

**STRATEGI *MARKETING SALES FORCE* (SF) DALAM MEMASARKAN
PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN BERKAH DI BANK SYARIAH
INDONESIA KCP BANYUWANGI ROGOJAMPI 1**

SKRIPSI



Oleh :
Zakiyah Lailatul Ulfa
NIM 2010921005

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

**STRATEGI *MARKETING SALES FORCE* (SF) DALAM MEMASARKAN
PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN BERKAH DI BANK SYARIAH
INDONESIA KCP BANYUWANGI ROGOJAMPI 1**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember
Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi Syariah**

Oleh :

Zakiyah Lailatul Ulfa

NIM 2010921005

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**



MOTTO

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ

“Dan orang-orang yang berjuang untuk (mendapatkan keridhaan) kami, kami akan tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. Dan sungguh Allah beserta orang-orang yang berbuat baik.”

(QS Al-Ankabut Ayat 69)

“Setiap orang punya time line nya masing-masing. Tapi kalau kamu hanya diam, tidak bergerak, tidak percaya akan kemampuanmu, maka kamu akan terjebak dalam bayangan kegagalan yang tak terwujud.”

(Zakiyah Lailatul Ulfa)



HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Zakiyah Lailatul Ulfa ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen Pembimbing I dan Pembimbing II.

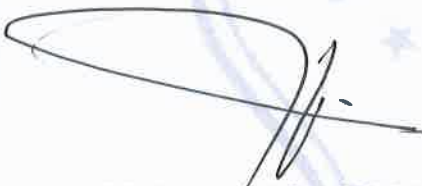
Jember, 14 Maret 2024

Pembimbing I



Dimas Herliandis Shodiqin, M.E
NPK. 1984061411700832

Pembimbing II



Muhammad Syafi'i, M.E.I
NPK. 1988070711709829

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Zakiyah Lailatul Ulfa ini telah dipertahankan didepan penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Ekonomi Syariah pada Universitas Muhammadiyah Jember pada tanggal 07 Juni 2024.



Dr. Sofyan Rofi, M.Pd.I
1984070511011600

Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dimas Herliandis Shodiqin, M.E
NPK. 19840614117009832

Penguji 1



Muhammad Syafi'i, M.E.I
NPK. 1988070711709829

Penguji II

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Agama Islam



Dr. Sofyan Rofi, M.Pd.I
NPK. 1984070511011600

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini yang berjudul “Strategi *Marketing Sales Force* (SF) Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun Berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1”, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Jember, 14 Maret 2024

Penulis



Zakiah Lailatul Ulfa

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti diberi kemudahan dalam menyelesaikan skripsi dengan judul: “Strategi *Marketing Sales Force* (SF) Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun Berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1” .

Strategi *Marketing Sales Force* (SF) merupakan faktor yang paling penting dalam kegiatan pemasaran, terutama pada produk pembiayaan pensiun berkah, yang dimana dalam sistem pasarnya adalah nasabah-nasabah yang sudah berusia lanjut yang jarang *update* mengenai pembiayaan. Sehingga dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun berkah terdapat strategi yang digunakan *Marketing Sales Force* (SF) yaitu dengan melakukan kunjungan serta menerapkan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari 4P. Dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun berkah *Marketing Sales Force* (SF) mengalami beberapa faktor yang menjadi kendala yakni dari sistem *take over*, namun hal tersebut tidak menjadikan *Marketing Sales Force* (SF) surut dalam hal pemasaran. Karena *Marketing Sales Force* (SF) memiliki beberapa cara serta langkah yang strategis dalam mengatasi faktor kendala *take over* yang sedang dihadapi, sehingga dalam kegiatan pemasarannya tetap berjalan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari adanya arahan serta bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat. Sehingga dengan penuh kesadaran peneliti menyampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya serta permohonan maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada penulisan skripsi ini.

Jember, 14 Maret 2024

Penulis

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahillabill'amin, terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan serta bimbingan kepada peneliti, sehingga peneliti secara khusus menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, yaitu:

1. Dr. Hanafi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Dr. Sofyan Rofi, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Miftahul Hasanah, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dimas Herliandis Shodiqin, M.E selaku dosen pembimbing I dalam skripsi ini yang telah banyak memberikan arahan, masukan dan motivasi kepada peneliti.
5. Muhammad Syafi'I, M.E.I selaku dosen pembimbing II dalam skripsi ini yang telah banyak memberikan arahan, masukan dan motivasi kepada peneliti.
6. Segenap dosen Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Staf pengajaran Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jember.
8. Kepada almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember, terimakasih atas ilmu, kesempatan, dan dukungan yang telah diberikan kepada saya selama masa kuliah. Setiap momen, pengalaman di almamater ini telah membentuk saya menjadi pribadi yang lebih baik. Semoga saya dapat terus mengaplikasikan nilai-nilai dan pengetahuan yang saya peroleh untuk berkontribusi pada masyarakat.
9. Afdhal Azzuhri selaku Branch Manager serta Faqih Ulil Abshor selaku BOSM BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1 yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian dan mencoba pengalaman baru di BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1.

10. M. Dawam N selaku CBRM dan Fuji selaku *marketing sales force* di BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1 yang telah meluangkan waktunya untuk bersedia di wawancarai dalam penelitian ini.
11. Bella Astri Fajarita yang telah mensupport dan mendukung saya untuk terus semangat dalam proses terselesainya skripsi ini.
12. Kepada kedua orang tua saya Ayahanda Siswanto, S.Pd dan Ibunda Kholilah yang sangat luar biasa dalam mendidik serta mendukung peneliti selama proses perkuliahan hingga sampai di titik ini.
13. Teman-teman terbaik saya Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2020 atas dukungan serta kerjasamanya selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Jember.
14. Kepada Iftitah Rita Udiniyah terimakasih telah menjadi sahabat terbaik saya selama kuliah, terimakasih atas kekompakan dan kerjasamanya yang selalu kita bangun dalam menyelesaikan segala tugas hingga berhasil menuntaskan tahap terakhir, yakni menyelesaikan skripsi.
15. Tidak lupa juga kepada sahabat terbaik saya Meisya Aulia Selviana, Nur 'Aisyah Zainiyah dan Fia Haliyatul Komariyah yang dengan setia selalu membantu saya, selalu ada disaat saya butuh bantuan, selalu mensupport saya selama masa perkuliahan hingga sampai di titik ini.
16. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah bertahan sampai di titik ini, terimakasih telah berusaha kuat untuk melawan ketakutan yang dianggap tidak mampu untuk melakukannya. Terimakasih telah berjuang selama proses pendidikan hingga sampai pada tahap yang sangat diimpikan.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karya tulis ini saya persembahkan kepada :

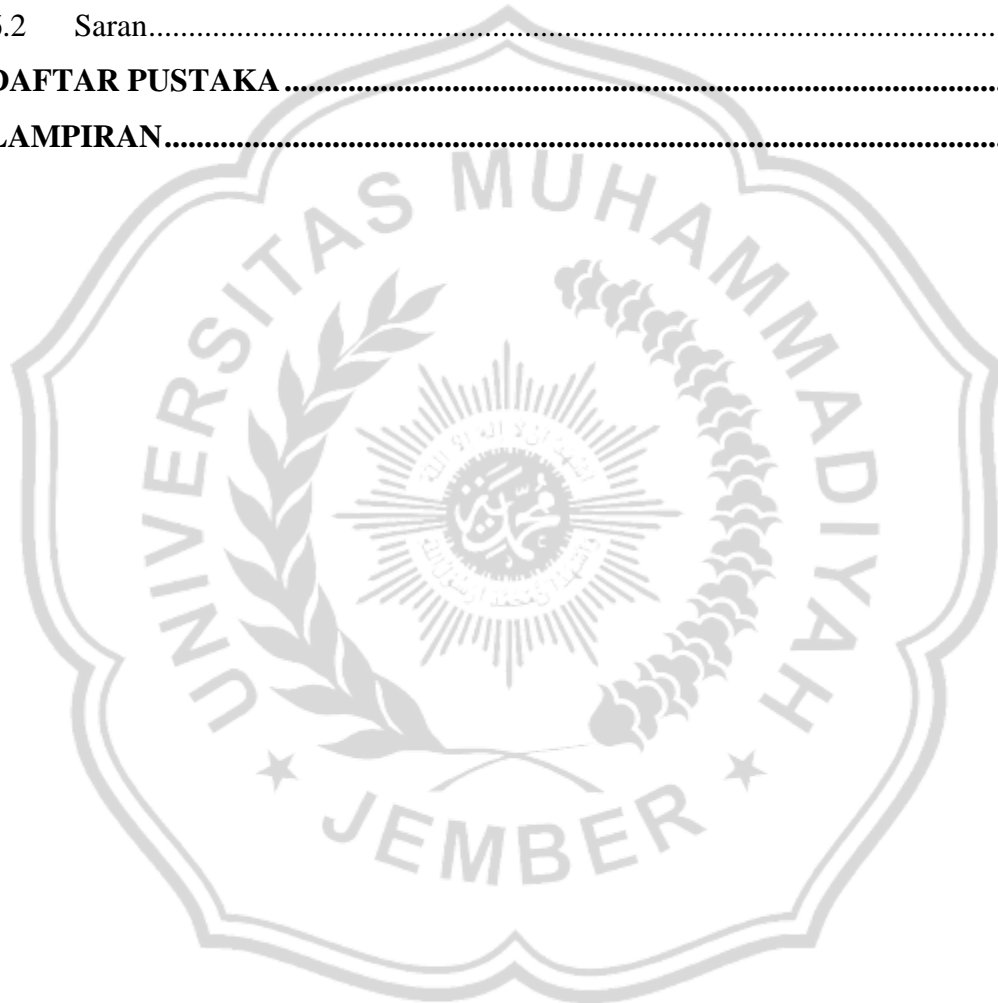
1. Orang tua saya Ayahanda Siswanto, S.Pd dan Ibunda Kholilah yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk terus berjuang menggapai cita-cita saya, selalu berusaha untuk mewujudkan semua impian dan keinginan saya, selalu menyayangi dan memberikan cinta kasih yang sangat luar biasa, mengorbankan segalanya demi kebahagiaan dan impian saya untuk mewujudkan mimpi saya dan terakhir terimakasih atas setiap doa yang tak pernah putus kepada peneliti.
2. Kepada cinta kasih ketiga saudara saya, Brahmadia Windra Liwandi, S.M. Novelin Annisa Fajriyah, A.Md. Kep. Desi Puspitasari. Terimakasih telah menjadi panutan peneliti dalam segala hal, terimakasih atas dorongan, kasih sayang, motivasi, serta bantuan yang telah diberikan sehingga peneliti bisa sampai ketahap saat ini.
3. Kepada keponakan saya Najwa Putri Zalindra dan Khalisa Almahira Meindra yang selalu menghibur serta menemani saya.
4. Dosen Pembimbing saya, Dimas Herliandis Shodiqin, M.E dan Muhammad Syafi'i, M.E.I yang luar biasa membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada keluarga besar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.
6. Terakhir skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, karena telah mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan perjuangan yang sangat luar biasa. Terimakasih karena telah berusaha dan tidak menyerah dalam setiap proses yang dijalani sehingga bisa sampai pada titik yang diharapkan saat ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	I
HALAMAN JUDUL	II
HALAMAN LOGO	III
MOTTO	IV
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	V
HALAMAN PENGESAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
UNGKAPAN TERIMA KASIH	VIII
HALAMAN PERSEMBAHAN	X
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
ABSTRAK	XVII
ABSTRAK	XVIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Definisi Operasional	10
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Pustaka	15
2.1.1 Konsep Strategi Pemasaran	15

2.1.2	<i>Marketing Sales Force (SF)</i>	24
2.1.3	Produk Pembiayaan Pensiun	29
2.1.4	Produk Pembiayaan Pensiun Berkah.....	33
2.2	Penelitian Terdahulu	39
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	44
3.2	Kerangka dan Tahapan Penelitian.....	45
3.3	Lokasi Penelitian.....	48
3.4	Data Penelitian	49
3.5	Sumber Data.....	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.7	Instrumen Pengumpulan Data.....	52
3.8	Teknik Analisis Data.....	53
3.9	Pengecekan Keabsahan Data.....	56
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN		59
4.1	Paparan Data Penelitian	59
4.1.1	Profile Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1	59
4.2	Hasil Penelitian	65
4.2.1	Strategi <i>Marketing Sales Force (SF)</i> Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun Berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1	65
4.2.2	Faktor Apa Saja yang Menjadi Kendala <i>Marketing Sales Force (SF)</i> Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun Berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1	91
BAB V PEMBAHASAN		98
5.1	Strategi <i>Marketing Sales Force (SF)</i> Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun Berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1.....	98

5.2	Faktor Apa Saja yang Menjadi Kendala <i>Marketing Sales Force</i> (SF) Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Pensiun Berkah di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1	110
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		115
6.1	Kesimpulan	115
6.2	Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN.....		124



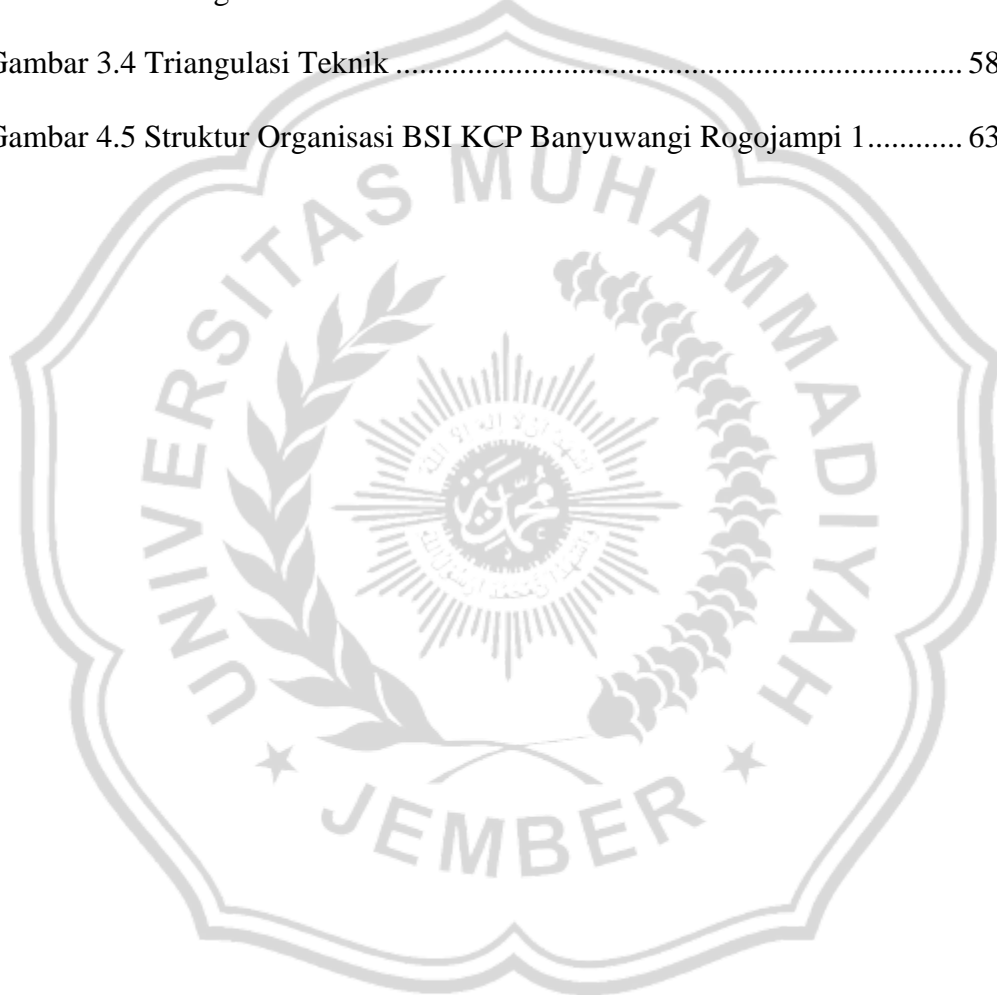
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Bank di Kabupaten Banyuwangi	5
Tabel 1.2 Jumlah Bank di Kecamatan Rogojampi.....	6
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Berfikir.....	46
Gambar 3.2 Tahapan Penelitian	47
Gambar 3.3 Triangulasi Sumber	57
Gambar 3.4 Triangulasi Teknik	58
Gambar 4.5 Struktur Organisasi BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Kantor BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1	124
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara Dengan <i>Marketing Sales Force</i>	124
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara Dengan CBRM	125
Lampiran 4. Dokumentasi Kegiatan Kunjungan Pada Produk Pembiayaan Pensiun Berkah	126
Lampiran 5. Dokumentasi Pemberian Souvenir atau Hadiah Kepada Nasabah pembiayaan Pensiun Berkah	128
Lampiran 6. Dokumentasi Promosi Produk Pembiayaan Pensiun Berkah Melalui Media Sosial	128
Lampiran 7. Dokumentasi Promosi Produk Pembiayaan Pensiun Berkah Melalui Periklanan	129
Lampiran 8. Dokumentasi Brosur Produk Pembiayaan Pensiun Berkah.....	129
Lampiran 9. Formulir Permohonan Produk Pembiayaan Pensiun Berkah	130
Lampiran 10. Formulir Lembar Wawancara Nasabah.....	132
Lampiran 11. Formulir SP3R.....	133
Lampiran 12. Mutasi Pembayaran Taspen.....	134
Lampiran 13. Surat Pernyataan Pemenuhan Dokumen TBO untuk (<i>Take Over</i>)	135
Lampiran 14. Surat Pengantar Observasi Dari Fakultas	137
Lampiran 15. Surat Keterangan Dari BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1	137
Lampiran 16. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	138
Lampiran 17. Form Bukti Bimbingan.....	141
Lampiran 18. Form Mengikuti Seminar Proposal	143
Lampiran 19. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan Bermaterai	144
Lampiran 20. Surat Pernyataan Naskah Publikasi	145
Lampiran 21. Daftar Riwayat Hidup.....	146