
Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Produk Jaminan Produk Pada PT Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan

Etika Rahmi Siregar¹, Atika²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: etikasiregar11@gmail.com¹, atika@uinsu.ac.id²

Article History:

Received: 15 April 2022

Revised: 20 Mei 2022

Accepted: 01 Juni 2022

Keywords: Strategy, Marketing, Product.

Abstract: *PT Askrindo Financing Guarantee is a financing guarantee company and one of the State-Owned Enterprises (BUMN) engaged in Insurance or Sharia Guarantee with the aim of developing the National Economy and playing an active role in the global market, the company is present as a pioneer. This study aims to analyze the marketing strategy undertaken by PT Guarantee Financing Askrindo Syariah KC Medan in improving a product marketing to Islamic Banks (Makful Lahu). The method used is descriptive qualitative method. With the analysis method with interview factors and previous data. This research was conducted so that the company PT Guarantee Financing Askrindo Syariah continues to be more and more consistent as a financing guarantee institution in the marketing strategy of a product. Meanwhile, the problem is at PT Askrindo Syariah Financing Guarantee KC Medan Product marketing such as promotion to Islamic banks (Makful Lahu). This problem is due to the lack of knowledge of Islamic banks regarding the existence of a financing guarantee.*

PENDAHULUAN

Peran Staff pemasaran dalam di dalam perusahaan PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah sangatlah penting,yakni untuk sebagai salah satu penghubung antara perusahaan dan Makful Lahu (Bank Styariah).Selain itu Staff Pemasaran dalam perusahaan PT Jaminan Pembiayaan yakni sebagai suatu pemegang utama dalam mempertahankan produk di PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah,sehingga Staff pemasaran dalam menghasilkan profit (pendapatan).PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah merupakan bagian yang terpenting dalam Bank-Bank Syariah. Hal ini dapat dilakukan apabila lembaga bisnis-bisnis dapat mempertahankan dan meningkatkan suatu pemasaran penjualan produk yang akan di pasarkan dengan melalui usaha – usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan mutu produk secara menerus,membina pelanggan yang sudah ada,mencari pelanggan baru,melakukan dan meningkatkan promosi pada produk tersebut.

Tujuan tersebut dapat dicapai apabila perusahaan (lembaga bisnis) mempunyai strategi yang jelas untuk menggunakan kesempatan (peluang) yang ada dalam pemasaran,sehingga posisi

kedudukan perusahaan dapat dipertahankan dan ditingkatkan dan memberikan dasar teoritis yang kuat dalam berbagai proyeksi yang berfokus pada pemasaran yang berprinsip syariah dan tidak adanya pertentangan dalam akad prinsip Muamalah Islam. Khususnya usaha dalam penjaminan dengan prinsip syariah serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseroan untuk menghasilkan jasa yang bermutu tinggi dengan menerapkan prinsip tata kelola yang baik dalam menjalankan strategi pemasaran produk.

Perencanaan Strategi untuk memanfaatkan berbagai peluang yang dapat diraih dan sebagai landasan untuk memonitor perubahan – perubahan yang terjadi sehingga dapat dilakukan penyesuaian. dengan begitu perencanaan adalah suatu kegiatan awal dalam sebuah pekerjaan dalam bentuk meimikirkan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan itu agar mendapatkan hasil yang optimal. Oleh karena itu, perencanaan merupakan sebuah kebutuhan yang baik. Dan perencanaan strategi pemasaran ini merupakan tulang punggung bagi perencanaan strategi perusahaan. Perencanaan strategi bukanlah merupakan hasil atau output, tetapi merupakan proses yang berlangsung secara terus menerus, oleh karena itu pemikiran strategi tidaklah memiliki titik akhir dan akibatnya berlangsung secara terus menerus.

PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah merupakan perusahaan penjaminan pembiayaan berbasis syariah pertama di Indonesia. Kantor PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah adalah Salah Satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang Asuransi atau Penjaminan Syariah dengan tujuan mengembangkan Ekonomi Nasional dan berperan aktif pada pasar global, persero hadir sebagai pioneer. Produk utama dari perusahaan PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah adalah Kafalah Pembiayaan Garansi, Kafalah Pembiayaan Project Finance, Kafalah Pembiayaan Surety Bond, dan Kafalah Produk Custom Bond. Layanan tersebut diberikan dalam bentuk akses pelayanan mudah dalam seluruh pemangku kepentingan bisnis pembiayaan berbasis syariah di perusahaan tersebut. Sasaran perusahaan dalam memberikan jasa layanan tidak hanya sektor swasta/private, namun juga meliputi sektor pemerintah. Dan melaksanakan literasi penjaminan Syariah kepada UMKM setiap daerah. Prinsip utama perusahaan dalam memberikan optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseoroan untuk menghasilkan produk yang bermutu tinggi dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dengan spirit “Amanah Tumbuh Bersama” Namun demikian perusahaan bisa saja berkomitmen dalam menentukan pendukung keberadaan perusahaan penjaminan pembiayaan askrindo syariah pertama di Indonesia yang menjadikan hal yang baru dikarenakan dalam menjelaskan tentang penjaminan pembiayaan itu sendiri dan adanya suatu makful lahu dan makful anhu serta bekerja sama dengan bank-bank syariah yang bnerdukung dengan berlandaskan syariah semakin termuka di Indonesia.

Sehingga menjadi suatu populer dalam kalangan dalam menganai tentang syariah yang dimana sekarang ini mitra perbankan sudah terbentuk dan berdiri selama setahun belakangan ini yaitu Bank-Bank Syariah di Indonesia dalam mempersatukan beberapa Bank-Bank Syariah dalam meningkatkan mitra bisnis dan memudahkan untuk menentukan suatu Bank tersebut berlabel syariah, tetapi dengan adanya mekanisme baru yang sesuai terdaftar dalam kemenkeu bahwasanya dalam membentuk persatuan Bank Syariah dalam mitra mitra bisnis dalam mengenal label syariah lebih dalam untuk mendapatkan mamfaat yang diterima masuk dalam perusahaan dalam menentukan transaksi syariah.

LANDASAN TEORI

Sejarah Perusahaan PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan

Pada tanggal 29 November 2012 Hadijah, S.H., M.Kn, telah mendapatkan izin dari kemenkeu No Izin : KEP-777/KM.10/2012 yang dimana yang didirikan berdasarkan Akta

Pendirian No 02/DIR pada Tanggal 06 Desember 2012. Yang merupakan Kantor PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah di Indonesia adalah Salah Satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang Asuransi atau Penjaminan, yang tidak dapat dipisahkan dari perusahaan Penjaminan Syariah dengan tujuan mengembangkan Ekonomi Nasional dan berperan aktif dalam pasar global yang dimana perseroan hadir sebagai pioneer Perusahaan Penjaminan Pembiayaan berbasis Syariah Pertama di Indonesia. Perseroan sangat berkomitmen dalam meningkatkan suatu cara dalam memperlaksanakan dan menunjang kebijakan dalam program pemerintah dalam bidang Ekonomi dan pembangunan nasional yang khususnya penyelenggaraan usaha dalam bidang penjaminan pembiayaan yang berbasis syariah. Yang dimana Prinsip dalam Perusahaan PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah yang dimana dalam memberikan suatu peningkatan dalam memoptimalisasikan suatu pemanfaat yang ada di sumber daya perseroan dalam menghasilkan jasa yang bermutu tinggi agar dapat menerapkan suary prinsip yang terkelola dengan baik di perusahaan dengan spirit “Amanah Tumbuh Bersama”. dan juga dapat berkomitmen dalam menentukan suatu Penjaminan berbasis Syariah.

Defenisi Strategi Pemasaran

Strategi adalah suatu defenisi yang dapat diberikan dalam menentukan suatu rencana dalam meningkatkan sebuah aktivitas dalam menentukan keunggulan yang strategi perusahaan dengan penentuan tantangan terhadap lingkungan yang memberikan tujuan dalam jangka waktu tertentu. Didalam strategi dapat mengutamakan perbuatan atau tindakan dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan. (Amirullah, 2015) .

Sedangkan Pemasaran adalah suatu proses hubungan antara penjual dan pembeli yang dimana adanya suatu kerjasama dalam mewujudkan suatu transaksi yang dapat memberikan penilaian sehingga kebutuhan dan keinginan dapat tercapai. Sedangkan defenisi lain dari pemasaran adalah segala usaha yang untuk menentukan suatu aktivitas barang atau jasa yang memberikan segala usaha dalam memberikan suatu proses komunikasi suatu produk yang dapat memberikan suatu kebutuhan yang membuat kebutuhan dan keinginan suatu individu atau kelompok mendapatkan penawaran yang ternilai dalam suatu penyampaian pertukaran produsen sampai dengan konsumen. (Shinta, 2011).

Sedangkan Strategi Pemasaran adalah suatu hal yang dimana aktivitas pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan dengan keinginan dalam mencapai tujuan pemasarannya agar mendapatkan pendapatan (profit). Adapun komponen dalam pemasaran terbagi menjadi 7P, yaitu :

- a. Produk (product) Sebagai salah satu hal yang terpenting bagi terjamin (Makful Lahu) yang agar terjamin dapat mengenal produk tersebut. Penyediaan produk yang tepat bagi Bank-Bank Syariah (Makful Lahu) yang dapat memberikan rasa kepuasan kepada para Makful Lahu. Sesuatu yang dapat dijual dalam perusahaan PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah pada produk yang mampu memenuhi kebutuhan Makful Lahu dan sekaligus dapat meningkatkan sesuatu keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.
- b. Harga (Price) Yang merupakan sesuatu yang dimana hal yang menentukan jumlah pencairan dana yang harus dikeluarkan oleh Makful Lahu untuk menganti pembayaran atas produk. Yang dimana hal tersebut dapat diterima oleh perusahaan. Dengan begitu dalam penyesuaian harga sangat penting untuk meningkatkan atau mempertahankan suatu stabilitas perusahaan di Bank-

- Bank Syariah (Makful Lahu) yang dapat bertahan dalam pecairan dana jangka panjang.
- c. Penyaluran atau distribusi (Place) suatu distribusi yang dimana merupakan suatu hal yang dapat menjadi sebagai penentuan Marketing pemasaran produk, sehingga produk yang ditawarkan kepada Makful Lahu dapat berjalan dengan baik dengan Bank-Bank Syariah (Makful Lahu). (Assauri, 2007).
 - d. Promotion (promosi) promosi yang bertujuan dalam mengenalkan produk tersebut kepada Bank-Bank Syariah (Makful Lahu) yang akan ditawarkan dan dapat meningkatkan daya tarik Bank-Bank Syariah untuk ikut serta dalam menggunakan produk tersebut.
 - e. Procces (proses) suatu gabungan yang dilakukan untuk suatu aktivitas dalam pemasaran produk yang ada. Yang dimana seluruh aktvitas tersebut mampu bertahan dengan baik dengan hasil yang maksimal terhadap Bank-Bank Syariah.
 - f. People (Orang) Makful Anhu atau Bank Syariah (Makful Lahu) yang dimana people ini merupakan seluruh UMKM Yang terlibat yang berpengaruh besar terhadap pemebelian suatu produk.
 - g. Physical Evidence (Bukti Fisik) yang dimana suatu hubungan perangkat yang dapat digunakan untuk suatu bukti pendukung suatu kuliatas produk yang ada diperusahaan.

Pengertian Produk

Produk adalah suatu pemahaman subyektif dari suatu produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai salah satu usaha untuk mencapai tujua organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli. (Sedjati, 2018).

Adapun defenisi lain Produk adalah sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi atau kebutuhan yang mencakup produk lebih dari sekedar barang – barang yang berwujud (*tangible*). (Tjiptono, 2010).

Jadi dari beberapa pengertian diatas tentang produk dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu hal yang berwujud barang atau jasa yang dimana dapat digunakan untuk memuaskan konsumen dan dimana setiap barang dan jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda.

Produk -Produk PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah

PT Penjaminan Pembiayaan Askrindo Syariah merupakan perusahaan penjaminan berbasis syariah pertama di Indonesia. PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah memiliki beberapa produk ,diantaranya :

- a. Kafalah Pembiayaan Bank Garansi Adalah Produk yang jasa yang penjaminan syariah yang dirancang untuk melindungi kepentingan Bank (Makful Lahu atau Mitra Bisnis) atas Ta'widh (Klaim) Bank Garansi yang diajukan oleh obligee melalui Makful Lahu(Bank Garansi,karena princioal wanprestasi.
- b. Kafalah Pembiayaan Project Finance Adalah suatu teknik pendanaan berbasis asset,karena para penyandang dana (baik kreditur maupun

perusahaan sponsor selaku pemegang saham) umumnya hanya dapat mengadakan arus kas dan asset proyek tersebut untuk memperoleh kembali modal yang telah ditanamkan, sekaligus pada tingkat keuntungan atau pengembalian return yang sesuai dengan resiko proyek yang bersangkutan.

- c. Kafalah Pembiayaan Surety Bond Adalah penjaminan pembiayaan syariah yang dirancang untuk memberikan jaminan atas kemampuan prinsipal dalam melaksanakan kewajibannya sesuai perjanjian pokok antara prinsipal dan obligee.
- d. Kafalah Produk Custom Bond Adalah perikatan penjaminan antara tiga pihak, pihak pertama (penjamin/kafillah customs company) untuk memenuhi kewajiban-kewajiban yang timbul dari pihak kedua terjamin (Makful Anhu principal) terhadap pihak ketiga (Direktorat Jenderal Bea dan Cukai).

Berdasarkan beberapa produk yang ada di PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan dapat terus meningkatkan kebutuhan pada Bank-bank Syariah di Indonesia. Dengan begitu Strategi pemasaran produk pada PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan dapat terus bertahan dan berkembang di Indonesia.

Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor yang dimana secara sistematis dalam merumuskan suatu strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), peluang (*Opportunities*), namun secara bersama dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*), dan ancaman (*Threats*). (Rangkuti, 2006)

Analisis SWOT PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan

Medan Adapun analisis swot di dalam perusahaan PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan sebagai berikut (amanathillah, 2020).

- a. Kekuatan (*Strengths*)
 1. PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang Asuransi atau penjaminan, yang tidak dapat dipisahkan dari perusahaan penjaminan syariah dengan tujuan mengembangkan Ekonomi Nasional dan berperan aktif dalam pemasaran produk perusahaan penjaminan pembiayaan askrindo syariah sehingga dapat menjadi salah satu kekuatan untuk mendapatkan suatu kepercayaan para Bank Syariah.
 2. Memiliki pelayanan yang baik. Sebagai marketing pemasaran dan staff kantor terhadap Bank-Bank Syariah mulai dari sharing yang terkait produk yang cocok dalam pengisian suatu data Polis dan pengajuan klaim. Menurut PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Klaim itu merupakan suatu hak Makful Anhu sehingga tidak ada persulitan yang dilakukan pihak perusahaan atas pengajuan klaim.

3. Memiliki lokasi kantor pemasaran strategi PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah Kc Medan,yakni beralamat di jl.Sei Belutu No 93,Kel.Padang Bulan,Kec.Medan Selayang,Kota Medan,Sumatera Utara 20131.
 4. Dapat dipercaya dan diandalkan.PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah sudah lama mendapatkan kepercayaan di Bank-Bank Syariah dikarenakan Penjaminan Pembiayaan merupakan Pebnjaminan Pembiayaan yang sudah menerapkan prinsip-prinsip syariah.Dan penjaminan pembiayaan juga telah membuktikan kualitas produk yang ditawarkan melalui pelayannan dan segala dalam menyelesaikan setiap permasalahan.
 5. Pelayanan bisa dilakukan secara online.Selama terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia.Maka seluruh aktivitas dilakukan dengan tidak terjung langsung ke Bank-Bank Syariah tersebut.Oleh sebab itu,Jika Makful Lahu bergabung dalam penjaminan pembiayaan askrindo syariah,maka dapat dikirimkan secara online dengan mengirimkan data-data yang diperlukan dengan melalui email.
- b. Kelemahan (Weaknesses)
1. Kantor Cabang pada PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah tersebar di berbagai kota besar di Indonesia salah satu nya di Kota Medan.dimana Pada kantor cabang pembantu digunakan sebagai alternatif dalam meminimalisir suatu kejadian yang terjadi di Bank-Bank Syaria dimana yang meberikan suatu peluang dalam menyampaikan suatu kesepakatan yang ada untuk dijadikan sebagai saranan pemasaran produk yang tepat sasaran dan luas dalam menguntungkan bagi perusahaan dalam mencapai target pemasaran produk.
 2. Kurangnya promosi.kurangnya promosi dapat mempengaruhi minat pembelian produk dari Bank-Bank Syariah (Makful Lahu).
- c. Peluang (Opportunities)
1. Bank-Bank Syariah (Makful Lahu) suatu keseluruhan provinsi sumatera utara merupakan Bank-Bank Syariah,yang dimana menjadi sebuah peluang bagi Perusahaan PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan.
 2. Harga produk yang dijanglkau oleh Bank-Bank Syariah.Ada banyak produk yang ditawarkan kepada Bank-Bank Syariah dengan kentuan yang dibutuhkan oleh suatu Bank Syariah.Harga yang dipasarkan produk kepada Bank-Bank Syariah dengan memberikan suatu pelayanan yang lebih baik ,sehingga akan lebih unggul dari perusahaan penjaminan pembiayaan lain.
 3. Penjaminan Pembiayaan berbasis syariah di dalam Al-Qur'an dan Hadist. Banyak larangan yang menggunakan riba sangat diharamkan. Bahkan dosa terkait riba sangat besar dihadapi Allah SWT.Oleh sebab itu hal ini bisa mengedulkan Bank-Bank Syariah akan bahaya nya riba.
- d. Ancaman (Threats)
1. Kurangnya pengetahuan produk dari PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah di Bank-Bank Syariah dapat menurunkan suatu promosi dalam produk tersebut,sehingga semakin lama dalam mengalami penurunan suatu Makful Lahu.

2. Teknologi yang semakin berkembang. Pada teknologi yang semakin berkembang ini menjadi suatu ancaman bagi perusahaan penjaminan pembiayaan askrindo syariah jika tidak menggunakan teknologi dalam pemasarannya, karena pada saat ini pemasaran melalui digitalisasi lebih diminati oleh Bank-Bank Syariah dibandingkan dilakukan secara langsung.
3. Promosi yang kurang maksimal, dikarenakan biaya untuk promosi juga terbatas. Maka dari itu, banyak Bank-Bank Syariah yang belum mengetahui bagaimana PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah sehingga Bank-Bank Syariah.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2019) berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada penelitian yang berlandaskan alamiah yang dimana dengan menafsirkan suatu ekspresikan dalam melibatkan metode yang data yang ada (gabungan) dalam peristiwa yang ada. Dengan demikian penelitian kualitatif dapat menentukan suatu permasalahan bukan hanya dalam menentukan suatu pemahaman dan penjelasan. Dengan demikian penelitian kualitatif suatu hal yang dapat mencari pengetahuan suatu informasi yang terkait permasalahan yang diteliti. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini adalah penelitian kualitatif karena dalam penelitian ini mencari suatu informasi data yang tidak hanya fakta tetapi juga yang benar-benar terjadi berdasarkan data yang dijelaskan dilapangan tersebut.

Jenis Sumber Data

1. Data Primer. Data primer adalah data yang diperoleh dalam sebuah penelitian yang dimana merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer diperoleh melalui wawancara di perusahaan terhadap Staff Pemasaran dengan memenuhi data yang diinginkan.
2. Data Sekunder. Data Sekunder adalah data yang telah dikumpulkan atau tersedia dalam data yang terkait tentang pemasaran yang terjalannya suatu pemasaran produk oleh Bank-Bank Syariah kepada perusahaan. Selain itu juga penulis juga memenuhi dan mempelajari suatu informasi atas data-data yang bersumber dari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu atau skripsi, artikel dan website mengenai pemasaran produk.

Teknik Analisis

Teknik yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif menggunakan metode kualitatif yaitu penelitian ini berdasarkan data yang dikumpulkan melalui hasil wawancara, website, jurnal dan penelitian terdahulu yang kemudian di analisis dan dikembangkan dalam mengetahui perkembangan pemasaran produk pada Bank-Bank Syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama penulis melaksanakan kegiatan Kerja Praktek (Magang) di Bagian Unit Operasional ada beberapa masalah yang terjadi yaitu pada penataan Tempat Bank Syariah Kantor PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan memiliki beberapa sub-bagian atau jabatan didalamnya seperti dst. Permasalahan ini dapat disimpulkan berdasarkan penataan yang tidak beraturan pada setiap jabatan yang ada didalam Kantor tersebut, bahkan hanya dst. Hal ini mengakibatkan menghambat aktivitas serta optimalisasi kerja para karyawan.

Akan tetapi sering berkembangnya zaman dalam mempertahankan suatu produk di perusahaan maka perlu pembauran strategi pemasaran. Disaat seperti ini penelitian yang masih mengutamakan Marketing Pemasaran untuk melakukan suatu promosi secara lisan dan atau melalui suatu bantuan browser yang dapat menentukan pengetahuan suatu Bank-bank Syariah (Makful Lahu atau lembaga keuangan syariah). Apalagi dalam penargetan pada produk perusahaan pada PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah memberikan dampak pengurangan pemasaran produk dikarenakan adanya suatu target perusahaan yang semakin meningkat setiap tahunnya. Dengan munculnya hal tersebut, membuat para Marketing pemasaran tersebut mencari peluang dalam mempertahankan suatu pemasaran untuk meningkatkan suatu perusahaan tersebut di perusahaan.

Sebagaimana diketahui bahwa banyak marketing pemasaran bahwa cara dalam memasarkan produk sangat berbeda yang dimana untuk meningkatkan suatu produk masing-masing diperusahaan yang dimana cara pemasaran produk di PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah dengan melakukan melalui Marketing perusahaan terjun langsung ke Bank-Bank Syariah dengan memasarkan langsung produk tersebut sesuai dengan produk masing-masing Bank-Bank Syariah (Makful Lahu), sedangkan di perusahaan lain memasarkan produk dengan cara melalui Agen tersebut. Maka dengan itu dalam PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah harus dapat meningkatkan suatu pemasaran produk tersebut dengan menjankan kerja sama dengan Bank-Bank Syariah dengan secara Amanah, karena dalam konsep kantar yang ada di Pt Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah ini yang berbasis Syariah tentu sudah terjalin secara Islami, sehingga dalam kantor tersebut menjadi lebih nyaman dan tentram sehingga segala kegiatan atau aktivitas yang dilaksanakan dapat dijalankan dengan maksimal dan tentunya ikhlas dalam melaksanakan perkerjaan.

Memasarkan produk di perusahaan PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah dilakukan dengan persetujuan yang memang sudah terpusat dari perusahaan pusat dimana sudah terlampir yang mana saja akan diproses produknya tersebut. Produk dapat terpilih atau dilakukan pemasaran dengan sistem komunikasi yang sudah terpusat lalu produk juga disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan yang ada produk dapat ditingkatkan dengan kesepakatan di awal. Produk yang dijelaskan ketika memasarkan produk perlu adanya ketentuan-ketentuan yang dituangkan dalam lampiran, produk juga tidak sembarang ditujukan pada pemasaran yang akan dipasarkan kepada mitra bisnis hingga mitra perbankan dua hal ini tentu bersangkutan paut di dalamnya yang tidak bisa dilepaskan dari pemasaran produk. Produk-produk yang tersedia di perusahaan tersebut memiliki kegunaan masing-masing yang tidak disamakan, ada yang memang ditujukan kepada makful lahu dan ada juga yang ditujukan langsung ke orangnya misalnya pada kontraktor yang mana perjumpaan tersebut langsung dilaksanakan untuk menyetujui formulir persetujuan dan yang pasti juga produk yang ditawarkan memang sesuai dan tidak terkendala oleh hukum yang mengikat makful anhnya agar tidak terjadi kendala yang tidak diinginkan. Diharapkan dari pertama memasarkan produk memudahkan meningkatkan tujuan pencapaian perusahaan untuk target yang disesuaikan di pusat, juga ditentukan dengan jangka waktu produk yang memang sudah disepakati yaitu 3-5 tahun.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari pembahasan dari tulisan penulis yaitu prinsip utama perusahaan dalam memberikan optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseroan untuk menghasilkan jasa yang bermutu tinggi dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dengan spirit “Amanah Tumbuh Bersama” Namun demikian, perusahaan bisa saja berkomitmen untuk senantiasa

mendukung pembangunan bangsa melalui penjaminan pembiayaan berbasis Syariah. Strategi pemasaran adalah suatu pemasaran yang sangat berkaitan dengan aktivitas perusahaan dengan keinginan dalam mencapai suatu tujuan dalam mendapatkan pendapatan dengan memperoleh hasil yang lebih baik. Strategi pemasaran yang dimaksud pada PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah dengan melakukan strategi pemasaran produk yang dengan adanya kesepakatan antara perusahaan dan Bank-Bank Syariah (Makful Lahu) yang dapat meningkatkan suatu perusahaan tersebut atas produk yang telah di pasarkan tersebut dan pastinya Makful Lahu tidak terlibat dalam Undang-undang yang terkait dala penjaminan. Dengan adanya produk dalam pemilihan yang ada dalam pembiayaan dalam meningkatkan usaha menjadi lebih baik. Oleh karena itu agar pemasaran produk menghasilkan suatu produk yang kualitas baik dan penulis mendapatkan wawasan mengenai berbagai produk yang telah ditawarkan oleh PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan dan dapat lebih mengetahui dan memahami bagaimana produk yang tepat yang bermanfaat untuk Bank-Bank Syariah.

Adapun saran yang dapat penulis berika sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan dan memasarkan suatu produk pada PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah dengan Bank-Bank Syariah dalam memberikan pemanfaatan yang baik pada Bank Syariah tersebut dengan unsur yang Amanah.
2. PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan sudah menerapkan sistem strategi pemasaran produk ke Bank-Bank Syariah dengan memberikan pemanfaat pada Bank tersebut dan terjalinnya suatu kerjasama yang baik dengan begitu pemasaran produk yang ditawarkan dapat menjadi lebih meningkat.
3. Untuk mempertahankan perusahaan agar dalam pemasaran produk tersebut terus menerapkan suatu proses kesepakatan atau kerjasamaa dengan Bank Syariah dalam memanfaatkan suatu produk tersebut dan menghindari hal-hal yang tidak diinginkan dalam menentukan suatu proses produk dalam perusahaan selalu meningkat.

DAFTAR REFERENSI

Buku :

- Amirullah,(2015). *Manajemen Strategi-teori-konsep-Kinerja*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Shinta, A.(2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Assauri. S. (2017). *Manajemen Pemasaran (Dalam Konsep dan Strategi)*. Jakarta : Rajawali Grafindo.
- Sedjati.(2018). *“Manajemen Pemasaran”*. Yogyakarta: Depublish.
- Tjiptono.(2010). *“Strategi Pemasaran”*. Yogyakarta : Edisi Ketujuh.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Amanatillah, D, Arifin, M & Nazila, T. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Mengguankan Metode SWOT (Studi Pada PT Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah KC Medan)*. Analisis Strategi Pemasaran.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif R & D*. Bandung : Alfabeta.

Internet :

PT Penjaminan Pembiayaan Askrindo Syariah 11 Maret 2022 20.00 WIB),tersedia di situs ini : <http://www.askrindosyariah.co.id>