

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kebutuhan manusia semakin kompleks seiring perkembangan zaman. Manusia memiliki banyak tuntutan karena kebutuhan yang kompleks. Untuk memenuhi semua tuntutan, hanya mengandalkan gaji dan inflasi tahunan tidak cukup. Oleh karena itu, penting untuk investasi agar didapat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Investasi adalah menanam sejumlah dana atau sumber daya lain dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar di masa depan.¹

Investasi dalam Islam merupakan kegiatan muamalah yang dianjurkan sebab dalam Islam sendiri diajarkan untuk tidak menghabiskan seluruh kekayaan yang dimiliki namun hendaknya menyisihkan sebagian kekayaan yang didapat untuk keperluan di masa yang akan datang. Hal ini dijelaskan dalam Al-Quran surat Yusuf ayat 46-48 yang berbunyi:

يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعُ عِجَافٍ وَسَبْعِ
سُنْبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَاتٍ لَعَلِّي أَرْجِعُ إِلَى النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ (٤٦) قَالَ
تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ (٤٧) ثُمَّ
يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُخْصِنُونَ (٤٨)

Artinya :

"Yusuf, wahai orang yang sangat dipercaya! Terangkanlah kepada kami (takwil mimpi) tentang tujuh ekor sapi betina gemuk yang dimakan oleh tujuh (ekor sapi betina) kurus, tujuh tangkai (gandum) yang hijau dan (tujuh tangkai) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya." (46) (Yusuf)

¹ Siti munawaroh. Sugiono, *Hukum Investasi*, (Depok: Jakad Media Publishing, 2019), 40

berkata, “Bercocoktanamlah kamu tujuh tahun berturut-turut! Kemudian apa yang kamu tuai, biarkanlah di tangkainya, kecuali sedikit untuk kamu makan (47) Kemudian, sesudah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit (paceklik) yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya, kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan.”

Terkait dalam pengelolaan dan pengembangan kekayaan, ayat ini memberikan panduan yang sangat berharga tentang bagaimana kita seharusnya memperlakukan harta dengan bijak. Prinsip dasar yang ditekankan adalah pentingnya menghindari perilaku boros dan menghambur-hamburkan harta, serta lebih memprioritaskan untuk menabung dan berinvestasi demi mewujudkan masa depan yang lebih sejahtera. Mengingat bahwa kondisi keuangan seseorang dapat berubah-ubah dan tidak selalu stabil, maka investasi menjadi suatu hal yang sangat krusial. Melalui investasi, seseorang dapat memastikan bahwa kekayaan yang telah dikumpulkan hari ini dapat memberikan manfaat yang signifikan di masa depan, terutama ketika seseorang mulai memasuki usia tua dan produktivitasnya mungkin menurun. Salah satu bentuk investasi yang sangat populer di kalangan masyarakat luas adalah emas. Hal ini disebabkan oleh sifat emas yang cenderung stabil dan bahkan sering mengalami peningkatan harga setiap tahunnya, menjadikan emas sebagai salah satu pilihan investasi yang sangat aman dan likuid. Bahkan, harga emas yang terus meningkat dan mampu melampaui rekor sebelumnya menjadikan tahun 2024 sebagai tahun yang sangat menguntungkan bagi para investor emas.² Oleh karena itu, investasi emas bukan hanya menjadi pilihan

² Alfian Risfil, *Jelang Tutup Tahun 2024, Harga Emas Antam Naik*, <https://rri.co.id/nasional/1225706/jelang-tutup-tahun-2024-harga-emas-antam-naik> (Diakses pada 29 April 2025 pukul 16.00 WIB)

yang bijak, tetapi juga memberikan potensi keuntungan yang sangat besar di masa depan.

Harga emas menunjukkan kinerja luar biasa pada tahun 2024, dengan kenaikan signifikan menjelang akhir tahun. Menurut data dari PT. Antam, harga emas batangan mencapai Rp1.528.000 per gram pada 30 Desember 2024, meningkat Rp2.000 dari sebelumnya. Sementara itu, harga buyback juga mengalami kenaikan menjadi Rp1.378.000 per gram. Kenaikan harga emas ini mencerminkan tingginya minat investor terhadap emas sebagai aset lindung nilai di tengah ketidakpastian pasar global. Harga emas memang belum mencapai rekor tertinggi pada Oktober 2024 sebesar Rp1.567.000 per gram; Namun demikian, tren kenaikan ini tetap menjadi sinyal positif bagi masyarakat. Dengan demikian, tahun 2024 dapat dikatakan sebagai tahun yang menguntungkan bagi para investor emas.

Investasi emas semakin populer sebagai pilihan instrumen lindung nilai yang aman dan stabil. Salah satu produk yang tumbuh pesat adalah pembiayaan logam mulia, atau yang lebih dikenal sebagai cicil emas. Produk ini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen investasi, tetapi juga sebagai sarana untuk melindungi nilai aset dari ketidakpastian ekonomi.³

Persaingan dalam industri perbankan syariah menempatkan Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Muamalat sebagai dua pemain utama yang menawarkan produk cicil emas dengan berbagai keunggulan serta memberikan pilihan bagi nasabah untuk memilih sesuai dengan kebutuhan

³ Rahman, F.& Salim, M. (2021), “ *Digitalisasi Perbankan Syariah di Era Society 5.0*” Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 9(2), hlm.120

mereka dengan beberapa kategori aspek, yakni mulai dari jenis produknya, tempat, cara promosi dan bahkan pada aspek harga dari kedua bank.

Pada aspek jenis produk kedua bank syariah ternama, Bank Muamalat dan Bank Syariah Indonesia (BSI), menawarkan pembiayaan logam mulia berupa emas batangan bersertifikat ANTAM dengan akad murabahah. Bank Muamalat menawarkan limit pembiayaan yang lebih tinggi, yaitu antara 5 hingga 500 gram, dengan jangka waktu pembiayaan hingga 10 tahun. Emas yang dibeli dijadikan sebagai agunan dan disimpan di bank hingga nasabah melunasi kewajiban pembiayaannya. Sementara itu, BSI menawarkan limit pembiayaan hingga 250 gram dengan tenor maksimal 5 tahun. Meskipun limitnya lebih rendah, BSI menawarkan beberapa kelebihan, seperti margin kompetitif, perlindungan asuransi atas emas, dan fleksibilitas untuk melakukan gadai ulang (*rahn*) atas emas yang telah dibiayai.

Dari sisi lokasi, kedua institusi perbankan syariah ini memiliki persamaan, yaitu sama-sama menyediakan layanan produk cicil emas melalui jaringan kantor cabang yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Sedangkan Bank Syariah Indonesia memiliki keunggulan pada aspek aksesibilitas layanan melalui aplikasi digital BYOND by BSI, yang memungkinkan nasabah mengajukan pembiayaan secara berani tanpa harus datang ke kantor cabang.

Pada aspek yang lain yakni bagian promosi, Bank Muamalat menitikberatkan pada prinsip-prinsip syariah, keamanan transaksi, serta kemudahan proses pengajuan, dengan menasar segmentasi kebutuhan masyarakat seperti investasi jangka panjang, dana pendidikan, persiapan ibadah haji, dan perencanaan warisan. Promosi dilakukan melalui media cetak,

situs web resmi, edukasi investasi, dan pemasangan materi promosi di kantor. Sementara itu, BSI menggunakan strategi promosi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. BSI, melalui slogan “Cicil Emas Tanpa Cemas,” secara aktif memanfaatkan platform digital, aplikasi perbankan, dan edukasi investasi berbasis online untuk menjangkau kalangan muda dan keluarga yang memiliki minat pada investasi emas yang ringan dan terjangkau. Promosi tetap berlandaskan prinsip syariah serta mengedepankan kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi.

Bank Muamalat menetapkan margin tetap sebesar 9% per tahun pada produk cicil emas, dengan sistem pembatasan harga saat akad. Selain itu, nasabah harus memiliki penghasilan minimal Rp1,5 juta per bulan untuk memenuhi persyaratan kelayakan. Sementara itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) menawarkan margin yang lebih kompetitif, terutama untuk nasabah dengan gramasi pembiayaan besar. BSI juga mengunci harga emas saat akad dan menetapkan uang muka yang ringan, yaitu mulai dari 5%. Selain itu, beberapa kantor cabang BSI memberikan potongan biaya administrasi sebesar 0,25%, sehingga meningkatkan efisiensi biaya bagi nasabah.

Menurut Fatwa MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010, jual beli emas secara tidak tunai diizinkan selama emas tersebut tidak menjadi alat tukar yang resmi.⁴ Masyarakat dapat membeli emas batangan dengan mudah dan dalam jangka waktu yang *fleksibel* dengan cicilan emas syariah. Pemenuhan kebutuhan masa depan seperti biaya ibadah haji, pendidikan anak, kepemilikan rumah, dan tabungan dalam bentuk emas menjadi salah satu

⁴Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 77/DSN-MUI/Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai.

alasan utama masyarakat memilih untuk berinvestasi. Instrumen emas dipandang sebagai pilihan investasi yang relatif aman dan stabil dari segi nilai. Produk cicil emas yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah, seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), memberikan solusi bagi masyarakat yang ingin memiliki emas tanpa harus melakukan pembayaran secara tunai. Akad murabahah diterapkan dalam mekanisme produk tersebut sebagai bentuk kesepakatan jual beli antara pihak bank dan nasabah. Skema pembayaran dilakukan secara angsuran dengan jangka waktu fleksibel, mulai dari satu hingga lima tahun, sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam merencanakan kepemilikan emas sesuai kemampuan finansial mereka.⁵

Pada wilayah Kabupaten Sidoarjo, Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa Kantor Cabang Pembantu (KCP) yang tersebar di berbagai lokasi strategis, antara lain BSI KCP Sidoarjo Gajah Mada, BSI KCP Sidoarjo Pondok Candra, BSI KCP Sidoarjo Gateway, serta layanan ATM BSI di Alfamart Letjen Sutoyo (Waru). Namun, dalam penelitian ini peneliti memfokuskan kajian pada BSI KCP Wonocolo Sepanjang dan BSI KCP Krian, karena kedua kantor cabang tersebut memiliki tingkat visibilitas dan aktivitas pemasaran yang lebih tinggi di kalangan masyarakat, khususnya dalam pengembangan dan pemasaran produk Cicil Emas, sehingga dinilai lebih representatif untuk dianalisis. Berikut ini adalah perbedaan dari kedua BSI tersebut:

⁵<https://www.bankbsi.co.id>, Diakses pada 29 April 2025 pukul 16.14 WIB

Tabel 1.1
Perbandingan Produk Cicil Emas BSI KCP Sepanjang Wonocolo dan BSI KCP Krian

Keterangan	BSI KCP Wonocolo Sepanjang	BSI KCP Krian
<i>Product</i> (Produk)	Logam mulia (ANTAM)	Logam mulia (ANTAM)
<i>Price</i> (Harga)	Sesuai dengan harga logam mulia (ANTAM) dengan margin 9,5 hingga 13,5 %	Sesuai dengan harga logam mulia (ANTAM) dengan margin 9,5 hingga 13,5 %
<i>Place</i> (Tempat)	Jl. Raya Wonocolo No.51, Wonocolo, Kec. Taman, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61257	Jl. Imam Bonjol No.108, Magersari, Krian, Kec. Krian, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61262
<i>Promotion</i> (Promosi)	1. Melakukan sosialisasi ke instansi dan event terkait investasi emas. 2. Memasang banner di kantor BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo 3. Membagikan brosur kepada masyarakat di tempat keramaian khususnya di sekitar kantor, pusat perbelanjaan dan lain-lain. 4. Melakukan promosi lewat media sosial (<i>instagram</i> , dan <i>whatsapp</i>). 5. Menyediakan <i>pick up service</i> , untuk nasabah lama dan baru 6. Bayar kapanpun lewat aplikasi BYOND by BSI 7. Memberikan promo special admin 0,25% untuk cicilan emas	1. Memasang <i>banner</i> di kantor BSI KCP Krian Sidoarjo. 2. Menyebarkan brosur serta memberikan sosialisasi produk kepada masyarakat di tempat keramaian seperti di sekitar kantor, taman, pusat perbelanjaan sekolah dan lain-lain. 3. Melakukan perluasan Promosi lewat media sosial (<i>instagram</i> , <i>facebook</i> dan <i>whatsapp</i>) 4. Menyediakan <i>pick up service</i> , untuk nasabah baru 5. Bayar kapanpun lewat aplikasi BYOND by BSI
Jumlah Nasabah Cicil Emas 2024	482	250

Sumber: Hasil wawancara dengan *pawning officer* BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo dan BSI KCP Krian

Berdasarkan data diatas, Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Wonocolo Sepanjang dan BSI KCP Krian menawarkan produk cicil emas ANTAM. BSI KCP Wonocolo Sepanjang memiliki lokasi yang lebih strategis karena berdekatan dengan pasar, pusat pertokoan, dan juga berbatasan dengan Gresik dan Surabaya, sehingga lebih mudah dijangkau oleh nasabah. Harga produk cicil emas pada kedua BSI tersebut sama, mengikuti harga logam mulia (ANTAM) melalui margin tahunan 15% BSI. BSI KCP Wonocolo Sepanjang dan BSI KCP Krian memiliki promosi yang berbeda. Promosi BSI KCP Wonocolo Sepanjang menarik lebih banyak pelanggan daripada promosi BSI KCP Krian. Bukti bahwa promosi BSI KCP Wonocolo Sepanjang menarik lebih banyak nasabah dari pada BSI KCP Krian adalah jumlah nasabah cicil emas BSI KCP Wonocolo Sepanjang lebih banyak daripada BSI KCP Krian.

Keunggulan BSI KCP Wonocolo Sepanjang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di sana. Strategi pemasaran BSI KCP Wonocolo Sepanjang menggunakan bauran elemen pemasaran yang mencakup produk, harga, lokasi, dan promosi. Peluncuran produk Cicil Emas di BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo terjadi pada tanggal 4 November 2021 dengan latar belakang meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk investasi yang aman, terjangkau, dan sesuai dengan prinsip syariah. Seiring dengan berkembangnya kesadaran *finansial* masyarakat, emas dipandang sebagai salah satu instrumen investasi yang relatif stabil dan minim risiko. Namun, harga emas yang relatif tinggi menjadi kendala bagi sebagian kalangan untuk memiliki logam mulia tersebut secara tunai. Melihat keadaan tersebut, BSI

memberikan solusi berupa layanan cicil emas yang pembayarannya bisa dilakukan secara angsur dengan tenor yang telah ditentukan. Salah satunya adalah BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo yang ikut menyalurkan program dari Bank Syariah Indonesia yakni pembiayaan Cicil Emas tetapi tetap dengan landasan syariah yang berlaku. Adanya produk ini juga merupakan bagian dari strategi BSI untuk memperluas *portofolio* layanan dan meningkatkan inklusi keuangan syariah di wilayah Sidoarjo dan sekitarnya. Selain itu, peluncuran cicil emas juga menjadi salah satu upaya untuk mendorong pertumbuhan nasabah serta meningkatkan daya saing BSI di tengah kompetisi industri perbankan syariah yang semakin dinamis.

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 Wonocolo Sepanjang menyediakan berbagai macam variasi berat emas sebagai bentuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam berinvestasi. Berikut ini variasi produk emas yang terdapat pada BSI KCP Sepanjang Wonocolo.

Tabel 1.2
Data Produk Cicilan Emas Pada BSI KCP Sepanjang Wonocolo
Tahun 2021-2024

No	Tahun (Per 31 Desember)	Berat Emas (Gram)					Jumlah Nasabah
		Biaya admin	5	10	25	50	
1	2021	1%	8	4	3	0	15
2	2022	0,25%	70	25	11	31	137
3	2023	0,25%	107	70	98	61	336
4	2024	0,25%	189	37	115	141	482

Sumber: Wawancara dengan *Branch Operational Service Manager* BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo

Diagram 1.1
Bagan Data Jumlah Nasabah Produk Cicilan Emas
Pada BSI KCP Sepanjang Wonocolo
Tahun 2021-2024



Sumber: Wawancara dengan *Branch Operational Service Manager* BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo

Berdasarkan data yang telah disajikan, BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo menawarkan fasilitas cicil emas dengan pilihan berat mulai dari 5 gram hingga 50 gram untuk memenuhi kebutuhan investasi nasabah. Pada tahun 2021 BSI mulai membuka program cicil emas dengan biaya administrasi sebesar 1%, dengan jumlah 15 nasabah dan pada tahun 2022 cicil emas dimulai dengan promo biaya administrasi sebesar 0,25% serta uang muka hanya 5% dan BSI berhasil menarik 137 nasabah. Kemudian, pada awal tahun 2023, strategi promosi ini berdampak signifikan, terbukti dari peningkatan jumlah nasabah yang melonjak menjadi 336 orang hingga akhir 2023. Pada tahun berikutnya, meskipun kenaikan berlangsung lebih stabil, jumlah nasabah tetap bertambah hingga mencapai 482 orang pada akhir 2024.

Peningkatan jumlah nasabah tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sangat tertarik dengan produk cicil emas, terutama karena adanya kemudahan dan keuntungan dari program promosi yang ditawarkan. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk menelaah lebih dalam terkait perubahan biaya administrasi dari 1% menjadi 0,25% serta kebijakan uang muka 5%. Peneliti

melakukan wawancara dengan 20 nasabah, baik nasabah lama maupun baru, untuk memperkuat analisis.

Harga sendiri memiliki peran yang krusial dalam strategi promosi, karena menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan lembaga dalam memperoleh keuntungan dari penjualan produk, baik barang maupun jasa. Selain itu, program cicil emas ini juga terintegrasi dengan produk “*Gold To Baitullah*”, yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana investasi emas, tetapi juga memberikan manfaat tambahan berupa alokasi dana untuk tabungan haji. Integrasi tersebut menjadikan produk ini lebih menarik bagi masyarakat, karena selain memperoleh nilai investasi, nasabah juga merasa lebih terbantu dalam mewujudkan impian ibadah ke Tanah Suci. Keberadaan program Gold To Baitullah dinilai sangat relevan dan turut berkontribusi terhadap peningkatan jumlah nasabah cicil emas di BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo. Rincian harga pembiayaan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Simulasi Harga Emas Antam di BSI Sidoarjo Sepanjang Wonocolo

Berat logam mulia (gr)	Harga beli logam mulia (Rp)	Uang muka 5% & special admin 0,25% (Rp)	Pokok pembiayaan (Rp)	Margin bank (Rp)	Margin bank (%)
5	9.563.850	500.907	9.085.658	22.715	0,237 %
10	19.072.563	998.925	18.118.935	45.297	0,238%
25	47.555.593	2.490.724	45.177.813	112.944	0,238%
50	95.031.988	4.977.300	90.280.389	225.701	0,238%

Berat Antam	Angsuran per-bulan				
	12	24	36	48	60
5	797.718	418.209	292.103	229.346	191.928
10	1.590.836	834.008	582.523	457.371	382.749
25	3.966.597	2.079.518	1.452.464	1.140.410	954.347
50	7.926.587	4.155.572	2.902.509	2.278.920	1.907.105

Sumber: Wawancara dengan *Branch Operational Service Manager* BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa harga emas yang ditawarkan dalam skema cicil emas di BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo telah sejalan dengan harga emas yang berlaku di pasaran. Nasabah yang ingin mengakses fasilitas cicil emas diwajibkan membayar uang muka sebesar 5% dari harga emas, ditambah dengan biaya administrasi khusus (special admin) sebesar 0,25%. Total pembayaran awal nasabah adalah 5,25%, sedangkan sisa pembayaran melalui angsuran bulanan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa margin bank yang diperoleh relatif kecil, yaitu sekitar 0,238% dari harga beli emas, dan nilai tetap untuk setiap variasi berat emas (5 gr, 10 gr, 25 gr, dan 50 gr). Hal ini menunjukkan bahwa skema cicilan emas yang ditawarkan bersifat tetap hingga masa pembiayaan berakhir. Ketentuan ini sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 yang menyatakan bahwa dalam pembiayaan emas secara angsuran, harga jual harus ditetapkan sejak awal dan tidak boleh berubah sepanjang jangka waktu perjanjian. Dengan demikian, skema cicil emas ini tidak hanya memberikan kemudahan bagi nasabah dalam memiliki emas dengan modal awal yang ringan, tetapi juga memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah.⁶

Berdasarkan data yang telah disajikan, dalam kurun waktu tiga tahun terakhir jumlah nasabah produk cicil emas di BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Fenomena ini menjadi latar belakang bagi penulis untuk menelaah lebih dalam strategi pemasaran yang diterapkan oleh BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah cicil emas. Selain itu, penelitian

⁶Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 77/DSN-MUI/Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai.

ini juga berupaya mengeksplorasi sejauh mana pencapaian target yang berhasil diraih melalui implementasi strategi pemasaran produk cicil emas tersebut. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas (Studi pada BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti memfokuskan penelitian pada:

1. Bagaimana strategi promosi pembiayaan cicil emas yang diterapkan oleh BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo?
2. Bagaimana peran strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan cicil emas di BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo?

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai strategi promosi pada lembaga keuangan syariah. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian literatur mengenai efektivitas promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji strategi pemasaran produk berbasis syariah, terutama produk cicil emas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan akademis mengenai hubungan antara strategi promosi, keputusan investasi nasabah, dan pertumbuhan jumlah nasabah pada sektor perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan masukan bagi pihak lembaga dalam upaya meningkatkan kinerja yang lebih optimal, serta menjadi acuan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif di masa mendatang.

b. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memperoleh pengalaman langsung dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam menghadapi permasalahan yang terjadi di lapangan secara nyata.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta memperdalam pemahaman dalam bidang strategi pemasaran, sekaligus memberikan kontribusi sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian saya diatas, maka tujuan dari penelitian saya ini adalah

1. Untuk Menjelaskan Strategi Promosi Pembiayaan Cicil Emas Yang Dilakukan BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo
2. Untuk Menjelaskan Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Cicil Emas Di BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo

E. Telaah Pustaka

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hanani,(2019) Mahasiswa IAIN Padang sidimpuan dengan judul “*Strategi Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang sidimpuan*”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pada produk pembiayaan cicil emas di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Sidempuan telah berjalan secara optimal dengan mengimplementasikan konsep *marketing mix* (bauran pemasaran) sebagai instrumen utama dalam memasarkan produk tersebut. Dari keseluruhan elemen bauran pemasaran, strategi yang paling diunggulkan oleh PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Sidempuan adalah penetapan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing, serta penerapan metode promosi melalui personal selling.⁷

Persamaan dari penelitian ini terletak pada fokus kajian yang sama-sama membahas mengenai produk cicil emas serta strategi pemasarannya. Sementara itu, perbedaannya terdapat pada ruang lingkup pembahasan. Penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada aspek pembiayaan, sedangkan dalam penelitian ini penulis memfokuskan kajian pada strategi pemasaran yang diterapkan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran tersebut.

⁷ Ulfa Hani, *Strategi Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2019.

- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Subhan Arief Yuwanda, (2025) Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember, dengan judul “*Pengaruh Promosi, Program Dan Kemudahan Investasi Emas, Dengan Memanfaatkan Teknologi Mobile Banking Terhadap Peningkatan Laba Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Lumajang.*”.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa penelitian menunjukkan bahwa promosi, program, dan kemudahan investasi emas dengan dukungan teknologi mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan laba bank. Artinya, semakin gencar promosi dilakukan dan semakin mudah akses layanan melalui mobile banking, maka semakin besar pula kontribusinya terhadap keuntungan BSI.⁸

Adapun persamaan dari penelitian terdahulu ini terletak pada objek kajian yang sama-sama berfokus pada produk cicil emas dan berfokus pada konteks promosi yang dilakukan oleh BSI. Sementara itu, perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif dalam memperoleh datanya. Selain itu, prespektif dan fokus penelitiannya juga berbeda. Pada penelitian terdahulu prespektif pada kinerja keuangan bank sedangkan pada penelitian peneliti fokus pada pertumbuhan nasabah.

⁸Subhan Arie Yuwanda, *Pengaruh Promosi, Program Dan Kemudahan Investasi Emas, Dengan Memanfaatkan Teknologi Mobile Banking Terhadap Peningkatan Laba Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Lumajang*. Universitas Muhammadiyah Jember, 2025.

- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Nadila Ratnasari Nurhanifah (2022) mahasiswi IAIN Pomorogo dengan judul “*Strategi Promosi Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Daerah Pedesaan*”.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa BSI KCP Nganjuk menerapkan tiga strategi promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, dan penjualan pribadi. Periklanan didukung oleh kejelasan informasi, kemudahan akses, serta pemanfaatan media online yang cepat menyebarkan informasi. Promosi penjualan dinilai efektif dalam membentuk brand image dengan biaya lebih murah, sedangkan penjualan pribadi berfungsi memperkuat hubungan dengan masyarakat, responsif terhadap nasabah, dan komunikatif. Namun, secara keseluruhan, dampak strategi promosi tersebut terhadap peningkatan jumlah nasabah masih kurang maksimal.⁹

Persamaan pada penelitian terdahulu ini adalah meneliti strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah, namun berbeda konteks wilayah (perkotaan dan pedesaan) dan antara penelitian terdahulu dan sekarang sama melakukan penelitian pada produk cicil emas di Bank BSI. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada Perbedaan mendasar ada pada karakteristik target nasabah dan lokasi KCP penelitian dan pada penelitian terdahulu hanya menfokuskan di pedesaan sedangkan peneliti saat ini menfokuskan di BSI yang ada di wilayah surabaya dan instansi di Kota Sidoarjo.

⁹ Nurhanifah, Nadila Ratnasari. *Strategi Promosi Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Daerah Pedesaan*, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Jurusan Perbankan Syariah Banjarmasin Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022.

- 4) Penelitian yang dilakukan Oleh Nazarul Tamimi (2023) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul “*Pengaruh Promosi Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Cicil Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Keutapang Aceh Besar*”.

Berdasarkan penelitian ini, disimpulkan bahwa promosi dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada produk cicil emas di Pegadaian Syariah Cabang Keutapang, Aceh Besar. Promosi yang dilakukan melalui berbagai media mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk cicil emas, sementara citra perusahaan yang baik memperkuat kepercayaan nasabah sehingga menambah minat mereka untuk menggunakan produk tersebut. Dengan demikian, kedua variabel promosi dan citra perusahaan saling mendukung dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk cicil emas.¹⁰

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada konteks yakni dari segi promosi cicil emas, sedangkan perbedaannya adalah dari segi jenis metode penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan saat ini yakni kuantitatif dan kualitatif selain itu variabel penelitian yang terdahulu fokus variabelnya lebih condong ke minat sedangkan saat ini peneliti lebih mencodongkan ke jumlah nasabah.

- 5) Penelitian yang dilakukan oleh Sulkha Kahfi Kurnia (2023) mahasiswa IAIN Kediri dengan judul "Tinjauan Hukum Positif Dan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Investasi Emas Digital Di Platform Shopee".

¹⁰ Tamimi, Nazarul., *Pengaruh Promosi Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Cicil Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Keutapang Aceh Besar*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2023

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode naturalistik. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengkaji mekanisme yang diterapkan dalam investasi emas digital melalui platform *Shopee*.¹¹

Persamaan penelitian ini terletak pada objek kajiannya, yaitu membahas mengenai produk emas yang memanfaatkan media digital untuk mempermudah proses transaksi, serta bagaimana pelayanan yang diberikan mendukung kelancaran mekanisme tersebut. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada variabel yang digunakan, serta fokus utama dari masing-masing penelitian. Dalam hal ini, penulis lebih menitikberatkan pada pembahasan mengenai strategi pemasaran produk cicil emas. Selain itu, perbedaan juga dapat dilihat dari objek studi kasus yang diangkat, di mana penelitian ini dilakukan di BSI KCP Sidoarjo Sepanjang Wonocolo.

¹¹ Sulkha Kahfi Kurnia, “*Tinjauan Hukum Positif Dan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Investasi Emas Digital Di Platform Shopee* (Skripsi, Kediri, IAIN Kediri, 2023).