

**PERAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PRODUK CICIL EMAS
(Studi Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas)**

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

RATRI PRAMUDITA
20402056

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KEDIRI
2025**

HALAMAN JUDUL

**PERAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PRODUK CICIL EMAS
(Studi Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :

Institut Agama Islam Negeri Kediri

untuk memenuhi salah satu persyaratan

dalam menyelesaikan program Sarjana

Oleh :

RATRI PRAMUDITA

20402056

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PRODUK CICIL EMAS
(Studi Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas)**

RATRI PRAMUDITA

20402056

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Nilna Fayza, MHI

NIP : 198610242015032003

Pembimbing II

20/125
3



Erni Zulfa Arini, M.M

NIP : 199301022020122023

NOTA DINAS

Kediri, 04 Juni 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Ratri Pramudita

NIM : 20402056

Judul : Peran Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas (Studi Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama dengan ini terlampir berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Nilna Fauza, MHI
NIP : 19861024 201503 2 003

Pembimbing II



Erni Zulfa Arini, S.T., M.M.
NIP : 19930102 202012 2 023

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 04 Juni 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada,

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Ratri Pramudita

NIM : 20402056

Judul : Peran Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah
Nasabah Produk Cicil Emas (Studi Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersamaan dengan ini kami lampirkan berkas naskah skripsi, dengan harapan segera diuji dalam sidang munaqosah.

Dengan demikian, agar maklum dan atas ketersediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Nilna Fauza, MHI

NIP : 19861024 201503 2 003

Pembimbing II



Erni Zulfa Arini, S.T., M.M.

NIP : 19930102 202012 2 023

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK CICIL EMAS (Studi Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas)

RATRI PRAMUDITA

20402056

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Pada Tanggal 17 April 2025

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Sri Hariyanti, M.M.
NIP. 19851003 201903 2 006

(.....)

2. Penguji I
Nilna Fauza, MHI.
NIP. 19861024 201503 2 003

(.....)

3. Penguji II
Erni Zulfa Arini, S.T., M.M.
NIP. 19930102 202012 2 023

(.....)

Kediri, 04 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri



Dr. H. H. Annas Mushlih, M.H.I.

NIP. 19750101 199803 1 002

HALAMAN MOTTO

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَاَ

“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

(Q.S. Al-Baqarah : 275)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu.”

(Q.S. Al-Maidah : 1)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, serta dukungan dan doa dari orang-orang tercinta sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu dengan rasa bangga dan bahagia penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Sasmito dan Ibu Supiyah tercinta yang tak henti-hentinya memberikan dukungan, motivasi, dan doa yang terbaik untuk kesuksesan penulis. Saya sangat berterimakasih dan sangat bersyukur atas *support* yang telah diberikan.
2. Kepada seluruh keluarga saya yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
3. Kepada dosen pembimbing Ibu Nilna Fauza, MHI dan Ibu Erni Zulfa Arini, M.M yang telah membimbing dan mengarahkan dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Seluruh Dosen IAIN Kediri, terutama Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membekali ilmu selama perkuliahan, semoga rahmat Allah SWT. selalu menyertai Bapak/Ibu sekalian.
5. Sahabat-sahabat saya yang telah membantu, mendukung, dan mendengarkan keluh kesah saya (Alfa Zulfida, Grezya Madha Rera, Dewi Mutiara Kharisma, Nabilla Elva Febriandi, Dwi Susilowati, Nandita Adelya, Nur Aini Naimah Al-Hijrah, Vanisha Seftya Damayana) terimakasih banyak atas *support* yang diberikan.

6. Idol Kpop dan Aktor China yang telah memotivasi saya untuk tidak menyerah dan harus bekerja lebih keras dengan hati yang sabar dan ikhlas.
 7. Untuk diri saya yaitu Ratri Pramudita, selamat telah bertahan dan berjuang hingga dapat menyelesaikan seluruh tahap pendidikan hingga lulus perkuliahan.
- Terimakasih sudah berjuang sampai akhir dari kesulitan yang telah kamu alami.

ABSTRAK

Ratri Pramudita. 20402056 Dosen Pembimbing Ibu Nilna Fauza, MHI dan Ibu Erni Zulfa Arini, M.M : “PERAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK CICIL EMAS (Studi Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas)”, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2025.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Cicil Emas, Meningkatkan Jumlah Nasabah.

Strategi pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah nasabah produk cicil emas, khususnya di BSI KC Jombang Cempaka Mas. Dengan tren kenaikan harga emas, masyarakat semakin tertarik menjadikannya sebagai investasi, sehingga banyak lembaga keuangan syariah berlomba-lomba menawarkan produk cicil emas. Sehingga terjadi persaingan bisnis yang semakin ketat untuk menuntut strategi pemasaran yang efektif agar produk cicil emas tetap menjadi pilihan utama nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan oleh peneliti dengan pihak terkait seperti tim pemasaran *pawning officer*, *back office* dan juga beberapa nasabah. Peneliti turut memastikan keabsahan data dengan berpartisipasi langsung, menentukan fokus pengamatan dalam observasi, serta menerapkan triangulasi. Proses penelitian ini meliputi beberapa tahap, yaitu tahap pra lapangan, tahap di lapangan, tahap analisa, dan tahap penulisan laporan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam memasarkan produk cicil emas di BSI KC Jombang Cempaka Mas dikatakan efektif, karena sudah menerapkan dan menggunakan konsep strategi pemasaran ekstensifikasi dan strategi pemasaran intensifikasi dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P sebagai praktek pemasarannya (*product, price, place, promotion, process, people, physical evidence*) yang sesuai dengan peningkatan jumlah nasabah produk cicil emas di BSI KC Jombang Cempaka Mas. Produk yang digunakan BSI KC Jombang Cempaka Mas merupakan logam mulia emas Antam, dimana emas Antam sudah memiliki sertifikat internasional. Produk cicil emas di BSI KC Jombang Cempaka Mas memiliki harga yang murah dan terjangkau bagi masyarakat serta memiliki jangka waktu yang fleksibel. Adapun lokasi untuk pembiayaan yaitu dapat langsung ke kantor BSI KC Jombang Cempaka Mas atau bisa melalui fitur pembiayaan di aplikasi *Byond by* BSI. Selain itu, BSI KC Jombang Cempaka Mas juga melakukan promosi di berbagai instansi, menyebar brosur, melalui *WA Blast*, *story WA* pada setiap harinya, dan lain sebagainya. Sehingga dengan sistem pemasaran tersebut akan memudahkan dan meringankan masyarakat dalam mencicil pembiayaan emas. Oleh sebab itu, nasabah produk cicil emas di BSI KC Jombang Cempaka Mas mengalami kenaikan di setiap tahunnya. Dimana nasabah produk cicil emas BSI KC Jombang Cempaka Mas di dominasi oleh rentang usia 25-45 tahun. Selain itu, BSI KC Jombang Cempaka Mas akan terus mengedukasi masyarakat agar dapat meleak/paham mengenai bagaimana menguntungkannya berinvestasi emas ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT. Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Berkat taufik, rahmat, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas (Studi pada BSI KC Jombang Cempaka Mas)”. Penulis juga berharap ilmu yang diperoleh dapat bermanfaat di dunia maupun di akhirat.

Sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini yang tidak terlepas dari keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaiannya. Secara khusus, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlih, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
3. Ibu Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
4. Ibu Nilna Fauza, MHI dan Ibu Erni Zulfa Arini, M.M selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan arahan serta bimbingan hingga penulisan skripsi ini terselesaikan dengan baik.

5. Bapak dan Ibu dosen, serta staf dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
6. Bapak Feri Achmad Ichbal Kadafi selaku *Branch Manager* dan Bapak Adam Manik selaku *Branch Operation & Service Manager* BSI KC Jombang Cempaka Mas yang telah memberikan izin melakukan penelitian dan segenap karyawan BSI KC Jombang Cempaka Mas yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan oleh penulis.
7. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Sasmito dan Ibu Supiyah yang selalu tulus dan senantiasa memberikan dukungan doa, moral, kasih sayang, motivasi, dan material selama penulis menyelesaikan studi. Serta banyak terima kasih atas segala pengorbanan yang diberikan selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman seangkatan tahun 2020, khususnya Prodi Perbankan Syariah dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT. membalas segala jasa dan budi yang telah diberikan dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis menyadari adanya kekurangan dalam skripsi ini dan mengharapkan masukan serta kritik untuk perbaikan penelitian yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya. Amiin...

Kediri, 04 Juni 2025

Penulis



Ratri Pramudita

(20402056)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Telaah Pustaka	15
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Strategi Pemasaran	20
B. Peningkatan Jumlah Nasabah.....	27
C. Produk Cicil Emas	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Kehadiran Peneliti.....	33
C. Lokasi Penelitian.....	34
D. Data dan Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	38
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	39

H. Tahap Penelitian.....	40
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Paparan Data	56
C. Temuan Penelitian.....	84
BAB V PEMBAHASAN	88
A. Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Di BSI KC Jombang Cempaka Mas 88	
B. Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas	120
BAB VI KESIMPULAN	127
A. Kesimpulan	127
B. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Di Jombang Tahun 2024.....	7
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas dan Gadai Emas BSI KC Jombang Cempaka Mas 2021-2024	11
Tabel 4.1 Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas BSI KC Jombang Cempaka Mas 2021-2024	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PT Bank Syariah Indonesia	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi BSI KC Jombang Cempaka Mas	47
Gambar 5.1 Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas BSI KC Jombang Cempaka Mas Tahun 2021-2024 Yang Mengalami Kenaikan.....	123

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Permohonan Izin Melakukan Observasi/Penelitian
- Lampiran II : Surat Keterangan Telah Melakukan Observasi/Penelitian
- Lampiran III : Pedoman Wawancara
- Lampiran IV : Dokumentasi Promosi Produk Cicil Emas BSI KC Jombang
Cempaka Mas
- Lampiran V : Simulasi Cicilan Produk Cicil Emas BSI KC Jombang Cempaka
Mas Per 10 Maret 2025
- Lampiran VI : Dokumentasi Saat Melakukan Observasi Dan Wawancara
- Lampiran VII : Daftar Konsultasi Skripsi
- Lampiran VII : Daftar Riwayat Hidup