

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL
EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP SEMARANG
MANYARAN**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi SyaratGuna Memperoleh Gelar
Sarjana Strata (S.1)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

Angelina Putri Maulani

2005036007

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp./Fax : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

Lamp. : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Persetujuan Pembimbing
An. Sdr. Angelina Putri Maulani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Angelina Putri Maulani
NIM : 2005036007
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP
SEMARANG MANYARAN"

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 12 Mei 2024

Pembimbing I

Henny Yuningrum, SE, M.Si
NIP. 198106092007102005

Pembimbing II

Riska Wijavanti, SH, MH
NIP. 199304082019032019

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALLISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Angelina Putri Maulani
NIM : 2005036007
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP
SEMARANG MANYARAN**

Telah di ujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat *cumlaude* pada tanggal : **26 Juni 2024**.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024

Semarang, 09 Juli 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Dede Rodin, M.Ag.
NIP. 197204162001121002

Penguji Utama I,

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si.
NIP. 198607182019031007

Pembimbing I,

Heny Yuningrum, M.Si.
NIP. 198106092007102005

Sekretaris Sidang,

Riska Wijavanti, M.H.
NIP. 199304082019032019

Penguji II,

Jepri Nugrawiyati, M.Pd.I.
NIP. 199104042020122005

Pembimbing II,

Riska Wijavanti, M.H.
NIP. 199304082019032019



MOTTO

حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ

“Cukuplah Allah Menjadi Penolong Kami Dan Allah Adalah Sebaik-baik Pelindung”.

(QS. Ali Imran:173)

PERSEMBAHAN

Pada lembar persembahan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT karena telah memberinya kemampuan untuk menyelesaikan tugas yang diberikan kepadanya. Penulis menyampaikan skripsi ini dengan benar kepada:

1. Suamiku tercinta, Muhamad Shofaul Manba'. Terimakasih banyak telah menjadi penyemangat dan memberi masukan dalam mengerjakan skripsi ini, terima kasih sudah mau bekerjasama membantu mengurus anak ketika istrinya sedang mengerjakan skripsi ini dan terimakasih atas doa yang diberikan kepadaku untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga kita semua bisa meraih kesuksesan dunia dan akhirat, menjadi orang tua yang baik dan menjadi keluarga yang kompak dan harmonis.
2. Anakku tercinta, Muhammad Faruqi Al-fatih. Terimakasih selalu menjadi penyemangat dihidup mama, terutama semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kamu menjadi anak yang soleh, rajin beribadah, dan berbakti kepada orang tua serta membanggakan orang tua.
3. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Masrukin dan Ibu Suryowati. Terimakasih telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, mendidik, menjagaku dengan penuh keikhlasan dan kesabaran di setiap harinya, terimakasih selalu membantu anaknya ketika sedang membutuhkan pertolongan, serta terimakasih atas restu dan doa yang diberikan kepadaku setiap waktu. Semoga Ayah dan Ibu bangga dengan pencapaian anaknya.
4. Kedua mertuaku tercinta, Bapak Abdul Hamid dan Mama Nur Anifah. Terimakasih selalu membantu anak dan menantu-nya ketika sedang membutuhkan pertolongan, serta terimakasih atas restu dan doa yang diberikan kepadaku setiap waktu. Semoga Bapak dan Mama bangga dengan pencapaian menantu-nya.
5. Kepada kakek dan nenek tersayang, Mbah Ramin, Mbah Kasmini, Mbah Muginah. terimakasih selalu mendoakan cucumu disetiap sujudmu. Semoga kakek dan nenek bangga dengan pencapaian cucumu.

6. Skripsi atau karya tulis ilmiah ini saya persembahkan kepada kakak dan adik saya (Afif Aqil Almunawaroh, Ahsanul Kholiqin, Aqila Qudrotunnada Ramadhani, dan Afkarafka Rezfan Alqorni) yang telah memberikan semangat dan semoga kita semua menjadi anak yang membanggakan kedua orang tua.
7. Kepada keluarga besarku (budhe, bulek, dll) yang selalu mendukung dengan penuh kesabaran. Terimakasih telah memberi suport dan membantu dalam segala hal. Semoga selalu bersih dan Allah SWT memudahkan segala sesuatunya.
8. Teman-teman S1 Perbankan Syariah yang telah memberikan dukungan dan doa, serta anggota kelompok PBAS A 2020 dan KKN Posko 16 yang berasal dari berbagai wilayah. Semoga Allah selalu memberi kita kemudahan.
9. Semoga Allah SWT selalu memberi rahmat dan hidayahnya kepada semua orang yang telah bersedia dengan tulus mendoakan dan membantu dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini.

DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran serta tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi teori yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian pula Skripsi ini tidak berisi argumen-argumen orang lain, terkecuali informasi yang terdapat dalam referensi skripsi ini yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Angelina Putri Maulani
NIM : 2005036007
Jurusan Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL
EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP SEMARANG
MANYARAN”**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan penulisan saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 06 Juni 2024

Deklarator



Angelina Putri Maulani

NIM. 2005036007

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada “Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang dikeluarkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama Dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tahun 1987. Pedoman tersebut adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

ا = Alif	خ = Kha	ش = Sya	غ = Gha	ن = Na
ب = Ba	د = Da	ص = Sha	ف = Fa	و = Qa
ت = Ta	ذ = Dza	ض = Dal	ق = Qa	ه = Ha
ث = Tsa	ر = Ra	ط = Tha	ك = Ka	ء = A
ج = Ja	ز = Za	ظ = Zha	ل = La	
ح = Ha	س = Sa	ع = ‘	م = Ma	

B. Vokal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

C. Diftong

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َـ ي ...	fathah dan ya	Ai
َـ و	fathah dan wau	Au

D. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
اَ...اَ...اَ...اَ	Fathah dan alif atau ya	Ā
يَ	Kasrah dan ya	Ī
وُ	Dhammah dan wau	Ū

E. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ).

F. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al* misalnya الصناعات = *al-shina'ah*.
Al ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

G. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya الطيبة المأهولة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran merupakan salah satu lembaga perbankan syariah yang menawarkan produk pembiayaan cicil emas. Produk pembiayaan cicil emas yaitu salah satu pembiayaan yang membantu masyarakat dalam memiliki emas dengan pembayaran dicicil. Pembiayaan cicil emas memiliki risiko yang rendah. Meskipun demikian, Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran menghadapi tantangan tersendiri dalam memasarkan produk pembiayaan cicil emas kepada lebih banyak orang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui metode yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran serta faktor-faktor yang berpotensi menghambat peningkatan pendapatan produk tersebut. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran menggunakan bauran pemasaran 7P: (Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence). Faktor-faktor yang menghambat pemasaran produk diantaranya kurangnya promosi melalui media sosial, tingkat persaingan yang tinggi, tidak ada pekerja marketing cicil emas, dan produk yang tidak diunggulkan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Cicilan Emas, Bank Syariah Indonesia

ABSTRACT

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran is one of the Islamic banking institutions that offers gold installment financing products. Gold installment financing products are one of the financing that helps people in owning gold with installment payments. Gold installment financing has low risk. However, Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran faces its own challenges in marketing gold installment financing products to more people. The purpose of this study is to find out the methods that can be used to promote gold installment financing products at Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran as well as the factors that have the potential to hinder the increase in the product's income. The research method used is qualitative descriptive with the collection of observational data, interviews, and documentation. The results of the study show that the marketing strategy of Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran gold installment financing uses a 7P marketing mix: (Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence). Factors that hinder product marketing include lack of promotion through social media, high level of competition, lack of marketing workers, and products that do not have advantages.

Keywords: *Marketing Strategy, Gold Installment Financing, Bank Syariah Indonesia*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bismillahirrahmanirrahim, penulis bersyukur atas nikmat dan karunia Allah. *Alhamdulillah*, penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran", yang memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S.1) dalam

Penulis menyadari bahwa, sejak tahun 2020, penulis telah berkuliah di kampus tercinta ini, skripsi hanyalah salah satu dari banyak tugas yang telah diselesaikan. Penulis dapat menghadapi berbagai hambatan dalam menuntut ilmu, kelelahan, dan semangat berkat doa, bimbingan, tuntunan, dorongan, arahan, dan bantuan dari berbagai sumber. Oleh karena itu, penulis harus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Bapak Arif Afendi, S.E, M.Sc. selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah dan Mardhiyaturrositaningsih, M.E. selaku Sekertaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
4. Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag. Selaku Dosen Wali penulis di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dorongan, dan motivasi selama di bangku perkuliahan.
5. Ibu Henny Yuningrum, SE, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1 yang dengan penuh kesabaran, keikhlasan, dan ketulusan membimbing penulis dalam menyelesaikan karya skripsi ini.
6. Ibu Riska Wijayanti, SH., MH Selaku Dosen Pembimbing Skripsi 2 yang dengan penuh keikhlasan, kesabaran, dan ketulusan membimbing penulis menyelesaikan karya skripsi ini.

7. Segenap dosen dan tenaga kependidikan serta civitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membantu dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran yang baik hati membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada suamiku, anaku, orang tuaku, dan mertuaku yang telah mendukung, mendoakan dan menyemangati, mendukung dan memberikan arahan serta bimbingan pendidikanku sampai di perguruan tinggi.

Semoga segala kebaikan dan keikhlasan yang diberikan mendapat balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Skripsi ini ditulis dengan sepenuh hati, tetapi penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang membantu skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi orang-orang di bidang akademik dan non-akademik.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 06 Juni 2024

Penulis,



Angelina Putri Maulani

NIM. 2005036007

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kajian Pustaka	10
F. Metodologi Penelitian	16
1. Jenis Penelitian	16
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
3. Sumber dan Jenis Data	18
4. Teknik Pengumpulan Data.....	18

5. Teknik Analisis Data	20
G. Sistematika Penulisan	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
A. Strategi Pemasaran.....	23
1. Pengertian Strategi Pemasaran	23
2. Tujuan Pemasaran	24
3. Konsep Pemasaran	24
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	26
B. Pembiayaan.....	29
1. Pengertian Pembiayaan	29
2. Tujuan Pembiayaan	30
3. Prosedur Pembiayaan	31
4. Jenis-Jenis Pembiayaan	32
C. Pembiayaan Cicil Emas.....	34
1. Pengertian Cicil Emas	34
2. Prosedur Pembiayaan Cicil Emas.....	35
3. Akad Pembiayaan Cicil Emas	36
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	43
A. Gambaran Umum Perusahaan	43
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia.....	43
2. Visi dan Misi Perusahaan	44
3. Budaya Perusahaan.....	44
B. Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan Bersama.....	45
1. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas	45

2. Pembagian Tugas dan Tangung Jawab.....	46
C. Produk Produk BSI KCP Semarang Manyaran.....	48
1. Tabungan Easy	48
2. Tabunganku.....	49
3. BSI Tabungan Pendidikan.....	50
4. BSI Giro Bank Syariah Indonesia	50
5. BSI Tabungan Payroll	51
6. Tabungan BSI Pensiun	52
7. BSI Tabungan Maburur.....	53
8. BSI Deposito Rupiah.....	53
9. Hasanah Card BSI	54
10. BSI Griya Take Over.....	57
11. BSI Tabungan Mahasiswa.....	58
12. BSI Tapenas Kolektif.....	58
13. Cicil Emas	59
14. Gadai Emas.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran.....	62
1. Produk (<i>Product</i>)	64
2. Harga (<i>Price</i>).....	66
3. Promosi (<i>Promotion</i>).....	68
4. Tempat (<i>Place</i>).....	70
5. Orang (<i>People</i>)	71
6. Proses (<i>Process</i>)	73

7. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	74
B. Faktor Faktor Penghambat Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pembiayaan Cicil Emas Di BSI KCP Semarang Manyaran.....	76
1. Pemasaran Melalui Media Sosial Belum Efektif.....	76
2. Tingginya Persaingan	77
3. Tidak Adanya Staff Marketing Khusus Cicil Emas	79
4. Produk Tidak Diunggulkan	80
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan.....	83
C. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Cicil Emas Nasabah.....	6
Tabel 4.1 Total Cicil Emas Nasabah.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Total Emas	7
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Struktur Organisasi	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan tujuan mengenali dan melengkapi dalam keperluan sosial serta masyarakat menggunakan dengan penuh manfa'at. Hal ini mencakup seluruh upaya dalam menciptakan nilai untuk pelanggan serta membangun hubungan dengan mereka.¹ Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting karena banyak bank dan lembaga keuangan yang menawarkan banyak produk dengan manfaat berbeda-beda. Dalam pemasaran, bank memiliki beberapa tujuan yang harus dicapai. Perusahaan profit bukan satu-satunya yang melakukan pemasaran akan tetapi pemasaran umum juga digunakan oleh usaha sosial. Pemasaran penting untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap produk dan jasa. Hal ini terjadi karena pemasaran sangat penting untuk bersaing dengan pesaing yang terus berkembang. Tujuan pemasaran jangka panjang adalah untuk mempertahankan popularitas produk yang sudah ada. Sedangkan tujuan pemasaran jangka pendek adalah untuk menarik pelanggan secara khusus ke produk baru.²

Peran perbankan dalam meningkatkan ekonomi suatu negara sangat penting di era saat ini. Jasa perbankan dibutuhkan hampir di setiap sektor yang bergerak dalam berbagai kegiatan keuangan. Oleh karena itu, setiap negara dan setiap individu akan selalu membutuhkan layanan perbankan untuk mengelola aktivitas keuangannya untuk saat ini dan di masa depan. Baik lembaga sosial maupun individu akan selalu mendapat manfaat dari layanan perbankan³. Dunia perbankan sangat penting sehingga dianggap sebagai "nyawa" perekonomian sebuah negara. Hal ini pasti benar karena bank melakukan banyak hal penting sebagai lembaga keuangan, seperti membuat uang,

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13 Jilid 1 (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), Hal.5.

² Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cetakan 2 (Jakarta: Kencana, 2010), Hal.59.

³ H Bachtiar Simatupang, "Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia," *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, vol. 6, 2019.

mengembangkan bisnis, mengamankan uang, investasi yang tepat, dan banyak lagi. Secara garis besar, bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang menghimpun uang dan menyediakan jasa lainnya.⁴

Lembaga keuangan saat ini dalam persaingan memperebutkan pangsa pasar semakin ketat. Hal ini mendorong eksistensi produsen dan pelaku ekonomi. Selain itu, perilaku masyarakat terhadap informasi berubah karena perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi yang cepat. Sehingga menyebabkan persaingan produsen dalam memanfaatkan kemajuan ini sangat tinggi⁵. Pentingnya marketing perbankan semakin diakui sejak pemerintah mengeluarkan sejumlah kebijakan untuk deregulasi perbankan. Selain itu suku bunga tabungan bukan lagi sebagai alat untuk mengambil dana masyarakat. Oleh karena itu, sektor perbankan diharuskan untuk dituntut agar dapat memberikan layanan terbaik seperti mengembangkan dan menerapkan kepada masyarakat untuk mengumpulkan dana sebagai instrumen baru yang dapat dilakukan oleh bank.

Giro, tabungan, dan deposito adalah beberapa jenis simpanan yang tersedia di bank⁶. masyarakat tidak mencari produk tabungan hanya untuk menyimpan asetnya. Karena terdapat banyak pilihan lain yang tersedia untuk mereka, salah satunya adalah melakukan penyimpanan dalam bentuk emas. Bank Syariah memiliki banyak nasabah dan mulai mengembangkan program BSI cicil emas (CILEM) yang sangat menarik dalam mencari masyarakat yang mempunyai modal investasi kecil supaya berinvestasi. Program ini akan diberikan kepada masyarakat yang ingin membeli dan berinvestasi emas tetapi tidak memiliki uang untuk membeli secara tunai sehingga dapat dimanfa'tkan.

Emas merupakan komoditas yang sangat digemari untuk perlindungan aset, keamanan, tabungan dan investasi, baik selama menunaikan ibadah haji

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cetakan 4 (Jakarta: Kencana, 2010), Hal.8.

⁵ Loso Judijanto et al., "Impact of Financial Technology (Fintech) Innovation on Traditional Banking and Finance Business Models Dampak Inovasi Finansial Teknologi (Fintech) Terhadap Model Bisnis Perbankan Dan Keuangan Tradisional," *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, vol. 5, 2024.

⁶ The Effect Of Current Account And Savings Funds On Musyarakah Financing At Sharia Banks Indonesia Kcp Muara Bulian Year 2017-2019 Nur Hidayah," *Jurnal Margin*, vol. 2, 2022.

ke Mekkah. Karena harga emas terus meningkat dari hari ke hari, penting untuk memperdagangkan emas dengan benar agar dapat memberikan keuntungan dalam berinvestasi yang aman. Strategi dalam pemasaran sangat penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Tentunya jika Anda ingin menjual suatu produk, Anda perlu menyusun strategi penjualan produk.

Strategi diartikan sebagai rencana dalam mendefinisikan serta memenuhi tujuan suatu organisasi dan mencapai misinya⁷. Pemasaran dapat mengelola hubungan terhadap pelanggan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan operasional organisasi, tetapi juga untuk memberi manfaat bagi organisasi dan pemangku kepentingannya melalui proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai pelanggan.⁸ Pelayanan pelanggan adalah strategi pemasaran yang memiliki tujuan mengutamakan pelanggan serta kunci keberhasilan dalam suatu perusahaan⁹. Untuk memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang bagaimana perusahaan menggunakan setiap peluang atau kesempatan di pasar sasaran, strategi pemasaran harus dievaluasi dan dibuat sesuai dengan evolusi pasar. Untuk mencapai sasaran dan prinsip pemasaran yang diterapkan (marketing mix) keduanya sangat penting dan saling berhubungan.¹⁰

Pembiayaan cicil emas yaitu pengembangan pembiayaan Gadai Emas. Dalam pelaksanaan pembiayaan cicil emas menggunakan akad murabahah yang kemudian dihubungkan dengan akad rahn (gadai). Pembiayaan murabahah pada cicil emas salah satu investasi yang dialokasikan untuk kebutuhan masa depan karena emas dapat mengimbangi inflasi dan merupakan sumber pembiayaan yang cepat dan likuid. Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/17/PBI/2008 tentang produk perbankan syariah, unit usaha syariah dan

⁷ Evi Sofia and Agung Wicaksono, "Mengembangkan Strategi Pemasaran Yang Sukses Untuk Click Cafe," *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 1, no. 1 (April 23, 2020): 57

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), Hal.7.

⁹ Ria Octavia Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Madani Bandar Lampung Jl Kavling Raya, Jl Pramuka, and Kota Bandar Lampung, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK INDEX LAMPUNG," Al-madani: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Madani Bandar Lampung.

¹⁰ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), Hal. 168.

perizinan dan laporan yang terkait dengan produk pembiayaan cicil emas.¹¹ Setiap bank wajib memperoleh izin produk dari Bank Indonesia berdasarkan Peraturan Bank Indonesia saat membeli dan mendistribusikan barang No. 14/16/Dpbs Peraturan Bank Indonesia Bank Indonesia tanggal 31 Mei 2012, berkaitan dengan adanya Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/17/PBI/2008 mengenai Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mengatur penjualan emas dengan tidak tunai dan meningkatkan kewaspadaan bank yang memberikan pembiayaan.

Menurut fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tanggal 77/DSN-MUI/V/2010, perdagangan emas dapat dilakukan tanpa uang tunai, dengan ketentuan emas tidak digunakan sebagai alat transaksi dalam jual beli maupun murabahah¹². Perjanjian tersebut memiliki tiga ketentuan serta batasan:

1. Harga emas saat dijual tidak boleh naik dalam waktu kontrak, walaupun terdapat waktu kontrak setelah adanya jatuh tempo.
2. Emas tidak dibeli secara tunai dapat dijadikan sebagai jaminan.
3. Emas yang dijadikan jaminan seperti yang ditulis pada ayat 2 tidak dapat dijual maupun dibeli serta tidak dapat dijadikan obyek akad yang dapat berpindah tangan.

Pembiayaan cicil emas merupakan jenis pinjaman yang memudahkan masyarakat memperoleh emas dengan dicicil melalui Bank Syariah Indonesia¹³. Berat emas bervariasi dari 10 gram sampai 250 gram. Investasi yang menguntungkan dalam jangka periode panjang adalah investasi emas. Produk cicil emas dari Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa keuntungan dibandingkan bank lainnya. Tarifnya lebih rendah daripada produk cicil emas bank lain. Selain itu harga cicilan perbulan (flat) selalu tetap hingga pelunasan.¹⁴

¹¹ Peraturan Bank Indonesia, *Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah*, (Jakarta; Bank Indonesia, 2008).

¹² Denny Ramadhan et al., "Strategi Pemasaran Digital Produk Cicil Emas Pada Bank BSI KCP Semarang Banyumanik," Walisongo: Universitas Islam Negeri Walisongo.

¹³ Ana Isabel Rodríguez Sánchez, *Transferencia de Pols. Primera Parte*.

¹⁴ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional No 77/DSN-MUI/V/2010*, (Jakarta: MUI, 2010).

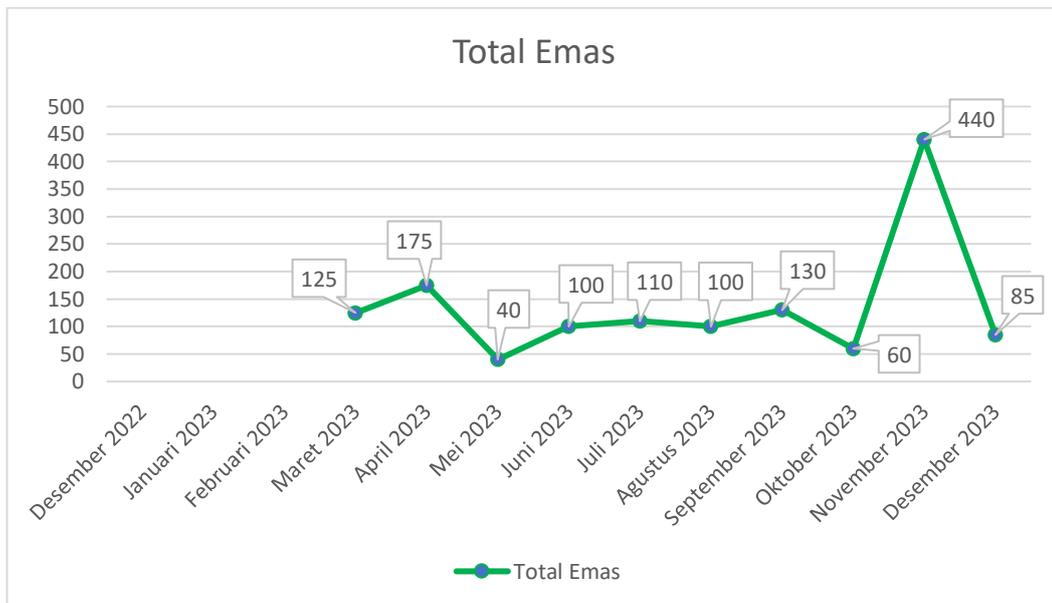
Persaingan yang sangat ketat di dunia perbankan akan mempengaruhi pendapatan dan penjualan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran. Penjualan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran memiliki target setiap bulannya sebesar 150 gram perbulan. Jika dilihat dari data penjualan produk cicil emas selama satu tahun, Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran terdapat peningkatan penjualan produk cicil emas di beberapa bulan tertentu, akan tetapi untuk memenuhi target bulanan masih belum bisa tercapai. Hal tersebut diakibatkan karna ketatnya persaingan antara BSI dan lembaga keuangan terkemuka lainnya di Semarang, tidak adanya karyawan tetap marketing bagian cicil emas, produk yang tidak diunggulkan, promosi media sosial yang belum efektif, minimnya ketertarikan masyarakat terhadap investasi emas, serta pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan cicilan emas sebagai investasi masa depan masih kurang. Sehingga menyebabkan grafik penjualan produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran mengalami naik turun dan tidak memenuhi target.

Tabel 1.1 Total Cicil Emas Nasabah
Total Emas dan Nasabah Pembiayaan Cicil Emas
Per-Desember Tahun 2023

Bulan	Jumlah Nasabah (orang)	Total Emas (gram)
Desember 2022	0 orang	0 gram
Januari 2023	0 orang	0 gram
Februari 2023	0 orang	0 gram
Maret 2023	18 orang	125 gram
April 2023	23 orang	175 gram
Mei 2023	4 orang	40 gram
Juni 2023	20 orang	100 gram
Juli 2023	18 orang	110 gram
Agustus 2023	17 orang	100 gram
September 2023	19 orang	130 gram
Oktober 2023	10 orang	60 gram
November 2023	8 orang	440 gram
Desember 2023	6 orang	85 gram
TOTAL	133 orang	1365 gram

Sumber : Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran.

Gambar 1.1 Grafik Total Emas



Sumber : Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran

Data jumlah nasabah pembiayaan cicil emas pada bulan Desember 2022 sampai Desember 2023, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 1.1. dan Gambar 1.1 dapat dibuat kesimpulan bahwa penjualan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran mengalami kenaikan penjualan total emas dengan angka tertinggi dibulan November, Namun jika dilihat dari target yang ditetapkan setiap bulannya sebesar 150 gram. Penjualan yang memenuhi target hanya pada bulan april dan november saja, hal tersebut dikarenakan minim pengetahuan masyarakat mengenai produk cicil emas, minimnya ketertarikan masyarakat terhadap investasi emas, selain itu juga tidak adanya marketing khusus dalam mempromosikan dan mengenalkan produk cicil emas di masyarakat, tingginya persaingan, promosi media sosial yang kurang efektif, dan produk yang tidak diunggulkan.

Metode pemasaran produk cicil emas yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran yaitu dengan menerapkan Bauran pemasaran 7p sebagai berikut:¹⁵ (product, price, promotion, place, people, process,dan physical edvince). Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank

¹⁵ Lutfi Hamid, *Dampak Ekonomi Syariah* (Jakarta: Penerbit Sinayanabadi, 2003).

Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dalam mempromosikan produk pembiayaan cicil emas diantaranya dengan menggunakan platform media sosial (upload diinstastory WhatsApp), melakukan sosialisasi dengan Masyarakat seperti mengadakan seminar atau ghatering, membuka open both yang bekerjasama dengan instansi maupun vendor, memasang banner, penyebaran brosur, serta memiliki hubungan jangka panjang dengan nasabah cicil emas.

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran merupakan bank relokasi di tahun 2022 di bulan desember. Hal ini yang menjadi tantangan bank dalam memperkenalkan produk pembiayaan terhadap masyarakat sekitar dengan bekerja sama bersama manajerial pusat untuk menerapkan strategi manajemen seperti mengadakan ghatering dan seminar untuk memudahkan bank dalam mempromosikan pembiayaan cicil emas sehingga memungkinkan untuk peningkatan minat nasabah terhadap pembiayaan cicil emas di BSI KCP Semarang Manyaran. Oleh karena itu, peneliti melaksanakan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dikarenakan belum pernah ada penelitian sebelumnya di bank tersebut mengenai produk pembiayaan cicil emas.

Berdasarkan wawancara dengan Gerry Sulaksono, selaku marketing Bank Syariah Manyaran KCP Semarang, beliau mengatakan *“Strategi pemasaran produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dipasarkan dengan mengadakan seminar online dan offline dengan mengunjungi rumah nasabah dan calon nasabah, akan tetapi produk cicil emas ini memang tidak begitu diunggulkan. Sehingga pendapatan masih belum memenuhi target bulanan dan mengalami penurunan di akhir bulan dan tidak memenuhi target bulanan yang disebabkan karna tidak adanya karyawan khusus yang memasarkan produk cicil emas”*.¹⁶

Setiap bank harus memahami kelebihan dan kekurangannya dibandingkan kompetitornya karena hal ini dapat membantu mengidentifikasi

¹⁶ Gerry Sulaksono, Marketing, wawancara 6 Desember 2023.

potensi dan memanfaatkan peluang sekaligus menghindari kerugian.¹⁷ Keberhasilan bank tergantung pada kemampuan mereka untuk mengelola strategi pemasaran yang kuat. Evaluasi tindakan yang telah dicapai merupakan salah satu metode yang dapat digunakan oleh bank untuk mencapai sasarannya¹⁸. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi pada kegagalan atau keberhasilan suatu perusahaan untuk digunakan sebagai pelajaran untuk tindakan berikutnya¹⁹.

Institusi keuangan, bank perlu mengembangkan taktik pemasaran dalam menjual produk. Intensitas persaingan di sektor perbankan mempengaruhi keuntungan bank. Pemasaran yang baik sangat diperlukan untuk memenuhi target pendapatan setiap bulanya. Oleh karena itu taktik yang dilakukan dalam pemasaran terhadap produk cicil emas guna untuk mendorong masyarakat supaya lebih memilih pembiayaan pemilikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran. Karena banyak orang belum tahu tentang produk pembiayaan cicil emas sehingga sangat sulit untuk meningkatkan pemasarannya. Manajemen pembiayaan cicil emas berusaha untuk memberikan layanan yang baik dan memuaskan nasabahnya. Jadi, bank syariah bekerja keras untuk membuat pelanggan puas sehingga mereka tidak pindah ke perusahaan keuangan lainya. Latar belakang tersebut, penulis berminat untuk melaksanakan penelitian tentang strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas yang tertulis dalam penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran”**.

¹⁷ Nur Sulistiyarningsih -Shul and Thanul Azkar, “Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. VI, no. 1 2021.

¹⁸ Anisa Putri Triana and Dan Emenda Sembiring, “Performance Evaluation And Sustainability Of Waste Bank Program As One Of The Approaches In Waste Management With 3r Concept,” *Jurnal Teknik Lingkungan*, vol. 25, 2019.

¹⁹ Idrus L, “EVALUASI DALAM PROSES PEMBELAJARAN,” N.D.; NATALINA NILAMSARI, “MEMAHAMI STUDI DOKUMEN DALAM PENELITIAN KUALITATIF,” 2014, <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BSI KCP Semarang Manyaran dalam meningkatkan penjualan produk cicil emas?
2. Faktor yang menjadi penghambat dalam meningkatkan penjualan produk pembiayaan cicil emas?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BSI KCP Semarang Manyaran dalam meningkatkan jumlah penjualan produk cicil emas.
2. Mengetahui faktor yang menjadi penghambat dalam meningkatkan jumlah penjualan produk pembiayaan cicil emas.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi para peneliti, penelitian ini tidak hanya meningkatkan kemampuan penulis membuat dan menganalisis masalah, namun juga membantu memperluas pengetahuan penulis tentang strategi pemasaran dan cara meningkatkan penjualan produk.
2. Bagi perusahaan, Penelitian ini dapat menarik bagi dunia usaha serta dapat menghubungkan kepentingan dunia sosial dan ekonomi. Saya harap ini baik untuk PT juga. Kedepannya Bank Syariah Indonesia KCP Semarang akan membantu Manyaran menjual emas secara mencicil.
3. Bagi keilmuan, diharapkan kajian-kajian tersebut tidak hanya memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan, tetapi juga mendukung pengembangan pembiayaan syariah.
4. Menurut UIN Walisongo Semarang, sebagai bacaan akademik di perpustakaan merupakan sarana bagi mahasiswa perbankan syariah.

E. Kajian Pustaka

Tinjauan literatur memberikan dasar untuk mengajukan teori yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian dan memberikan gambaran tentang

literatur yang digunakan. Banyak yang telah ditulis tentang penelitian ini, berdasarkan materi yang cocok dengan masalah untuk diteliti yang dilakukan oleh para peneliti tentang Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran. Beberapa tulisan berkaitan dengan penelitian ini, menurut penyelidikan peneliti. Memilih topik penelitian di Bank Syariah Indonesia dilakukan karena penelitian mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran tidak ada sebelumnya.

1. Jurnal yang ditulis oleh Giri Dwinanda dan Yuswari Nur, STIE Nobel Indonesia Makassar dengan judul “Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Gian Ekspres Makassar”. Penelitian tersebut menghasilkan bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan membeli.²⁰

Persamaan dalam penelitian ini menggunakan teori dan dasar konsep bauran pemasaran. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian.

2. Jurnal yang ditulis Lula Akmal Afifah, Ahmad Mulyadi Kosim, Hilman Hakiem yang Berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di BankSyari’ah Indonesia: Studi Kasus Bank Syari’ah Indonesia KCP Sudirman.” Penelitian tersebut menghasilkan untuk BSI KCP Bogor Sudirman memakai STP (segmentation, targeting, positioning), bauran pemasaran meliputi strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik serta proses produk pembiayaan cicil emas. Dalam penggunaan marketing 5A meliputi aware, appeal,ask, act, dan advocate.²¹

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan konsep bauran pemasaran sebagai alat pemasaran. Perbedaan peneliti ini terletak pada efektivitas strategi pemasaran.

²⁰ Giri Dwinanda dan Yuswari Nur, “Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar,” *Jurnal Mirai Management* 6, No.1 (2020).

²¹ Lula Akmal Afifah, Ahmad Mulyadi Kosim, Hilman Hakiem “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di BankSyari’ah Indonesia: Studi Kasus Bank Syari’ah Indonesia KCP Sudirman.”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no. 4, (2023).

3. Jurnal yang ditulis Venna Dwi Chandra dan Wildan Khisbullah Suhma yang Berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Purwoharjo.” Hasil penelitian ini menunjukkan bank Indonesia KCP Banyuwangi purwoharjo menggunakan strategi (segmentation, targeting, positioning) dan marketing mix seperti: produk harga, tempat, promosi, dan proses pemesanan Cicil emas setelah melakukan implementasi strategi pemasaran bank Indonesia KCP Banyuwangi purwoharjo.²²

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan konsep bauran pemasaran sebagai alat pemasaran. Perbedaan peneliti ini terletak pada objek penelitian.

4. Jurnal yang ditulis oleh Ravita dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Medan Krakatau”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Medan Krakatau menerapkan strategi yang terfokus pada segmentasi, targeting, dan bauran pemasaran (marketing mix). Di antara strategi tersebut, 12acto utamanya adalah pada metode publisitas yang termasuk dalam bauran pemasaran.²³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu menggunakan strategi pemasaran yang sama. Perbedaannya penelitian ini terletak pada efektivitas strategi pemasaran.

5. Jurnal yang ditulis Gilar Avi Yogi dan Gusril Basir yang Berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia LCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya.” Hasil penelitian ini adalah dalam mempertahankan dan meningkatkan di BSI KCP Pulau Punjung

²² Venna Dwi Chandra dan Wildan Khisbullah Suhma, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Purwoharjo.”, *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no. 2 (2024).

²³ Revita, “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Medan Krakatau”, *Jurnal Maisyatuna* 5, No. 1, (2024).

Kabupaten Dharmasraya memiliki beberapa strategi pemasaran yakni menggunakan teknik marketing mix/bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses).²⁴

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan konsep bauran pemasaran sebagai alat pemasaran. Perbedaan peneliti ini terletak pada subjek penelitian.

6. Jurnal yang ditulis oleh Ahmad Ainul Yaqin, Universitas Ibn Khaldun (2019) dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga”. Hasil penelitian ini adalah Bank X menerapkan Strategi Pemasaran dengan konsep bauran pemasaran 3P: Periklanan, Penjualan Pribadi, Publistis.²⁵

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan konsep bauran pemasaran sebagai alat pemasaran. Perbedaan peneliti ini terletak pada metodologi penelitian.

7. Jurnal yang ditulis oleh Feibe Kereh, Altje L Tumbel, Sjendry S R Loindong, Universitas Sam Ratulangi Manado (2018) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan penjualan Motor Yamaha Mio pada PT Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan garansi, strategi harga, strategi promosi, ekspansi, kecepatan proses, kualitas pelayanan dan store image meningkatkan penjualan motor.²⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu menggunakan variabel strategi pemasaran yang sama. Perbedaannya penelitian ini terletak pada melihat efektivitas strategi pemasaran.

²⁴ Gilar Avi Yogin dan Gusril Basir, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syaariah Indonesia KCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya”, *Jurnal Ekonomi Utama* 2, No. 2, 2023.

²⁵ Ahmad Ainul Yaqin, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, No. 2 (Juli 2019).

²⁶ Feibe Kereh, “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penuualan Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha SAM Ratulangi,” *Jurnal EMBA* 6, No. 2 (2018).

8. Penelitian yang dilakukan oleh Resmi Hernita yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk cicil emas bank syariah indonesia kantor cabang curup dalam memasarkan produk cicil emas menggunakan marketing mix (bauran pemasaran) 7P yaitu, product (produk), price (harga), promotion (promosi), place (tempat), people (orang), process (proses) dan Physical evidence (bukti fisik). Akan tetapi dari ketujuh marketing mix tersebut metode yang paling ditonjolkan adalah metode price (harga), people (orang), dan promotion (promosi), karena harga yang relatif lebih murah, cara jual pegawai yang berkualitas dan media promosi yang digunakan tepat.²⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu menggunakan variabel strategi pemasaran yang sama. Perbedaannya penelitian ini terletak pada melihat efektivitas strategi pemasaran.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Fadlhi Robby “Optimalisasi Strategi Bauran Promosi Pembiayaan Cicil Emas Dalam Meningkatkan Investasi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Tebet Barat Jakarta Selatan”. Menunjukkan hasil bahwa BSI KCP Tebet Barat Jakarta Selatan sudah optimal dengan menggunakan 5 komponen strategi bauran promosi sebagai berikut : periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung. Metode yang digunakan penelitian ini kualitatif dengan subjek penelitiannya Branch Manager serta karyawan marketing.

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan peneliti ini terletak pada objek dan subjek yang diteliti.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Nabilah Syamsi “Optimalisasi Strategi Bauran Promosi Pembiayaan Cicil Emas Dalam Meningkatkan Investasi Pada Bank Syariah Indonesia KC Daan Mogot”. Menunjukkan hasil

²⁷ Resmi Hernita. “Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia”, Curup: Institut Agama Islam Negeri Curup, 2023.

bahwa BSI KCP Tebet Barat Jakarta Selatan memasarkan produk cicil emas menggunakan strategi marketing mix yang terdiri dari 7P yaitu product, price, promotion, place, people, process, dan Physical evidence dalam memasarkan produk cicil emas. akan tetapi dalam ketujuh strategi marketing mix tersebut yang lebih menonjolkan metode dari segi price (harga), people (orang), dan promotion (promosi). Metode penelitian ini kualitatif dengan subjek penelitiannya Branch Manager beserta marketing.

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan peneliti ini terletak pada strategi pemasaran yang menonjol pada pemasaran bauran marketing mix.

11. Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Fadilla “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas (Study Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman.” Menunjukkan hasil Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan minat beli dengan penerapan bauran pemasaran 7P yaitu: product, Price, Place, Promotion, People, Proses and Physical Evidence. Penerapan pemasaran yang dilaksanakan BSI KC Metro Sudirman sudah sangat baik atas perluasan pemasaran yang kompleks dan berhasil dalam meningkatkan jumlah nasabah dan meningkatkan jumlah pembiayaan cicil emas. Penelitian ini kuantitatif dengan subjek penelitian membandingkan data yang diambil di bank tersebut.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama menggunakan bauran pemasaran mix dalam memasarkan produk. Perbedaan peneliti ini terletak pada hasil metode penelitian dan hasil yang diperoleh.

12. Penelitian yang dilakukan oleh Meira Nur Sakinah “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Mengajukan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Sendang Kabupaten Jepara)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengolahan data diperoleh dari persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = -5,006 + 0,382 X1 + 0,848 X2$. Berdasarkan hasil koefisien regresi parsial (uji t) terhadap variabel literasi keuangan syariah (X1) diperoleh

nilai t hitung (3,200). Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,98472).²⁸

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama membahas tentang strategi pemasaran cicil emas. Perbedaan peneliti ini terletak pada metode penelitian yang digunakan.

13. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Noviana yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Pare Supratman”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Pare Supratman menggunakan STP (segmentation, targeting, positioning) dan bauran pemasaran (Marketing mix) yang meliputi strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses pada produk pembiayaan cicil emas. Faktor pendukung dan penghambat yang ada yaitu minimnya sosialisasi, keterbatasan sumberdaya manusia, faktor layanan bank yang belum optimal.²⁹

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan konsep bauran pemasaran marketing mix 7P sebagai alat pemasaran. Perbedaan peneliti ini terletak pada efektivitas strategi pemasaran.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiono penelitian deskriptif kualitatif merupakan teknik yang berlandaskan filsafat positifis yang digunakan untuk mempelajari keadaan benda fisik (bukan eksperimen).³⁰ Tujuan penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk memberikan gambaran dan penjelasan tentang berbagai keadaan dan fenomena. Hasil penelitian kualitatif lebih

²⁸ Meira nur sakinah. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Mengajukan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Sendang Kabupaten Jepara)”. Walisongo: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2023.

²⁹ Dewi Noviana. “Strategi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Pare Supratman”, Ponorogo: Institute Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023.

³⁰ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: AlfabetaCV, 2017). Hal. 14.

menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan peristiwa dan gejala secara sistematis.³¹ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh, gambaran dan penjelasan yang sistematis, terkini dan akurat tentang hubungan antara peristiwa, sifat, peristiwa yang diamati dan tindakan yang dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman mengenai mekanisme pembiayaan cicil emas.

Peneliti memakai metodologi penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini, karena peneliti ingin mengetahui permasalahan apa saja yang memerlukan penelitian khusus, yaitu menganalisis strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran. Data yang digunakan antara lain pengamatan, wawancara, dan dokumentasi yang dipaparkan dan diinformasikan kepada peneliti.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Kantor Bank Umum Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran berada di Jalan Untung Surpati No. Letaknya di 1. Letaknya di No. 452, Kalipancur, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang. Kantor BSI KCP Semarang Manyaran memiliki aksesibilitas yang tepat sehingga mudah dijangkau masyarakat menggunakan sarana transportasi dan lokasinya dekat dengan Pemerintah Kota Semarang serta perumahan dan masyarakat. Kantor BSI KCP Semarang Manyaran memiliki Bentuk fisik kantor bagus serta terdapat tempat parkir yang nyaman.

b. Waktu Penelitian

Penelitian skripsi ini melakukan wawancara dengan Branch Manager Bapak Dhenny Yulianto pada 12 Desember 2023, Branch Office Service Manager Bapak Irfan Nur Faris pada 5 Desember 2023,

³¹ "Buku Sapto *METODOLOGI*," Jakarta: rajawali press.

Consumer Business Relationship Manager Bapak Achmad Pribadi pada 6 Desember 2023, dan Marketing Manager Bapak Gery Sulaksono pada 6 Desember 2023 tentang pembiakan.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data awal yang diambil langsung dari sumber utama oleh peneliti untuk keperluan penelitian mereka sendiri.³² Data ini diperoleh melalui pengamatan serta wawancara. Kegiatan wawancara dan observasi di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan cicil emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah proses di mana sumber kedua digunakan setelah data primer. Terlepas dari asal usulnya, bahan tambahan dari sumber tertulis bisa didapat dari buku dan majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.³³ Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi resmi Bank Syariah Indonesia tentang Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan cicil emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran, jurnal ilmiah serta sumber lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut S. Margono, observasi adalah pengamatan atau pencatatan gejala yang diamati oleh subjek penelitian. Objektif yang diteliti dapat diamati dan dicatat. Untuk mengumpulkan data, metode

³²Azur Juliandi ve İrfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung Sitaposttaka Media Perentis, CET 2, 2014), 66 halaman.

³³Freddy Rangkuti, *Teknik Analisis SWOT Analisis Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramidia Pusta Kautama, 2003), hal.12.

observasi digunakan.³⁴ Observasi yang dilakukan saat mengumpulkan data dibagi menjadi dua jenis. Yang pertama observasi partisipan. Peneliti dilibatkan dalam penerapan sumber data untuk memastikan hasil yang jelas serta lengkap. Yang kedua adalah observasi non-partisipasi, di mana peneliti bertindak sebagai pengamat dan menuliskan ringkasan tentang semua yang mereka lihat. Studi ini mengamati strategi pemasaran pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran.

b. Wawancara

Wawancara digunakan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan masalah yang akan diteliti, wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data.. wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data. Pengetahuan atau pengalaman pribadi, atau laporan tentang diri sendiri, adalah dasar teknik pengumpulan data ini.³⁵ Penelitian ini melakukan dua jenis wawancara: wawancara struktural, di mana Peneliti membuat instrumen penelitian, termasuk pertanyaan tertulis dengan jawaban alternatif dan wawancara tak berstruktur. Dalam wawancara tidak terstruktur, pewawancara hanya menggunakan pertanyaan ringkasan dengan melakukan wawancara dengan Branch Manager, bapak Dhenny Yulianto, *Branch Office Service Manage* yaitu bapak Irfan Nur Faris, *Consumer Business Relationship Manager* yaitu Achmad Pribadi, serta bapak Gery Sulaksono selaku *marketing*.

c. Dokumentasi

Kumpulan fakta dan informasi yang disimpan dalam bentuk dokumentasi disebut metode dokumentasi. Metode ini memiliki beberapa keuntungan, seperti Data yang dihasilkan berkualitas karena

³⁴ Nurul Fauziah. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Cet-1. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006). Hal. 173.

³⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. (Bandung: AlfabetaCV, 2017). Hal. 317.

tidak berfokus pada perilaku karena disusun oleh profesional. Sifat utama data ini adalah tidak terbatas, yang memungkinkan peneliti untuk menemukan peristiwa masa lalu. Dalam kasus ini, penulis mendapatkan data dokumentasi melalui arsip-arsip atau dokumen-dokumen. Dokumentasi merupakan suatu cara pencatatan data sejarah yang dapat ditemukan dalam bentuk surat, memo, laporan, CD dan DVD. Artikel ini juga berguna untuk membuat referensi metode. Laporan metodologi mencakup semua proses termasuk persiapan data, penerapan dan analisis.³⁶ Dokumentasi ini akan dipakai saat proses pengumpulan data dan wawancara dengan manajer cabang, CBRM, BOSM serta departemen pemasaran.

5. Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik Miles dan Huberman untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk kata dan kalimat yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Data ini akan digunakan untuk mengevaluasi strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran untuk keperluan pinjaman emas angsuran.

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang mengumpulkan data tertulis dan verbal tentang persepsi masyarakat terhadap perilakunya.³⁷ Dalam penafsiran ini, menurut teori Milles dan Huberman penelitian kualitatif dapat disebut sebagai seperangkat prosedur penelitian yang digunakan untuk memperoleh data yang benar-benar ada dalam situasi tertentu. Menekankan hasil makna daripada penalaran. Analisis data kualitatif adalah kegiatan dalam mengorganisasikan, memilah, dan menguraikan data dalam bentuk narasi, menyimpulkan untuk menunjukkan hasil, dan mengolahnya

³⁶Jembatan Joko Suba. *Metode-metode ini diperiksa dari perspektif teoretis dan praktis*. (Rekaman : Renika SEPTA, 2011). Tujuan. 63.

³⁷ Ahmad Rijali Uin and Antasari Banjarmasin, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal ekonomi dan bisnis*, vol. 1, 2018

dengan metode kualitatif. Menurut pendapat Miles dan Huberman, berikut adalah prosedur yang digunakan untuk menganalisis data secara kualitatif:

- a. Reduksi Data, yaitu mengumpulkan data yang sudah dikumpulkan dan kemudian mengorganisasikannya sehingga mengetahui perbandingan yang jelas dari berbagai sumber yang didapat. Kemudian disajikan dengan baik.
- b. Penyajian Data, yaitu menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, dan sejenisnya dalam mengambil tindakan serta menarik kesimpulan.
- c. Penarikan Simpulan dan Verifikasi merupakan perolehan penelitian yang memberi jawaban masalah utama.

Dalam penelitian tersebut, analisis data Miles dan Huberman dikumpulkan setelah tahap pengolahan data digunakan, maksudnya data yang dikumpulkan hanya terdiri dari kata-kata, kalimat, dan gambar, bukan angka. Selain itu, data tersebut dijelaskan dan diuraikan dengan kalimat, sehingga orang dapat memahami arti. Peneliti menggunakan informasi faktual yang dikumpulkan dari sumber-sumber seperti wawancara BM, BOSM, CBRM, BO serta sumber pemasaran. Tujuan peneliti adalah mengevaluasi strategi pemasaran produk keuangan cicilan emas Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran.

G. Sistematika Penulisan

Untuk membuat penulisan dan pemahaman penelitian lebih mudah, peneliti menggunakan sistem penulisan berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, metode, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang konsep dasar yang terkait dengan

penelitian, diikuti dengan hasil temuan dari penelitian tersebut.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum, visi dan misi, budaya, struktur oprganisasi, pembagian tugas dan tanggung jawab perusahaan.

BAB IV URAIAN ANALISIS MASALAH PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pengujian dan hasil analisis yang didapat, pembahasan hasil analisis dan jawaban atas pertanyaan rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Agus Helmawan mengutip Swasta bahwa strategi merupakan rangkaian rencana besar yang memberikan panduan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan mereka.³⁸ Namun, jika kita melihat pemasaran dari perspektif proses sosial, pemasaran dapat didefinisikan sebagai sebuah interaksi sosial di mana orang atau kelompok mendapatkan kebutuhan atau keinginan mereka dengan menciptakan barang atau nilai dan membaginya dengan orang atau kelompok lain untuk ditukar-menukar.³⁹

Secara definisi strategi pemasaran merupakan serangkaian target, tujuan dan kebijakan yang memandu aktivitas pemasaran suatu perusahaan dalam berbagai tingkat dan kriteria yang berbeda, terutama dalam menghadapi perubahan lingkungan dan persaingan.⁴⁰ Oleh karena itu, pengambilan keputusan mengenai pemasaran harus direncanakan berdasarkan evaluasi internal dan eksternal perusahaan, seperti menganalisis kekuatan dan kelemahan, serta mengevaluasi peluang dan ancaman yang ada.

Taktik pemasaran pada hakikatnya adalah suatu rencana pemasaran yang lengkap dan komprehensif yang memberikan rekomendasi tindakan yang diperlukan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya.⁴¹ Dalam merumuskan strategi pemasaran, perusahaan mempertimbangkan faktor lingkungan, antara lain kondisi pasar dan persaingan, kemajuan

³⁸ Agus Hermawan. *Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012). Hal 33.

³⁹ Philip Kotler. *Marketing Manajemen: Analisis, Planning, Implementasi dan Kontrol*, Terj. Hendra Teguh, (Jakarta: Erlangga, 1996), Hal. 6.

⁴⁰ Peningkatan DI Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Man and Medan Rony Zulfirman, "IMPLEMETASI METODE OUTDOOR LEARNING DALAM," *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran* 2022.

⁴¹ "PERENCANAAN PEMASARAN CETAK," n.d. Irdha Yanti Musyawarah and Desi Idayanti, "ISSN (Cetak) 2621-7406 ISSN (Online)," *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2022): 2656–6265.

teknologi, kondisi perekonomian, peraturan dan kebijakan pemerintah, kondisi sosial, dan lain-lain. Faktor-faktor ini dapat memberikan kesempatan, risiko, atau halangan dalam pemasaran produk perusahaan. Faktor internal perusahaan termasuk faktor-faktor bagaimana suatu perusahaan menjalankan operasinya, dan dapat mempengaruhi bagaimana perusahaan memasarkan produknya.⁴²

2. Tujuan Pemasaran

Setiap langkah yang diambil oleh perusahaan atau badan usaha tentu memiliki tujuan dan maksud spesifik. Penetapan tujuan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan manajemen. Untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan, ada banyak kepentingan. Secara keseluruhan, tujuan iklan bank adalah:

- a. Optimalkan penggunaan atau memfasilitasi dan merangsang penggunaan, sehingga bank dapat menarik pelanggan untuk terus membeli barang yang ditawarkan oleh bank.
- b. Maksimalkan pelanggan dengan ragam layanan yang diharapkan pelanggan.
- c. Maksimalkan opsi pelanggan dengan memberikan pelanggan pilihan dari berbagai jenis produk bank.
- d. Maksimalkan mutu hidup dengan memberi pelanggan berbagai kemudahan.⁴³

3. Konsep Pemasaran

Menurut konsep pemasaran, untuk mencapai tujuan organisasi, suatu perusahaan harus mengungguli pesaingnya dalam menciptakan, menyampaikan, dan menyerahkan nilai pelanggan ke pasar sasaran tertentu. Konsep dasar kerja pemasaran seperti berikut ini:

⁴² Assauri, Sofian. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2013). Hal. 168.

⁴³ Kasmir. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Rajawali Pres, 2014).

a. Kebutuhan

Kebutuhan dan keinginan yang menjadi dasar konsep pemasaran berasal dari kebutuhan manusia. Manusia mempunyai kebutuhan yang sangat kompleks. Sonata Tuhan atau hakikat nafsu sudah ada dalam diri setiap manusia. Walaupun keinginan dipengaruhi oleh budaya dan kepribadian seseorang, kebutuhan merupakan keinginan yang dapat dipenuhi berdasarkan kemampuan finansial individu tersebut.

b. Produk (jasa dan barang)

Barang merupakan segala sesuatu yang tersedia untuk dibeli di pasar dan bertujuan untuk dapat dilihat, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan. Perusahaan harus dapat menjamin kepuasan pelanggan secara maksimal dengan menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen sambil menyajikan produk yang bermutu.

c. Nilai, biaya, kepuasan

Konsumen memahami bagaimana kebutuhan serta keinginan mereka dihadapkan pada beragam produk dan layanan. Nilai kegunaan terkait erat dengan kepuasan pelanggan karena nilai produk serta rasa senang pelanggan dipengaruhi langsung oleh nilai kegunaan. Rasa senang pelanggan didasarkan pada persepsi pelanggan terhadap produk dan perbedaan antara nilai yang dirasakan tetap ada pelanggan dari memiliki dan menggunakan produk serta biaya memiliki produk. Di sisi lain, nilai produk terdiri dari nilai intrinsik, atau nilai gunanya, dan nilai nominal, atau harga produk.

d. Pertukaran, transaksi, dan hubungan

Pemasaran terjadi saat individu memilih untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan melakukan pertukaran. Dasar konsep pemasaran adalah pertukaran, di mana seseorang membeli barang yang diinginkan dari orang lain dan memberikan barang tersebut untuk gantinya.

e. Pasar

Konsep pasar timbul sebagai hasil dari konsep pertukaran sebagai instrumen bagi pembeli barang aktual dan potensial. Besar kecilnya pasar ditentukan oleh banyaknya orang yang memerlukan, sumber daya yang terlibat dalam pertukaran, dan ketersediaan untuk menyediakan sumber daya.

f. Pemasaran, pemasar, dan prospek

Konsep pertukaran memunculkan konsep pasar sebagai instrumen bagi pembeli barang aktual dan potensial. Besar kecilnya pasar ditentukan dipengaruhi oleh jumlah individu yang memerlukannya, sumber daya yang diperlukan untuk pertukaran, dan ketersediaan sumber daya untuk disediakan.⁴⁴

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Setiap bisnis selalu membuat rencana pemasaran yang bertujuan untuk memengaruhi jumlah keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan bagian pasar tertentu. Strategi pemasaran yang paling banyak digunakan oleh para perusahaan, bauran pemasaran adalah salah satu komponen dari kegiatan pemasaran terpadu. Kotler dan Armstrong, dikutip dalam penelitian Fajar Tri Hermawan, menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah suatu pendekatan untuk menggabungkan berbagai aktivitas pemasaran untuk mencapai kombinasi terbaik yang mungkin untuk mencapai hasil yang memuaskan.⁴⁵ Menurut Musdalifah, dikutip oleh Riski Damayanti, bauran pemasaran adalah kumpulan ide dari strategi pemasaran yang harus dipikirkan oleh perusahaan untuk membuat strategi pembeda.⁴⁶

⁴⁴ Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung:Alfabeta, 2012). Hal. 7-10.

⁴⁵ Fajar Tri Hermawan. *"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi"*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.

⁴⁶ Riski Damayanti. 2022. *Pengaruh Sharia Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Tabungan Haji Bank Sulselbar Sinjai*. Sinjai: Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai. Hal. 10.

Bauran pemasaran adalah kombinasi variable internal yang dikendalikan dan digerakkan untuk tujuan pasar target. Variable yang dikontrol ini dapat digabungkan untuk tujuan pasar sasaran yang diharapkan. Variable bauran pemasaran ini yaitu:

a. Produk (*Product*)

Dalam strategi pemasaran sebuah perusahaan, produk adalah bagian yang sangat penting. Produk dapat ditawarkan dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, menurut Sunyoto (2012:69), sebagaimana dikutip oleh Heny Yuningrum, Muyassarah, dan Risma Dewi Astuti.⁴⁷ Karena perusahaan tidak akan dapat melakukan apa pun tanpa produk, produk sangat penting bagi perusahaan. Pelanggan akan membeli produk yang mereka rasa sesuai, jadi perusahaan harus menyesuaikan produknya dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan agar pemasaran produk berhasil. Strategi pemasaran lainnya dapat dipengaruhi oleh strategi produk ini. Konsumen membeli suatu produk bukan hanya karena ingin memilikinya, namun juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri.

Produk merupakan bagian penting dari rencana pemasaran suatu perusahaan. Produk yaitu sesuatu untuk dijual di pasar serta mendapat keuntungan dan bisa dibeli, digunakan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan. Strategi produk suatu perusahaan berpengaruh terhadap strategi pemasaran lainnya. Produk yang dibeli konsumen tidak hanya karena ingin memilikinya, namun juga karena produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

b. Harga (*Price*)

Alat bauran pemasaran dalam mencapai tujuan pemasarannya adalah harga. Untuk membuat strategi pemasaran yang efektif,

⁴⁷ Heny Yuningrum, Muyassarah, Risma Dewi Astuti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Kendal)" *Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam* 2, No. 2, (2020), Hal. 144.

perusahaan harus bekerja sama dengan rencana produk, distribusi, dan promosi saat memutuskan harga. Harga, menurut Kotler dan Armstrong, adalah jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk membeli atau memiliki produk yang mereka inginkan.^{48 49} Penetapan harga penting karena mempengaruhi daya saing perusahaan dan berdampak pada konsumen.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan unsur pemasaran perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada konsumen mengenai manfaat atau kualitas tinggi dari produk atau jasa yang dihasilkannya. Upaya promosi yang berhasil juga diharapkan bisa menjaga dan meningkatkan evaluasi sosial terhadap merek produk bauran pemasaran yang terpenting adalah promosi. Kegiatan ini sangat penting karena sebagian besar pasar berfungsi sebagai pembeli, dan konsumen sangat memengaruhi keputusan akhir, yaitu transaksi jual beli.

d. Tempat (*Place*)

Tempat sangat penting dalam peletakan lokasi tepat untuk sarana penjualan produk pembiayaan terutama produk perbankan sangat berpengaruh. Kotler dan Keller menggambarkan tempat sebagai kelompok entitas independen yang menyediakan produk atau layanan bagi konsumen, seperti dikutip oleh Marza Afrina.⁵⁰ Pemilihan lokasi yang strategis sangat penting karena berdampak pada jumlah transaksi yang dilakukan oleh perbankan syariah.

⁴⁸ Tommy Wijaya. 2015. *Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Penjualan Martabak Atet (Studi Kasus Semua Konsumen Martabak Atet di Kota Palembang)*. Palembang: Universitas IBA.

⁴⁹ Papan Tommy Ouija. 2015. "Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Penjualan Malta Bak Art (sampel seluruh konsumen Malta Bak Art di kota Palembang)", Palembang: Universitas IBA.

⁵⁰ Marza Afrina. 2017. *Analisis Pengaruh Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hal. 20.

e. *People (Orang)*

Orang merupakan pekerja perbankan yang harus berperilaku secara islami dalam pekerjaannya, baik di depan maupun di belakang. Keberhasilan pengelolaan pekerja juga harus diperhatikan karena penempatan pekerja merupakan orang yang tepat di tempat yang tepat akan mempengaruhi kualitas pelayanan dan berpotensi mengakhiri kepuasan pelanggan.

f. *Process (Proses)*

Bisnis dimulai dari penawaran produk hingga menanggapi keluhan pelanggan yang kronis. Perusahaan perlu menjamin bahwa mereka memiliki prosedur yang efektif dalam mengurangi biaya, sehingga melibatkan sistem penjualan, sistem pembayaran, sistem distribusi, dan proses sistem lainnya. Selain itu juga dapat melakukan perbaikan untuk memperkuat bisnis, mengurangi anggaran serta memaksimalkan keuntungan.

g. *Physical evidence (Bukti Fisik)*

Produk berbentuk layanan perbankan syariah tidak dapat diukur atau tidak dapat diukur. Salah satu cara untuk mengetahui seberapa baik pelayanan perbankan adalah dengan menghitung loyalitas pelanggan, yaitu jumlah pelanggan lama dan baru yang masih melakukan transaksi. Nasabah yang loyal merekomendasikan kami kepada pelanggan baru melalui mulut ke mulut.⁵¹

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Bank dapat memperoleh sumber pendapatan utama dan terus beroperasi melalui pembiayaan, yang menjadikannya aktivitas yang sangat penting. Finansial juga dikenal sebagai pembelanjaan pembiayaan yang diberikan sebagai bentuk dukungan terhadap rencana investasi, baik orang

⁵¹ Ririn Wulandari Dan Fikri Aulawi Rusmahafi, *Membidik Nasabah Bank Syariah*, (Sleman: Yogyakarta, 2020), Hal: 26-30.

lain maupun diri sendiri yang melakukannya. Bank syariah memberikan masyarakat fasilitas berupa pembiayaan dana.⁵² Dalam bahasa Indonesia, pembiayaan dikenal sebagai "utang-piutang". Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, yaitu Penyediaan dana setara yang dilakukan oleh bank berdasarkan kesepakatan dengan pihak lain yang mensyaratkan pengembalian setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁵³

2. Tujuan Pembiayaan

Secara keseluruhan, tujuan pembiayaan terbagi ke dalam dua kategori:

- a. Tujuan pembiayaan untuk tingkat makro
 - 1) Meningkatkan ekonomi umat, sehingga masyarakat yang tidak memiliki akses ke ekonomi dapat memiliki akses ke ekonomi.
 - 2) Memberikan dana untuk memajukan bisnis, karena untuk kemajuan usaha diperlukan tambahan dana yang didapatkan dari aktivitas pembiayaan.
 - 3) Meningkatkan produktivitas, karena pembiayaan berpengaruh dalam peningkatan produktivitas.
 - 4) Meningkatkan sektor usaha untuk membuka lapangan kerja baru. memungkinkan sektor usahadalam memperbanyak lapangan pekerjaan.
 - 5) Terjadinya distribusi pendapatan, masyarakat usaha produktif memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan yang memungkinkan mereka memperoleh keuntungan dari usaha mereka.⁵⁴

⁵² Edi Susilo. *Analisis Pembiayaan dan Resiko Perbankan Syariah*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017). Hal. 109.

⁵³ Kharis Fadlullah Hana and Yoga Raunaqa, "Peran Komite Pembiayaan Dalam Menangani Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah Indonesia," *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (June 6, 2022): 31–42.

⁵⁴ Anton Sudrajat, "Pengaruh Pembiayaan Produktif Dan Konsumtif Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2013-2017," *JURNAL BISNIS*, vol. 5, 2017.

- b. Tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro
 - 1) Usaha untuk meningkatkan keuntungan: Bisnis memerlukan modal cukup untuk memaksimalkan keuntungannya.
 - 2) Usaha untuk mengurangi risiko: jika pengusaha ingin menghasilkan laba yang paling besar, mereka harus mampu mengurangi risiko yang mungkin mereka hadapi. Tindakan pembiayaan dapat meningkatkan risiko kekurangan modal usaha.
 - 3) Penyaluran kelebihan dana: Dalam masyarakat, Ada lebih banyak orang dan lebih sedikit orang dalam masyarakat. Mekanisme pendanaan membantu mengimbangi situasi ini dan menyediakan kelebihan dana bagi masyarakat yang kekurangan dana.⁵⁵

3. Prosedur Pembiayaan

Menurut Yusak Laksmna dalam bukunya, ada beberapa tahapan proses pembiayaan:

- a. Pengajuan permohonan pembiayaan

Pengajuan permohonan pembiayaan: proses pembiayaan dimulai ketika calon nasabah mengajukan permohonan pembiayaan. Proses dimulai "kontak pertama" yang terjadi antara account officer dengan calon nasabah, account officer diharuskan untuk mengetahui kebutuhan nasabah dan menilai kemungkinan proses pembiayaan dapat dimulai.⁵⁶ Berikutnya, klien diminta untuk segera menyelesaikan dokumen yang diperlukan agar rencana pengajuan dapat segera diproses. Dokumen tersebut diperluas untuk analisis tambahan.

- b. Wawancara

Pada pertemuan pertama, account officer harus mendapatkan informasi tentang pembiayaan calon nasabah. Sangat bermanfaat bagi

⁵⁵ Binti Nur Asiyah. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. (Yogyakarta: Kalimedia, 2015). Hal. 4-6.

⁵⁶ Yusak Laksmna. *Account Officer Bank Syariah*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009). Hal. 41.

seorang account officer untuk kelayakan nasabah dengan melakukan wawancara awal dengan calon nasabah. Seorang account officer harus menggali informasi dasar seperti latar belakang, tempat tinggal, kemampuan untuk membayar, sumber pendapatan, dan jaminan yang diserahkan dari calon nasabah selama wawancara awal, meskipun ini dilakukan secara singkat dan tidak mendalam.

c. *Me-review* berkas permohonan

Salah satu kegagalan sering dilakukan oleh Pada tahap ini, seorang account officer tidak perlu memeriksa berkas pengajuan pembiayaan yang diterimanya, yang dianggap sepele namun memiliki konsekuensi yang signifikan bagi mereka. Apabila pemohon baru-baru ini diminta untuk melengkapi kekurangan data, mereka pasti akan kesal. Sudah jelas bahwa kredibilitas bank akan menurun di mata nasabah, dan jika ada calon nasabah yang menolak untuk mengajukan pembiayaan, bank tersebut akan kehilangan banyak klien. Sangat disarankan agar pelanggan hanya diminta untuk melengkapi dokumen yang kurang. Jika berkali-kali dilakukan bank, bisa dinilai bahwa mereka tidak teliti atau tidak cermat dalam menyediakan dokumen yang dibutuhkan. Menurut Bapak Achmad Pribadi, CBRM, penilaian prosedur pembiayaan perbankan tidak jauh berbeda dengan bank lainnya. Persyaratan dan tata cara evaluasi yang diberlakukan oleh masing-masing bank berbeda-beda.⁵⁷

4. Jenis-Jenis Pembiayaan

Tugas utama bank adalah pembiayaan, yang berarti memberikan kemampuan untuk mengalokasikan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Pengeluaran dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan cara mereka digunakan, yaitu:

⁵⁷ Achmad Pribadi. *Consumer Bussines Relationship Manager*, Wawancara 5 Desember 2023.

a. Pembiayaan Produktif

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan produksi disebut pembiayaan produktif. Namun, dapat diartikan sebagai cara dalam meningkatkan bisnis dibidang produksi, perdagangan, dan investasi.⁵⁸ Dua jenis pembiayaan produktif berbeda menurut kebutuhannya:

1) Pembiayaan modal kerja

Pembiayaan modal kerja yaitu modal yang digunakan perusahaan dalam jangka pendek untuk membeli bahan baku atau barang yang diperdagangkan.

2) Pembiayaan Investasi

Pembiayaan investasi yaitu modal perusahaan dalam membeli alat produksi serta sarana produksi.

Pembiayaan untuk memenuhi permintaan supaya terpenuhi disebut pembiayaan konsumtif. Ada dua jenis kebutuhan konsumsi: kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Bank Syariah memiliki kemampuan untuk memberikan pembiayaan bisnis dengan skema yang sesuai dengan kontrak pengembangan produk untuk memenuhi kebutuhan sekunder. Pada dasarnya, jenis pembiayaan dapat dikelompokkan menurut faktor, seperti:

1) Pembiayaan Menurut Tujuan

Ada dua jenis pembiayaan menurut tujuan, yaitu:

- a) Pembiayaan modal kerja adalah pembiayaan pinjaman bertujuan menghimpun dana untuk pengembangan usaha.
- b) Pembiayaan investasi, yaitu untuk tujuan investasi pada sesuatu atau pembelian barang konsumsi.

2) Pembiayaan Menurut Jangka Waktu

Ada tiga jenis pembiayaan menurut jangka waktu, yaitu:

- a) Pembiayaan jangka pendek diberikan dalam jangka waktu 1bulan-1tahun.

⁵⁸ Anton Sudrajat, "Pengaruh Pembiayaan Produktif Dan Konsumtif Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2013-2017," *BISNIS*, vol. 5, 2017.

- b) Pembiayaan jangka waktu menengah, yaitu pembiayaan selama 1-5 tahun.
 - c) Pembiayaan jangka panjang, yaitu pembiayaan yang diberikan selama 1-5 tahun.
- b. Pembiayaan Konsumtif
- Pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan yang diajukan guna untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Dapat digunakan dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang.⁵⁹

C. Pembiayaan Cicil Emas

1. Pengertian Cicil Emas

Dalam bahasa Inggris, emas disebut "gold", yang berasal dari kata Jerman kuno "ghel", yang berarti kuning atau bersinar. Sejak lama, emas ditambang untuk digunakan dalam pembuatan koin, perhiasan, dan benda seni lainnya.⁶⁰ Cicil emas disebut aset safe haven, karena rendahnya risikonya. Akibatnya, aset safe haven digunakan sebagai tempat perlindungan ketika ekonomi global tidak pasti dan dianggap tidak aman, karena krisis ekonomi maupun gejolak geopolitik. Persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. WNI yang cukup umur.
- b. Pegawai dengan usia minimal 21 tahun hingga 55 tahun.
- c. Pensiunan berusia maksimal 70 tahun pada saat pembiayaan jatuh tempo.
- d. Profesional dan wiraswasta berusia maksimal 60 tahun.
- e. Menyerahkan kartu identitas.

Selain itu, ada syarat dan ketentuan umum yang harus dipenuhi:

⁵⁹ Muhammad Basir et al., "Analisis Pembiayaan Produktif Terhadap Jumlah Nasabah Pada Koperasi Karyawan Samudera Tonasa Lines Kabupaten Pangkep," *Pay Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 3, no. 1 (2021)

⁶⁰ Dina Nudia Ahsanah, "Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang," *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 8, no. 1 (n.d.): 177–87.

- 1) WNI dan paham hukum.
- 2) KTP dan NPWP (untuk pembiayaan di atas 50 juta).
- 3) Jangka waktu 1 hingga 5 tahun.
- 4) Memberikan DP (uang muka) 20% dari pembelian emas.

2. Prosedur Pembiayaan Cicil Emas

Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah memiliki prosedur sebagai berikut:⁶¹

- a. Pemohon yang ingin mengajukan pembiayaan dapat menghubungi petugas penaksir dan mengisi formulir permohonan.
- b. Petugas akan membantu pemohon menjelaskan fitur dan karakteristik produk sebagai berikut:
 - 1) Persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon nasabah.
 - 2) Informasi tentang biaya apapun yang harus dibayar oleh nasabah.
 - 3) Biaya yang akan dibayar oleh nasabah.
 - 4) Jumlah uang awal yang harus dibayar konsumen.
 - 5) Proses pembayaran dan pelunasan.
 - 6) Metode untuk menyelesaikan tunggakan angsuran.
 - 7) Pegawai memberikan penjelasan tentang akibat dari tunggakan angsuran.
 - 8) Hak dan kewajiban pelanggan apabila agunan emas dilaksanakan.
- c. Klien dapat menyerahkan dokumen persyaratan kepada petugas setelah mereka memahami fitur dan karakteristik produk Cicil Emas.
- d. Petugas memastikan bahwa dokumen klien yang mengajukan pembiayaan lengkap.
- e. Dokumen dan pendapatan klien yang mengajukan pembiayaan diperiksa oleh petugas, yang kemudian dimasukkan ke dalam Nota Analisa Pembiayaan (NAP).
- f. Setelah akad pembiayaan dilakukan bank dan nasabah, pembayaran

⁶¹ Abd Muin and Miftahul Agnihah, "Sistem Dan Prosedur Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jatibarang" 1, no. 2 (2022).

DP 20% dilakukan nasabah.

- g. Petugas berkomunikasi dengan pemasok emas untuk memastikan ketersediaan dan biaya permintaan emas klien. Supplier emas pertama kali memverifikasi apakah barang tetap tidak ada; jika ada, emas dipesan pelanggan langsung ada.
- h. Penjual mengirimkan emas ke BSI dan kemudian diberikan kepada penaksir untuk dinilai sebagai agunan. Nilai pembiayaan yang diajukan oleh klien dipengaruhi oleh hasil taksiran tersebut.
- i. Pencairan pembiayaan:
 - 1) Nasabah mempunyai rekening di Bank Syariah Indonesia.
 - 2) Mereka harus membayar semua biaya, termasuk administrasi, asuransi jaminan, dan materai, sebelum pembiayaan dapat dicairkan.
 - 3) Kredit ditransfer ke rekening nasabah sebelum ditransfer ke rekening supplier emas.
 - 4) Bank harus menyimpan bukti pembelian emas.
 - 5) Setelah proses pencairan pembiayaan, nasabah dapat melihat barang jaminan seperti lantakan atau batangan emas yang berfungsi sebagai pembiayaan melalui foto jaminan.

Jika nasabah ingin melihat barang jaminan secara langsung, mereka dapat pergi ke bank setelah pencairan pembiayaan. Klien dapat melihat jaminan untuk emas yang dibeli dari PT Antam kurang lebih satu hari kerja setelah pencairan.

3. Akad Pembiayaan Cicil Emas

a. Akad Murabahah

Pertukaran barang-barang dengan tujuan kepemilikan dapat dijelaskan sebagai transaksi jual beli. Menurut undang-undang perbankan syariah, pembiayaan dengan menjelaskan harga barang tersebut kepada pembeli serta barang tersebut dibayar pembeli dengan harga yang lebih sesuai margin margin sesuai kesepakatan merupakan

akad murabahah.⁶² Dalam Fatwa DSN No. 04/DSN- MUI/IV/2000 tentang murabahah, disebutkan jaminan murabahah diizinkan untuk memastikan bahwa pelanggan benar-benar memperhatikan pesanan mereka.

Imam Malik menyatakan bahwa murabahah dikerjakan serta diselesaikan dengan pertukaran produk dan harga, serta margin keuntungan yang disepakati bersama di tempat yang sama.⁶³ Murabahah yaitu kontrak jual beli produk yang menunjukkan harga pendapatan dan keuntungan, atau margin, yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Dalam murabahah, tingkat keuntungan diperlukan dan ditentukan, akad ini merupakan salah satu jenis kontrak keyakinan alami. Salah satu Karakteristik murabahah adalah harga barang harus diberitahukan kepada pembeli dan penjual menunjukkan margin yang ditambahkan pada biaya. Ini disebut sebagai "keuntungan yang disepakati" dalam definisinya.⁶⁴

Menurut undang-undang perbankan syariah, akad murabahah yaitu akad pembiayaan produk yang menjelaskan harga barang tersebut kepada pembeli serta membayar barang tersebut dengan keuntungan yang disepakati. Untuk memastikan bahwa pelanggan benar-benar memperhatikan pesanan mereka, jaminan murabahah diizinkan, menurut Fatwa DSN No. 04/DSN- MUI/IV/2000.⁶⁵ Menurut beberapa pengertian di atas, akad murabahah yaitu jual beli produk pada harga asal kesepakatan dengan keuntungan antara bank dan pembeli. Dalam murabahah, penjual memberitahu pembeli harga barang yang dibeli kemudian meminta keuntungan dalam jumlah

⁶² A. Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, Hal. 200-201.

⁶³ Trisadini P. Usanti dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015, Hal. 28-29.

⁶⁴ Adiwarmar karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014, Hal. 113.

⁶⁵ A. Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, Hal. 200-201.

tertentu. Apabila pembeli juga menyetujui kesepakatan yang ditawarkan oleh penjual, akad tersebut akan berlaku.

b. Dasar Hukum Murabahah

1) Al-Quran⁶⁶

رَأَحَلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^{٦٦}

Yang artinya: “dan Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.” (Q.S Al-Baqarah: 275)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ^{٦٦}
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ^{٦٦} إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Yang artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa: 29)

2) Al-Hadist⁶⁷

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ
قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ، (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان

Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "*Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.*" (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban).

3) Ijma'

Para ulama telah bersepakat mengenai kehalalan jual beli sebagai transaksi riil yang sangat dianjurkan dan merupakan sunnah Rasulullah.

⁶⁶ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, Hal. 104.

⁶⁷ Basaria Nainggolan, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, Hal. 140-141.

c. Rukun, Syarat, dan Manfaat Murabahah

Murabahah adalah produk keuangan yang didasarkan pada perjanjian jual beli dan harus memenuhi syarat dan persyaratan berikut untuk dianggap sah :⁶⁸

Salah satu rukun murabahah adalah sebagai berikut:

- 1) Pihak yang berakad (bai" dan musytari").
 - a) Berbicara sesuai dengan aturan.
 - b) Tidak dipaksa.
- 2) Barang/Objek (mabi").
 - a) Tidak ada larangan agama terhadap barang.
 - b) Penyerahan barang bisa dilaksanakan.
 - c) Kepemilikan absolut yang terikat pada barang tersebut.
- 3) Harga (tsaman).
 - a) Menginformasikan harga pokok.
 - b) Keuntungan yang telah disepakati.
- 4) Ijab Qabul (Shigat).
 - a) Harus jelas.
 - b) Harga dan barang harus seimbang.
 - c) Tanpa Batasan waktu.

Syarat-syarat murabahah adalah sebagai berikut:⁶⁹

- 1) Penjual harus memberitahu pembeli tentang harga dasar.
- 2) Perjanjian harus sah sesuai dengan persyaratan.
- 3) Kontrak harus tidak mengandung riba.
- 4) Penjual perlu memberikan penjelasan kepada pembeli jika barang rusak setelah pembelian.

⁶⁸ Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, Hal. 55-56

⁶⁹ Surayya Fadhilah Nasution, "Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Indonesia," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. VI, No. 1, 2021.

- 5) Penjual harus memberi tahu pembeli tentang semua aspek yang berkaitan dengan pembelian, contohnya jika pembelian dilakukan dengan cara berhutang.

Apabila persyaratan pada urutan pertama, keempat, dan kelima tidak terpenuhi, pembeli dapat memilih opsi lain:

- 1) Meneruskan pembelian dengan kondisi saat ini.
- 2) Kembali kepada penjual dan menyatakan ketidaksetujuannya dengan produk yang dijual.
- 3) Membatalkan kontrak.

Murabahah memiliki beberapa manfaat dan risiko sesuai dengan sifat bisnis (tjariah). Bank syariah memperoleh banyak keuntungan dari murabahah. Adanya keuntungan adalah salah satunya yang dihasilkan dari perbedaan antara harga jual dan harga beli kepada konsumen. Hal ini memudahkan manajemennya di bank syariah.

Salah satu keuntungan dari perjanjian murabahah didefinisikan sebagai berikut:⁷⁰

- 1) Pembeli memiliki pemahaman terhadap semua biaya yang harus dikeluarkan, termasuk harga dasar barang dan margin keuntungan yang dihitung sebagai persentase dari harga total dan ditambahkan dengan biaya lainnya. Harga pokok barang juga dikenal sebagai markup.
- 2) Barang yang dijual adalah produk atau barang dagangan..
- 3) Subyek penjualan harus memiliki pengetahuan tentang penjualan, memiliki penjualan, dan bisa mengirimkannya kepada pembeli..
- 4) Subyek penjualan harus bertanggung jawab atas penjualan dan memilikinya
- 5) Pembayaran yang ditunda.

⁷⁰ Ahmad Supriyadi et al., "Penerapan Berbagi Keuntungan Dan Kerugian Dalam Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Pembaharuan Hukum*, vol. IV, 2017.

d. Penerapan Akad Murabahah Pada Pembiayaan Produk Cicil Emas.

Pembiayaan cicil emas dengan akad murabahah Pada prinsipnya, Bank Syariah Indonesia menawarkan program pembayaran cicilan emas bagi orang yang ingin memilikinya. Namun, karena kekurangan dana, bank syariah mencoba mengeluarkannya dengan cara angsuran. Pada produk pembiayaan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran ada dua akad yang digunakan dalam proses pembiayaan yaitu akad Murabahah yang diikat dengan rahn. Akad ini terjadi ketika lembaga perbankan syariah memberikan kepada nasabah informasi tentang Jumlah profit yang didapat oleh bank sebagai hasil dari pembelian barang yang diminta oleh pelanggan. Selain itu, bank mengikat emas tersebut sebagai agunan bank.⁷¹

Murabahah adalah jenis akad yang digunakan untuk pembiayaan cicil emas yang kemudian diikat dengan gadai, atau gadai. Murabahah adalah perjanjian antara penjual dan pembeli mengenai pembelian barang dengan biaya dan keuntungan yang telah ditetapkan.⁷² Jenis akad ini termasuk dalam kategori kepastian keuntungan yang didapat karena murabahah menentukan tingkat keuntungan yang disyaratkan. Karena penjual disebut sebagai "laba yang disepakati" dalam defisit murabahah, penjual harus menginformasikan pembeli tentang harga barang yang dibeli dan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya.⁷³

Murabahah bisa dilakukan dengan pesanan atau tanpa pesanan. Jenis pertama, Bank melakukan pembelian barang setelah nasabah melakukan perjanjian pemesanan, yang dapat mengikat nasabah untuk

⁷¹ Ai Siti Nurjadidah, Et Al, *Implementasi Akad Murabahah dan Rahn Pada Produk cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Subang*, Vol. 4 No. 2 2020, Hal. 99.

⁷² Raihan Putri and Fitri Yanti, "Implementasi Akad Murabahah Dan Permasalahannya Dalam Perbankan Syariah", *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 15.

⁷³ Roficoh, Et Al, "Kepatuhan Syariah Akad Murabahah Dalam Konsep Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Di Indonesia." *At-Taahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 6, No. 2, 2018, Hal. 2-4.

membeli barang tersebut (bank dapat meminta uang muka). Dalam jenis kedua, transaksi dilakukan secara langsung. Transaksi tidak menunggu pemesanan barang, dan pelanggan dapat memilih produk yang sudah tersedia. Bank dapat menyimpan emas milik nasabah dalam akad rahn yang hanya berfungsi sebagai pengikat akad murabahah. Akad ini berlaku selama masa cicilan emas oleh nasabah. Nasabah dapat mendapatkan emas langsung pada hari yang sama dengan membawa bukti fisik, seperti surat bukti kepemilikan emas yang diberikan bank kepada nasabah sebagai hak kepemilikan emas.⁷⁴

⁷⁴ Dadan Ramdhani, Et Al, *Ekonomi Islam Akuntansi Dan Perbankan Syariah (Folosofis Dan Praktis Di Indonesia Dan Dunia)*, (Jawa Tengah: Cv.Markumi, 2019), Hal: 324

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran sebelumnya merupakan gabungan dari BRI Syariah dan BNI Syariah yang awalnya berlokasi di Ungaran 2 yang kemudian berelokasi di manyaran BRI Syariah dan BNI Syaria mengalami perubahan dalam operasi bisnis dari bank umum konvensional menjadi bank umum syariah. Menurut Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia, yang dikeluarkan melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999 pada tanggal 25 Oktober 1999 Bank Syariah Indonesia diizinkan untuk beroperasi sebagai lembaga keuangan konvensional yang berlandaskan prinsip syariah. Setelah diakui secara hukum, Pada Senin, 25 Rajab 1420 H, atau 1 November 1999, PT Bank Syariah Indonesia resmi memulai operasinya.⁷⁵

Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah adalah tiga bank sebelumnya yang bergabung untuk membentuk Bank Syariah Indonesia. Pada tanggal 1 Februari 2021, bertepatan 19 Jumadil Akhir 1442 H, dan Presiden Republik Indonesia, Ir. H. Joko Widodo, meresmikannya secara langsung. Penggabungan tiga bank nasional akan meningkatkan sumber daya modal dan meningkatkan operasi dan jejak geografis. Penggabungan tiga bank menjadikan negara Indonesia memiliki Bank Syariah yang besar. Sebagaimana telah dikutip Riska Wijayanti dan Septiana Na'afik, pelaksanaan merger dilakukan berdasarkan PP No. 27 Tahun 1998 tentang Penggabungan, Peleburan, dan Pengalihan Perseroan Terbatas.⁷⁶

⁷⁵ Hamdi Agustin and & Armis, "SEJARAH PRAKTEK PERBANKAN SYARIAH," *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (2022).

⁷⁶ Riska Wijayanti dan Septiana Na'afi, "Dampak dan Upaya Perlindungan Hukum Bagi Stakeholder Akibat Kegiatan Merger Bank Syariah di Indonesia", *Jurnal Study Ekonomi* 6, No. 2, (2022), Hal. 126.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

“Top 10 Global Islamic Bank”

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.⁷⁷

3. Budaya Perusahaan

Badan usaha milik negara mengadopsi "AKHLAK" sebagai nilai utama sumber daya manusia. "AKHLAK" membentuk identitas dan perekat budaya kerja yang mendukung peningkatan kerja yang berkelanjutan, antara lain :⁷⁸

a. Amanah.

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.

b. Kompeten.

Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.

c. Harmonis.

Saling peduli dan menghargai perbedaan.

d. Loyal.

Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.

e. Adaptif.

Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan atau menghadapi perusahaan.

f. Kolaboratif.

Membangun kerja sama yang sinergis.

⁷⁷ https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html diakses pada 16 Maret 2023

⁷⁸ Dhenny Yulianto . *Branch Manager*. Wawancara 12 Desember 2023

B. Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan Bersama.

1. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas

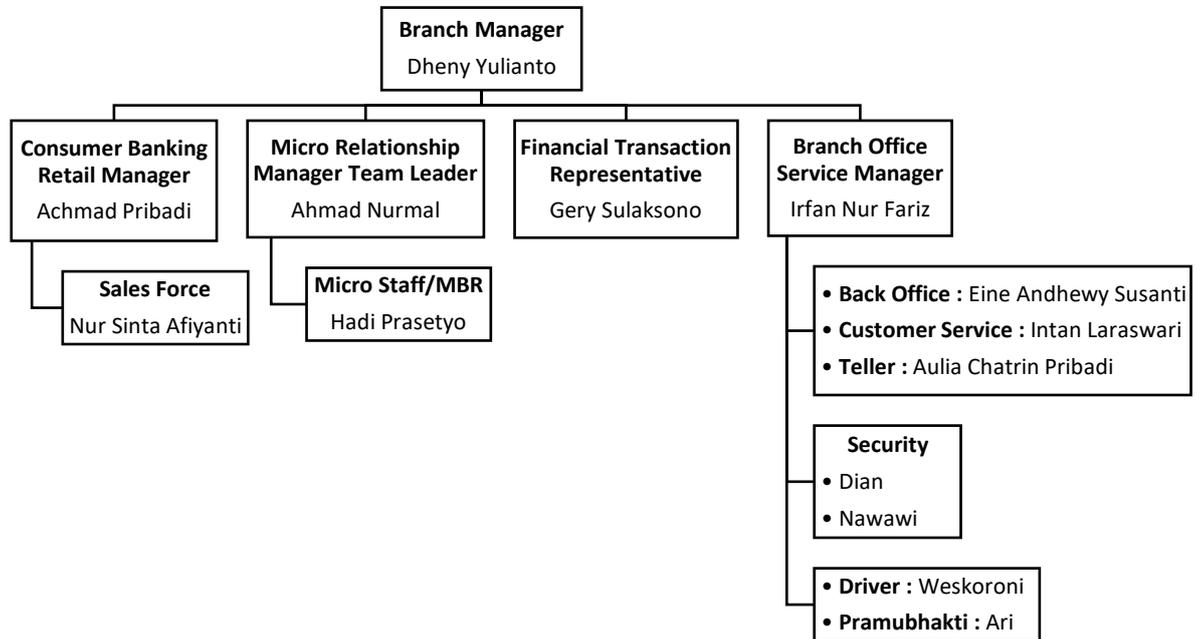
Struktur organisasi menunjukkan bagaimana karyawan bekerja sama untuk menyelesaikan tugas. Semangat kerja sama yang baik dalam menyelesaikan tanggung jawab perusahaan adalah dasar pembentukan organisasi ini. Struktur dan organisasi yang baik harus dibuat perusahaan untuk membantu mempertajam operasi penting organisasi serta koordinasi pola yang ditunjukkan sebagai tujuan menjalankan strategi yang dicapai mereka.⁷⁹ Perubahan strategi seringkali memerlukan perubahan struktur organisasi. Struktur organisasi disusun untuk membuat perusahaan lebih mudah melakukan keputusan yang dibuat oleh strategi dan oleh karena itu menyesuaikan diri dengannya. Bank Syariah Indonesia menggunakan struktur organisasi garis dan fungsional dengan tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang ditentukan.⁸⁰ Gambar berikut menunjukkan struktur organisasi Bank Syariah Indonesia:

⁷⁹ Sri Anugerah Natalina and Arif Zunaidi, "MANAJEMEN STRATEGIK DALAM PERBANKAN SYARIAH," *WADIAH* 5, no. 1 (January 24, 2021): 86–117, <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i1.3178>.

⁸⁰ "ANALISIS SISTEM MANAJEMEN SYARIAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KC BANYUMANIK SEMARANG," Walisongo: Universitas Islam Negeri Walisongo.

Gambar 3.1

**Struktur Organisasi Struktur Organisasi
Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran**



2. Pembagian Tugas dan Tangung Jawab

Dalam struktur organisasi perusahaan, setiap jabatan memiliki kewajiban dan tanggung jawab tertentu. Berikut ini adalah penjelasan tentang tanggung jawab yang dipegang oleh jabatan tertentu di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran:⁸¹

a. *Branch Manager* (BM)

Bertanggung jawab untuk mengelola dan mengawasi atas semua operasi dan bisnis bank di kantor cabang. Dia juga bertanggung jawab atas kinerja unit bisnis.

b. *Branch Operation Supervisor Manager* (BOSM)

Bertanggung jawab atas kegiatan operasional branch office dikelola sesuai peraturan yang berlaku dan tepat waktu oleh head office.

⁸¹ Denny Yulianto, *Branch Manager*, wawancara 12 Desember 2023.

- c. *Back Office (BO)*

Menyusun laporan tentang realisasi biaya yang berkaitan dengan personalia dan fasilitas kantor.
- d. *Customer Service (CS)*

Layanan Pelanggan (CS): Melakukan kegiatan operasional, memberikan layanan kepada pelanggan sesuai dengan ketentuan dan standar pelayanan bank.
- e. Teller

Teller cepat, tepat, dan sesuai dengan standar layanan melayani penyeteroran dan penarikan uang tunai, non tunai, surat-surat berharga, dan operasi kas lainnya.
- f. *Consumer Business Relationship Manager (CBRM)*

Menjaga kualitas pembiayaan, dan melakukan penjualan cross-sell dengan produk lain.
- g. *Micro Relationship Manager Team Leader*

Memimpin, mengawasi, dan mengendalikan pengembangan kegiatan serta penggunaan sarana organisasi warung mikro secara efektif untuk mencapai tujuan bisnis warung mikro.
- h. *Micro Staff (MS)*

Mengelola dan mengatur semua hal yang terkait dengan segmen mikro, seperti menjual produk pembiayaan untuk warung mikro dan menagih klien pembiayaan mikro.
- i. *Financial Transaction Representative*

Membantu pelanggan dan bekerja sama dengan organisasi serta mencari dan menghimpun uang dari pelanggan dalam bentuk deposito, reksa dana, tabungan, dan sebagainya.
- j. Satpam

Satpam mengawasi aset kantor, menjaga ketertiban, dan melakukan tugas yang berkaitan dengan layanan kantor.
- k. Driver

Driver bertugas untuk merawat inventaris kendaraan dan

mengirim pekerja dan dokumen penting dengan aman dan tepat waktu ke lokasi yang ditentukan.

1. **Pramubhakti**

Memastikan lingkungan kerja bersih dan nyaman sesuai standar layanan, membantu bank berjalan lancar, merawat dan menjaga peralatan kerja agar tidak mudah rusak.

C. Produk Produk BSI KCP Semarang Manyaran

Dalam kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkannya dengan menawarkan imbalan berdasarkan prinsip syariah. Dengan demikian, bank syariah berperan sebagai sarana menghimpun dan mengembangkan simpanan masyarakat.⁸² Pada intinya bank syariah merupakan lembaga keuangan yang bekerja untuk mengelola anggaran dari nasabah sesuai dengan syariah Islam secara produktif dan efektif serta untuk umat Islam dalam memperoleh kemaslahatannya. Berikut daftar produk produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran:

1. Tabungan Easy

Tabungan yang dilengkapi menggunakan fasilitas Echannel. Berikut beberapa fiturnya: Bank Syariah Mobile, Bank Syariah Net Banking dengan tarif Rp. 2.500 tiap bulan, serta Bank Syariah Notifikasi dengan menggunakan biaya SMS Rp. 500 per SMS dan juga Bank Syariah Call dengan pulsa local. Terdapat dua jenis tabungan essay di ban syariah Indonesia.⁸³

a. BSI menggunakan akad Wadi'ah

Akad yang digunakan dalam tabungan ini adalah Wadi'ah Yad Dhammanah nasabah menitipkan dananya terhadap bank dan bonus

⁸² Maimun Maimun and Dara Tzahira, "Prinsip Dasar Perbankan Syariah," *Al-Hiwalah : Journal Syariah Economic Law* 1, no. 2 (December 28, 2022): 125–42, <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v1i2.878>.

⁸³ Agneza, Jalaludin, and Rinawati " *STRATEGI PEMASARAN BSI KCP BERTAIS MANDALIKA DALAM MENGHIMPUN DANA PIHAK KETIGA MELALUI PRODUK TABUNGAN PENDIDIKAN AKAD MUDHARABAH MUTLAQAH*, Mataram: Universitas Islam Negri Mataram

yang diberikan sesuai dengan aturan bank. Dalam administrasi biaya gratis akan tetapi setoran awal Rp. 100.000,- yang mengendap saldonya Rp. 50.000,- jika nasabah ingin melakukan penutupan rekening maka akan terkena biaya Rp. 20.000,-.

b. BSI menggunakan akad Mudharabah

Tabungan yang menggunakan akad Mudharabah ini memakai akad Mudharabah Mutlaqah nasabah bertindak pemilik dana serta pengelola dana yaitu bank. Biaya administrasi Rp. 10.000,- tiap bulan. Dengan setoran minimal Rp. 100.000,- serta saldo minimal Rp. 50.000,- biaya tiap bulan Rp.5.000,- jika nasabah ingin tutup rekening dikenai biaya sebesar Rp. 20.000,-.

2. Tabunganku.

Tabunganku yaitu tabungan untuk perorangan yang memiliki persyaratan yang mudah dan ringan serta dapat diterbitkan secara bersamaan oleh bank Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung juga untuk meningkatkan kemaslahatan umat.⁸⁴ Setoran awal minimal Rp. 20.000,- tanpa ATM dan Rp. 80.000 menggunakan ATM minimal saldo Rp. 20.000,- tanpa ATM Rp. 50.000,- dengan ATM. Biaya administrasi gratis, biaya tutup rekening Rp. 20.000,, biaya per bulan Rp. 2.000,-, biaya penarikan minimal counter Rp. 100.000,-. Untuk persyaratan pendaftaran warga Indonesia yang memiliki kartu tanda penduduk dan NPWP. Keunggulan sebagai berikut:

- a. Kemudahan saat membuat rekening baru
- b. Dapat fasilitas E-banking seperti BSI Mobile, Internet Banking dan Notifikasi Transaksi
- c. Fasilitas Debit yang digunakan sebagai kartu ATM serta Debit
- d. Memudahkan dalam aksi penyaluran zakat

⁸⁴ Sherlie Agneza, Jalaludin Jalaludin, and Rinawati Rinawati, "Praktek Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Dalam Perspektif Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000," *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (April 1, 2022): 68–82, <https://doi.org/10.37726/jammiah.v2i1.292>.

- e. Akad Wadiah Yad Dhamannah dimana nasabah sepenuhnya menitipkan dana di bank

3. BSI Tabungan Pendidikan

Rencanakan dana pendidikan dengan BSI Tabungan Pendidikan yang menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah dan sistem autodebet. Tabungan Pendidikan BSI ini menerapkan bagi hasil yang kompetitif dan top up di luar setoran bulanan. Nasabah juga akan mendapatkan proteksi asuransi syariah. Syarat pengajuan BSI Tabungan Pendidikan mudah dan prosesnya cepat. Informasi dasar Tabungan Pendidikan setoran awal mulai dari Rp. 100.000 dan Rp. 10.000.000 dokumen pengajuan meliputi KTP, NPWP dan Rekening Tabungan Induk. Keuntungan BSI Tabungan Pendidikan:⁸⁵

- a. Merupakan produk tabungan syariah sejenis tabungan berjangka yang bisa digunakan untuk alah mengatur keuangan dan menabung secara rutin.
- b. Memberikan hasil dengan besaran bagi hasil setara dengan produk deposito.
- c. Gratis biaya administrasi dan otomatis autodebet serta melindungi nasabah dengan asuransi selama 120 bulan.

4. BSI Giro Bank Syariah Indonesia

BSI Giro Bank Syariah Indonesia sebagai sarana guna menyimpan kelebihan dana dalam mata uang rupiah dalam akad wadiah yad dhamanah.⁸⁶ Untuk syarat pendaftaran membuat BSI Giro bagi warga Indonesia wajib memiliki Kartu Tanda Penduduk dan bagi warga asing memiliki paspor serta kartu ijin menetap sementara. Ketentuan dan biaya yang harus dikeluarkan nasabah yang terdapat pada BSI Giro, yaitu:

⁸⁵ Sherlie Agneza, Jalaludin Jalaludin, and Rinawati Rinawati, "Praktek Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Dalam Perspektif Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000," *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (April 1, 2022): 68–82, <https://doi.org/10.37726/jammiah.v2i1.292>.

⁸⁶

- a. Minimal saldo Rp. 500.000,-
- b. Setoran awal Rp.500.000,-
- c. Nisbah diberikan kepada nasabah sebesar 3% sedangkan unuk pihak bank 97%
- d. Biaya administarsi Rp. 15.000,- per bulan tanpa ATM
- e. Biaya administrasi Rp. 17.000,- per bulan dengan ATM
- f. Biaya tutup rekening karena terkena pinalti sebesar Rp. 50.000,-
- g. Biaya tutup rekening permintaan nasabah Rp. 20.000,-
- h. Biaya dirman sebesar Rp. 10.000,-
- i. Biaya adm per buku Rp. 275.000,-

Keuntungan yang diberikan dari produk Giro sebagai berikut:

- a. Akad yang digunakan wadiah yad dhamanah
- b. Mendapatkan kartu debit untuk nasabah
- c. Mendapatkan account statement per bulan
- d. Dapat bonus tiap bulan sesuai peraturan dari bank
- e. Memudahkan saat transaksi dengan Cek atau Bilyet Giro

5. BSI Tabungan Payroll

BSI Tabungan Payroll merupakan tabungan gaji karyawan dari Bank Syariah Indonesia. Produk ini merupakan turunan dari Tabungan Wadiah/Mudharabah Reguler dengan keuntungan bagi hasil bulanan yang kompetitif.⁸⁷ Tabungan Payroll BSI ini bekerjasama dengan perusahaan untuk mempermudah transaksi finansial karyawannya. Kartu debit Tabungan Payroll juga bisa berfungsi sebagai kartu identitas karyawan. Syarat pendaftaran BSI Tabungan Payroll ber usia 17 tahun dan merupakan bagian dari instansi atau perusahaan. Keuntungan BSI Tabungan Payroll antara lain:

⁸⁷ Defita Fitrianiingsih, Sisca Damayanti S.E., M.E., CRP., and Olivia Susiyati, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH PAYROLL MELAKUKAN TAKE OVER DENGAN PRODUK MITRAGUNA BERKAH," *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, no. 2 (September 22, 2023): 3513–22.

- a. Merupakan jenis produk tabungan yang bisa dimiliki dengan menjadi bagian dari instansi atau perusahaan yang memiliki kerja sama dengan bank.
- b. Memberikan imbal bagi hasil sesuai dengan kesepakatan yang diberikan kepada perusahaan atau instansi.
- c. Dilengkapi dengan fasilitas perbankan baik digital maupun non digital untuk kemudahan transaksi nasabah.

6. Tabungan BSI Pensiun

Tabungan pensiun merupakan tabungan diperuntukkan nasabah perseorangan yang terdaftar di suatu lembaga pensiun sehingga sudah bekerjasama dengan pihak bank.⁸⁸ Berikut persyaratan saat proses pendaftaran tabungan pensiun sebagai berikut:

- a. Memiliki Kartu Tanda Penduduk atau Nomor Wajib Pajak
- b. Memiliki kartu nama pensiun sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- c. Pensiunan Aparatur Sipil Negara atau BUMN
- d. Mengisi lembar permintaan

Pembayaran blanko Taspen Keunggulan dari tabungan pensiun yaitu:

- a. BSI Debit Co Brand Taspen dapat digunakan sebagai ATM dan Debit
- b. Pembukaan rekening mudah c. Dapat Fasilitas E-banking Adapun ketentuan dan biaya-biaya tabungan pensiun yaitu;
- c. Awal setor Rp. 50.000,-
- d. Minimal saldo Rp. 50.000,-
- e. Administrasi 0
- f. Biaya tutup rekening Rp. 20.000,-

⁸⁸ Ika Adeyani and Tuti Anggraini, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat," *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, vol. 3, 2021.

7. BSI Tabungan Mabruur

Tabungan mabrur adalah tabungan bentuk mata uang rupiah yang dapat membantu sebagai pemabayaran untuk kegiatan umrah serta ibadah haji.⁸⁹ Akad yang digunakan dalam tabungan mabrur mudharabah mutlaqah sistem bagi hasil, persyaratan cukup memakai kartu tanda penduduk dan NPWP.pembukaan buku rekening ini bebas biaya administrasi bulanya.Dalam penutupan rekening tidak dalam penyeteroran BPIH serta pembayaran umrah terkena Rp. 20.000,-. Awal setoran Rp. 100.000,- dan selanjutnya Rp. 10.000,- dan saldo yang didaftarkan Rp. 25.100.00,- sudah ditetntuka oleh departemen agama. Berikut keunggulan dari produk tabungan mabrur, sebagai berikut :

- a. Saat nasabah mendaftar kursi haji maka akan mendapatkan kartu haji maupun umroh dengan kartu ATM dengan menggunakan provider visa maupun mastercard.
- b. Memiliki E-Baking
- c. Administrasi bebas biaya
- d. Memperlancar jalannya ibadah haji dan umrah
- e. Penutupan rekening tanpa ada adminitrasi
- f. Pelunasan biaya haji dapat dibayar secara online
- g. Membantu mendapatkan kursi haji dengan menggunakan sistem online, minimal usia 12 tahun.

8. BSI Deposito Rupiah

BSI Deposito Rupiah merupakan investasi jangka panjang dalam mata uang rupiah. Deposito Rupiah dari Bank Syariah Indonesia ini dikelola secara syariah dengan akad Mudharabah.⁹⁰ Nasabah bisa

⁸⁹ Ahmad Khotibul Umam and Hidayatul Gofur, "MEKANISME PRODUK TABUNGAN MABRUR PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JATIBARANG," *Journal of Sharia, Economic*, 2, no. 1, 2023.

⁹⁰ Tiara Shalihah Salsabila et al., "Analisis Penerapan Sistem Bagi Hasil Pada Deposito Mudharabah Bank BSI-Tiara Shalihah Salsabilaet.al ANALISIS PENERAPAN SISTEM BAGI HASIL PADA DEPOSITO MUDHARABAH BANK BSI (KK Jakarta UHAMKA)," 2023, <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/jecoa/>.

menyimpan dananya hingga maksimal 12 bulan dan bisa diperpanjang secara otomatis. BSI Deposito Rupiah ini diperuntukkan bagi nasabah perorangan dan non- perorangan. Syarat Pembukaan BSI Deposito Rupiah usia minimum 17 tahun, mampu menempatkan setoran awal minimal Rp 2.000.000 dan dokumen pengajuan nya seperti Aplikasi pengajuan deposito, KTP dan NPWP. Keuntungan BSI Deposito Rupiah :

- a. Memberikan pilihan tenor yang fleksibel mulai dari 1 bulan hingga 12 bulan dengan dilengkapi fitur *Automatic Roll Over* yang praktis bagi nasabah yang ingin terus menginvestasikan dananya.
- b. Merupakan produk deposito yang menyediakan deposito dengan setoran awal minimal mulai dari Rp2.000.000.
- c. Memberikan nisbah bagi hasil yang kompetitif antara deponan dan bank sesuai dengan kesepakatan awal deposito.

9. Hasanah Card BSI

Hasanah Card yaitu kartu pembiayaan yang gunanya sebagai kartu kredit. Kartu kredit ini sesuai dengan Fatwa DSN MUI. Berikut pengajuan layanan hasanah card:⁹¹

- a. Persyaratan dan dokumen haru lengkap dengan dibuktikan, aplikasi pengajuan, fotocopy KTP, fotocopy NPWP, serta surat keterangan penghasilan.
- b. Mengeisi permohonan formulir yang sudah disediakan bank syariah Indonesia.
- c. Permohonan diproses oleh pihak BSI apabila sudah lengkap
- d. Apabila permohonan ditolak atau disetujui pihak bank syariah Indonesia akan segera menginformasikan melalui via pesan atau email.

⁹¹ Rita Nuraini et al., "How to Cite: STRATEGI KOMUNIKASI KARTU KREDIT BSI HASANAH CARD PT BANK SYARIAH INDONESIA TBK ERA KENORMALAN BARU PANDEMI GLOBAL" *Jurnal Ekonomi*, no. 11 2022.

Keunggulan dari Hasanah card :

- a. Transaksi tidak memaki bunga
- b. Bebas dari denda terlambat dan kelebihan pemakaian
- c. Memiliki smart spending guna mengubah tagihan ke cicilan
- d. Tidak dapat di transaksikan di merchant konvensional
- e. Free executive lounge airport untuk kartu platinum
- f. Smart Shadaqah guna berdonasi rutin setiap bulan

Bank syariah indonesia memiliki beberapa fitur untuk mengakses ke produk-produk yang ada yaitu:

- a. Transfer Seperti pada mobile banking lainnya, fitur dalam mobile banking ini terdapat fitur transfer antara rekening bank syariah Indonesia atau transfer ke bank lain. Fitur BSI Mobile banking dilengkapi dengan QRIS guna meminimalkan salah ketik pada norek bank.
- b. Informasi Rekening Dalam BSI mobile banking memiliki fitur untuk informasi rekening, yang bertujuan memudahkan nasabah melihat rekening. Dapat melihat mulai dari saldo, daftar mutasi rekening, daftar transaksi terjadwal, serta registrasi notifikasi.
- c. Beli Selain dapat melakukan pembayaran, BSI juga menyediakan fitur pembelian. Hal ini memudahkan nasabah saat melakukan pembelian voucher, PLN Preaid, Paket data, Top Up, go-pay, OVO, Shopeepay, Aqiqah, kartu debit OTP, Voucher Google Play. Sehingga hal ini membuat nasabah terbantu dalam transaksksi melalui online.
- d. Layanan Islami Mobile Bank Syariah Indonesia juga dilengkapi layanan syariah. Layanan islami terdapat Asmaul Husna, Juz Amma, Kalkulator Qurban. Fitur ini bertujuan untuk memudahkan nasabah.
- e. Ziswaf Zaiswaf merupakan aplikasi unggul dari bank syariah Indonesia, dimana nasabah akan dimudahkan saat bersedekah melalui BSI Mobile

- f. E-Commerce BSI Mobile memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran seperti toko pedia, shopee, buka lapak. Sehingga nasabah tak perlu dating kea tm untuk melakukan pembayaran E-Commerce.
- g. Transaksi Jadwal Transaksi jadwal merupakan jadwal transaksi yang dilakukan oleh nasabah bank syariah Indonesia. Sehingga nasabah dapat mengetahui jumlah pengeluaran serta pemasukan.
- h. Tarik Tunai BSI juga memiliki fitur tunai yang dapat dilakukan melalui mobile bank syariah Indonesia dengan mengunjungi ATM terdekat maupun melalui indomaret. Sehingga adanya fitur ini mempermudah nasabah apabila di daerah sekitar jauh dari ATM bank syariah Indonesia.
- i. Buka Rekening Jika ada calon nasabah yang ingin membuka rekening di bank syariah indoensia, cukup dapat mendownload malalui aplikasi BSI Mobile. Akan tetapi saat calon nasabah akanaktivasi harus dating ke kantor bank syariah Indonesia.
- j. Live Chat Aisyah Live Chat Aisyah merupakan Asisten interaktifdari bank syariah Indonesia, diamana layanan ini hampir sama dengan layanan yang ada informasinya. Nasabah juga bisa mengetahui informasi rekening, promo dan lainnya.
- k. E-mas Elektronik-mas merupakan layanan yang digunakan nasabah guna melakukan penjualan, pembelian, tarik fisik emas, gadai emas, dan transfer. Minimal ketentuan gadai emas yaitu 16karat dan jangka waktu 4 bulan dapat diperpanjang serta nominal pembiayaan Rp. 500.000,- s/d Rp. 250.000,-
- l. Bayar Nasabah bisa melakukan aktifitas sebagai berikut:
 - 1) Pembayaran Untuk Tiket
 - 2) Pembayaran Untuk Asuransi
 - 3) Pembayaran Untuk Akademik
 - 4) Tagihan Untuk Telpon
 - 5) PLN Postaid

- 6) Pembayaran Untuk Institusi
- 7) Pembayaran untuk PDAM
- 8) Pembayaran untuk BPJS
- 9) Pembayaran untuk haji dan Umrah
- 10) Pembayaran Internet TV Kabel
- 11) Pembayaran untuk E-Commerce
- 12) Pembayaran Penerimaan Negara
- 13) Pembayaran untuk multi payment

10. BSI Griya Take Over

BSI Griya Take Over adalah produk take over kredit pemilikan rumah dari bank lain.⁹² Dapatkan banyak keuntungan dari kpr syariah BSI ini seperti angsuran ringan dan tetap, bebas biaya di depan, dan peluang naik haji tanpa diundi. Pindahkan segera kpr kamu ke BSI.. Memiliki berbagai syarat ber usia minimal 21 tahun, memiliki pendapatan bulanan, status karyawan penghasilan tetap, WNI. Dokumen persyaratan pengajuan KPR BSI Griya Take Over diantaranya:

- a. Melakukan pengajuan secara *online*
- b. Identitas diri
- c. Formular aplikasi kredit
- d. Rekening koran atau tabungan 3 bulan terakhir
- e. NPWP dan SPT Tahunan
- f. Slip gaji atau surat keterangan penghasilan
- g. Akta pendirian perusahaan dan perubahannya SIUP, TDP, NPWP
- h. Izin praktik (professional)
- i. Informasi kinerja kredit sebelumnya
- j. Dokumen agunan seperti SHM, SHGB, IMB dan PBB

⁹² Nur Halimah, Kurniawati Kurniawati, and Ely Mansur, "Penerapan Akad Murabahah Pada Pembiayaan Griya Takeover (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia KCP Kuta)," *Jurnal Nirta : Studi Inovasi* 3, no. 1 (September 30, 2023): 14–24, <https://doi.org/10.61412/jnsi.v3i1.32>.

11. BSI Tabungan Mahasiswa

BSI Tabungan Mahasiswa diperuntukkan bagi mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri atau Swasta, serta pegawai yang bekerja sama dengan Bank Syariah Indonesia. Tabungan Mahasiswa ini melayani dengan prinsip syariah akad Wadiah.⁹³ Nasabah akan mendapatkan bonus bulanan yang ditetapkan sesuai ketentuan bank. Syarat nya usia 17 tahun (berstatus mahasiswa) Terdapat juga fasilitas perbankan mobile banking dan internet banking. Biaya Tabungan Mahasiswa antara lain :

- a. Denda dibawah saldo minimum menyesuaikan perjanjian kerja sama
- b. Biaya ganti buku Rp. 5.000
- c. Administrasi menyesuaikan perjanjian kerja sama
- d. Tidak ada biaya penarikan di ATM maupun di *Teller*
- e. Tidak ada biaya setor tunai
- f. Biaya penutupan rekening Rp. 20.000

Tabungan mahasiswa memiliki beberapa keuntungan, yaitu :

- a. Merupakan jenis produk tabungan yang bisa dimiliki dengan menjadi mahasiswa atau anggota dari instansi yang memiliki kerja sama dengan bank.
- b. Merupakan jenis produk tabungan yang bisa dimiliki dengan menjadi mahasiswa atau anggota dari instansi yang memiliki kerja sama dengan bank.
- c. Dilengkapi dengan fasilitas perbankan baik digital maupun non digital untuk kemudahan transaksi mahasiswa.

12. BSI Tapenas Kolektif

BSI Tapenas Kolektif membantu karyawan untuk merencanakan keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Rekening BSI Tapenas Kolektif ini bisa didapatkan dengan kesepakatan kerjasama antara BSI dan

⁹³ Basyirah Mustarin, "PENGARUH PENGETAHUAN MAHASISWA TENTANG BSI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 4, n.d., <https://investor.id/finance/bsi-jadi-pintu-masuk-pendorong-pertumbuhan-ekonomi>.

perusahaan dengan minimal nasabah 50.⁹⁴ Nasabah akan mendapatkan bagi hasil yang kompetitif melalui setoran bulanan yang ringan. Jangka waktu Tapenas Kolektif BSI hingga 35 tahun. Untuk saldo awal minimum Rp. 50.000, biaya ganti buku tabungan Rp. 5.000 dan administrasi bulanan Rp. 1.000 syarat pendaftar minimal 17 tahun.

Dokumen pengajuan terdapat untuk pegawai dan institusi Pegawai :

- a. Identitas berupa KTP (WNI), Paspor dan KITAS (untuk WNA)
- b. NPWP
- c. Aplikasi pembukuan rekening
- d. Surat kuasa kepada bank

Institusi :

- a. Dokumen legal
- b. Rekening giro
- c. Anggota karyawan kolektif 50 orang
- d. Persetujuan perjanjian kerja sama
- e. Surat kuasa pendebitan rekening

Keuntungan Tabungan BSI Tapenas Kolektif :

- a. Merupakan jenis produk tabungan perencanaan jangka pendek dan jangka panjang untuk karyawan atau tenaga kontrak pada suatu institusi.
- b. Memberikan bagi hasil yang kompetitif dan sistem menabung dengan *autodebet* dalam jangka waktu hingga 35 tahun.
- c. Dapat mengakomodasi mulai dari 50 karyawan untuk satu perjanjian kerja sama dengan nilai setoran bulanan yang fleksibel.

13. Cicil Emas

Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh BSI KCP Semarang Manyaran untuk membantu nasabah membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara yang mudah untuk

⁹⁴ https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html diakses pada 29 juni 2024

mempunyai emas dan menguntungkan bagi investasi.⁹⁵ Jenis emas yang dibiayai merupakan emas lantakan (batangan) dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram. Jaminan pembiayaan adalah barang yang menjadi objek pembiayaan (emas). Jaminan tersebut tidak dapat ditukar agunan lain. Pengikatan jaminan dilakukan selama masa pembiayaan. Bukti fisik jaminan berupa emas disimpan di Bank.

Manfaat yang diperoleh saat melakukan pembiayaan cicil emas yaitu emas dikenal sebagai salah satu investasi yang mampu memproteksi kekayaan untuk jangka panjang.⁹⁶ Keunggulan dari cicil emas di BSI KCP Semarang Manyaran salah satunya adalah keamanan karena emas tersebut telah diasuransikan. Pembayaran cicil emas dilakukan dengan cara angsuran sama setiap bulan. Jangka waktu dalam jumlah yang sama setiap bulan. Jangka waktu pembiayaan BSI KCP Semarang Manyaran Cicil Emas paling singkat 2 (dua) tahun dan paling lama hingga (lima) tahun. Pelunasan dipercepat diperbolehkan setelah pembiayaan minimal berjalan

1 tahun Uang Muka minimal 20 % dari harga perolehan emas dan dibayarkan secara tunai oleh nasabah kepada bank. Sumber dana uang muka harus berasal dari dana nasabah sendiri (self financing) dan bukan berasal dari pembiayaan yang diberikan oleh Bank. Harga emas dalam produk BSI KCP Semarang Manyaran Cicil Emas ditentukan pada saat akad. Akad yang digunakan untuk produk BSI KCP Semarang Manyaran Cicil Emas adalah akad murabahah (jual-beli). Pengikatan agunan dengan menggunakan akad rahn (gadai). Supplier emas untuk produk pembiayaan cicil emas adalah PT Antam Persero dan toko emas atauperorangan yang telah memiliki kerja sama dengan Bank.

⁹⁵ Reni Ria Armayani Hasibuan, "Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kcp Indrapura," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2, 2022.

⁹⁶ "Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Cicil Emas BSI," *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 7, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.7502>.

14. Gadai Emas

Gadai Emas BSI KCP Semarang Manyaran merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat. Jangka waktu 4 (empat) bulan dan dapat diperpanjang atau dapat digadai ulang (setelah dilakukan penaksiran dan melunasi biaya gadai). Gadai Emas BSM menggunakan akad qardh ijarah dan rahn.⁹⁷ Gadai emas di BSM diperuntukkan untuk perorangandengan Pricing yang murah. Layanan yang nyaman, Jaringan yang luas tersebar di seluruh kota-kota di Indonesia, Aman dan terjamin. Proses mudah dan cepat, dengan Biaya Pemeliharaan yang murah dan dapat terkoneksi dengan fasilitas lainnya, seperti rekening tabungan, ATM dan lain-lain.

⁹⁷ Anisa Nur Anggraini et al., "ANALISIS MANAJEMEN RISIKO PEMBIAYAAN GADAI EMAS DI BSI KCP SLEMAN 1 YOGYAKARTA," *Jurnal of Islamic Economics and Business*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran saat ini berkembang dengan sangat cepat dan akan terus mengembangkan produknya, termasuk pembiayaan cicil emas. Pemasaran merupakan upaya penting dalam mengembangkan produk untuk mencapai tujuan karena memberikan arah yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya. Perusahaan harus menggunakan strategi pemasaran untuk mencapai targetnya.

Lembaga keuangan baik bank maupun non-bank, harus mengembangkan bisnisnya dengan strategi pemasaran yang efektif.⁹⁸ Philip Kotler mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah cara untuk mencapai sasaran pemasaran perusahaan. Hal ini bisa termasuk rencana pemasaran dan anggaran pemasaran.⁹⁹ Jumlah pembiayaan yang diperoleh menunjukkan penurunan dalam pembiayaan cicil emas yang dikembangkan di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dari bulan Desember 2022 hingga Desember 2023. Sesuai dengan tabel di bawah ini:

⁹⁸ Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grafindo Persada.

⁹⁹ [gamedia.com](https://www.gamedia.com) diakses pada 26 februari 2024.

Tabel 4.1 Total Cicil Emas Nasabah
Total Emas dan Nasabah Pembiayaan Cicil Emas
Per-Desember Tahun 2023¹⁰⁰

Bulan	Jumlah Nasabah	Total Emas
Desember 2022	0 orang	0 gram
Januari 2023	0 orang	0 gram
Februari 2023	0 orang	0 gram
Maret 2023	18 orang	125 gram
April 2023	23 orang	175 gram
Mei 2023	4 orang	40 gram
Juni 2023	20 orang	100 gram
Juli 2023	18 orang	110 gram
Agustus 2023	17 orang	100 gram
September 2023	19 orang	130 gram
Oktober 2023	10 orang	60 gram
November 2023	8 orang	440 gram
Desember 2023	6 orang	85 gram
TOTAL	133 orang	1365 gram

Sumber : Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran.

Data bulan yang diambil dalam satu tahun seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.1 mengenai total pembiayaan yang diperoleh dari penjualan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran. Pada kesimpulannya, penjualan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran mengalami kenaikan penjualan total emas dengan angka tertinggi di bulan November, Namun jika dilihat dari target yang ditetapkan setiap bulannya sebesar 150 gram, penjualan yang memenuhi target hanya pada bulan April dan November. Akibatnya, Bank Syariah Indonesia

¹⁰⁰ Eine Andewi Susanti, *Back Office*, Wawancara 5 Desember 2023.

KCP Semarang Manyaran harus mengevaluasi dan memajukan strategi pemasarannya untuk penjualan pembiayaan cicil emas.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Gery Sulaksono selaku Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran mengatakan *“Jika dilihat perbandingan dari jumlah bulan yang memenuhi target bulanan dengan yang tidak mencapai target bulanan terlihat perbandingannya. Prakteknya pemasarannya menerapkan bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence). Praktek lapangan yang kurang maksimal pada saat melakukan sosialisasi. Open both, ghatering maupun seminar tidak dilakukan secara rutin. Sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui mengenai produk ini”*.¹⁰¹

Perusahaan yang meningkatkan produk pembiayaan cicil emas mempunyai tujuan untuk mencapai visi dan misi melalui peningkatan dan mempertahankan margin keuntungan yang sama. Untuk mencapai tujuan ini, mempertahankan tingkat profit margin penjualan melalui upaya mencari dan membina pelanggan serta berusaha untuk menguasai pasar. Untuk mencapai tujuan ini, bagian pemasaran perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Hal tersebut dianalisa dan diimplementasikan yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu, *product, price, place, promotion, People, Process, dan Physical Evidence* yang dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Produk (Product)

Menurut definisi Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang bisa diperjualbelikan di pasar untuk dilihat, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan atau keinginan seseorang.¹⁰² Ada berbagai macam produk yang tersedia di Bank Syariah Indonesia KCP Manyaran salah satunya yaitu pembiayaan cicil emas.

¹⁰¹ Gery Sulaksono, *Marketing*, wawancara 6 Desember 2023.

¹⁰² Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014).

Lampiran Brosur Produk Cicil Emas



Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran menggunakan strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas untuk menarik klien dengan menyediakan opsi pembiayaan halal yang pembayarannya dapat dicicil setiap bulan. Proses pencairan pembiayaan dapat dilakukan secara mudah dan cepat tanpa harus pergi ke bank, karena bank akan datang ke rumah klien dan membayar ujuh atau sewa tetap hingga lunas. Pembiayaan cicil emas ini dibuat untuk membuat orang yang ingin berinvestasi dan ingin memiliki emas lebih mudah dengan mencicilnya setiap bulan.¹⁰³ Pembiayaan cicil emas ini dipromosikan karena kemudahan penggunaannya. Namun, pihak bank harus lebih berhati-hati saat berbicara dengan calon pelanggan pembiayaan cicil emas untuk menunjukkan manfaat dan keuntungan dari produk tersebut.

¹⁰³ bankbsi.co.id diakses pada 26 Februari 2024.

Menurut Irfan Nur Faris, selaku BOSM bahwa "*Produk di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran unggul karena menggunakan akad syariah dan tidak melibatkan riba. Untuk mendanai pembelian emas secara mencicil sendiri dengan akad murabahah yang diasosiasikan dengan rahn. Akad murabahah digunakan untuk pembayaran angsuran, sementara akad rahn digunakan sebagai tempat penyimpanan emas*".¹⁰⁴

Berdasarkan penjelasan di atas kesimpulannya ialah, pembiayaan cicil emas menggunakan akad syariah yang bebas dari riba. Peneliti mengatakan bahwa produk ini cocok dengan penerapan akad murabahah yang dihubungkan dengan akad rahn. Maka, pemanfaatan akad syariah bisa memberikan manfaat bagi layanan pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran.

2. **Harga (Price)**

Harga adalah jumlah uang yang dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh barang atau layanan dengan nilai dan manfaat yang diinginkan.¹⁰⁵ Menurut definisi Kotler dan Amstrong, harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibayarkan untuk sebuah barang atau layanan atau sejumlah uang yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau layanan tersebut.¹⁰⁶

Penetapan harga merupakan proses penentuan harga yang akan digunakan oleh perusahaan untuk menjual produknya. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran harus mempertimbangkan dengan

¹⁰⁴ Irfan Nur Fariz, *Branch Office Service Manajer*, wawancara 05 Desember 2023.

¹⁰⁵ Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis, 2014), Hal. 33-34.

¹⁰⁶ Tommy Wijaya. 2015, "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Penjualan Martabak Atet*" (*Studi Kasus Semua Konsumen Martabak Atet di Kota Palembang*). Palembang: Universitas IBA.

cermat harga produknya, karena jika harganya tidak tepat akan menyebabkan pelanggan tidak tertarik untuk membeli produk tersebut.

Lampiran Simulasi harga emas beserta cicilan tiap bulannya

BSI CICIL EMAS
PER TGL 19 Maret 2024



SIMULASI CICIL EMAS

ANGSURAN CICIL EMAS BSI										
BERAT LM	HARGA BELI EMAS*	UANG MUKA (20%)	BIAYA ADM PENGACARAN	Plafond (80%)	12 Bulan		24 Bulan		36 Bulan	
					1 Thn	2 Thn	3 Thn	4 Thn	5 Thn	
5	5.810.000	1.162.000	23.240	4.648.000	407.553	213.411	148.889	116.772	97.617	193.721
10	11.530.000	2.306.000	46.120	9.224.000	808.793	423.515	295.472	231.736	193.721	387.442
25	28.675.000	5.735.000	114.700	22.940.000	2.011.460	1.053.278	734.836	576.325	481.783	963.565
50	57.200.000	11.440.000	228.800	45.760.000	4.012.397	2.101.047	1.465.828	1.149.635	961.045	1.927.130
100	114.220.000	22.844.000	456.880	91.376.000	8.012.169	4.195.483	2.927.043	2.295.652	1.919.066	3.854.260



Hajj/Urah Berhabs Emas
ONH (Origins, Halal, Haji) Turun dengan Emas

VS

Gram Emas

Hub :
Ana (081246180984)
Dian Fitri (085876763824)
Pribadi (08112751011)
Prast (085727144265)
Irfan (08562708888)

PERSYARATAN

- Jenis emas yang dibayai logam mulia antam, perhiasan antam, lain disarantam
- Syarat dokumen KTP & NPWP untuk pembayaran > 5jt
- Pembayaran Maks. pembayaran Rp 150 juta per nasabah
- Biaya Admin 1% dari pencaraan
- Akad: Murabahah & Rahn
- Supplier Emas PT. ANTAM, GALERI 24 dan toko Emas Rekanan BSI
- Uang Muka Minimum 20%
- Anuitas Iva Oportional
- Jangka waktu angsuran 1 s.d. 5 tahun
- Usia Minimal 21 tahun, maks. 60 tahun saat jatuh tempo

Peneliti melakukan wawancara dengan BOSM Irfan Nur Faris, yang mengatakan "Pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia unggul daripada yang ditawarkan bank lain karena memiliki cicilan tetap tanpa perubahan nominal sampai lunas. Emas dihargai berdasarkan fluktuasi harga Antam harian. Harganya ditetapkan pada saat akad dengan uang muka 20% dari harga emas dan biaya materai 10.000. Namun, margin tahunan BSI KCP Semarang Manyaran adalah 15%. Selain itu, kami menggunakan tabel angsuran untuk pembiayaan cicilan emas dengan berat antara 5-100 gram dan jangka waktu 1-5 tahun. Untuk memastikan bahwa angsuran tidak membebani pelanggan, Jumlah pendanaan bisa disesuaikan dengan pendapatan bulanan pelanggan".¹⁰⁷

¹⁰⁷ Irfan Nur Fariz, *Branch Office Service Manajer*, wawancara 05 Desember 2023.

Berdasarkan penjelasan di atas, harga yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran terjangkau karena memiliki jumlah tetap hingga pembayaran penuh. Di sisi lain, pembiayaan cicil emas tidak memberatkan nasabah karena angsuran setiap bulannya disesuaikan dengan gaji nasabah. Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran memiliki keunggulan harga dibandingkan dengan bank lain.

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah strategi terbaik dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Bank melakukan promosi untuk memberikan pengetahuan tentang produk mereka serta menarik pelanggan baru. Setelah itu, promosi bertujuan untuk mengingatkan pelanggan tentang produk, mendorong mereka untuk berbelanja, dan akhirnya meningkatkan citra bank di mata pelanggan. Menurut Daryanto, promosi merupakan tahap paling akhir dari penerapan bauran pemasaran dan memiliki peran penting karena mayoritas pasar adalah pasar konsumen, dimana keputusan pembelian dipengaruhi oleh konsumen. Demi kepentingan konsumen, penulis mendorong perusahaan agar membeli atau menggunakan produk mereka guna meningkatkan penjualan, berdasarkan sumber-sumber yang telah disebutkan sebelumnya.

Menurut wawancara dengan bapak Irfan Nur Faris sebagai BOSM menyatakan “*Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran menggunakan empat sarana promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan publisitas. Sarana promosi tersebut meliputi pemasangan banner, kerja sama dengan vendor atau instansi, sosialisasi melalui booth, ghatering, seminar, penyebaran brosur, dan publisitas melalui insta story WhatsApp.*”¹⁰⁸

¹⁰⁸ Irfan Nur Fariz, *Branch Office Service Manajer*, wawancara 05 Desember 2023.

Promosi Produk Cicil Emas Melalui Gathering/Seminar



Promosi Produk Cicil Emas Melalui Instastory Whastap



Promosi Produk Cicil Emas Melalui Open Both



Promosi Produk Cicil Emas Melalui pembagian brosur



Promosi melalui pemasangan stand banner



4. Tempat (*Place*)

Kotler dan Keller menggambarkan lokasi sebagai kumpulan organisasi independen yang membuat barang atau jasa tersedia sehingga konsumen dapat menggunakan atau mengkonsumsinya. Karena lokasi bisnis berhubungan langsung dengan pembeli atau konsumen, lokasi bisnis juga disebut sebagai saluran distribusi perusahaan. Produsen mengirimkan barangnya kepada pelanggan di lokasi.¹⁰⁹

Bangunan BSI KCP Semarang Manyaran



Menurut peneliti, dalam wawancara dengan Bapak Irfan Nur Faris, yang merupakan BOSM, dinyatakan bahwa *“loyalitas nasabah tidak ditentukan oleh lokasi karena terdapat nasabah cicil emas dari Kabupaten Ungaran yang lebih memilih Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran karena hubungan baik dengan pihak marketing bank”*.¹¹⁰

¹⁰⁹ Marza Afrina, *Analisa Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin* (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta). (Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), Hal 20.

¹¹⁰ Irfan Nur Fariz, Branch Office Service Manajer, wawancara 05 Desember 2023.

Lokasi memiliki peran krusial dalam pemasaran. Pemilihan lokasi yang sesuai sangat memengaruhi penjualan produk dan layanan perusahaan, terutama perusahaan perbankan. Klien akan memiliki kemudahan berinteraksi dengan bank yang berlokasi strategis. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran berlokasi di Kalipancur, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang. Lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

- a. Kantor Bank Syariah Indonesia terletak di Jl. Untung Suropati, jalan raya yang menghubungkan Manyaran ke Tembalang maupun ke pusat kota. Tempat ini sangat strategis karena dapat diakses dengan mudah oleh banyak orang menggunakan berbagai metode transportasi.
- b. Lokasi yang strategis karena dekat dengan pemerintah kota Semarang dan perumahan masyarakat.
- c. Parkir lebar dan nyaman memudahkan pengendara mobil dan sepeda motor.
- d. Kantor Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran memiliki fisik yang bagus. Ruangnya luas dan bersih dan memiliki fasilitas modern seperti ac, cctv, dan komputerisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor tempat juga memainkan peran penting dalam menarik pelanggan untuk menyalahgunakan layanan Bank Syariah Indonesia. Tetapi menurut peneliti lokasi Bank Syariah Indonesia masih sepi karena bangunan baru yang ditempatkan di ungaran pindah ke manyaran, sehingga banyak orang masih tidak tahu ada bank syariah di daerah manyaran.

5. Orang (*People*)

Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dalam memasarkan produknya, sudah mengikuti pelatihan dan pendidikan yang sudah diberikan oleh kantor pusat BSI dengan tujuan melahirkan karyawan yang unggul dan berwawasan luas. Selain itu, karyawan di Bank Syariah

Indonesia KCP Semarang Manyaran sudah memiliki tugas masing-masing. Setiap karyawan harus menguasai semua produk yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran tujuannya yaitu agar bisa menjawab dan mampu menjelaskan kepada nasabah yang bertanya tentang produk apa saja yang dimiliki oleh Bank Syariah KCP Semarang Manyaran. Selain itu karyawan BSI harus mengedepankan budaya kerja yaitu AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif).

Menurut pembicaraan yang ditemui peneliti dengan Achmad Pribadi dalam perannya sebagai CBRM, ia menjelaskan *“Karyawan yang bekerja di perbankan harus menguasai pengetahuan tentang produk yang ada di Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran selalu melakukan rapat evaluasi khusus marketing setiap seminggu sekali yaitu di hari senin setelah morning briefing. Tujuannya untuk mengetahui seberapa jauh perkembangan Bank Syariah Indonesia memasarkan produknya dan mengetahui seberapa besar pendapatan omset yang didapatkan. Selain itu sebelum memulai pekerjaan, pada saat morning breafing semua karyawan juga melakukan sharing pendapatapan bank setiap harinya, tujuannya untuk mengetahui seberapa jauh perkembangan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Semrang Manyaran”*.¹¹¹

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa karyawan perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia harus memiliki karyawan yang bermutu dan berwawasan luas karena dengan memiliki karyawan yang bermutu dan berwawasan luas nasabah akan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh BSI.

¹¹¹ Achmad Pribadi, *Consumer Banking Retail Manager*, wawancara 06 Desember 2023.

6. Proses (Process)

Proses merupakan mekanisme atau prosedur yang di berikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran kepada calon nasabah atau nasabahnya untuk berinvestasi emas dengan cara dicicil. Proses kepemilikan emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran sangat mudah dan cepat. Nasabah yang mengajukan pembiayaan cicil emas di BSI KCP Semarang Manyaran diwajibkan untuk membawa persyaratan yang sudah ditentukan, seperti Fotocopy KTP, NPWP (apabila emas melebihi 50 gram), serta uang muka sebesar 20% dari harga emas. Kemudian karyawan akan membantu nasabah dalam pengisian formulir permohonan cicil emas.

Lampiran Formulir permohonan cicil emas

The image shows a detailed application form for a gold installment loan from Bank Syariah Indonesia (BSI). The form is titled 'Formulir Permohonan Cicil Emas' and includes the BSI logo. It is divided into several sections:

- Informasi Umum:** Includes fields for branch name, date, and a section for 'Anda memperoleh Informasi Cicil Emas PT Bank Syariah Indonesia Tbk (Bank) dari:' with checkboxes for 'Teman/Saudara/Kerabat', 'Koran', 'Seminar', 'Lainnya, sebutkan', 'Saudara', 'Brosur', and 'Kam TV/Radio'.
- Permohonan Nasabah:** Includes fields for 'Jenis Emas' (Logam Mulia, Koin Dinar, Perhiasan Antarm, berupa), 'Jumlah Item & Berat' (Total item and Total Berat in grams), and 'Angka Waktu' (1 Tahun, 2 Tahun, 3 Tahun, 4 Tahun, 5 Tahun, ... Tahun).
- Data Pribadi:** Includes fields for 'No. KTP/SIM', 'Nama Lengkap', 'Alamat (Sesuai domisili)', 'No. NIK', 'No. NISN', 'No. NISIP', 'No. NPWP', and 'No. NPWP (tidak berlaku pemohon > 50000)'. It also includes a 'DATA PANGGILAN' section with fields for 'No. KTP/SIM', 'Nama Lengkap', 'Alamat (Sesuai domisili)', 'No. NIK', 'No. NISN', and 'No. NISIP'.
- Data Pekerjaan / Usaha:** Includes fields for 'Data Pekerjaan' (No. Negeri, No. Swasta, Profesional, Maksimal) and 'Data Pengangan' (No. Negeri, No. Swasta, Profesional, Maksimal). It also includes fields for 'Pencapaian', 'Bidang Usaha', 'Jabatan', 'Lama Bekerja', 'Alamat Kantor', 'Alamat Rumah', 'Telepon', 'Gaji Bersih Per Bulan', and 'Total Penghasilan Bersih Income'.
- Kondisi dan Keterangan Lainnya (optional):** Includes a section for 'Apakah Bapak/Ibu bersedia untuk diumumkan dalam akun media sosial dan digunakan sebagai promosi tambahan?' and 'Nasabah bersedia pada report dan laporan (jika source)'. It also includes a section for 'Kondisi dan Keterangan Lainnya (jika ada)'.
- Other sections:** Includes 'Klasifikasi New Customer (MTC) & Anti Money Laundering (AML)', 'Disclosure', and a 'Daftar PT Bank Syariah Indonesia Tbk' section.

Menurut wawancara peneliti dengan bapak Achmad Pribadi sebagai CBRM, "Proses yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran sangat mudah dan cepat. Bagi nasabah yang sudah

*memiliki rekening atau buku tabungan biasanya langsung kami bantu proses, jika nasabah baru maka akan saya bantu dalam pembukaan rekening terlebih dahulu. Kemudian nasabah cukup membawa berkas syarat yg sudah di tentukan seperti fotocopy KTP, fotocopy NPWP (apabila diatas nominal 50 juta), MATERAI (bisa juga uang 10.000 jika tidak membawa materai karna bank juga menyediakan materai), serta membayar uang muka sesuai nominal yang sudah tertera”.*¹¹²

Hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa pembiayaan cicil emas mudah dan cepat jika klien memenuhi persyaratan. Peneliti sepakat bahwa proses pembiayaan mencicil emas di Bank Syariah Indonesia praktis dan cepat karena nasabah hanya perlu menyerahkan fotokopi KTP dan membayar uang muka sesuai ketentuan untuk bisa mulai mencicil emas sesuai keinginan. Prosesnya juga berjalan dengan cepat, tidak butuh waktu lama setelah nasabah dan bank menyetujui harga dan jangka waktu yang telah disepakati. Setelah perjanjian dibuat, bank dan nasabah akan melaksanakan transaksi. Setelah proses perjanjian, bank akan menghubungi perusahaan PT.

7. Bukti Fisik (*Physicial Edvidence*)

Bukti fisik dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam pembelian atau penggunaan produk yang ditawarkan. Bukti fisik yang dapat dilihat oleh nasabah BSI KCP Semarang Manyaran saat bertransaksi atau menggunakan fasilitas lain. BSI KCP Semarang Manyaran memberikan layanan fasilitasi terbaik kepada nasabahnya yang akan melakukan transaksi diantaranya ruang tunggu yang nyaman, nomor antrian nasabah, mushollah, tempat parkir, kamar mandi. Kemudian bukti fisik yang dapat dilihat oleh nasabah cicil emas yaitu Surat Bukti Kepemilikan Emas (SBKE). Nasabah yang telah melakukan pembiayaan cicil emas akan

¹¹² Achmad Pribadi, *Consumer Banking Retail Manager*, wawancara 06 Desember 2023.

mendapatkan SBKE, didalam SBKE tercantuk bukti transaksi kepemilikan emas.

Lampiran Surat Bukti Kepemilikan Cicil Emas

Menurut pembicaraan yang dilakukan oleh peneliti dengan Achmad Pribadi, yang menjabat sebagai CBRM, menjelaskan “*Nasabah yang melakukan pengajuan cicil emas di Bank Syariah biasanya akan mendapatkan bukti fisik berupa surat kepemilikan. Surat ini diberikan bank untuk nasabah yang melakukan pembelian produk cicil emas. Selain itu surat ini juga akan digunakan nasabah pada waktu pengambilan emas yang sudah lunas. Oleh karena itu nasabah harus menyimpan surat ini dengan aman*”.¹¹³

Menurut hasil wawancara peneliti dengan informan, mereka setuju bahwa surat bukti kepemilikan emas yang diberikan bank kepada nasabah

¹¹³ Achmad Pribadi, *Consumer Banking Retail Manager*, wawancara 06 Desember 2023.

sebagai bukti fisik bahwa nasabah tersebut melakukan pembelian produk cicil emas di Bank Syariah. Selain itu surat ini juga diperlukan nasabah untuk pengambilan barang kepemilikan yang sudah lunas.

B. Faktor Faktor Penghambat Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pembiayaan Cicil Emas Di BSI KCP Semarang Manyaran.

Penggunaan pemasaran yang efektif dan efisien akan memberikan dampak positif bagi perusahaan dengan hasil yang menguntungkan. Ini karena pemasaran merupakan strategi yang dirancang perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan tujuan mencapai kepuasan pelanggan yang optimal. Namun, ketika melakukan pemasaran, perusahaan akan selalu mengalami rintangan dalam mengedarkan produk mereka. Permasalahan yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran mencakup sebagai berikut:

1. Pemasaran Melalui Media Sosial Belum Efektif

Pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran melalui media sosial masih kurang efektif menurut hasil wawancara dengan Dhenny Yulianto, selaku Branch Manager. *“Salah satu hambatannya adalah minimnya promosi produk pembiayaan cicil emas di media sosial. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran memaksimalkan promosi melalui sosialisasi dan penjualan langsung untuk menarik nasabah produk cicil emas dengan mengadakan stand both, seminar atau gathering, ataupun mendatangi rumah nasabah dan calon nasabah. Sasaran produk pembiayaan adalah masyarakat yang berusia 21 dan sudah mempunyai pekerjaan tetap. Pemasaran pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran harus dilakukan secara berkelanjutan dan intensif oleh staf pemasaran. Hal ini dilakukan untuk memberi tahu masyarakat, terutama remaja, tentang produk pembiayaan cicil emas mulai dari proses akad, mekanisme yang*

*digunakan, kelebihan yang dimiliki, serta manfaat yang didapat dari pendanaan berdasarkan prinsip syariah dibandingkan dengan sistem bunga”.*¹¹⁴

Menurut hasil wawancara peneliti dengan informan, disimpulkan bahwa hambatan saat mempromosikan produk pembiayaan cicil emas tidak efektif karena strategi periklanan yang digunakan. Metode yang diterapkan melalui personal selling adalah dengan menawarkan produk secara langsung oleh karyawan pemasaran kepada pelanggan atau calon pelanggan. Kondisi ini mengakibatkan kurangnya pengetahuan nasabah tentang lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dikarenakan minimnya kunjungan nasabah ke bank.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi Bank Syariah Indonesia akan lebih efektif apabila dilakukan secara langsung dengan mengunjungi rumah nasabah, melakukan sosialisasi dengan masyarakat, atau bekerja sama dengan instansi yang bermitra dengan BSI KCP Semarang Manyaran. Pada sisi lain, penggunaan media sosial tidak begitu efektif karena kurangnya pemahaman masyarakat dalam menggunakannya. Maka, BSI KCP Semarang Manyaran perlu fokus untuk meningkatkan penjualan pembiayaan cicil emas secara langsung.

2. Tingginya Persaingan

Banyaknya bank konvensional beroperasi disekitar Manyaran disebabkan oleh letak Bank Syariah Indonesia di Kota Semarang. Dikarenakan daerah tersebut memiliki populasi yang padat, maka kesempatan bisnis perbankan di sana adalah sangat baik. Itu adalah alasan mengapa bank-bank bersaing ketat untuk menarik minat masyarakat di sekitarnya. Berdasarkan hasil survey yang saya amati strategi promosi yang dilakukan bank konvensional sangat menarik seperti menggelar event acara pameran didepan bank serta melakukan penempelan banner

¹¹⁴ Denny Yulianto, *Branch Manager*, wawancara 12 Desember 2023.

mmt dipingggi jalan raya. Selain itu masyarakat juga lebih dulu mengenal produk cicil emas dari kompetitor yang lebih dulu dan sudah lebih dikenal dimasyarakat seperti pegadaian. Karena selain untuk cicil emas, pegadaian juga melayani gadai emas dan pembelian emas secara cash juga.

Menurut peneliti yang mewawancarai bapak Dhenny Yulianto, Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran, *“Tingginya persaingan di lembaga perbankan disebabkan karena terdapat reputasi instansi bank tersendiri yang telah dikenal luas di masyarakat. Perusahaan lembaga perbankan yang bersaing dengan BSI KCP Semarang Manyaran yang lebih dikenal dan akrab dengan BSI dikalangan masyarakat mencakup Bank Mandiri, BRI, BNI, dan Pegadaian.”*¹¹⁵

Menurut informan yang diwawancarai, kesulitan yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dalam memasarkan produk cicil emas disebabkan oleh tingginya jumlah pesaing di wilayah tersebut. Hal ini membuat bank saling bersaing untuk menarik minat masyarakat disekitarnya agar melakukan pembelian produk cicil emas. Tiap bank punya strategi sendiri untuk menambah jumlah pendapatan ataupun penghasilan. Bank juga bersaing dalam memberikan kepuasan kepada calon serta nasabah yang sudah ada.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia menggunakan strategi promosi yang lebih efektif dengan meningkatkan kerja sama dengan berbagai instansi untuk sosialisasi di kantor mereka. Dengan demikian, produk pembiayaan cicil emas dari BSI KCP Semarang Manyaran mampu bersaing dengan produk serupa dari bank lain yang telah ada sejak lama.

¹¹⁵ Denny Yulianto, *Branch Manager*, wawancara 12 Desember 2023.

3. Tidak Adanya Staff Marketing Khusus Cicil Emas

Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran pada saat belum memiliki staff marketing khusus yang mempromosikan produk pembiayaan cicil emas. Karena itu pendapatan yang didapatkan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran kurang stabil dan maksimal dan diakhir tahun mengalami penurunan drastic. Dengan tidak adanya karyawan khusus yang mempromosikan terhadap pembiayaan cicil emas juga sangat mempengaruhi pendapatan dan mempengaruhi target yang ditetapkan setiap bulannya.

Menurut hasil wawancara peneliti dengan bapak Dhenny Yulianto, yang menjabat sebagai Branch Manager, dijelaskan bahwa *“Pemasaran terhadap produk cicil emas menurun di akhir tahun salah satunya disebabkan karna tidak terdapat karyawan khusus dibagian marketing cicil emas. Karna selama ini penjualan penawaran produk cicil emas dilakukan oleh semua karyawan. Karna di akhir tahun karyawan terutama bagian marketing mereka focus terhadap pemasaran produk bagian mereka sendiri. Sehingga untuk pemasaran produk cicil emas tidak difokuskan yang mengakibatkan pendapatan produk cicil emas mengalami penurunan diakhir tahun. Selain itu produk cicil emas juga mempunyai nilai target di angka 150 setiap bulannya. Dilihat dari pencapaian selama 1 tahun ini, BSI KCP Semarang Manyaran baru memenuhi target sekali dibulan November”*.¹¹⁶

Survey yang dilakukan oleh peneliti dengan informan menyimpulkan bahwa kendala yang dihadapi karena tidak adanya *staff marketing* khusus yang memasarkan produk cicil emas. Sehingga berpengaruh terhadap pendapatan profit penjualan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran. Hal ini juga berakibat kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai keberadaan layanan

¹¹⁶ Denny Yulianto, *Branch Manager*, wawancara 12 Desember 2023.

pembiayaan cicilan emas di BSI KCP Semarang Manyaran yang disebabkan tidak adanya karyawan yang diberikan informasi dikalangan masyarakat mengenai produk cicil emas.

4. Produk Tidak Diunggulkan

Produk pembiayaan cicil emas tidak difokuskan di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran karena tidak ingin memberatkan nasabah dengan memaksa mereka menggunakan produk cicil emas. Selain itu produk tidak diunggulkan karna tidak adanya marketing khusus yang memasarkan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Dhenny Yulianto selaku Branch Manager menjelaskan *“Kami tidak terlalu memaksakan dalam menjual produk pembiayaan cicil emas karena tidak ingin memberatkan nasabah pembiayaan cicil emas. Biasanya untuk nasabah yang mengajukan cicil emas kami lihat dari penghasilan tiap bulannya untuk melihat seberapa besar kemampuannya dalam membayar cicilan tersebut. Sedangkan untuk hasil akhir bagi kami keputusan akhir tetap ada pada nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan ini tanpa tekanan dari pihak kami. Karyawan kami hanya bertindak sebagai perantara jika nasabah memilih untuk melakukan pembiayaan cicil emas.”*¹¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan menyimpulkan bahwa tidak adanya pemaksaan dalam pengambilan pembiayaan cicil emas di BSI KCP Semarang Manyaran dengan nasabah yang memenuhi kriteria pembiayaan cicil emas. Oleh sebab itu, BSI KCP Semarang Manyaran memaksimalkan dalam menjualkan produk dengan kerja sama dengan instansi, sosialisasi di perkumpulan atau melakukan seminar maupun ghatering, melakukan

¹¹⁷ Denny Yulianto, *Branch Manager*, wawancara 12 Desember 2023.

open boat dan kunjungan kerumah nasabah.

Menurut informasi yang didapat dari wawancara dengan bapak Dhenny Yulianto yang menjabat sebagai Branch Manager, Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran *“Dalam mengatasi kendala untuk menarik nasabah menggunakan produk cicil emas di BSI KCP Semarang Manyaran yaitu dengan cara memaksimalkan promosi melalui sosialisasi dan penjualan langsung seperti mengadakan sosialisasi, seminar, ghatering maupun open boat, selain itu juga mendatangi dirumah nasabah dan calon nasabah. Sasaran produk pembiayaan adalah masyarakat yang berusia mulai 21 tahun dan sudah memiliki pekerjaan tetap. Oleh karena itu, pemasaran pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran harus terus dilakukan dengan intensitas tinggi oleh tim marketing. Tujuannya agar pengetahuan masyarakat tentang produk ini semakin meningkat, mulai dari proses akad hingga keunggulan dan manfaatnya dibandingkan dengan pembiayaan konvensional yang menggunakan sistem bunga. Maka dipicu dan didorong masyarakat untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran. Pada setiap tiga bulan, pegawai dinilai melalui tes pengetahuan produk, analisis pasar, dan faktor-faktor lain agar dapat memasarkan produk dengan lebih efektif”*.¹¹⁸

Menurut hasil wawancara peneliti dengan informan, kendala yang dihadapi oleh pegawai Bank Syariah Indonesia adalah minimnya pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya investasi emas. Sehingga Karyawan harus terus-menerus menjelaskan tentang pembiayaan cicil emas supaya masyarakat memahami lebih lanjut.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan jika dilihat pada bulan desember pendapatan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran mengalami penurunan dari bulan sebelumnya. Hal

¹¹⁸ Denny Yulianto, *Branch Manager*, wawancara 12 Desember 2023.

tersebut dikarenakan produk tersebut tidak diunggulkan dan tidak adanya karyawan yang memasarkan khusus produk cicil emas. Selain itu banyaknya pesaing yang memang lebih dahulu terjun dalam pembiayaan cicil emas yang menyebabkan pencapaian Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran mengalami penurunan. Adapun evaluasi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dengan melihat jumlah pencairan dengan target pada setiap bulannya. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran memiliki target produk pembiayaan cicil emas setiap bulannya 150 gram setiap bulannya. Jika kinerjanya belum sesuai dengan target. Perusahaan akan melakukan evaluasi setiap tiga bulan dengan menguji pengetahuan produk, menganalisis pasar, dan menyesuaikan faktor-faktor lain untuk meningkatkan pemasaran produk. Hal tersebut dilakukan agar dapat mematangkan lagi mengenai strategi pemasarannya sehingga produk pembiayaan cicil emas dapat dijual dengan maksimal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dan Pembahasan Analisis Strategi Pemasaran Prodk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran, Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk cicil emas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran menggunakan bauran pemasaran 7P:
 - a. Product
Pembiayaan cicil emas merupakan produk pembelian emas yang pembayarannya dilakukan dengan dicicil. Tujuannya yaitu untuk memudahkan Masyarakat memiliki emas, selain itu produk ini juga dapat membantu Masyarakat dalam berinvestasi dimasa mendatang.
 - b. Price
Untuk harga emas ditentukan dengan cara mengikuti harga antam. Karena perubahan harga yang terus berubah setiap harinya.
 - c. Promotion
Untuk promosi yang dilakukan BSI KCP Semarang Manyaran antara lain: periklanan(advertising) melalui pemasangan baner, promosi penjualan (sales promotion) melalui Kerjasama dengan vendor atau instansi, sosialisasi, open both serta melakukan ghatering atau seminar. Penjualan pribadi (personal selling) melalui penyebaran brosur dan (publisitas) melalui instastory whatsapp.
 - d. Place
Untuk Lokasi BSI KCP Semarang Manyaran memiliki tempat yang strategis, parkir luas, bentuk fisik atau bangunan kantor bagus dengan ruangan yang dilengkapi dengan fasilitas yang modern.

e. People

Karyawan BSI KCP Semarang Manyaran memiliki wawasan yang luas serta menguasai produk produk BSI salah satunya produk cicil emas yang akan dipromosikan kepada Masyarakat.

f. Process

Proses yang dilakukan di BSI KCP Semarang Manyaran sangat mudah dan cepat. Nasabah yang mengajukan cicil emas harus memenuhi syarat dan membawa persyaratan yang sudah ditentukan seperti fotocopy KTP dan membayar uang muka sebesar 20% sesuai harga emas yang dibeli.

g. Physical Evidnce

Nasabah yang mengajukan pembiayaan cicil emas di BSI KCP Semarang Manyaran akan diberikan bukti fisik berupa SBKE (surat bukti kepemilikan emas) sebagai bukti syarat pengambilan emas ketika emas sudah dilunasi.

Dengan strategi pemasaran tersebut dapat dilihat bahwa pendapatan yang diperoleh Bank Syariah Indonesia masih belum memenuhi target disetiap bulannya dan mengalami penurunan di akhir tahun pada bulan desember, dimana target produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran berjumlah 150 gram setiap bulannya. maka dari itu untuk kedepannya strategi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia harus Lebih kreatif dan inovatif dengan menggunakan pembaharuan yang lebih menarik dikalangan masyarakat.

2. Kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dalam memasarkan produk pembiayaan cicil emas seperti : Pemasaran melalui media sosial belum efektif, Tingginya persaingan, Tidak adanya staff marketing, serta produk yang tidak diunggulkan mengakibatkan pendapatan yang diperoleh Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran tidak stabil dan tidak memenuhi target. Hal ini yang

menyebabkan pendapatan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Mnayaran mengalami penurunan diakhir tahun. Sehingga untuk kedepanya Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran untuk melakukan pembaharuan terhadap promosi penjualan, menambah karyawan, serta mengunggulkan produk cicil emas agar lebih diketahui oleh masyarakat.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia, perlunya melakukan peningkatan kreativitas terhadap strategi pemasaran terutama terhadap strategi pemasaran media sosial yang lebih efektif, Seperti: memasang iklan atau membuat konten video yang menarik disosial media, antara lain: Facebook, Instagram, Website, Tiktok maupun media sosial lainnya. Menambah karyawan marketing khususnya dibagian produk cicil emas. Serta produk cicil emas lebih diunggulkan dan diprioritaskan. Jika dilihat dari pendapatan produk cicil emas yang menurun, maka penelitian saya ini bisa menjadi suatu bahan pertimbangan untuk pemberian masukan pembiayaan cicil emas dimasa yang akan datang.
2. Bagi UIN Walisongo Semarang diharapkan berguna sebagai bahan keilmuan pengetahuan, partisipasi, dan dukungan untuk berkontribusi mengembangkan produk pembiayaan syariah.
3. Untuk penelitian selanjutnya, agar dapat meneruskan kembali penelitian ini diwaktu yang akan mendatang agar mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia dan perkembangannya dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Adeyani, Ika. Tuti Anggraini. 2021. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat,". *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, Vol. 3.
- Afrina, Marza. 2017. *Analisa Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)*. Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Afrina, Marza. 2017. *Analisis Pengaruh Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Agneza, Sherlie. Jalaludin. Rinawati Rinawati. 2022. "Praktek Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Dalam Perspektif Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000,". *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)* 2, No. 1.
- Agneza, Sherlie. Jalaludin. Rinawati Rinawati. 2022. "Praktek Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia Dalam Perspektif Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000,". *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)* 2, No. 1.
- Agneza, Sherlie. Jalaludin. Rinawati. 2020. " *Strategi Pemasaran Bsi Kcp Bertais Mandalika Dalam Menghimpun Dana Pihak Ketiga Melalui Produk Tabungan Pendidikan Akad Mudharabah Mutlaqah*". Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram.
- Agustin, Hamdi. Armis. 2022. "Sejarah Praktek Perbankan Syariah,". *Jurnal Tabarru : Islamic Banking and Finance* 5, No.1.
- Ahsanah, Dina Nudia. 2020. "Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang,". *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 8, No.1.

- Akmal Afifah, Lula. et all. 2023. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di BankSyari'ah Indonesia: Studi Kasus Bank Syari'ah Indonesia KCP Sudirman.", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 4.
- Anggraini, Anisa Nur. Et All. "Analisis Manajemen Risiko Pembiayaan Gadai Emas Di BSI KCP Sleman 1 Yogyakarta". *Jurnal of Islamic Economics and Business*.
- Arif, Al. M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Asiyah, Binti Nur. 2015. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia,.
- Assauri, Sofian. 2013. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Basir, Muhammad. et all. "Analisis Pembiayaan Produktif Terhadap Jumlah Nasabah Pada Koperasi Karyawan Samudera Tonasa Lines Kabupaten Pangkep, ". *Pay Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 3, No. 1.
- Chandra, Venna Dwi. Wildan Khisbullah Suhma. 2024. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Purwoharjo.", *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2.
- Damayanti, Riski. 2022. *Pengaruh Sharia Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Tabungan Haji Bank Sulselbar Sinjai*. Sinjai: Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.
- Dwinanda, Giri. Yuswari Nur. 2020. "Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar, " *Jurnal Mirai Management* 6.
- Fauziah, Nurul. 2006. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Fitrianingsih, Defita. Sisca Damayanti. Olivia Susiyati. 2023. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Payroll Melakukan Take Over Dengan Produk Mitraguna Berkah, ". *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3, No. 2.

- Halimah, Nur. Kurniawati Kurniawati. Ely Mansur. 2023. "Penerapan Akad Murabahah Pada Pembiayaan Griya Takeover (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia KCP Kuta)," *Jurnal Nirta : Studi Inovasi* 3, No. 1.
- Hamid, Lutfi. 2003. *Dampak Ekonomi Syariah*. Jakarta: Penerbit Sinayanabadi.
- Hana, Kharis Fadlullah. Yoga Raunaqa. 2022. "Peran Komite Pembiayaan Dalam Menangani Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah Indonesia," *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 6, No. 1.
- Hasibuan, Reni Ria Armayani. 2022. "Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kcp Indrapura," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2.
- Hermawan, Agus. 2012 *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hermawan, Fajar Tri. 2020. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi". Jakarta: SekolahTinggi Ilmu Ekonomi.
- Hernita, Resmi. 2023. "Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia", Curup: Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Hidayah, Nur. 2022. The Effect Of Current Account And Savings Funds On Musyarakah Financing At Sharia Banks Indonesia Kcp Muara Bulian Year 2017-2019." *Jurnal Margin*, vol. 2.
- İrfan, Azur Juliandi ve. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung Sitaposttaka Media Perentis.
- Judijanto, Loso. et al. 2024. "Impact of Financial Technology (Fintech) Innovation on Traditional Banking and Finance Business Models Dampak Inovasi Finansial Teknologi (Fintech) Terhadap Model Bisnis Perbankan Dan Keuangan Tradisional," *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, vol. 5.
- Karim, Adiwarmarman. 2014. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Cetakan 2 Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Cetakan 4 Jakarta: Kencana.

- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Kereh. Feibe. 2018. “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penuualan Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha SAM Ratulangi,” *Jurnal EMBA* 6.
- Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, 13 Jilid 1 Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler. Philip. 1996. *Marketing Manajemen: Analisis, Planning, Implementasi dan Kontrol*, Terj. Hendra Teguh. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Arief Rakhman. 2014. *Total Marketing*. Yogyakarta: Kobis
- Laksmiana, Yusak. 2009. *Account Officer Bank Syariah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Maimun, Maimun. Dara Tzahira. 2022. “Prinsip Dasar Perbankan Syariah,”. *Al-Hiwalah : Journal Syariah Economic Law* 1, No. 2.
- Muin, Abd. Miftahul Agniah. 2022. “Sistem Dan Prosedur Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jatibarang” No. 2.
- Mujahidin, Akhmad. 2016. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mustarin, Basyirah. 2020. “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia,”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4.
- Musyawah, Irdha Yanti. Desi Idayanti. 2022. “Perencanaan Pemasaran Cetak,”. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1.
- Nainggolan, Basaria. 2016. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasution, Surayya Fadhilah. 2021. “Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Indonesia,”. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. VI, No. 1.
- Natalina, Sri Anugerah. Arif Zunaidi. 2021. “Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah,”. *wadiah* 5, No.1.
- Noviana, Dewi. 2023. “Strategi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Pare Supratman”, Ponorogo: Institute Agama Islam Negeri Ponorogo.

- Nuraini, Rita. Et All. 2022. "How to Cite: Strategi Komunikasi Kartu Kredit Bsi Hasanah Card Pt Bank Syariah Indonesia Tbk Era Kenormalan Baru Pandemi Global". *Jurnal Ekonomi*, No. 11.
- Nurjadidah, Ai Siti. et all. 2020. *Implementasi Akad Murabahah dan Rahn Pada Produk cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Subang*, Vol. 4 No. 2.
- Octavia, Ria. 2020. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK INDEX LAMPUNG," Al-madani: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Madani Bandar Lampung. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Madani Bandar Lampung Jl Kavling Raya, Jl Pramuka, and Kota Bandar Lampung.
- Ouija, Papan Tommy. 2015. "Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Penjualan Malta Bak Art (sampel seluruh konsumen Malta Bak Art di kota Palembang)", Palembang: Universitas IBA.
- Putri, Raihan. Fitri Yanti. 2020. "Implementasi Akad Murabahah Dan Permasalahannya Dalam Perbankan Syariah". *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 15.
- Ramadhan, Denny. et all. 2020. "Strategi Pemasaran Digital Produk Cicil Emas Pada Bank BSI KCP Semarang Banyumanik," Walisongo: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Ramdhani, Dadan. Et All. 2019. *Ekonomi Islam Akuntansi Dan Perbankan Syariah (Folosofis Dan Praktis Di Indonesia Dan Dunia)*. Jawa Tengah: Cv.Markumi.
- Rangkuti, Freddy. 2023. *Teknik Analisis SWOT Analisis Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramidia Pusta Kautama.
- Revita. 2024. "Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Medan Krakatau", *Jurnal Maisyatuna* 5.

- Roficoh, Et All. 2018. Kepatuhan Syariah Akad Murabahah Dalam Konsep Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Di Indonesia.”. At-Taahdzib: *Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 6, No. 2.
- Sakinah, Meira Nur. 2023. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Mengajukan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Sendang Kabupaten Jepara)”. Walisongo: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Salsabilaet, Tiara Shalihah. Et All. 2023. “Analisis Penerapan Sistem Bagi Hasil Pada Deposito Mudharabah Bank BSI”. KK Jakarta UHAMKA.
- Simatupang, Bachtiar. 2019. “Peranan Perbankan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia, ”. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, vol. 6.
- Sofia, Evi. Agung Wicaksono. 2020. “Mengembangkan Strategi Pemasaran Yang Sukses Untuk Click Cafe,” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 1.
- Sofjan, Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suba, Jembatan Joko. 2011. *Metode-metode ini diperiksa dari perspektif teoretis dan praktis*. Rekaman : Renika SEPTA.
- Sudrajat, Anton. 2017. “Pengaruh Pembiayaan Produktif Dan Konsumtif Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2013-2017,” *JURNAL BISNIS*, Vol 5.
- Sudrajat, Anton. 2017. “Pengaruh Pembiayaan Produktif Dan Konsumtif Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2013-2017,” *BISNIS*, Vol. 5.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: AlfabetaCV.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AlfabetaCV.

- Sulistiyaningsih, Nur. et all. 2021. “Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional”. *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. VI.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supriyadi, Ahmad. et all. 2017. “Penerapan Berbagi Keuntungan Dan Kerugian Dalam Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Indonesia,”. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, Vol. IV.
- Susilo, Edi. 2017. *Analisis Pembiayaan dan Resiko Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Triana, Anisa Putri. Emenda Sembiring. 2019. “Performance Evaluation And Sustainability Of Waste Bank Program As One Of The Approaches In Waste Management With 3r Concept,” *Jurnal Teknik Lingkungan*, Vol. 25.
- Uin, Ahmad Rijali. Antasari Banjarmasin. 2018. “Analisis Data Kualitatif,” *Jurnal ekonomi dan bisnis*, Vol. 1.
- Umam, Ahmad Khotibul. Hidayatul Gofur. 2023. “Mekanisme Produk Tabungan Mabrur Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Jatibarang,”. *Journal of Sharia, Economic*, 2, No. 1.
- Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Usanti, Trisadini P. Abd. Shomad. 2015. *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wangawidjaja, A, Z. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Wangawidjaja, A, Z. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Tommy. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Penjualan Martabak Atet” (*Studi Kasus Semua Konsumen Martabak Atet di Kota Palembang*). Palembang: Universitas IBA.

- Wijaya, Tommy. 2015. *Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Penjualan Martabak Atet (Studi Kasus Semua Konsumen Martabak Atet di Kota Palembang)*. Palembang: Universitas IBA.
- Wijayanti, Riska. Septiana Na'afi. 2022. "Dampak dan Upaya Perlindungan Hukum Bagi Stakeholder Akibat Kegiatan Merger Bank Syariah di Indonesia". *Jurnal Study Ekonomi* 6, No. 2.
- Wulandari, Ririn. Fikri Aulawi Rusmahafi. 2020. *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Sleman: Yogyakarta.
- Yaqin, Ahmad Ainul. 2019. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3.
- Yogin, Gilar Avi. Gusril Basir. 2023. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syaariah Indonesia KCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya", *Jurnal Ekonomi Utama* 2.
- Yuningrum, Heny. Muyassarah, Risma Dewi Astuti. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Kendal)" *Jurnal Keuangan dan Perbankan Islam* 2, No. 2.
- Zulfirman, Medan Rony. et all. 2022. "Implemetasi Metode Outdoor Learning Dalam," *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*.

LAMPIRAN

Lampiran 1



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 3973/Un.10.5/D1/PG.00.00/11/2023
Sifat : Biasa
Lamp. :-
Hal : Permohonan Ijin Pra Riset / Penelitian

06 November 2023

Yth :

Pimpinan Bank BSI Kcp Semarang Manyaran.
di tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin pra riset kepada :

Nama : ANGELINA PUTRI MAULANI
Nim : 2005036007
Semester : VII
Jurusan / Prodi : S1 PERBANKAN SYARIAH
Alamat : Demak, Ds. Kedunguter Rt/Rw:03/02, Kec. Karang Tengah, Kab. Demak.
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP SEMARANG MANYARAN.
Waktu Penelitian : Selasa, 07 November 2023.
Lokasi Penelitian : Jl. Untung Suropati No.452, Kalipancur, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang.

Demikian surat permohonan pra riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Lampiran 2

Draft Pertanyaan Untuk Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam penerapan bauran pemasaran agar produk pembiayaan cicil emas dapat mencapai target setiap bulannya?
2. Apa Keunggulan yang dimiliki produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran jika dibandingkan dengan produk pembiayaan cicil emas dari lembaga keuangan lain?
3. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran menerapkan akad apa dalam pelaksanaan produk pembiayaan cicil emas?
4. Apa saja kelebihan atau kekuatan yang dimiliki produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran jika dibandingkan dengan produk pembiayaan cicil emas dari lembaga keuangan lain?
5. Apakah lokasi dapat mempengaruhi pendapatan profit penjualan terhadap pemasaran produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran?
6. Promosi seperti apa yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dalam memperkenalkan produk cicil emas di masyarakat?
7. Bagaimana mekanisme pencairan pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran?
8. Adakah kendala dan permasalahan dalam memasarkan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran?
9. Berapa target pencapaian pada produk cicil emas setiap bulannya di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran?
10. Apa saja peluang yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Manyaran dalam memasarkan produk pembiayaan cicil emas?
11. Bagaimana cara menanggulangi (evaluasi kinerja) jika tidak mencapai target setiap bulannya?

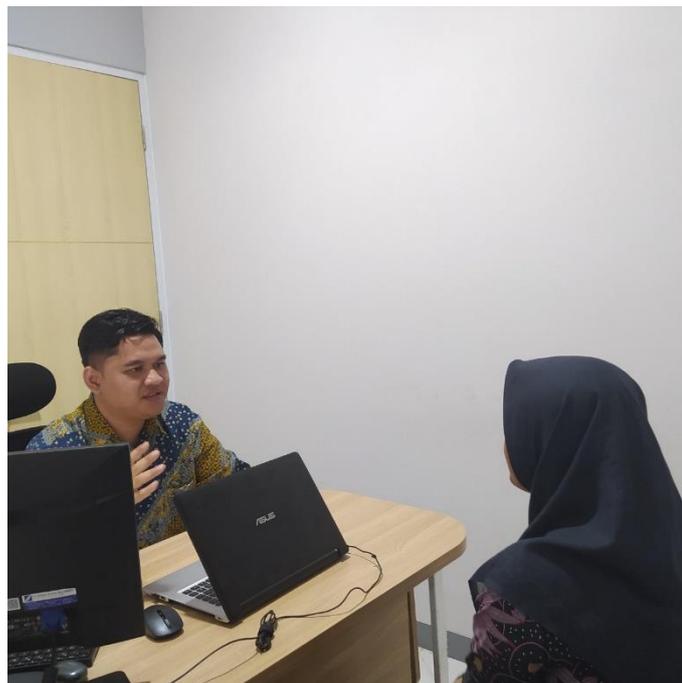
Lampiran 3

Dokumentasi Kegiatan Wawancara

Wawancara Branch Manager



Wawancara Branch office Service Manajer



Wawancara Consumer Banking Retail Manager



Wawancara marketing



Brosur Cicil Emas



Simulasi cicil emas

BSI CICIL EMAS

PER TGL 19 Maret 2024

SIMULASI CICIL EMAS

ANGSURAN CICIL EMAS BSI									
BERAT LM	HARGA BELI EMAS*	UANG MUKA (20%)	BIAYA ADM PENCAIRAN	Plafond (80%)	12 Bulan	24 Bulan	36 Bulan	48 Bulan	60 Bulan
					1 Thn	2 Thn	3 Thn	4 Thn	5 Thn
5	5.810.000	1.162.000	23.240	4.648.000	407.553	213.411	148.889	116.772	97.617
10	11.530.000	2.306.000	46.120	9.224.000	808.793	423.515	295.472	231.736	193.721
25	28.675.000	5.735.000	114.700	22.940.000	2.011.460	1.053.278	734.836	576.325	481.783
50	57.200.000	11.440.000	228.800	45.760.000	4.012.397	2.101.047	1.465.828	1.149.635	961.045
100	114.220.000	22.844.000	456.880	91.376.000	8.012.169	4.195.483	2.927.043	2.295.652	1.919.066

Haji/Umrah Berbasis Emas
ONH (Ongkos Naik Haji) Turun dengan Emas

VS

Gram Emas

Tahun: 100, 200, 300, 400, 500
ONH: 100, 200, 300, 400, 500
Gram Emas: 10, 20, 30, 40, 50

*Rp. 1.000.000 per gram

PERSYARATAN

- Jenis emas yang dibayar logam mulia standar, perhiasan antam, koin dinar/antam
- Pembayaran Muka, pembayaran Rp 150 juta per nasabah
- Akad: Murabahah & Rahn
- Uang Muka Minimum 20%
- Jangka waktu angsuran 1 s.d. 5 tahun
- Syarat dokumen KTP & NPWP untuk pembayaran > 50jt
- Biaya Admin 1% dari pencairan
- Supplier Emas PT. ANIAM, GALENI 24 dan Toko Emas Rekanan BSI
- Asuransi Reas Opsional
- Usia Minimal 21 tahun, maks. 60 tahun saat jatuh tempo

Hub :

Ana (081246180984)
Dian Fitri (085876763824)
Pribadi (08112751011)
Prast (085727144265)
Irfan (08562708888)

Data Pencapaian Cicil Emas Tahun 2023

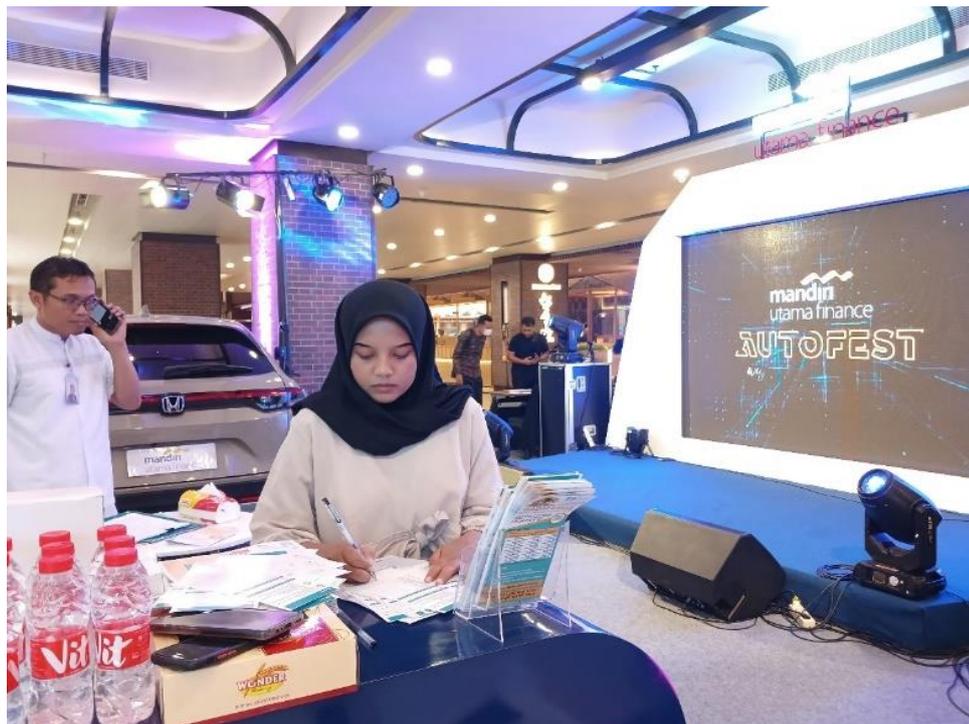
**Total Emas dan Nasabah Pembiayaan Cicil Emas
BSI KCP Semarang Manyaran
Per-Desember Tahun 2023**

Bulan	Jumlah Nasabah	Total Emas
Desember 2022	-	-
Januari 2023	-	-
Februari 2023	-	-
Maret 2023	18	125
April 2023	23	175
Mei 2023	4	40
Juni 2023	20	100
Juli 2023	18	110
Agustus 2023	17	100
September 2023	19	130
Oktober 2023	10	60
November 2023	8	490
Desember 2023	6	85
TOTAL	133	1365

Seminar / Gathering Produk Cicil Emas



Open Booth Pemasaran Produk BSI (Cicil Emas)



Penyebaran Brosur Produk BSI (Cicil Emas)



Promosi melalui instastory whatsapp

Pak Irfan BSI
09.20

BANK SYARIAH INDONESIA
SEMARANG MANYARAN

CICIL EMAS
SIMULASI 15 March 2024

HARGA EMAS	DANA DI AWAL	1 th	2 th	3 th	4 th	5 th
5 gr	5.785.000	1.190.140	405.799	212.492	148.248	116.270
10 gr	11.480.000	2.351.920	805.285	421.679	294.191	230.731
25 gr	28.550.000	5.834.200	2.002.691	1.048.687	731.533	573.812
50 gr	56.950.000	11.627.800	3.994.861	2.091.864	1.450.421	1.144.610
100 gr	113.720.000	23.208.880	7.977.095	4.177.117	2.914.230	2.283.602

Ana (081246180984) Syarat:
 Dian Fitri (085876763824) -KTP
 Prihadi (08112751011) -NPWP
 Priest (085727144265)
 Irfan (0596270888)

BSI Semarang Manyaran
 Jl. Untung Suropati No. 452 Kota Semarang

2010 2020 2030
 Rp. 100.000.000 Rp. 200.000.000 Rp. 300.000.000

Balas

Promosi melalui pemasangan stand banner



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Angelina Putri Maulani
Tempat & tanggal lahir : Demak, 20 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Desa Kedunguter Rt 03 / Rw 02, Kecamatan
Karangtengah, Kabupaten Demak
No. HP : 0895603834333
Email : angelinaputri200802@gmail.com

Pendidikan

1. TK Kedungsari Tahun 2007-2008
2. SD Negeri Kedunguter Tahun 2008-2014
3. SMP Alhuda Karangtengah Tahun 2014-2017
4. MA Negeri Demak Tahun 2017-2020
5. UIN Walisongo Semarang Tahun 2020-2024