

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Masa modern ini peran perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan di masa yang akan datang setiap negara dan individu tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, karena jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan atau lembaga, baik sosial atau individu akan selalu menggunakan jasa layanan dari perbankan. Bahkan dunia perbankan dianggap sangatlah penting karena bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Pendapat ini tentu saja tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangat vital, seperti contohnya tempat pengembangan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya. Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat serta memberikan jasa-jasa layanan lainnya.<sup>1</sup>

Kehidupan sehari-hari tidak lepas dari aktivitas untuk mempertukarkan barang maupun jasa yang diharapkan dapat dinikmati manfaatnya, dengan mengadakan pertukaran, pemasaran telah memungkinkan semuanya

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2018), Cet.5.8

berlangsung, karena dengan adanya itu transaksi bisa dimulai, dimotivasikan dan di konsumsi. Perusahaan yang masuk dalam industri jasa harus berusaha keras untuk memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggannya.<sup>2</sup> Untuk mengetahui para kebutuhan pelanggan, maka perusahaan harus setara lebih maju dan mengetahui apa yang diperlukan dan bagaimana cara mengantisipasi kebutuhan itu.<sup>3</sup>

Bank merupakan lembaga keuangan yang mengumpulkan dana berupa uang dari masyarakat luas melalui tabungan dan mengalirkannya ke masyarakat dengan cara pemberian kredit atau pembiayaan atau dengan cara lain untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.<sup>4</sup> Bank memiliki produk simpanan, yaitu giro, tabungan, dan deposito. Namun pada zaman sekarang masyarakat tidak terpaku pada produk simpanan saja untuk menyimpan kekayaan melainkan banyak sekali alternatif untuk masyarakat salah satunya yaitu menyimpan dalam bentuk investasi. Investasi banyak sekali macamnya, masyarakat kini banyak menggunakan emas sebagai salah satu alternatif investasi, yakni investasi Emas.

Investasi emas atau biasa disebut dengan cilem merupakan pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah, yang artinya akad penyediaan barang berdasarkan sistem jual beli, bank sebagai penjual menyediakan kebutuhan nasabah dengan harga perolehan ditambah

---

<sup>2</sup> Muhamad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2015) 25-26

<sup>3</sup> Oka A. Yoeti, *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*, (Jakarta: PT Prayuda Paramita, 2014) 39

<sup>4</sup> Ibid, 12

keuntungan yang disepakati. Jenis emas yang dibiayai adalah emas lantakan (batangan) minimal 5-10 gram maksimal 250 gram.<sup>5</sup>

Emas telah menjadi sesuatu yang mudah ditemui di kehidupan sehari-hari, karena emas menjadi salah satu instrumen investasi, emas juga memiliki keindahan. Emas memiliki fungsi lebih menguntungkan dari pada tabungan atau deposito. Secara fungsi uang sebagai penyimpan nilai, sedangkan emas adalah sebagai pelindung nilai, karena nilai uang sangat berpengaruh dengan tingkat inflasi, sedangkan emas tidak terpengaruh oleh tingkat inflasi. Emas menjadi investasi primadona di semua kalangan masyarakat karena tergolong aman dan mudah dicairkan tidak seperti deposito yang hanya bisa dicairkan ketika jatuh tempo. Mengutip laman CNBC Indonesia, harga emas pada akhir Desember lalu menyentuh angka US\$ 2077,16 per troy ons atau menguat 0,51%. Harga tersebut menjadi rekor baru dan menumbangkan catatan sebelumnya di level tertinggi (all time high/ATH) yakni US\$ 2.070,9 pada 1 Desember lalu.<sup>6</sup>

Pengaruh masyarakat memilih melakukan investasi emas juga dipengaruhi oleh beberapa indikator seperti harga emas, dikenal investasi yang terjamin, dapat memenuhi kebutuhan likuiditas, pengaruh status sosial, pengaruh iklan atau promosi dan permintaan musiman, dalam penelitian ini para nasabah juga percaya bahwa emas dapat dijual kapan saja sehingga

---

<sup>5</sup> Muhamad. *Implementasi Fatwa Dsn-Mui No: 77/Dsn-Mui/V/2010 Terhadap Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri*. Vol. 4 No.2. Al-Mizan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam, 2020.

<sup>6</sup> Jihan Khoirunnisa, *Investasi Emas Masih Jadi Primadona Di 2024*, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7133534/investasi-emas-masih-jadi-primadona-di-2024-segede-apa-keuntungannya>, (diakses tanggal 4 Januari 2025).

memenuhi kebutuhan likuiditas secara mendadak, orang juga merasa investasi emas dapat menaikkan pengakuan sosial, harga emas akan menjadi patokan orang dalam melakukan investasi diwaktu yang tepat, emas dipercaya merupakan investasi terjamin. Dalam perkembangannya, harga emas cenderung mengalami kenaikan secara signifikan setiap lima tahun, meskipun harga emas tiap harinya naik turun. Hal inilah yang membuat masyarakat tertarik dengan produk cicil emas. Bisa dilihat grafik perubahan harga emas dalam lima tahun terakhir pada gambar di bawah ini:

**Gambar 1.1**

**Grafik Perubahan Harga Emas Lima Tahun Terakhir**



Sumber: IDX Channel<sup>7</sup>

Salah satu penyebab grafik harga emas cenderung naik adalah inflasi. Tingkat inflasi yang tinggi menyebabkan penurunan pada nilai mata uang sehingga masyarakat akan mencari aset yang dapat mengamankan nilai kekayaan aset mereka dengan memilih aset yang relatif aman atau sering

<sup>7</sup> IDX Channel, Grafik Emas 5 Tahun Terakhir, <https://www.idxchannel.com/economics/terus-naik-cek-grafik-harga-emas-5-tahun-terakhir>. (di akses 3 Januari 2025).

disebut dengan *safe haven asset*. *Safe haven* adalah aset investasi yang nilainya tetap stabil ketika nilai investasi lain sedang jatuh atau turun. Salah satu yang dianggap berfungsi sebagai *safe haven* yakni emas. Tingkat inflasi yang tinggi akan membuat masyarakat dan para investor beralih ke investasi emas sehingga mempengaruhi kenaikan harga emas karena dipicu oleh kenaikan permintaan emas itu sendiri.<sup>8</sup>

Perkembangan cicil emas yang telah dikutip dari kontan.co.id pada bank syariah terus meningkat dan diperkenalkan sejak tahun 2013 hingga saat ini, perkembangan cicil emas pada bank syariah menunjukkan pertumbuhan hingga 14% dibandingkan tahun lalu (*year on year*) dan tercatat pada tahun 2018, portofolio cicil emas dan gadai emas mencapai 2,5 triliun, dan hingga per tahun 2024 pada bulan Mei, portofolio pembiayaan cicil emas pada bank syariah meningkat 27,8 % secara tahunan dengan kontribusi 6% dibandingkan tahun lalu (*year on year*) dan mencapai 7,2 triliun.<sup>9</sup>

Pembiayaan Investasi cicil emas sendiri telah tersebar di berbagai provinsi di Indonesia terutama di lembaga keuangan Syariah. Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan maupun penyaluran dana menggunakan dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Lembaga keuangan syariah dikelompokkan menjadi dua, yaitu: lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan syariah bukan bank. Peran lembaga keuangan syariah tersebut yaitu sebagai

---

<sup>8</sup> Wulandari, dkk. Prosedur Pengajuan Pembiayaan Cicil Emas Pada Pt Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Dewi Sartika 2. *SNAM: Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen. 2024*

perantara keuangan (*financial intermediation*) antara pihak kelebihan dana (*ultimate lenders*) dan pihak yang kekurangan dana (*ultimate borrowers*).<sup>10</sup>

Salah satu persebaran pembiayaan cicil emas ini terdapat di kota Blitar, berikut peneliti lampirkan Tabel 1.1 data Bank Syariah yang terdapat di Kota Blitar.

**Tabel 1.1**  
**Data Bank Syariah Di Kota Blitar**  
**Tahun 2024**

No.	Nama Bank Syariah	Lokasi	Kategori	Produk Pembiayaan
1.	Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Blitar Tanjung	Jl. Tanjung No.114 Pakunden, Kel Sukorejo, Kota Blitar, Jawa Timur 66122	BUMN	a. BSI Tabungan Easy Wadiah b. BSI Tabungan Easy Mudharabah, c. BSI Griya d. BSI Tabungan Haji Indonesia e. BSI Mitra Modal Kerja f. BSI Giro Pemerintah g. BSI Tabungan Efek Syariah h. BSI KUR Kecil i. BSI Tabungan Valas j. BSI Tabungan Pendidikan k. BSI Tapenas Kolektif l. BSI OTTO m. BSI APPI Platform n. BSI Gadai Emas o. BSI Cicil Emas

<sup>10</sup> Sumat'in, Konsep Kelembagaan Bank Syariah, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 39.

				<p>p. BSI Simpanan Pelajar</p> <p>q. BSI Tabungan Junior</p> <p>r. BSI Deposito</p>
2.	Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Blitar Cokroaminoto	Jl. Cokroaminoto, Kepanjen Lor, Kec. Kepanjenkidul, Kota Blitar, Jawa Timur 66117	BUMN	<p>a. BSI Tabungan Easy Wadiah</p> <p>b. BSI Tabungan Easy Mudharabah,</p> <p>c. BSI Griya</p> <p>d. BSI Tabungan Haji Indonesia</p> <p>e. BSI Mitra Modal Kerja</p> <p>f. BSI Giro Pemerintah</p> <p>g. BSI Tabungan Efek Syariah</p> <p>h. BSI KUR Kecil</p> <p>i. BSI Tabungan Valas</p> <p>j. BSI Tabungan Pendidikan</p> <p>k. BSI Tapenas Kolektif</p> <p>l. BSI OTTO</p> <p>m. BSI APPI Platform</p> <p>n. BSI Gadai Emas</p> <p>o. BSI Cicil Emas</p> <p>p. BSI Simpanan Pelajar</p> <p>q. BSI Tabungan Junior</p> <p>r. BSI Deposito</p>
3.	Bank Muamalat Syariah KC Blitar	Ruko MTC Blok H, Kepanjen Lor, Kec. Kepanjenkidul, Kota Blitar, Jawa Timur 66117	BUMS	<p>a. Tabunganku</p> <p>b. Tabungan IB Hijrah Rencana</p> <p>c. Tabungan IB hijrah prima</p> <p>d. Tabungan Sempel</p> <p>e. Tabungan Jamaah Haji</p> <p>f. Giro IB Hijrah</p>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>g. Deposito IB Hijrah</li> <li>h. Kartu SHAR-E Debit Ihram (Reguler, Classic, Prioritas)</li> <li>i. KPR IB Hijrah, Multiguna IB Hijrah, Tabel Angsuran</li> <li>j. Asuransi Salam</li> <li>k. Sukuk</li> </ul>
4.	Bank Syariah Blitar Jatim KC	Ruko Niaga, Kav.8, Jl. Kalimantan No.9, Sananwetan, Kec. Sananwetan, Kota Blitar, Jawa Timur 66137	BPD Jawa Timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tabungan Barokah, Tabungan Barokah Sejahtera, Tabungan Rencana IB Barokah, Tabungan Pensiun, Tabungan Haji Amanah, Tabungan Umroh, TabunganKu IB, Tabungan Simpel IB</li> <li>b. Multiguna Syariah</li> <li>c. Produk Kafalah</li> <li>d. Emas IB Barokah</li> <li>e. Kepemilikan Logam Emas IB Barokah</li> <li>f. Konsumtif &amp;Produktif</li> <li>g. Umroh IB Maqbula</li> <li>h. KPR IB Barokah</li> <li>i. Anjak Piutang</li> <li>j. Investasi dan Modal Kerja</li> </ul>

Sumber: Hasil Observasi<sup>11</sup>

<sup>11</sup> <https://g.maps/kgs/NurwEHp> di akses pada 23 Maret 2024

Berdasarkan data tabel di atas merupakan data bank syariah dengan kategori Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) dan Badan Pembangunan Daerah (BPD). Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa BSI KCP Blitar Tanjung dan BSI KCP Blitar Cokroaminoto sebagai Bank BUMN yang menyediakan produk cicil emas berupa logam mulia (ANTAM). Bank Syariah Indonesia merupakan gabungan merger tiga bank yaitu Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah Dan Bank BNI Syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai syariah yang melandasi operasionalnya. Pada tahun 2021, Bank Syariah Indonesia memperoleh predikat sebagai TOP 20 Bank terbaik yang mencatat kenaikan laba bersih, selain itu BSI juga berhasil meraih penghargaan *Best CFO in Finansial Institution 2021*, penghargaan ini dikarenakan BSI mendapatkan predikat sangat bagus dengan nilai total 94,43.<sup>12</sup> Hingga saat ini BSI sendiri memiliki 1.200 Kantor Cabang, dan sekitar 1785 jaringan ATM yang tersebar di seluruh Nusantara.

Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan kemudahan masyarakat yang menghendaki investasi emas berdasarkan prinsip syariah supaya terbebas dari riba namun tetap memudahkan masyarakat dalam membeli emas yaitu dengan metode pembayaran tidak tunai atau biasa disebut dengan cicil emas. Hal ini dinyatakan dalam fatwa MUI No 77/DSN-MUI/V/2010 tentang ketentuan jual beli emas secara tidak tunai. Sebagaimana fatwa tersebut

---

<sup>12</sup> <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/terdepan-di-sektor-bank-syariah-bsi-sabet-berbagai-penghargaan> di akses pada 11 Juni 2024

menyebutkan hukum jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah, hukumnya diperbolehkan selama emas tersebut tidak menjadi alat tukar yang resmi.<sup>13</sup>

Cicil emas syariah memungkinkan orang untuk membeli emas batangan dengan proses yang mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Hal ini dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan masa depan seperti biaya ibadah haji, pendidikan anak, kepemilikan rumah impian serta kendaraan pribadi, emas menjadi pilihan investasi yang aman. Adanya produk ini memberikan manfaat karena masyarakat dapat membeli emas di BSI dan membayarnya dengan cara dicicil dalam jangka waktu yang ditentukan yaitu berkisar antara satu sampai lima tahun. Pembiayaan ini berlaku untuk emas batangan dengan berat minimal 5-10 gram hingga 150 gram serta nilai pembiayaan maksimal untuk jenis emas batangan adalah 80% dari harga pembelian dengan uang muka sebesar 20%. Maksimum nilai pembelian emas secara cicilan yaitu Rp.150.000.000.

Keunikan dari cicil emas yaitu cicil emas merupakan investasi Zero Inflasi, mempunyai harga cenderung naik dari tahun ke tahun, mempunyai likuiditas tinggi, nilainya diakui secara universal, modal investasi relatif kecil, resiko investasi rendah, penyimpanan dan perawatan mudah. BSI Cicil emas juga mengakomodir emas untuk dana pensiun yaitu Sebagai penyambung hidup di masa pensiun atau tidak produktif lagi, sebagai modal usaha di masa pensiun, sebagai *hedging asset* yang akan diwariskan ke anggota keluarga.

---

<sup>13</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 77/DSN-MUI/Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai

serta mempunyai beberapa keunggulan yaitu angsuran tetap, emas tersimpan aman, proses cepat, syarat mudah, supplier emas terpercaya, dapat digunakan sebagai jaminan hari tua pegawai.<sup>14</sup> Berbeda dengan investasi cicil emas, jika membeli emas secara langsung, risiko pemalsuan emas dan kehilangan emas juga besar, serta perawatan emas dan penyimpanan emas juga tidak aman sehingga investasi cicil emas ini lebih banyak diminati nasabah.

Banyaknya lembaga - lembaga pesaing yang sudah mulai melirik bisnis produk emas dan sejenisnya. Oleh sebab itu Bank syariah Indonesia dituntut melakukan upaya-upaya supaya produk cicil emas dapat dikenal oleh masyarakat luas. Upaya-upaya tersebut yaitu dengan memperhatikan strategi promosi secara detail.<sup>15</sup>

Berikut Penulis lampirkan data perbandingan antara BSI KCP Blitar Tanjung dan BSI KCP Cokroaminoto.

**Tabel 1.2**  
**Data Perbandingan Bank Syariah Indonesia**  
**di Kota Blitar**  
**Tahun 2024**

No	Unsur Perbandingan	BSI KCP Blitar Tanjung	BSI KCP Blitar Cokroaminoto
1.	<i>Product</i> (Produk)	a. BSI Tabungan Easy Wadiah b. BSI Tabungan Easy Mudharabah, c. BSI Griya d. BSI Tabungan Haji Indonesia e. BSI Mitra Modal Kerja	a. BSI Tabungan Easy Wadiah b. BSI Tabungan Easy Mudharabah, c. BSI Griya d. BSI Tabungan Haji Indonesia e. BSI Mitra Modal Kerja f. BSI Giro Pemerintah

<sup>14</sup> <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-cicil-emas> di akses 28 Juli 2024

<sup>15</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta, Prenada Media, 2004), 60.

		<p>f. BSI Giro Pemerintah  g. BSI Tabungan Efek Syariah  h. BSI KUR Kecil  i. BSI Tabungan Valas  j. BSI Tabungan Pendidikan  k. BSI Tapanas Kolektif  l. BSI OTTO  m. BSI APPI Platform  n. BSI Gadai Emas  o. BSI Cicil Emas  p. BSI Simpanan Pelajar  q. BSI Tabungan Junior</p>	<p>g. BSI Tabungan Efek Syariah  h. BSI KUR Kecil  i. BSI Tabungan Valas  j. BSI Tabungan Pendidikan  k. BSI Tapanas Kolektif  l. BSI OTTO  m. BSI APPI Platform  n. BSI Gadai Emas  o. BSI Cicil Emas  p. BSI Simpanan Pelajar  q. BSI Tabungan Junior</p>
2.	Price (Harga)	<p>a. untuk BSI Tabungan Easy Wadia'ah dan tabungan tabungan lainnya setoran awal yaitu minimal 100.000 untuk non perorangan minimal 1.000.000, untuk saldo minimum yang bisa diambil 50.000 dan yang 50.000 untuk biaya bagi hasil dengan bank atau bayar jasa, untuk biaya adminitrasi 0 atau gratis jika kartu hilang atau rusak maka akan dikenakan biaya 25.000 untuk pengganti biaya kehilangan kartu, untuk penutupan rekening dikenakan biaya 20.000. untuk tabungan BSI Easy Mudharabah akan dikenakan admin 10.000.  b. untuk produk cicil emas, harga emas batangan 1.105.276/gr, logam mulia harga jual</p>	<p>a. untuk BSI Tabungan Easy Wadia'ah dan tabungan tabungan lainnya setoran awal yaitu minimal 100.000 untuk non perorangan minimal 1.000.000, untuk saldo minimum yang bisa diambil 50.000 dan yang 50.000 untuk biaya bagi hasil dengan bank atau bayar jasa, untuk biaya adminitrasi 0 atau gratis jika kartu hilang atau rusak maka akan dikenakan biaya 25.000 untuk pengganti biaya kehilangan kartu, untuk penutupan rekening dikenakan biaya 20.000. untuk tabungan BSI Easy Mudharabah akan dikenakan admin 10.000.  b. untuk produk cicil emas, harga emas batangan 1.105.276/gr, logam mulia harga jual 882.000/gr, harga beli 988.428/gr. dengan margin 0.145 dan uang muka 0.2.  c. Biaya BSI Giro biaya admin per bulan 15.000 tanpa kartu ATM</p>

		<p>882.000/gr, harga beli 988.428/gr. dengan margin 0.145 dan uang muka 0.2.</p> <p>c. Biaya BSI Giro biaya admin per bulan 15.000 tanpa kartu ATM dan 17.000 dengan kartu ATM, untuk biaya setoran awal minimal 500.000 dan setoran minimal 500.000.</p> <p>d. Tabungan Pensiun untuk biaya admin bulanan gratis atau tidak dikenakan biaya admin, untuk setoran awal minimal 50.000 dan saldo minimal 50.000</p> <p>e. Tabungan Haji biaya admin pembukaan dan per bulan gratis, setoran awal 100.000 dan setoran selanjutnya 10.000, untuk biaya tutup rekening karena penyetoran BPIH 20.000 dan jumlah saldo di siskohat 25.100.000.</p> <p>f. Biaya Admin ATM BSI GPN Silver Gratis, GPN Gold 1.000, GPN Platinum 2.000, Visa Silver 1.000, Visa Gold 2.000, Visa Platinum 3.000, Visa Priority gratis.</p>	<p>dan 17.000 dengan kartu ATM, untuk biaya setoran awal minimal 500.000 dan setoran minimal 500.000.</p> <p>d. Tabungan Pensiun untuk biaya admin bulanan gratis atau tidak dikenakan biaya admin, untuk setoran awal minimal 50.000 dan saldo minimal 50.000</p> <p>e. Tabungan Haji biaya admin pembukaan dan per bulan gratis, setoran awal 100.000 dan setoran selanjutnya 10.000, untuk biaya tutup rekening karena penyetoran BPIH 20.000 dan jumlah saldo di siskohat 25.100.000.</p> <p>f. Biaya Admin ATM BSI GPN Silver Gratis, GPN Gold 1.000, GPN Platinum 2.000, Visa Silver 1.000, Visa Gold 2.000, Visa Platinum 3.000, Visa Priority gratis.</p>
3.	<i>Promotion</i> (Promosi)	Promosi dilakukan di masyarakat khalayak umum seperti pemasangan banner dan spanduk di tempat umum	Promosi dilakukan di masyarakat khalayak umum menggunakan banner dan spanduk yang dipasang untuk menarik nasabah. Selain itu

		<p>yang bertujuan untuk menarik nasabah, serta pembagian brosur dan promosi lewat mulut ke mulut yang dilakukan oleh karyawan kepada nasabah yang datang di BSI KCP Blitar Tanjung. Selain itu BSI KCP Blitar Tanjung juga menerapkan promosi lewat seminar yang diikuti nasabah-nasabah baik nasabah tetap di BSI KCP Blitar Tanjung maupun yang belum menjadi nasabah. BSI KCP Blitar Tanjung juga menerapkan Promosi lewat platform digital seperti web dan aplikasi serta menggunakan sosial media seperti WA, Instagram, TikTok, Twitter, Facebook untuk mempromosikan produk-produk unggulan mereka.</p>	<p>BSI KCP Blitar Cokroaminoto juga menerapkan promosi lewat pembagian brosur kepada nasabah yang berkunjung atau saat mereka menabung. BSI KCP Blitar Cokroaminoto juga menerapkan Promosi lewat platform digital seperti web dan aplikasi serta menggunakan sosial media seperti WA, Instagram, TikTok, Twitter, Facebook untuk mempromosikan produk-produk unggulan mereka.</p>
4.	<i>Place (Tempat)</i>	Jl. Tanjung No.114 Pakunden, Kec Sukorejo, Kota Blitar, Jawa Timur 66122	Jl. Cokroaminoto, Kepanjen Lor, Kec. Kepanjenkidul, Kota Blitar, Jawa Timur 66117,

		<p>Kantor dengan 3 lantai, Yang meliputi halaman parkir yang luas untuk pengguna mobil dan motor, 1 tempat ATM BSI 24 Jam, parkir untuk karyawan BSI dan kantor satpam, 2 tempat Teller, 2 tempat CS, Ruang Tunggu Nasabah yang luas yang terdiri dari sofa dan meja dan ruang promosi produk OTTO BSI yang didalamnya berisi motor dan hadiah atau doorprize untuk nasabah, ruang karyawan bagian operasional meliputi ruang BOSM, Teller, Ruang Khusus, Ruang Back Office, serta ruang berkas, ruang prioritas, ruang gadai dan cicil emas, ruang mesin atau sistem pengendali di Bank, 4 Gudang, 5 Kamar mandi, 1 Mushola dan lengkap dengan tempat wudhu, 1 pantry kantor, ruang marketing yang terdiri dari 12 meja dan komputer serta lengkap peralatan kantor, 1 ruang manager, 3 ruang meeting, dan 2 ruang santai (<i>Quiet Room</i>), dan di lantai 3 terdapat balkon dan gudang.</p>	<p>Kantor dengan 2 lantai, Yang meliputi halaman parkir yang luas untuk pengguna mobil dan motor, 1 tempat ATM BSI 24 Jam, parkir untuk karyawan BSI dan kantor satpam, 2 tempat Teller, 2 tempat CS, Ruang Tunggu Nasabah yang luas yang terdiri dari sofa dan meja dan ruang promosi produk OTTO BSI yang didalamnya berisi motor dan hadiah atau doorprize untuk nasabah, ruang karyawan bagian operasional meliputi ruang BOSM, Teller, Ruang Khusus, Ruang Back Office, ruang prioritas, ruang gadai dan cicil emas, ruang mesin atau sistem pengendali di Bank, 3 Gudang, 3 Kamar mandi, 1 Mushola dan lengkap dengan tempat wudhu, 1 pantry kantor, ruang marketing yang terdiri dari 10 meja dan komputer serta lengkap peralatan kantor, 1 ruang manager, 2 ruang meeting, dan ruang santai (<i>Quiet Room</i>).</p>
5.	<i>People</i> (Partisipan)	25 karyawan	23 karyawan

6.	<p><i>Process</i> (Proses)</p>	<p>Direct (Langsung)</p> <p>a. <i>Door to door</i> (memiliki naungan 22 satker dibawah kemenag, yang terdiri dari MTS, MI, RA, MA) dan masih terdapat lembaga umum dan msyarakat umum di dalam satker tersebut.</p> <p>b. Word of mouth atau promosi mulut ke mulut</p> <p>c. Layanan langsung ke kantor cabang</p> <p>d. Sosialisasi dengan para donatur tetap atau nasabah yang berminat ingin melakukan pembiayaan (sosialisasi di adakan per bulan).</p> <p>Indirect (Tidak Langsung)</p> <p>a. Group Whatshap bersama para donatur besar</p> <p>b. WA, IG, Twitter, Facebook, Telegram.</p> <p>c. Browsur dan Pamflet serta spanduk</p>	<p>Direct (Langsung)</p> <p>a. Door to toor (3 satker dibawah naungan kemenag yang terdiri dari MTS, MI, RA, MA)</p> <p>b. Word of Mouth</p> <p>c. Layanan langsung ke kantor cabang terdekat</p> <p>d. pemberian browsur kepada nasabah yang datang</p> <p>Indirect (Tidak Langsung)</p> <p>a.Group Whatshap bersama para donatur besar</p> <p>b.WA, IG, Twitter, Facebook, Telegram.</p> <p>c.Browsur dan Pamflet serta spanduk.</p>
7.	<p><i>Physical Evidance</i> (Lingkungan Fisik)</p>	<p>a. Kantor layanan (memiliki 3 lantai)</p> <p>b. Laporan keuangan</p> <p>c. Bukti Digital pemberian <i>doorprize</i> kepada nasabah.</p> <p>d. Bukti aplikasi data nasabah</p>	<p>a. Kantor layanan (memiliki 2 lantai)</p> <p>b. Laporan keuangan</p> <p>c. Bukti Digital pemberian <i>doorprize</i> kepada nasabah.</p> <p>d. Bukti aplikasi data nasabah</p> <p>e. Bukti pengisian formulir nasabah.</p>

		e. Bukti pengisian formulir nasabah	
--	--	-------------------------------------	--

Sumber: Hasil Observasi BSI KCP Blitar Tanjung, BSI KCP Blitar Cokroaminoto<sup>16</sup>

Berdasarkan data yang tertera ditabel 1.2 yang menyatakan produk yang terdapat di masing-masing bank syariah yang terdapat di Kota Blitar pada data tersebut menunjukkan keberagaman produk pembiayaan yang artinya pembiayaan bisa dilakukan dengan produk apa saja untuk menyimpan kekayaan nasabah. Di wilayah Kota Blitar sendiri terdapat dua BSI yaitu BSI KCP Blitar Tanjung dan BSI KCP Blitar Cokroaminoto. Sebagai awal penelitian serta membandingkan kedua bank tersebut. Lokasi BSI KCP Blitar Tanjung dipandang lebih strategis daripada BSI KCP Blitar Cokroaminoto dikarenakan berada di lingkup jalan besar, pusat kota dan pertokoan dan dekat dengan jalan antar kota yang dimana terpampang kantor BSI KCP Blitar Tanjung. Dari segi harga produk cicil emas pada kedua BSI tersebut sama yaitu mengikuti harga logam mulia (ANTAM) melalui margin yang ditetapkan BSI yaitu 15% pertahun. Perbedaan yang mencolok pada kedua BSI tersebut adalah dari segi promosi. Promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Blitar Tanjung lebih menarik dibandingkan BSI KCP Blitar Cokroaminoto dapat dilihat dari jumlah nasabah cicil emas BSI KCP Blitar Tanjung lebih banyak dibandingkan BSI

<sup>16</sup> wawancara dengan BOSM Bank BSI KCP Blitar Tanjung dan BSI KCP Blitar Cokroaminoto.

KCP Blitar Cokroaminoto dan lebih menarik nasabah dari pada promosi yang dilakukan BSI KCP Blitar Tanjung.

Bukti promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Blitar Tanjung juga berbeda yaitu mempunyai keunikan yaitu strategi promosi yang lebih variatif, bisa dilihat perbandingan yang cukup berbeda yang terletak diantara sistem promosi marketing dan proses promosi yaitu yang terdapat diantara BSI KCP Blitar Tanjung dan BSI KCP Blitar Cokroaminoto, perbandingan tersebut merupakan sebuah strategi yang diterapkan oleh masing-masing lembaga untuk meningkatkan penjualan produk masing-masing lembaga, dalam penelitian ini penulis tertarik melakukan penelitian di BSI KCP Blitar Tanjung karena beberapa alasan yaitu pertama BSI KCP Blitar Tanjung merupakan lembaga keuangan bank berbasis syariah yang terdapat dikota Blitar yang dalam operasionalnya memiliki produk pembiayaan cicil emas, kedua, Dalam penerapan *marketing* atau pemasaran produknya, BSI KCP Blitar Tanjung mempunyai keunikan target pasar 22 satker dibawah naungan kemenag yaitu meliputi (MIN 1 Blitar, MIN 2 Blitar, MIN 3 Blitar, Min 4 Blitar, MIN 5 Blitar, MIN 6 Blitar, MIN 7 Blitar, MIN 8 Blitar, MIN 9 Blitar, MIN 10 Blitar, MTSN 1 Blitar, MTSN 2 Blitar, MTSN 3 Blitar, MTSN 4 Blitar, MTSN 5 Blitar, MTSN 6 Blitar, MTSN 7 Blitar, MTSN 8 Blitar, MTSN 9 Blitar, MTSN 11 Blitar, MAN 2 Blitar, MAN 3 Blitar, serta lembaga-lembaga dibawah naungan kemenag lainnya).

Keunikan ini menarik untuk diteliti karena berfokus pada promosi ke segmen tertentu yang membutuhkan pendekatan khusus. ketiga, memfokuskan

pada pemasaran yang mengedukasi serta memberikan penjelasan produk ke nasabah dibandingkan dengan promosi yang online dengan memberikan gambar serta brosur.

Produk cicil emas merupakan produk pembiayaan yang didasarkan pada sistem jual beli barang dalam wujud emas, dengan cara bank membiayai terlebih dahulu pembelian logam milik nasabah setelah itu nasabah membayar kepada bank dengan mencicil. BSI KCP Blitar Tanjung menyediakan berbagai macam variasi berat emas sebagai bentuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam berinvestasi. salah satu yang diminati oleh nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung. Berikut penulis lampirkan simulasi harga produk pembiayaan cicil emas BSI KCP Blitar Tanjung.

**Tabel 1.3**

**Simulasi Harga Cicil Emas BSI KCP Blitar Tanjung**

<b>Berat Logam Mulia (g)</b>	<b>Harga Beli Logam Mulia</b>	<b>Harga Per Logam Mulia</b>	<b>Uang Muka 5% dan Spesial Admin 0.75%</b>	<b>Pembiayaan</b>
5	7.468.625	1.528.000	426.645	7.095.194
10	14.882.113	1.528.000	850.141	14.138.007
25	37.079.468	1.528.000	2.118.165	35.225.495
50	74.079.738	1.528.000	4.231.805	70.375.751
100	148.081.280	1.528.000	8.459.143	140.677.216
<b>Berat LM (g)</b>	<b>Angsuran Per Bulan</b>			
	<b>12</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>48</b>
5	622.956	326.589	228.110	179.102

10	1.241.312	650.767	454.536	356.881
25	3.092.786	1.621.416	1.132.498	889.186
20	6.178.967	3.239.369	2.262.576	1.776.473
100	12.351.411	6.475.319	4.522.764	3.551.072

Sumber: Data diolah<sup>17</sup>

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa harga emas yang bisa dicicil pada BSI KCP Blitar Tanjung sesuai dengan harga emas yang beredar dipasaran. untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam hal investasi emas, BSI KCP Blitar Tanjung menyediakan produk pembiayaan cicil emas mulai dari 10 gram, 25 gram, 50 gram sampai 100 gram. Nasabah yang ingin melakukan pembiayaan cicil emas kini tidak perlu membayar uang muka dari hasil beli emas, karena untuk membedakan BSI dengan lembaga keuangan lainnya adalah produk cicil emas dengan DP 5% dari harga emas dan spesial admin 0.75% dilakukan dengan cara mengangsur tiap bulan ditambah dengan besarnya margin (keuntungan) yang telah disepakati. Pelaksanaan cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung sifatnya tetap hingga selesainya jangka waktu angsuran. Hal ini telah sesuai dengan fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010.<sup>18</sup> Fatwa ini berbunyi bahwa dalam pelaksanaan cicil (angsuran) emas, harga jual tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian.

Bagi calon nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan cicil emas dapat langsung mengunjungi kantor cabang dengan mengikuti tahapan alur yang ditetapkan. Prosedur pengajuan pembiayaan cicil emas pada Bank

<sup>17</sup> Renky Anggraini, Pawning Officer BSI KCP Blitar Tanjung, Wawancara oleh penulis, Blitar, 3 Maret 2024.

<sup>18</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 77/DSN-MUI/Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai.

Syariah Indonesia Blitar Tanjung dilakukan sesuai ketentuan dan peraturan yang ditetapkan Kantor Pusat Bank Syariah Indonesia. Terdapat beberapa tahapan prosedur dalam proses mengajukan pembiayaan cicil emas sebagai berikut:

1. Permohonan Nasabah

Nasabah dapat langsung mengunjungi BSI bertemu dengan petugas pembiayaan untuk mengajukan permohonan pembiayaan cicil emas. Petugas pembiayaan akan memberikan penjelasan mengenai karakteristik produk serta hal-hal terkait lainnya, seperti syarat nasabah, yaitu harus memiliki rekening BSI, karena proses pembayaran akan dilakukan secara autodebet dari rekening tersebut, fotokopi KTP, dan fotokopi KK, fotokopi NPWP (Pembiayaan diatas 50 juta).

2. Pembuatan Nota Analisa Pembiayaan (NAP)

Petugas pembiayaan memeriksa dokumen persyaratan pembiayaan yang diserahkan oleh nasabah. Setelah memastikan kelengkapan dokumen, petugas pembiayaan akan melakukan verifikasi data untuk memastikan kembali bahwa data yang diberikan nasabah sudah sesuai.

3. Persetujuan Pembiayaan

Setelah dokumen permohonan diverifikasi, pemutus pembiayaan meninjau NAP dan memberi persetujuan atas pembiayaan yang telah diajukan nasabah. Kemudian petugas pembiayaan memberi tahu nasabah untuk segera menjadwalkan kapan akad pembiayaan dapat dilakukan.

#### 4. Pelaksanaan Akad

Setelah NAP disetujui, pihak bank dan nasabah melaksanakan akad. Akad merupakan kesepakatan perjanjian antara bank dan nasabah atas persetujuan pemberian pembiayaan. Sebelum dilaksanakan akad, nasabah sudah diminta untuk membayar uang muka beserta biaya administrasinya.

#### 5. Pengadaan Emas

Pengadaan emas adalah proses dimana pihak bank memenuhi permintaan nasabah dengan menyediakan emas yang diminta oleh nasabah.

#### 6. Pencairan Pembiayaan

Petugas pembiayaan membuat memo pencairan pembiayaan yang ditujukan kepada Kepala Cabang. Kemudian Kepala Cabang akan memproses permohonan pencairan tersebut. Hasil pencairan pembiayaan akan didebet setiap bulan dari rekening nasabah dan diblokir sebesar satu kali angsuran sampai dengan tanggal jatuh tempo.

#### 7. Penyimpanan Agunan

Pada tahap ini, emas disimpan di bank sebagai jaminan sampai nasabah melunasi pembiayaan. Selama pembiayaan berlangsung, emas disimpan di kotak khusus dalam lemari besi.<sup>19</sup>

Kegiatan promosi merupakan salah satu komponen yang menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran. Dengan mempertimbangkan faktor strategi maka promosi dapat dilakukan dengan lebih cerdas dan efisien serta tepat

---

<sup>19</sup> Renky Anggraini, Pawning Officer BSI KCP Blitar Tanjung, Wawancara oleh penulis, Blitar, 3 Maret 2024.

sasaran. Dalam melakukan kegiatan promosi, BSI KCP Blitar Tanjung memiliki tujuan yang hendak dicapai baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya merebut hati konsumen sedangkan dalam jangka panjang mempertahankan produk-produk yang ada agar tetap eksis. Dari upaya pemasaran yang telah dilakukan tersebut diharapkan agar masyarakat tertarik berinvestasi emas melalui produk cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabahnya. Menurut ungkapan Mohammad Fachrun Roziq selaku Branch Operasional Service Manager BSI KCP Blitar Tanjung sebagai berikut:

“Strategi promosi di BSI KCP Blitar Tanjung sudah dilakukan dengan baik yaitu dengan cara pelayanan jemput bola kepada nasabah maupun calon nasabah serta instansi-instansi yang ada di sekitar Blitar. Selain melakukan jemput bola, pawning officer (petugas cicil emas) pada BSI KCP Blitar Tanjung juga melakukan pemasaran dengan cara membuka stand cicil emas di tempat umum seperti: bazar, open booth pada acara yang diikutinya. Selain itu berbagai macam promosi juga sudah dilakukan mulai dari membagikan brosur, pemasangan banner dan spanduk kepada masyarakat di tempat keramaian serta lewat media sosial seperti instagram dan whatsapp.”<sup>20</sup>

Untuk melihat sejauh mana kemampuan BSI KCP Blitar Tanjung dalam mempromosikan produk cicil emas dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah cicil emas dari tahun 2021 sampai 2024 sebagai berikut:

---

<sup>20</sup> Renky Anggraini, Pawning Officer BSI KCP Blitar Tanjung, Wawancara oleh penulis, Blitar, 3 Maret 2024.

**Tabel 1.4**  
**Data Pembiayaan Produk Cicil Emas**  
**BSI KCP Blitar Tanjung**  
**Tahun 2021 - 2024**

Tahun	Cicil Emas	
	Jumlah Nasabah	Pecahan Emas (Gram)
2021 (Juni-Desember)	90	2.530
2022 (Januari - Desember)	125	3.880
2023 (Januari - Desember)	185	5.880
2024 (Januari-Desember)	230	6.750

Sumber: BSI KCP Blitar Tanjung<sup>21</sup>

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas merupakan salah satu data yang membuktikan bahwa produk cicil emas pada BSI KCP Blitar Tanjung mengalami kenaikan dengan pesat seiring dengan berjalannya waktu. BSI KCP Blitar Tanjung pada tahun 2021 menuju tahun 2024 menunjukkan jumlah nasabah sebanyak 230 nasabah yang artinya produk cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung mengalami peningkatan. Pada pembiayaan ini portofolio cicil emas sudah meningkat 35% dari 60% Target pembiayaan sehingga pada pembiayaan ini dikatakan berhasil meningkat dan signifikan.

Peningkatan ini tidak terlepas dari adanya strategi promosi yang diterapkan. Strategi promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha

---

<sup>21</sup> Renky Anggraini, Pawning Officer BSI KCP Blitar Tanjung, Wawancara oleh penulis, Blitar, 3 Maret 2024.

menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata nasabahnya.<sup>22</sup>

Bagi bisnis jasa seperti Bank BSI KCP Blitar Tanjung, faktor lokasi juga masih merupakan salah satu penentu kesuksesan penjualan jasa tersebut. Keberadaan bank disuatu lokasi yang strategis akan banyak membantu upaya bank dalam menarik nasabah. Namun dalam hal ini bank sering menghadapi kendala mahalnya investasi. Alternatif lain yang dapat ditempuh dalam mengatasi hal itu adalah mendatangi nasabah potensial (*door to door*). Meskipun masih dianggap cukup mahal, tetapi cukup relevan, efektif sekaligus bank dapat melakukan aktivitas promosi melalui program kunjungan ke nasabah (*personal selling*). Dalam hubungan ini, perusahaan harus dapat mengatur strategi yang baik untuk menjalankan promosinya agar proses komunikasi antara produsen dan konsumen berjalan lancar.

Dengan menggunakan teknik promosi yang baik diharapkan perusahaan dapat mengatasi persaingan dengan perusahaan sejenis, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan perusahaan. Dalam dunia bisnis ada ungkapan yang mengatakan bahwa suatu kegiatan promosi yang berhasil adalah kegiatan yang mampu menggugah naluri ingin memiliki suatu produk tertentu. Dengan promosi yang sesuai dengan adanya, tentunya akan tercipta

---

<sup>22</sup> Renky Anggraini, Pawning Officer BSI KCP Blitar Tanjung, Wawancara oleh penulis, Blitar, 3 Maret 2024.

brand image, dimana nasabah akan merasa puas terhadap suatu produk yang dipromosikan dan mereka akan datang kembali ke bank tersebut bahkan menginformasikan lagi kepada orang lain.

Dengan strategi promosi yang diterapkan pada BSI KCP Blitar Tanjung ini kenaikan jumlah nasabah menjadi sangat signifikan. berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan serta data-data yang telah di lampirkan mengenai sistem promosi yang digunakan untuk menarik minat nasabah dan tabel pertumbuhan nasabah dalam beberapa tahun terakhir dan juga alasan nasabah memilih melakukan pembiayaan cicil emas. Berdasarkan fenomena yang terjadi disini penulis ingin menggali lebih mengenai peran strategi promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Blitar Tanjung pada produk cicil emas.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Peran Strategi Promosi Guna Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Cicil Emas BSI KCP Blitar Tanjung.**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan Latar Belakang Yang Sudah Diuraikan, Maka Penulis Merumuskan Masalah Sebagai Berikut:

1. Bagaimana Strategi Promosi Pada Produk Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung?
2. Bagaimana Peran Strategi Promosi dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP

Blitar Tanjung?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Menjelaskan Strategi Promosi Pada Produk Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung
2. Untuk Menjelaskan Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Blitar Tanjung

### **D. Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik segi teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara Teoritis

Diharapkan dapat menambah wawasan terhadap keilmuan dalam bidang yang ditekuni serta menambah khazanah ilmu pengetahuan dan pengalaman. Serta diharapkan sebagai bahan referensi terhadap penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya yang masih ada hubungannya dengan cicilan emas (cilem).

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi Lembaga (BSI KCP Blitar Tanjung)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan oleh manager perbankan syariah di Indonesia dalam mengambil keputusan mengenai penerapan strategi promosi pada perusahaannya, lalu berkontribusi besar dalam menambah wawasan mengenai peran strategi

promosi bagi sektor perbankan syariah atau bahkan sektor Perusahaan lain di Indonesia yang sedang membutuhkan informasi tersebut,

b. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat bertujuan untuk membandingkan dan mempraktekkan antara teori-teori yang di dapat dengan praktik yang terjadi dilapangan, serta untuk menambah khazanah keilmuan bagi peneliti itu sendiri terutama dalam bidang produk pembiayaan cicil emas (cilem).

c. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat memberikan sebagai bahan referensi dalam bacaan serta sumbangsih wawasan keilmuan bagi peneliti lain yang berkeinginan melakukan penelitian secara mendalam, khususnya pada kajian atau lembaga yang serupa.

## E. Telaah Pustaka

1. *Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Amanah Ditinjau dari Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri)*, Skripsi Oleh Kaffi Chaula Yukissa Mahasiswa IAIN Kediri (2021).<sup>23</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Bank Jatim Syariah Cabang Kediri untuk mengembangkan produk Tabungan Amanah Haji cukup komprehensif, antara lain menempati pasar sasaran, memilih

---

<sup>23</sup> Kaffi Chaula Yukisa, *Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Amanah Ditinjau dari Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri)*. Skripsi (Kediri: IAIN Kediri 2021)

produk berkualitas tinggi, menetapkan harga, memposisikan, dan menerapkan kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Bank Jatim Syariah Cabang Kediri untuk meningkatkan pelanggan produk Tabungan Amanah Haji telah dievaluasi dari sudut pandang pemasaran Syariah, yang berarti menerapkan strategi yang memenuhi unsur-unsur pemasaran Syariah seperti ketuhanan, etika, realistik dan humanistik. Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Serta perbedaan terletak pada Fokus penelitian, pada penelitian ini fokus penelitian adalah cicil emas, sedangkan penelitian terdahulu fokus penelitiannya adalah produk tabungan haji, perbedaan yang kedua terletak pada objek penelitian, objek yang diteliti penelitian terdahulu terdapat pada Bank Jatim Syariah Cabang Kediri sedangkan penulis pada BSI KCP Blitar Tanjung. Kebaruan dari skripsi penulis adalah terletak pada fokus penelitian yang terletak pada strategi promosi produk cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung, kombinasi strategi promosi yang tidak fokus pada digital saja tetapi juga menggunakan tradisional, edukasi dan insentif sebagai pendukung promosi.

2. *Strategi Promosi Word Of Mouth (WOM) Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Kendaraan Bermotor Barokah (Studi Kasus Baitul Maal*

*Wat Tamwil UGT Sidogiri Cabang Kediri) Skripsi Oleh Raffi Budiananda Mahasiswa IAIN Kediri (2024).*<sup>24</sup>

Hasil penelitian ini menunjukkan Strategi Promosi yang Dilakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri dalam penjualan kendaraan bermotor barokah Strategi yang digunakan demi mencapai target organisasi tidak hanya dilihat dari produk yang diberikan tetapi juga melihat bagaimana proses memberikan pelayanan tersebut. Pelayanan yang baik akan meningkatkan jumlah anggota pada organisasi perusahaan. Meningkatkan pelayanan yang berarti organisasi harus menyediakan sumber daya manusia yang menjadi faktor utama berjalanya proses pemasaran produk yang dimiliki perusahaan. Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif,. Serta perbedaan terletak pada Fokus penelitian yaitu Strategi promosi dan objek penelitian pada produk pembiayaan cicil emas serta objek yang diteliti penelitian terdahulu terdapat pada BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri sedangkan penulis pada BSI KCP Blitar Tanjung. Kebaruan dari skripsi penulis adalah terletak pada fokus penelitian yang terletak pada strategi promosi produk cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung, kombinasi strategi promosi yang tidak fokus pada digital saja tetapi juga menggunakan tradisional, edukasi dan insentif sebagai pendukung promosi.

---

<sup>24</sup> Marsela Indriani, *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Wisata Sumber Sugih Waras Ngadiluwih, Kediri)*. Skripsi (Kediri: IAIN Kediri 2023)

3. *Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas BSI Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kc Bojonegoro Oleh Putri Rahayu Ningsih Dan Taufiqur Rahman (2023), Mahasiswa Trunojoyo Madura.*

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu perkembangan nasabah cicil emas Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro meningkat setiap tahunnya. Dalam hal ini didukung oleh adanya data nasabah dari tahun 2019-2023. Perkembangan peningkatan jumlah nasabah tidak terlepas dari adanya upaya yang telah dilakukan Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro. Untuk itu produk pembiayaan cicil emas BSI KC Bojonegoro dapat dikatakan sebagai salah satu produk yang menjadi strategi peningkatan jumlah nasabah pembiayaan. Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif, persamaan pada penelitian ini juga terletak pada fokus penelitian yaitu cicil emas. Serta perbedaan terletak pada objek yang diteliti penelitian terdahulu terdapat pada BSI KC Bojonegoro sedangkan penulis pada BSI KCP Blitar Tanjung. Kebaruan dari skripsi penulis adalah terletak pada fokus penelitian yang terletak pada strategi promosi produk cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung, kombinasi strategi promosi yang tidak fokus pada digital saja tetapi juga menggunakan tradisional, edukasi dan insentif sebagai pendukung promosi.

4. *Strategi Pemasaran Cicil Emas Pada PT Pegadaian (PERSERO) Unit Syariah Simpang Benteng Payakumbuh*, Skripsi Oleh Rahma Fitria (2018), Mahasiswi Universitas Payakumbuh.<sup>25</sup>

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya meliputi pertama, strategi produk yaitu penentuan motto, menciptakan merek, dan menciptakan kemasan pada cicil emas. Kedua, strategi harga yaitu biaya awal pembukaan rekening Rp. 55.000, nasabah sudah bisa membuat rekening cicil emas, setoran yang ringan, dan tidak ada denda serta tidak ada masa jatuh tempo. Ketiga, strategi lokasi dan Layout yaitu dengan letak yang strategis tepat dipusat kota Payakumbuh dan tata ruang yaitu membuat nasabah nyaman untuk melakukan transaksi. Keempat, strategi promosi yaitu melalui periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan. Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif, persamaan pada penelitian ini juga terletak pada Fokus penelitian yaitu cicil emas. Serta perbedaan terletak pada objek yang diteliti penelitian terdahulu terdapat pada PT Pegadaian Syariah Simpang Benteng Payang Kumbuh sedangkan penulis pada BSI KCP Blitar Tanjung. Kebaruan dari skripsi penulis adalah terletak pada fokus penelitian yang terletak pada strategi promosi produk cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung, kombinasi

---

<sup>25</sup> Rahma Fitria, *Strategi Pemasaran Cicil Emas Pada PT Pegadaian (PERSERO) Unit Syariah Simpang Benteng Payakumbuh*. Skripsi (Payakumbuh: Universitas Payakumbuh, 2018)

strategi promosi yang tidak fokus pada digital saja tetapi juga menggunakan tradisional, edukasi dan insentif sebagai pendukung promosi.

5. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tea Break (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri Pengguna Shopeepay)* oleh Munawaroh Mahasiswa IAIN Kediri (2024).<sup>26</sup>

Penelitian ini menggunakan penelitian Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini Hasil uji pada variabel promosi (X) yang berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) Tea Break pada santri Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo. Hal ini adapat dilihat pada tabel 4.13 Dimana pada tabel tersebut menunjukkan hasil nilai signifikan F change sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hubungan promosi santri Pondok Pesantren Al-Fath terhadap l keputusan pembelian Tea Break memiliki hubungan kuat. Hal ini dibuktikan dengan nilai Pearson Correlation sebesar sebesar 0,948 terletak antara 0,81 – 1,00 dan nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai hubungan yang sempurna terhadap variabel keputusan pembelian Tea Break pada santri Ponsok Pesantren Al-Fath Rejomulyo pengguna ShopeePay. Berdasarkan tabel 4.18, menunjukkan bahwa besarnya nilai multiple R sebesar sebesar 0,948, maka dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian Tea Break di Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri.

---

<sup>26</sup> Raffi Budiananda, *Strategi Promosi Word Of Mouth( WOM ) Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Kendaraan Bermotor Barokah (Studi Kasus Baitul Maal Wat Tamwil Ugt Sidogiri Cabang Kediri)*. Skripsi (Kediri: IAIN Kediri, 2024)

Sedangkan koefisien determinasi R square sebesar 0,899 yang artinya promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 89,9% dan sisanya 10,1% dipengaruhi oleh faktor produk, harga, dan lokasi.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada pengambilan fokus penelitian yakni promosi sebagai hal yang perlu diteliti, sedangkan perbedaannya terletak pada metodologi penelitian yang menggunakan metode kuantitatif sedangkan penulis menggunakan kualitatif. Kebaruan dari skripsi penulis adalah terletak pada fokus penelitian yang terletak pada strategi promosi produk cicil emas di BSI KCP Blitar Tanjung, kombinasi strategi promosi yang tidak fokus pada digital saja tetapi juga menggunakan tradisional, edukasi dan insentif sebagai pendukung promosi.