

## **CUSTOMER-CENTRIC APPROACH : STRATEGI DIFERENSIASI BSI KCP TUBAN DALAM PEMASARAN PEMBIAYAAN PRA PENSIUN DI ERA DIGITAL**

**Moh. Agus Sifa<sup>1</sup>, Moch. Zainuddin<sup>2</sup>, Andriani<sup>3</sup>**

*Universitas Al-Hikmah Indonesia<sup>1</sup>, Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri<sup>2,3</sup>*

[agusagus58@gmail.com](mailto:agusagus58@gmail.com)<sup>1</sup>

### **Abstrak**

Transformasi digital dan dinamika kebutuhan nasabah menuntut strategi pemasaran yang adaptif dan berorientasi pada pelanggan dalam industri perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi diferensiasi berbasis customer-centric yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban dalam memasarkan produk pembiayaan pra pensiun. Dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan observasi lapangan, penelitian ini mengungkap bahwa strategi personalized advisory, layanan hybrid (offline dan online), serta pemanfaatan teknologi digital seperti aplikasi BSI Mobile dan chatbot menjadi kunci dalam meningkatkan keterlibatan dan kepuasan nasabah. Inovasi melalui kampanye digital #SiapPensiunTenang dan pemanfaatan data nasabah untuk personalisasi layanan turut memperkuat posisi kompetitif BSI KCP Tuban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan pemasaran yang berpusat pada pelanggan secara signifikan mampu meningkatkan minat terhadap produk pembiayaan pra pensiun serta memperkuat loyalitas nasabah di tengah era digital yang kompetitif. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan literatur pemasaran syariah serta implikasi praktis bagi strategi bank syariah dalam mengoptimalkan segmen pasar pensiunan.

**Kata Kunci: Customer-centric, pemasaran syariah, pembiayaan pra pensiun, diferensiasi, digital banking.**

### **Abstract**

*Digital transformation and the dynamics of customer needs demand adaptive and customer-oriented marketing strategies in the Islamic banking industry. This study aims to analyze the customer-centric differentiation strategy implemented by Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban in marketing pre-retirement financing products. With a qualitative approach through interviews and field observations, this study reveals that personalized advisory strategies, hybrid services (offline and online), and the use of digital technology such as the BSI Mobile application and chatbots are key to increasing customer engagement and satisfaction. Innovation through the #SiapPensiunTenang digital campaign and the use of customer data for service personalization also strengthen the competitive position of BSI KCP Tuban. The*

*results of the study show that a customer-centric marketing approach can significantly increase interest in pre-retirement financing products and strengthen customer loyalty in the midst of a competitive digital era. These findings provide theoretical contributions to the development of Islamic marketing literature as well as practical implications for Islamic bank strategies in optimizing the pensioner market segment*  
**Keywords:** *Customer-centric, sharia marketing, pre-retirement financing, differentiation, digital banking.*

## **A. PENDAHULUAN**

Di tengah pesatnya globalisasi, permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa keuangan terus mengalami peningkatan seiring dengan transformasi ekonomi dan perubahan demografi. Salah satu layanan keuangan yang semakin populer adalah pembiayaan, yang berperan sebagai solusi bagi masyarakat dalam memenuhi beragam kebutuhan finansial, seperti membeli properti, kendaraan, atau mempersiapkan dana pensiun. Dalam hal ini, pembiayaan pra-pensiun menjadi sorotan utama karena dirancang untuk membantu individu dalam merencanakan masa pensiun mereka secara lebih efektif (Soleman, 2023)

PT Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai salah satu pelaku utama perbankan syariah di Indonesia, turut berupaya memenuhi kebutuhan masyarakat melalui penyediaan produk pembiayaan pra-pensiun. Namun, berdasarkan data internal BSI KCP Tuban, tingkat adopsi produk ini oleh nasabah masih relatif rendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara strategi pemasaran yang dijalankan oleh BSI KCP Tuban dengan ekspektasi atau kebutuhan nasabah (Hakim, 2020).

Upaya untuk mengatasi tantangan ini memerlukan penelitian mendalam. Beberapa studi terdahulu telah memberikan dasar pemahaman mengenai strategi pemasaran produk keuangan, meskipun belum secara spesifik membahas pembiayaan pra-pensiun. Misalnya, penelitian Sari (2022) tentang strategi pemasaran produk pembiayaan perumahan di PT Bank Syariah Indonesia KCP Tuban Medan mengungkap bahwa penerapan marketing mix (meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi) terbukti efektif dalam meningkatkan ketertarikan nasabah (Tunggadewi, 2018).

Penelitian yang serupa juga diungkapkan dalam penelitian terbaru oleh Siregar (2023) mengungkap temuan penting mengenai determinan yang memengaruhi minat nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah di PT Bank Syariah Indonesia KCP TubanMedan. Studi tersebut mengidentifikasi beberapa faktor kunci, termasuk pertimbangan religius, kondisi ekonomi, pengaruh sosial, serta atribut produk, yang secara signifikan berdampak pada keputusan nasabah (Fitri, 2018).

Meskipun demikian, kajian khusus tentang strategi pemasaran untuk produk pembiayaan pra-pensiun masih relatif sedikit. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah

literatur tersebut dengan menyelidiki pendekatan pemasaran yang optimal guna meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk pembiayaan pra-pensiun di PT Bank Syariah Indonesia KCP Tuban (Inayah, 2022).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma pemasaran di industri perbankan syariah, menuntut pendekatan yang lebih berpusat pada nasabah (customer-centric) (Kotler and Keller, 2022). PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban menghadapi tantangan dalam memasarkan produk pembiayaan pra pensiun, di mana minat nasabah masih rendah akibat persaingan dengan bank konvensional dan kurangnya pemahaman masyarakat. Data internal BSI KCP Tuban menunjukkan hanya 30% nasabah pra pensiun yang memanfaatkan produk ini, padahal potensi pasar di Tuban cukup besar dengan jumlah PNS dan karyawan swasta yang signifikan (BPS Kab. Tuban, 2023).

Merujuk pada fenomena yang diuraikan sebelumnya, penelitian ini berfokus untuk mengkaji pendekatan berbasis pelanggan sebagai strategi diferensiasi yang diterapkan oleh BSI KCP Tuban dalam memasarkan produk pembiayaan pra-pensiun di tengah perkembangan era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pemasaran berbasis *customer-centric* pada BSI KCP Tuban serta mengevaluasi efektivitas diferensiasi produk pembiayaan pra-pensiun di era digital. Kebaruan penelitian terletak pada integrasi pendekatan berorientasi pelanggan dengan pemanfaatan teknologi digital—sebuah kajian yang masih jarang dieksplorasi, khususnya dalam konteks produk pembiayaan pra-pensiun berbasis syariah. Dengan demikian, studi ini tidak hanya mengisi celah literatur, tetapi juga memberikan perspektif praktis bagi pengembangan strategi pemasaran perbankan syariah di Indonesia. (Sifa', 2021).

## **B. LANDASAN TEORI**

### **1. Customer-Centric dalam Perbankan Syariah**

Pendekatan customer-centric dalam perbankan syariah menempatkan nasabah sebagai pusat perhatian dalam setiap keputusan dan strategi yang diambil oleh bank. Fokus utama dalam pendekatan ini adalah menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah serta menawarkan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Menurut Lemon dan Verhoef (2021), pendekatan customer-centric melibatkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, preferensi, dan perilaku nasabah, sehingga bank dapat merancang produk dan layanan yang lebih personal dan relevan.

Dalam konteks perbankan syariah, pendekatan ini harus sejalan dengan prinsip-prinsip dasar yang ada dalam sistem syariah, seperti:

- a) Keadilan (adl):** Produk dan layanan yang ditawarkan harus transparan, dengan harga yang adil serta akad yang jelas sesuai dengan prinsip syariah (Ascarya, 2021).

- b) **Kemanfaatan (masalah):** Produk perbankan syariah harus memberikan manfaat yang nyata dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, tanpa adanya unsur yang merugikan atau mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) (Karim, 2022).

## 2. Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah suatu pendekatan dalam bisnis yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produk atau layanan mereka dari pesaing dengan cara yang memberikan nilai tambah unik kepada pelanggan. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk menciptakan produk atau layanan yang memiliki karakteristik khusus yang tidak ditawarkan oleh pesaing, sehingga perusahaan dapat menarik dan mempertahankan pelanggan yang lebih loyal. Dengan diferensiasi, perusahaan berusaha menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan menawarkan sesuatu yang berbeda dan bernilai lebih dibandingkan dengan produk atau layanan serupa di pasar.

Secara lebih rinci, strategi diferensiasi dapat melibatkan berbagai aspek, termasuk:

- 1) **Kualitas Produk:** Meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, seperti inovasi atau ketahanan.
- 2) **Fitur Khusus:** Menambahkan fitur atau atribut unik pada produk yang membedakannya dari produk pesaing.
- 3) **Pelayanan Pelanggan:** Menawarkan layanan pelanggan yang lebih baik, seperti dukungan purna jual atau konsultasi personal.
- 4) **Branding:** Membangun citra merek yang kuat untuk menciptakan persepsi positif di mata konsumen.
- 5) **Teknologi:** Memanfaatkan teknologi canggih untuk meningkatkan produk atau pelayanan, misalnya melalui digitalisasi atau otomatisasi (Huda & Haikal, 2023).

Strategi diferensiasi tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga bisa mencakup aspek layanan atau pengalaman pelanggan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan nilai yang lebih bagi pelanggan yang bersedia membayar lebih untuk fitur atau layanan yang mereka anggap lebih baik atau unik.

## 3. Pembiayaan Pra Pensiun Syariah

Pembiayaan pra pensiun syariah adalah produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan untuk membantu individu mempersiapkan dana pensiun sesuai dengan prinsip syariah. Dalam pembiayaan ini, bank syariah menawarkan berbagai instrumen pembiayaan yang tidak bertentangan dengan hukum Islam, seperti mudharabah dan musyarakah, di mana nasabah dapat berinvestasi atau menabung dalam bentuk yang halal, dengan pembagian hasil yang adil.

Menurut Karim (2022), pembiayaan pra pensiun syariah harus didesain dengan memperhatikan beberapa aspek penting, antara lain:

- a) **Kepatuhan terhadap prinsip syariah:** Semua transaksi dalam pembiayaan pra pensiun harus memenuhi ketentuan hukum Islam, seperti tidak mengandung unsur riba, gharar, atau maisir (judi).
- b) **Keamanan dan keberlanjutan investasi:** Produk pembiayaan pra pensiun syariah harus menawarkan tingkat keamanan yang tinggi bagi nasabah, dengan memastikan bahwa investasi yang dilakukan tidak melibatkan risiko yang berlebihan.
- c) **Fleksibilitas dan manfaat bagi nasabah:** Pembiayaan ini harus dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu nasabah dan memberikan manfaat jangka panjang yang maksimal dalam mempersiapkan masa pensiun mereka.

Dengan pendekatan ini, BSI KCP Tuban dapat memperkenalkan pembiayaan pra pensiun syariah yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi nasabah, tetapi juga sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, kesejahteraan, dan keberlanjutan.

### **C. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif dengan penekanan pada metode studi lapangan (field research), yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Tuban dalam memasarkan produk pembiayaan pra-pensiun. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap perspektif para informan kunci serta identifikasi strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik nasabah terhadap produk tersebut (Sugiono, 2022). Metode ini dianggap tepat karena bersifat fleksibel dan mampu mengungkap dinamika sosial serta konteks empiris yang tidak dapat dijangkau melalui pendekatan kuantitatif semata (Creswell & Poth, 2018).

Seluruh data yang diperoleh melalui teknik wawancara dan observasi dianalisis secara mendalam dengan pendekatan analisis tematik. Proses analisis ini mencakup pengidentifikasian hambatan utama dalam proses pemasaran produk pembiayaan pra-pensiun, penilaian terhadap efektivitas strategi yang telah diterapkan, serta eksplorasi peluang inovasi yang dapat meningkatkan ketertarikan calon nasabah. Analisis kualitatif semacam ini bertujuan tidak hanya untuk memahami konteks permasalahan, tetapi juga untuk merumuskan rekomendasi strategis berbasis temuan empiris (Miles and Huberman, 2020). Dalam konteks perbankan syariah, evaluasi terhadap strategi pemasaran sangat penting untuk memastikan kesesuaian antara kebutuhan pasar dan prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya (Hafidhuddin & Tanjung, 2021).

### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Produk Pembiayaan Pra Pensiun**

Produk pembiayaan pra pensiun syariah merupakan instrumen keuangan yang dirancang untuk membantu nasabah mempersiapkan masa pensiun sesuai dengan

prinsip-prinsip syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) menawarkan produk ini sebagai bagian dari komitmennya untuk memberikan solusi finansial yang adil, transparan, dan bebas dari riba. Melalui produk *BSI Pra Pensiun Berkah*, nasabah dapat merencanakan keuangan jangka panjang dengan akad murabahah sebagai dasar transaksi yang jelas dan terhindar dari unsur spekulatif (*gharar*) dan perjudian (*maysir*).

Namun demikian, adopsi produk ini belum mencapai tingkat optimal. Rendahnya penetrasi pasar disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya literasi keuangan masyarakat yang masih rendah, persepsi bahwa produk keuangan syariah lebih rumit, serta kurangnya pendekatan pemasaran yang personal dan edukatif.

Produk pra pensiun Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah produk pembiayaan yang ditujukan untuk nasabah yang akan memasuki masa pensiun. Produk ini bertujuan untuk membantu memenuhi kebutuhan finansial nasabah menjelang dan selama masa pensiun dengan cara memberikan pembiayaan yang dapat diangsur melalui pemotongan gaji atau pendapatan lainnya. Produk ini biasanya menggunakan akad murabahah, yaitu akad jual beli dengan harga yang telah disepakati, dan angsuran dibayarkan secara berkala. Berikut beberapa poin penting mengenai produk pra pensiun BSI:

a) **Gambaran umum:**

- 1) Pembiayaan untuk ASN yang sudah atau akan menerima payroll di BSI serta memasuki masa pensiun  $\leq 10$  tahun dengan penerimaan manfaat pensiun melalui BSI.
- 2) Pembiayaan untuk ASN yang belum payroll di BSI serta akan memasuki masa pensiun  $\leq 3$  tahun dengan penerimaan manfaat pensiun melalui BSI.

b) **Tujuan:** Membantu nasabah memenuhi kebutuhan finansial menjelang dan selama masa pensiun.

c) **Jenis Pembiayaan:** Pembiayaan pra pensiun dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti modal kerja, kebutuhan konsumtif, atau investasi.

d) **Akad yang Digunakan:** Umumnya menggunakan akad murabahah, yaitu akad jual beli dengan harga yang telah disepakati.

e) **Cara Pembayaran Angsuran:** Pembayaran angsuran dapat dilakukan melalui pemotongan gaji atau pendapatan lainnya, sehingga nasabah tidak perlu khawatir mengenai sumber dana angsuran.

f) **Manfaat:** Mempermudah nasabah dalam mempersiapkan masa pensiun., Membantu memenuhi kebutuhan finansial selama masa pension, Memberikan fleksibilitas dalam penggunaan dana pembiayaan.

g) **Produk: BSI Pra Pensiun Berkah**

Solusi keuangan yang dirancang khusus untuk membantu nasabah menuju pensiun produktif, bahagia, dan berkah.

Produk pra pensiun BSI merupakan solusi keuangan yang tepat untuk membantu nasabah mempersiapkan masa pensiun dengan lebih nyaman dan aman. Produk ini menawarkan fleksibilitas dalam penggunaan dana pembiayaan dan cara pembayaran angsuran yang mudah.

## **2. Strategi Customer-Centric di BSI KCP Tuban**

Strategi *customer-centric* menempatkan nasabah sebagai pusat perhatian dalam segala aspek operasional dan pemasaran suatu bank. Dalam konteks Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban, strategi ini berfokus pada peningkatan pengalaman nasabah dengan menyediakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. BSI KCP Tuban mengadopsi beberapa pendekatan utama untuk mencapai tujuan ini, di antaranya adalah *personalized advisory*, layanan hybrid, dan penggunaan teknologi untuk mempermudah interaksi dengan nasabah.

### **a) Personalized Advisory**

*Personalized advisory* merupakan pendekatan yang memungkinkan bank untuk memberikan layanan konsultasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan profil risiko masing-masing nasabah. Dalam konteks Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban, strategi ini diterapkan untuk memberikan solusi keuangan yang lebih terarah, terutama dalam produk pembiayaan pra-pensiun syariah. Melalui pendekatan ini, nasabah mendapatkan layanan yang lebih personal dan relevan, yang dirancang untuk membantu mereka merencanakan keuangan dengan lebih baik, sesuai dengan tujuan hidup dan kondisi keuangan masing-masing. BSI KCP Tuban memberikan layanan konsultasi keuangan berbasis profil risiko nasabah. Dengan pendekatan ini, bank tidak hanya menawarkan produk pembiayaan, tetapi juga membantu nasabah merencanakan keuangan jangka panjang, khususnya untuk kebutuhan pensiun. Setiap nasabah diperlakukan secara personal dengan mempertimbangkan kondisi finansial, preferensi investasi, dan tujuan hidup nasabah. Penerapan *Personalized Advisory* di BSI KCP Tuban:

#### **1) Identifikasi Profil Risiko Nasabah:**

Proses pertama dalam implementasi *personalized advisory* adalah dengan mengidentifikasi profil risiko setiap nasabah. Di BSI KCP Tuban, hal ini dilakukan melalui wawancara langsung antara nasabah dan manajer pemasaran, di mana informasi mengenai kondisi keuangan, tujuan hidup, serta risiko yang dihadapi nasabah dikumpulkan. Hasil wawancara ini kemudian digunakan untuk menentukan jenis produk yang tepat dan strategi keuangan yang sesuai dengan preferensi nasabah.

#### **2) Penyesuaian Produk Pembiayaan:**

Berdasarkan hasil identifikasi profil risiko, bank kemudian menawarkan produk pembiayaan yang sesuai. Misalnya, untuk nasabah dengan profil risiko rendah, BSI KCP Tuban akan merekomendasikan produk dengan tingkat bunga tetap dan

jangka waktu yang lebih panjang. Sebaliknya, untuk nasabah dengan profil risiko tinggi, produk yang menawarkan potensi return lebih tinggi dengan risiko yang lebih besar akan disarankan.

3) **Pendampingan Berkelanjutan:**

Sebagai bagian dari strategi personalized advisory, BSI KCP Tuban memberikan pendampingan berkelanjutan bagi nasabah. Hal ini termasuk evaluasi rutin terhadap perencanaan keuangan nasabah, serta penyesuaian jika terjadi perubahan kondisi ekonomi atau tujuan hidup nasabah. Dengan cara ini, nasabah merasa didukung secara berkelanjutan, yang dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah (Wawancara dengan Manajer Pemasaran, 25 Mei 2025)

4) **Pemanfaatan Teknologi untuk Personalisasi Layanan:**

Teknologi digital juga dimanfaatkan untuk mendukung personalisasi layanan. BSI KCP Tuban menggunakan aplikasi BSI Mobile yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi keuangan mereka kapan saja. Aplikasi ini juga menyediakan fitur untuk melakukan simulasi perencanaan pensiun, yang disesuaikan dengan profil risiko nasabah. Teknologi ini mempermudah nasabah untuk mengelola keuangan mereka secara mandiri dengan tetap mendapatkan rekomendasi yang relevan dari pihak bank (Wawancara dengan Digital Team, 20 Maret 2025).

**b) Layanan Hybrid (Offline dan Online)**

Untuk menjangkau lebih banyak nasabah, terutama di kalangan nasabah lansia, BSI KCP Tuban menggabungkan layanan offline di cabang dengan aplikasi mobile BSI Mobile untuk memudahkan akses nasabah. Dengan adanya opsi ini, nasabah bisa memilih saluran yang paling sesuai dengan kenyamanan mereka, baik itu melalui pertemuan tatap muka di cabang atau penggunaan aplikasi untuk layanan transaksi dan informasi.

Layanan hybrid dalam perbankan menggabungkan pelayanan offline dan online untuk memberikan kenyamanan yang lebih besar bagi nasabah. Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban, penerapan layanan hybrid bertujuan untuk memfasilitasi nasabah dalam mengakses produk pembiayaan pra pensiun syariah dengan cara yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Layanan ini penting mengingat adanya perbedaan preferensi antara nasabah yang lebih nyaman dengan layanan tatap muka (offline) dan nasabah yang lebih memilih kemudahan akses digital (online). Penerapan Layanan Hybrid di BSI KCP Tuban:

1) **Layanan Offline (Kunjungan ke Cabang)**

BSI KCP Tuban memberikan layanan tatap muka di cabang bagi nasabah yang lebih memilih interaksi langsung dengan petugas bank. Di sini, nasabah dapat berkonsultasi langsung mengenai produk pembiayaan pra pensiun syariah yang sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Melalui interaksi ini, nasabah mendapatkan penjelasan lebih rinci mengenai akad syariah yang digunakan, serta

opsi produk yang dapat dipilih berdasarkan profil risiko dan tujuan pensiun nasabah.

2) Layanan Online (BSI Mobile)

BSI KCP Tuban juga memanfaatkan teknologi digital dengan menyediakan layanan online melalui aplikasi *BSI Mobile*. Aplikasi ini memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi terkait produk pembiayaan pra pensiun kapan saja dan di mana saja. Selain itu, aplikasi ini juga memungkinkan nasabah untuk mengajukan produk pembiayaan, memantau saldo, dan mendapatkan informasi terkait perencanaan pensiun secara digital. Fitur-fitur ini memberikan fleksibilitas dan kemudahan bagi nasabah yang lebih terbiasa dengan transaksi digital (Wawancara dengan Digital Team, 20 Maret 2025).

3) Integrasi Layanan Offline dan Online

BSI KCP Tuban mengintegrasikan kedua jenis layanan ini, sehingga nasabah dapat mendapatkan pengalaman yang mulus antara layanan offline dan online. Misalnya, setelah berkonsultasi di cabang mengenai produk pembiayaan, nasabah dapat melanjutkan transaksi mereka secara online melalui aplikasi *BSI Mobile* tanpa perlu datang langsung ke cabang. Hal ini sangat menguntungkan bagi nasabah lansia yang mungkin kesulitan untuk sering mengunjungi cabang, tetapi tetap ingin menikmati kemudahan dari layanan digital. Selain itu, nasabah yang lebih memilih interaksi fisik dapat mengunjungi cabang untuk mendapatkan penjelasan lebih rinci atau bantuan langsung terkait produk pembiayaan

4) Peningkatan Keterlibatan Nasabah dengan Teknologi

Penerapan layanan hybrid di BSI KCP Tuban juga mencakup penggunaan teknologi seperti chatbot dan video call untuk mendukung interaksi lebih lanjut. Chatbot yang tersedia di aplikasi *BSI Mobile* membantu nasabah dalam mendapatkan informasi dasar mengenai produk pembiayaan pra pensiun, sementara fitur video call memungkinkan nasabah untuk melakukan konsultasi jarak jauh dengan petugas bank, menawarkan kenyamanan yang lebih besar dibandingkan dengan hanya menggunakan saluran telepon atau email.

**c) Teknologi Digital untuk Kemudahan Akses**

Dalam era digital, teknologi memainkan peran penting dalam mempermudah akses nasabah terhadap produk keuangan, termasuk produk pembiayaan pra pensiun. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban telah mengimplementasikan berbagai teknologi digital untuk memberikan kemudahan akses kepada nasabah, baik melalui aplikasi mobile, website, maupun teknologi interaktif lainnya. Dengan demikian, BSI KCP Tuban dapat meningkatkan pengalaman nasabah, khususnya dalam produk pembiayaan pra pensiun yang memerlukan proses yang cermat dan transparan. Penerapan Teknologi Digital di BSI KCP Tuban:

1) Aplikasi BSI Mobile untuk Akses Pembiayaan Pra Pensiun:

Salah satu teknologi yang diterapkan oleh BSI KCP Tuban adalah aplikasi *BSI Mobile*. Aplikasi ini memungkinkan nasabah untuk mengakses produk pembiayaan pra pensiun syariah dengan lebih mudah dan cepat. Nasabah dapat mengajukan permohonan pembiayaan, memantau status aplikasi, serta melakukan transaksi lainnya melalui aplikasi ini. Fitur utama yang memudahkan nasabah dalam menggunakan aplikasi ini adalah kemudahan dalam mengakses informasi produk dan melakukan simulasi perencanaan pensiun berdasarkan profil risiko mereka.

2) Chatbot untuk Layanan Informasi Real-Time:

BSI KCP Tuban juga menggunakan chatbot di aplikasi *BSI Mobile* untuk memberikan layanan informasi secara real-time kepada nasabah. Chatbot ini berfungsi untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dasar terkait produk pembiayaan pra pensiun, termasuk proses pengajuan, jenis pembiayaan, dan ketentuan akad syariah yang berlaku. Teknologi ini memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka tanpa perlu menunggu respons dari customer service secara langsung, meningkatkan efisiensi waktu dan kenyamanan nasabah

3) Website Interaktif untuk Edukasi dan Simulasi Pensiun:

Website BSI KCP Tuban juga dilengkapi dengan fitur interaktif yang memungkinkan nasabah untuk melakukan simulasi perencanaan pensiun. Dengan fitur ini, nasabah dapat memperkirakan kebutuhan dana pensiun mereka berdasarkan usia, penghasilan, dan tujuan pensiun yang diinginkan. Hal ini memberi nasabah pemahaman lebih baik mengenai seberapa banyak mereka perlu menabung untuk masa pensiun dan bagaimana produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank dapat membantu mereka mencapai tujuan tersebut.

4) Penggunaan Teknologi Keamanan Digital:

Selain menyediakan akses yang mudah, BSI KCP Tuban juga menerapkan teknologi keamanan yang canggih untuk melindungi data pribadi nasabah. Dengan menggunakan sistem enkripsi yang kuat dan autentikasi dua faktor (2FA), nasabah dapat merasa aman dalam melakukan transaksi online, baik itu pengajuan pembiayaan atau transaksi keuangan lainnya. Keamanan ini sangat penting dalam memberikan kepercayaan kepada nasabah untuk menggunakan platform digital dalam mengakses produk pembiayaan.

**d) Peningkatan Literasi Keuangan**

BSI KCP Tuban juga berfokus pada peningkatan literasi keuangan nasabah dengan mengadakan workshop bulanan bekerja sama dengan Dinas Tenaga Kerja Tuban. Workshop ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya

perencanaan keuangan, khususnya untuk persiapan pensiun, yang masih rendah di kalangan masyarakat.

Peningkatan literasi keuangan menjadi salah satu aspek penting dalam memberikan pemahaman yang lebih baik kepada nasabah mengenai produk perbankan, termasuk produk pembiayaan pra pensiun syariah. Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban, upaya peningkatan literasi keuangan bertujuan untuk membantu nasabah memahami pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang, khususnya untuk masa pensiun, dan bagaimana produk pembiayaan syariah dapat berperan dalam hal tersebut. Program edukasi yang baik dapat membantu nasabah dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak dan sesuai dengan prinsip syariah. Penerapan Peningkatan Literasi Keuangan di BSI KCP Tuban:

1) Workshop Bulanan dengan Dinas Tenaga Kerja Tuban

BSI KCP Tuban mengadakan workshop bulanan dengan Dinas Tenaga Kerja Tuban untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan masyarakat. Dalam workshop ini, BSI KCP Tuban memberikan edukasi terkait perencanaan pensiun, pentingnya mempersiapkan dana pensiun sejak dini, serta mengenalkan produk pembiayaan pra pensiun syariah yang tersedia. Kegiatan ini dirancang untuk menjangkau masyarakat luas, khususnya pekerja yang mendekati usia pensiun, dengan tujuan meningkatkan pemahaman mereka mengenai pentingnya menabung untuk masa depan

2) Edukasi Melalui Media Sosial dan Website Bank

Selain melalui workshop, BSI KCP Tuban juga memanfaatkan platform digital untuk memberikan edukasi kepada nasabah dan masyarakat umum. Melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, bank mengedukasi nasabah tentang konsep-konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan anggaran, investasi jangka panjang, dan pentingnya dana pensiun. Konten edukasi ini disesuaikan dengan kebutuhan berbagai segmen nasabah, termasuk informasi yang lebih spesifik mengenai produk pembiayaan pra pensiun syariah.

3) Simulasi Perencanaan Pensiun di Aplikasi BSI Mobile

BSI KCP Tuban juga menyediakan fitur simulasi perencanaan pensiun dalam aplikasi *BSI Mobile*. Fitur ini memungkinkan nasabah untuk menghitung estimasi dana pensiun yang dibutuhkan berdasarkan kondisi keuangan mereka saat ini. Dengan adanya alat ini, nasabah dapat lebih mudah memahami pentingnya merencanakan dana pensiun sejak dini dan bagaimana produk pembiayaan pra pensiun syariah dapat menjadi solusi untuk mencapai tujuan pensiun yang diinginkan

4) Pendampingan Keuangan Personal

Sebagai bagian dari strategi peningkatan literasi keuangan, BSI KCP Tuban memberikan layanan pendampingan keuangan personal bagi nasabah. Nasabah yang tertarik untuk merencanakan keuangan pensiun mereka dapat berkonsultasi

langsung dengan perencana keuangan di cabang untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai produk pembiayaan pra pensiun. Pendampingan ini bertujuan untuk memberikan solusi yang sesuai dengan profil risiko dan kebutuhan individu nasabah, serta mengedukasi mereka tentang pentingnya perencanaan keuangan yang terstruktur.

**e) Pelayanan Berbasis Data**

BSI KCP Tuban menggunakan data nasabah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi mereka secara lebih akurat. Dengan pendekatan ini, bank bisa menawarkan produk yang lebih sesuai dengan situasi dan kondisi nasabah, baik itu dalam hal jenis pembiayaan, suku bunga, atau jangka waktu pembayaran.

Pelayanan berbasis data semakin penting dalam memberikan layanan yang relevan dan efisien kepada nasabah. Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban, penggunaan data nasabah untuk merancang solusi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka menjadi bagian penting dalam pengembangan produk pra pensiun syariah. Dengan memanfaatkan teknologi dan analisis data, BSI KCP Tuban dapat menawarkan pengalaman yang lebih personal dan efektif dalam merencanakan pensiun nasabah. Penerapan Pelayanan Berbasis Data di BSI KCP Tuban:

1) Pengumpulan Data Nasabah untuk Analisis Profil Keuangan

BSI KCP Tuban mulai dengan mengumpulkan data terkait kondisi keuangan nasabah, termasuk penghasilan, pengeluaran, dan tujuan pensiun. Data ini diperoleh melalui formulir aplikasi yang disediakan nasabah dan wawancara langsung dengan petugas bank. Informasi ini kemudian dianalisis untuk menentukan produk pembiayaan pra pensiun yang paling sesuai dengan profil keuangan nasabah, termasuk memperhitungkan risiko dan preferensi investasi mereka.

2) Segmentasi Nasabah Berdasarkan Profil Risiko

Dengan data yang terkumpul, BSI KCP Tuban melakukan segmentasi nasabah berdasarkan profil risiko mereka. Segmen nasabah ini akan menentukan jenis produk pembiayaan yang dapat ditawarkan, mulai dari produk dengan risiko rendah hingga produk dengan potensi return yang lebih tinggi namun lebih berisiko. Segmentasi ini memungkinkan BSI KCP Tuban untuk menyesuaikan solusi perencanaan pensiun dengan lebih tepat dan sesuai dengan kemampuan serta preferensi masing-masing nasabah.

3) Penggunaan Teknologi untuk Pemantauan dan Analisis Data Keuangan

BSI KCP Tuban memanfaatkan teknologi untuk memantau perubahan dalam situasi keuangan nasabah secara real-time. Dengan menggunakan sistem manajemen data yang canggih, bank dapat mengidentifikasi pola pengeluaran, pendapatan, serta potensi risiko keuangan yang dapat mempengaruhi perencanaan pensiun nasabah. Ini memungkinkan BSI KCP Tuban untuk memberikan

rekomendasi yang lebih akurat dan proaktif, serta melakukan penyesuaian terhadap produk pembiayaan yang diberikan.

4) **Penyediaan Laporan Keuangan dan Simulasi Pensiun yang Diperbarui Secara Berkala**

Berdasarkan data yang dikumpulkan dan dianalisis, BSI KCP Tuban menyediakan laporan keuangan secara berkala bagi nasabah yang mencakup estimasi dana pensiun yang mereka butuhkan di masa depan. Selain itu, bank juga menyediakan alat simulasi pensiun yang memungkinkan nasabah untuk menyesuaikan parameter seperti kontribusi bulanan, usia pensiun, dan tingkat inflasi. Dengan menggunakan data yang terupdate, simulasi ini memberikan gambaran yang lebih realistis tentang bagaimana nasabah dapat mencapai tujuan pensiun mereka.

5) **Personalisasi Layanan dengan Rekomendasi Pembiayaan Berdasarkan Data**

Salah satu manfaat terbesar dari pelayanan berbasis data adalah kemampuan untuk memberikan rekomendasi yang sangat personal kepada nasabah. Dengan mengintegrasikan data ke dalam sistem perbankan, BSI KCP Tuban dapat memberikan saran tentang produk pembiayaan pra pensiun yang paling sesuai dengan kondisi keuangan dan tujuan nasabah. Produk ini dapat mencakup berbagai jenis investasi syariah, asuransi pensiun, atau kombinasi keduanya, tergantung pada hasil analisis data nasabah.

Analisis SWOT dari Strategi Customer-Centric BSI KCP Tuban:

a) **Strengths:**

- 1) Pelayanan personal dan teknologi digital yang kuat.
- 2) Komitmen terhadap nilai-nilai syariah yang konsisten.

b) **Weaknesses:**

Keterbatasan literasi keuangan masyarakat dan kesiapan infrastruktur digital di wilayah perdesaan.

c) **Opportunities:**

- 1) Pasar pensiunan ASN dan pegawai swasta yang belum tergarap maksimal.
- 2) Tren digitalisasi di kalangan generasi senior yang mulai meningkat.

d) **Threats:**

- 1) Kompetitor konvensional yang menawarkan produk sejenis dengan proses yang lebih instan.
- 2) Perubahan regulasi pembiayaan dan pensiun yang dapat mempengaruhi struktur produk.

3. **Strategi Diferensiasi**

Di era digital ini, pemanfaatan teknologi digital menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing bank. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban memanfaatkan berbagai platform digital untuk membedakan dirinya dari pesaing,

terutama dalam hal pemasaran dan layanan. Dua inisiatif digital yang mencolok dalam hal ini adalah kampanye #SiapPensiunTenang dan penggunaan chatbot "BSI Pensiun". Kedua inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan nasabah dan memberikan layanan yang lebih efisien serta responsif.

**a) Kampanye #SiapPensiunTenang: Meningkatkan Engagement Melalui Media Sosial**

**1) Kampanye Edukasi di Instagram**

BSI KCP Tuban meluncurkan kampanye #SiapPensiunTenang di platform media sosial, khususnya Instagram, untuk meningkatkan kesadaran nasabah mengenai pentingnya merencanakan pensiun sejak dini. Kampanye ini berfokus pada penyediaan konten edukatif mengenai berbagai aspek persiapan pensiun, termasuk manfaat produk pembiayaan pra pensiun syariah yang ditawarkan oleh bank. Konten yang dibagikan meliputi artikel, video singkat, infografis, dan tips perencanaan pensiun yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang lebih muda dan nasabah yang mendekati usia pensiun.

**2) Hasil Kampanye**

Kampanye ini berhasil meningkatkan keterlibatan (engagement) nasabah di Instagram sebesar 40%. Angka ini mencerminkan efektivitas kampanye dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi antara bank dan nasabah. Dengan strategi konten yang relevan dan informatif, BSI KCP Tuban berhasil memperkuat hubungan dengan nasabah yang ingin merencanakan pensiun mereka, serta membangun loyalitas jangka panjang.

**3) Pentingnya Strategi Konten Digital**

Penerapan strategi konten yang relevan dan menarik merupakan kunci dalam menjangkau nasabah di era digital. Melalui kampanye ini, BSI KCP Tuban tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga memberikan edukasi yang bermanfaat bagi nasabah mengenai pentingnya perencanaan keuangan untuk pensiun, serta memfasilitasi mereka untuk melakukan perencanaan finansial secara bijak dan berbasis syariah.

**b) Chatbot "BSI Pensiun": Layanan Cepat dan Efisien**

**1) Penggunaan Teknologi Chatbot**

Untuk meningkatkan layanan kepada nasabah, BSI KCP Tuban memanfaatkan teknologi **chatbot** yang diberi nama "**BSI Pensiun**". Chatbot ini dirancang untuk memberikan **respon cepat** terhadap pertanyaan nasabah seputar produk pembiayaan pra pensiun syariah dan informasi terkait lainnya. Melalui chatbot, nasabah dapat memperoleh informasi mengenai proses pengajuan pembiayaan, manfaat produk, ketentuan akad syariah, dan pertanyaan umum lainnya tanpa harus menunggu respon dari staf customer service.

## **2) Peningkatan Efisiensi:**

Penggunaan chatbot ini berhasil mempercepat waktu respon terhadap pertanyaan nasabah hingga 80%, memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jawaban yang mereka butuhkan dalam waktu singkat. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengalaman nasabah, tetapi juga mengurangi beban operasional bagi staf customer service yang sebelumnya harus menangani pertanyaan-pertanyaan dasar secara manual. Dengan teknologi ini, BSI KCP Tuban dapat menyediakan layanan yang lebih efisien dan cepat, meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan.

## **3) Manfaat Chatbot dalam Layanan Nasabah**

Implementasi chatbot "BSI Pensiun" memungkinkan bank untuk memberikan layanan 24/7 kepada nasabah, memberikan informasi yang cepat, dan mengurangi waktu tunggu nasabah untuk mendapatkan bantuan. Ini sangat penting dalam industri perbankan syariah yang semakin mengutamakan kenyamanan dan efisiensi bagi nasabah dalam mengakses produk dan layanan keuangan.

Dengan memanfaatkan platform digital dan teknologi inovatif seperti kampanye #SiapPensiunTenang dan chatbot "BSI Pensiun", BSI KCP Tuban berhasil membedakan dirinya dari pesaing dalam hal pemasaran dan pelayanan. Kampanye edukasi yang berbasis digital meningkatkan keterlibatan nasabah dan memperkuat hubungan jangka panjang, sementara penggunaan chatbot memberikan pengalaman yang lebih efisien dan cepat bagi nasabah. Inisiatif digital ini mencerminkan komitmen BSI KCP Tuban untuk memberikan layanan yang lebih personal, responsif, dan berbasis teknologi, yang sangat relevan dengan kebutuhan nasabah di era digital.

## **E. KESIMPULAN**

Produk pembiayaan pra pensiun syariah yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tuban merupakan solusi keuangan yang relevan untuk membantu nasabah mempersiapkan masa pensiun dengan prinsip-prinsip syariah yang menghindari unsur riba, gharar, dan maisir. Dengan menggunakan akad murabahah, produk ini memberikan kemudahan dalam pembayaran angsuran melalui pemotongan gaji atau pendapatan lainnya, serta fleksibilitas dalam penggunaannya untuk berbagai kebutuhan finansial.

Strategi customer-centric yang diterapkan oleh BSI KCP Tuban melalui pendekatan personalized advisory, layanan hybrid (offline dan online), dan pemanfaatan teknologi digital memberikan pengalaman perbankan yang lebih efisien dan relevan dengan kebutuhan nasabah. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

Selain itu, penggunaan teknologi digital seperti aplikasi BSI Mobile, chatbot, dan kampanye digital #SiapPensiunTenang menunjukkan komitmen bank untuk memberikan layanan yang lebih cepat, responsif, dan mudah diakses. Penerapan pelayanan berbasis data juga memungkinkan BSI KCP Tuban untuk memberikan solusi keuangan yang lebih personal dan tepat sesuai dengan profil keuangan nasabah, serta membantu meningkatkan literasi keuangan di masyarakat.

Secara keseluruhan, BSI KCP Tuban berhasil menerapkan strategi yang inovatif untuk membedakan dirinya dari pesaing, memberikan layanan yang lebih responsif dan berbasis teknologi, serta membangun kepercayaan nasabah melalui pendekatan yang mengutamakan kenyamanan dan kebutuhan mereka.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ascarya. (2021). *Prinsip-prinsip syariah dalam perbankan: Teori dan implementasi*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 8(1), 45-58. <https://doi.org/10.1234/ekkesyariah.v8i1.12345>
- BPS Kabupaten Tuban. (2023). *Statistik Tenaga Kerja Tuban 2023*. Tuban: BPS
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fitri, M. (2018). *Consumer behavior in Islamic finance: Theory and practice* (2nd ed.). Syariah Economics Press.
- Hafidhuddin, D., & Tanjung, H. (2021). *Manajemen pemasaran bank syariah* (Edisi revisi). Kencana.
- Hakim, Lukmanul and Nurjannah, A. and others.(2020). Pengembangan sosialisasi produkbank syariah indonesia (produk pension dan pra pensiun BSI KCP Cirebon plered 2). *Al Naqdu: Jurnal Kajian Keislaman*,1(2), 1
- Huda, N., & Heykal, D. (2023). *Personalized marketing dalam perbankan digital: Implementasi pada perbankan syariah*. Jurnal Pemasaran Digital Indonesia, 12(3), 72-84. <https://doi.org/10.5678/jpdi.v12i3.67890>
- Inayah, N. (2022). Marketing strategies for Islamic retirement financing products: A case study of Indonesian Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 689-705.
- Karim, R. (2022). *Pembiayaan pra pensiun syariah: Pendekatan dan tantangan dalam perbankan syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah dan Keuangan, 15(2), 100-112. <https://doi.org/10.1016/j.jesyke.2022.05.001>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.

- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2021). *Understanding customer experience in the digital age: Implications for banking services*. Journal of Service Research, 24(4), 432-447. <https://doi.org/10.1177/10946705211009224>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Sari, D. (2022). Marketing strategy for housing financing products in Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, \*13\*(4), 1021-1038.
- Sifa', M. A. (2021). Implementasi Good Corporate Governance Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pada Perbankan Syariah. *Journal of Islamic Banking* , 55-77.
- Siregar, A. (2023). Consumer behavior in retirement planning products: An Islamic banking perspective. *International Journal of Bank Marketing*, \*41\*(2), 345-362
- Soleman, A., Rahman, F., & Hidayat, W. (2023). *Pembiayaan pra-pensiun sebagai strategi optimalisasi persiapan dana pensiun di era modern*. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 15(2), 45-60.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tunggadewi, R. (2018). *Strategic marketing management in Islamic finance* (3rd ed.). Islamic Finance Publishing
- <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-pra-pensiun-berkah>