sebelumnya 2. Faktor Psikologis (ajakan teman)	Angsuran di bank sebelumnya sangat tinggi
6.	Januari 2018	Ibu Fransiska Samini	BPD	Kebutuhan pribadi	Angsuran di BSM lebih ringan
7.	Agustus 2017	Ibu Lely	BPD	Kepatuhan terhadap Prinsip Syariah	1. Aksesibilitas bank dekat 2. Fasilitas BSM unggul (<i>Mobile Banking</i> dan <i>Net Banking</i>)

Sumber : Wawancara dengan nasabah pensiun Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo yang sebelumnya merupakan nasabah bank lain

Berdasarkan tabel diatas, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah pensiunan sehingga memutuskan memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. Faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi nasabah dalam memilih *take over* pembiayaan pensiun diantaranya, kepatuhan terhadap prinsip syariah. Beberapa nasabah pensiun mengaku memindahkan pembiayaannya dengan alasan memilih bank syariah sebagai tujuan *take over* pembiayaan untuk menghindari riba. Faktor internal lainnya yang mempengaruhi nasabah pensiun melakukan *take over* yaitu adanya kebutuhan pribadi. Beberapa nasabah lainnya mengaku memindahkan pembiayaannya dikarenakan kebutuhan akan dana untuk modal usaha, pengobatan, dan kebutuhan pribadi lainnya yang akhirnya membuat mereka memutuskan memindahkan pembiayaannya. Selain itu, terdapat faktor internal lainnya seperti faktor psikologis yang mempengaruhi nasabah pensiun memilih melakukan *take over* pembiayaan, salah satunya ajakan teman. Ajakan teman sesama pensiun mempengaruhi nasabah untuk ikut memindahkan pembiayaan pensiunnya ke bank lain.

Selain faktor-faktor internal diatas, terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi nasabah pensiun dalam memilih memindahkan pembiayaannya ke Bank Syariah Mandiri

KCP Ambarukmo. Diantaranya aksesibilitas bank dekat. Beberapa nasabah pensiun mengaku memilih memindahkan pembiayaan pensiun mereka dengan alasan lokasi bank yang dekat, akses kendaraan yang mudah digunakan untuk menuju ke bank, dan outlet yang tersebar. Faktor eksternal lainnya adalah angsuran di Bank Syariah Mandiri yang lebih ringan. Promosi yang diberikan oleh BSM membuat nasabah merasa angsuran mereka menjadi lebih ringan, sehingga manfaat bulanan dari sisa angsuran yang didapatkan oleh para pensiun lebih banyak dibandingkan dengan bank sebelumnya. Bank Syariah Mandiri dapat memberikan plafond pembiayaan yang lebih besar dan jatuh tempo lebih panjang hingga usia 75 tahun untuk pensiun dan 70 tahun untuk janda pensiun. Selain itu, terdapat faktor lain seperti fasilitas BSM yang lebih unggul karena memiliki fitur *Mobile Banking* dan *Net Banking*. Fitur-fitur tersebut dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Pelayanan yang diberikan oleh para pegawai terutama *Sales Force* juga mempengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan melakukan *take over* pembiayaan. Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan yang maksimal dengan melayani segala bentuk kebutuhan nasabah. Seperti ketika terdapat kasus SK nasabah yang hilang. *Sales Force* akan membantu untuk kepengurusan terbitan SK kedua.

Strategi unggulan yang digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo adalah dengan melakukan kunjungan *Direct Selling* / Kunjungan ke alamat-alamat nasabah yang didapatkan dari sistem BSM. Selain itu, Bank Syariah Mandiri jugamenerapkan strategi Segmentasi, *Targeting*, dan *Marketing Mix*. Dalam malakukan segmentasi pasar, Bank Syariah Mandiri Ambarukmo lebih memfokuskan kepada wilayah Yogyakarta bagian Timur seperti daerah sekitar Ambarukmo, Janti, Seturan, Babarsari, Maguwoharjo, dan sekitarnya. Dari segi usia dan pekerjaan, BSM KCP Ambarukmo memfokuskan kepada para pensiunan PNS Pusat maupun PNS Daerah, pensiunan TNI dan POLRI, serta pensiunan pegawai BUMN/BUMD yang manfaat dana pensiunnya dikelola oleh Taspen dan memiliki manfaat pensiun bulanan dan telah menerima SK pensiun dengan usia maksimal jatuh tempo pembiayaan 75 tahun. Hal tersebut seperti yang tertulis dalam Buku Manual Produk Pembiayaan BSM Pensiun yang diterbitkan pada tahun 2015. Setelah membagi dan memetakan pasar dalam beberapa segmen, Bank Syariah Mandiri menentukan target pasar dalam produk *take over* pembiayaan pensiun yaitu para pensiunan dan janda pensiun PNS

Pusat maupun PNS Daerah, pensiunan TNI dan POLRI, dan pensiunan pegawai BUMN/BUMD yang sebelumnya merupakan nasabah bank lain dan memiliki predikat lancar dalam pembayaran untuk dijadikan nasabah Bank Syariah Mandiri. Strategi pemasaran lain yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo yaitu bauran pemasaran (*Marketing Mix*), yang terdiri dari 7P: Ke-7nya adalah sebagai berikut : *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), dan *Process* (Proses).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih *Take Over* Pembiayaan Pensiun ke Bank Syariah Mandiri (studi kasus BSM KCP Ambarukmo), maka peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih *take over* pembiayaan pensiun ke Bank Syariah Mandiri (studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo) adalah faktor eksternal berupa aksesibilitas Bank dekat, pelayanan dan fasilitas yang maksimal, serta angsuran yang ringan. Selain itu ada juga faktor internal berupa faktor pribadi seperti kebutuhan akan dana, faktor religiusitas, dan faktor psikologis berupa ajakan dari teman sesama pensiunan. Dalam penelitian ini faktor yang paling dominan mempengaruhi nasabah memilih *take over* pembiayaan ke BSM KCP Ambarukmo adalah faktor eksternal berupa harga margin yang rendah sehingga angsuran setiap bulannya lebih ringan dibandingkan dengan bank sebelumnya.
2. Strategi pemasaran yang digunakan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ambarukmo menggunakan strategi *segmentasi*, *targeting*, dan *marketing mix*. Pada penelitian ini strategi unggulan yang digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo adalah *Direct Selling* atau mendatangi langsung dari rumah ke rumah para pensiun yang dilakukan oleh *Sales Force*.

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan pada penelitian faktor *take over* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang telah penulis lakukan jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis berharap pada penelitian sejenis untuk menyempurnakan dan memaparkan lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun dalam melakukan *take over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri. Peneliti mengalami keterbatasan dalam pengambilan data nasabah pada bank. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperdalam kekurangan dari penelitian sebelumnya.
2. Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo, dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk mempertahankan nasabah yang memiliki predikat lancar agar tidak memindahkan pembiayaannya ke bank lain. Selain itu, BSM juga dapat mengadakan pelatihan rutin kepada para *marketing* terutama *Sales Force* guna terus memperbaiki sumber daya yang ada dan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabah sehingga nasabah merasa puas dan tidak memindahkan pembiayaan penurunnya ke bank lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, H. &. (2000). the Effects of Conventional Interest Rate of Profit on Funds Deposited with Islamic Banking System in Malaysia. *International Journal of Islamic Financial Service, Volume 1 No. 3*, 1-15.
- Ahmad, K. (2011). Brand Preference in Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing, Vol.2 No. 1*, 74-82.
- Almossawi, M. &. (1998). Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications. *International Journal of Bank Marketing*, 299-313.
- Asyhadie, Z. (2008). *Aspek-aspek Hukum Jaminan Sosial Tenaga Kerja*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Bagja Sumantri (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Economia*, Vol.10 No.2.
- Budisantoso, S. T. (2006). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Christopher Lovelock, d. (2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia, Alih bahasa Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera*. Jakarta: Erlangga.
- Eni Siti Ma'rufah (2014). Analisis SWOT dalam Pertumbuhan Kredit Pensiun pada BTPN Kantor Cabang Surabaya. *Jurnal Ilmu&Riset Akuntansi*, Vol. 3 No. 9.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hamdani, R. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa, edisi ke-2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah, cet. ke-1*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Juwita Anggraini dan Siti Mardiah (2016). Analisis Kinerja Pembiayaan *Take Over* Pada BTN Syariah di Tahun 2014-2015. *Jurnal I-Finance*, Vol. 2 No.1.
- Karim, A. (2003). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: The International Institute of Islamic Thought Indonesia.
- Kashmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khairul Amri, Intan Qurratul'aini, dan Julianty (2018). Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9 No. 1.
- Kontan. (2018). <https://keuangan.kontan.co.id/news/2017-lalu-bank-btpn-kurangi-114-outlet-dan-4525-karyawan>. Jakarta: kontan.co.id.
- Kotler, P. (1998). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Alih bahasa Jaka Wasana, Edisi ke-6*. Jakarta: Erlangga.
- Leksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran-Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Makmur Sujarwo dan Adi Inayah Sari (2017). Perkembangan Nasabah dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah Mandiri Tbk, Kantor Cabang Tegal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2 No.1.
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied*

- Economics, Universitas Brawijaya, Vol. 4 No.1 (Mei 2010), 43-57, hlm.45-46., 45-46.*
- Neng Karmani (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Berhubungan dengan Bank Syariah di Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3 No 1.
- Puspita Dewi Wulaningrum dan Asirotn Nisa (2018). Praktik Penerapan Akad Murabahah dalam Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, Vol. 1 No. 1.
- Riswandi Ismail (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Vol. 10 No. 2.
- Saladin, D. (1991). *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran, cet. Ke-1*. Bandung: Mandar Maju.
- Siti Umi Hanik dan Jati Handayani (2014). Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan Syariah (studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri). *Jurnal JABPI*, Vol. 22 No. 2.
- Stanton, W. J. (1984). *Prinsip Pemasaran, Alih bahasa Yohanes Lamarto, edisi ke-7*. Jakarta: Erlangga.
- Sudiby, T. G. (2008). *Marketing Muhammad SAW*. Bandung: Madani Prima.
- Sula, H. K. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuisisioner & Analisis Data untuk Pemasaran adn Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wahyuni, D. U. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Universitas Kristen Petra, Vol. 10, No. 1*, 32.
- Yazid. (2008). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasinya, edisi ke-2 cet. ke-4*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, dan Siti Hamidah Rustiana (2016). Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah

(studi kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Riset Manajemen&Bisnis*, Vol. 1 No. 1.

<http://repository.uinsu.ac.id/2740/1/cd%20revisi.pdf>. Diakses tanggal 17 Januari 2018 pukul 20.00

<https://pustakauinib.ac.id/repository/files/original/c398590e8a24a350db20c2c71b1bc1aa.pdf>. Diakses tanggal 17 Januari 2018 pukul 20.00

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/2827733/pembiayaan-pensiun-syariah-bsm-capai-rp-14-triliun-pada-2016>. Diakses tanggal 20 Maret 2018 pukul 22.00

<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/2484/>. Diakses tanggal 23 Juli 2018 pukul 16.00

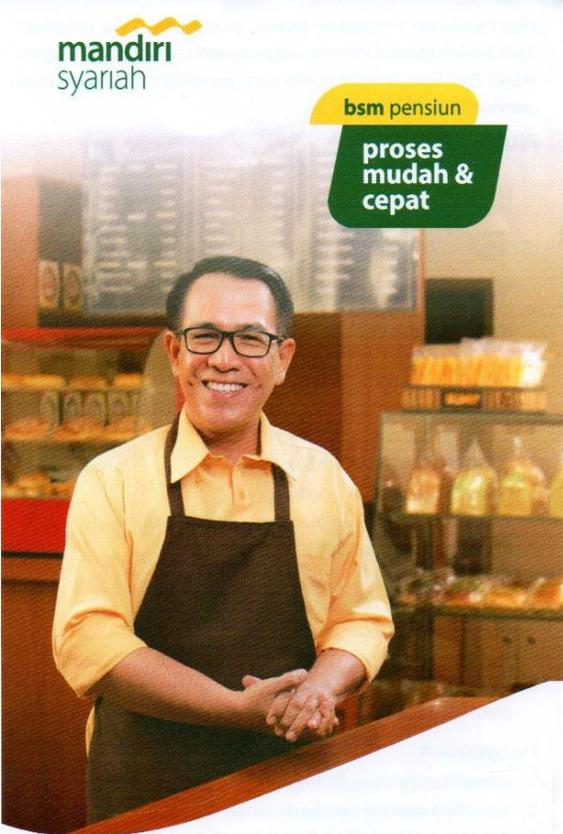
LAMPIRAN

1. Dokumentasi





2. Brosur Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Mandiri



mandiri syariah

bsm pensiun

proses mudah & cepat

menuju pensiun produktif, bahagia, dan berkah

- Proses yang cepat
- Limit hingga Rp 350 juta
- Angsuran tetap
- Berkah sesuai syariah

bsm call 14040 #bsmangalirkanberkah

BSM Pensiunan merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada para pensiunan Aparatur Sipil Negara (ASN)/ TNI/ Polri, BUMD/ BUMN atau pensiunan yang menerima manfaat pensiun bulanan.

Fitur:

-  Proses mudah dan cepat
-  Angsuran ringan dan tetap hingga lunas
-  Jangka waktu pembiayaan hingga 15 tahun
-  Limit pembiayaan hingga Rp350 juta
-  Cover asuransi jiwa syariah

Dokumen yang diperlukan:

1. Formulir permohonan pembiayaan
2. Asli SK Pensiun/ SK Pensiun Otomatis/ SK Janda Asli
3. Fotokopi Kartu Identitas Pensiun / KARIP
4. Fotokopi KTP
5. Fotokopi KTP pasangan (opsional)
6. Fotokopi Kartu Keluarga
7. Fotokopi NPWP
8. Informasi manfaat pensiun terakhir dari Carik/ buku gaji/ buku tabungan/ dokumen lain yang setara.

Persyaratan:

1. Memiliki SK Pensiun/ SK Pensiun Otomatis/ SK Janda Asli
2. Menerima manfaat pensiun bulanan
3. Bersedia memindahkan kantor bayar manfaat pensiun bulanan ke BSM
4. Usia minimal saat pengajuan:
 - Pensiunan 50 tahun
 - Pensiunan janda 48 tahun
5. Usia maksimal saat jatuh tempo pembiayaan 75 tahun

Informasi lebih lanjut kunjungi www.syariahmandiri.co.id atau hubungi bsm call 14040

 Bank Syariah Mandiri  @syariahmandiri

3. PEDOMAN WAWANCARA KEPADA NASABAH YANG MELAKUKAN *TAKE OVER* KE BANK SYARIAH MANDIRI KCP AMBARUKMO

Nasabah Pensiun Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo yang sebelumnya merupakan nasabah BTPN

1. Apa alasan Bapak/Ibu memutuskan untuk memindahkan pembiayaan pensiunnya ke Bank Syariah Mandiri?
2. Mengapa Bapak/Ibu memilih Bank Syariah Mandiri sebagai tujuan pemindahan pembiayaan pensiun?
3. Apakah terdapat kendala dalam proses melakukan *take over* pembiayaan pensiun ke Bank Syariah Mandiri?
4. Apakah faktor yang paling mendukung keputusan Bapak/Ibu melakukan *take over* pembiayaan pensiun ke Bank Syariah Mandiri?
5. Apakah keuntungan yang Bapak/Ibu dapatkan setelah melakukan *take over* pembiayaan pensiun ke Bank Syariah Mandiri?
6. Apakah terdapat dorongan pihak lain dalam pengambilan keputusan memilih *take over* pembiayaan pensiun ke Bank Syariah Mandiri?
7. Apakah perbedaan yang terlihat menonjol dari kedua bank sehingga Bapak/Ibu memilih memindahkan pembiayaan pensiunnya ke Bank Syariah Mandiri?
8. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam proses *take over* pembiayaan pensiun ke Bank Syariah Mandiri?
9. Apakah Bapak/Ibu mengetahui informasi mengenai bank lain yang memiliki produk *take over* pembiayaan pensiun selain Bank Syariah Mandiri? Jika iya, Apakah Bapak/Ibu sempat membandingkan semua bank tersebut dengan Bank Syariah Mandiri sebelum mengambil keputusan memilih Bank Syariah Mandiri sebagai tujuan *take over* pembiayaan pensiun?

4. PEDOMAN KUESIONER NASABAH

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden : Bank Asal :
Usia : Tanggal *Take Over* :
Jenis Kelamin : Sumber Informasi :
Alamat :

Petunjuk :

Pilihlah salah satu penilaian yg sesuai, dengan memberi tanda (x) pada kolom pernyataan di bawah ini.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

KUESIONER PENELITIAN

Faktor Eksternal

NO.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Produk <i>take over</i> pembiayaan pensiun memberikan banyak keuntungan sehingga saya tertarik					
2.	Jarak antara rumah dengan bank yang dekat menjadi faktor utama saya melakukan <i>take over</i> pembiayaan pensiun					
3.	Harga angsuran setiap bulan di bank sebelumnya lebih tinggi dibandingkan dengan BSM					
4.	Harga menjadi faktor utama saya melakukan <i>take over</i> pembiayaan pensiun					
5.	Saya melakukan <i>take over</i> pembiayaan pensiun karena promosi yang ditawarkan sangat menarik					
6.	Karyawan BSM memiliki sikap yang sopan, ramah, dan menyenangkan sehingga saya berminat untuk melakukan <i>take over</i> pembiayaan pensiun					
7.	Proses pemindahan pembiayaan cepat					
8.	Saya mengetahui produk <i>take over</i> pembiayaan pensiun melalui brosur					

Faktor Internal

NO.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya melakukan <i>take over</i> pembiayaan pensiun karena mencari bank yang menggunakan prinsip syariah					
2.	Saya melakukan <i>take over</i> pembiayaan pensiun karena mengikuti teman-teman					
3.	Saya melakukan <i>take over</i> pembiayaan pensiun karena kebutuhan ekonomi					
4.	Saya melakukan <i>take over</i> pembiayaan pensiun karena dorongan dan ajakan teman-teman saya					