

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Pertumbuhan pesat jumlah lembaga keuangan saat ini menuntut lembaga keuangan syariah perlu mengoptimalkan dan mempertahankan kinerjanya agar tetap bersaing dengan bank konvensional. Dalam hal ini, peran pemasaran sangat intens sebagai penghubung antara nasabah dan bank, sekaligus sarana untuk memperkenalkan produk guna menarik minat pelanggan.<sup>1</sup>

Minat beli merupakan bentuk tahapan individu mulai memiliki keinginan untuk melakukan keputusan pembelian. Beberapa faktor yang menjadi indikator minat beli yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Sedangkan, apabila pembeli melakukan *repurchase* atau pembelian ulang, hal itu merupakan bentuk pengaruh dari loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Sehingga, dalam merencanakan strategi pemasaran harus diselaraskan dengan harapan atau keinginan calon pembeli, agar pemasaran yang dijalankan lebih efektif dalam memperoleh pelanggan.<sup>2</sup>

Investasi merupakan suatu aktivitas menanam aset atau dana yang dimiliki dengan harapan dapat mengantongi keuntungan atau mengalami pertumbuhan nilai di tahun-tahun selanjutnya. Dalam buku *Investasi Saham*

---

<sup>1</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 168

<sup>2</sup> Dewi Sartika, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen," *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* 2, No. 1 (March 2017): 10–21

karangan Suratna dkk, investasi adalah pengaitan beberapa sumber dana dalam jangka waktu yang panjang untuk memperoleh keuntungan di kemudian hari.<sup>3</sup> Target utama berinvestasi adalah untuk menciptakan aset tambahan di luar gaji pokok, dengan risiko yang terukur. Beberapa bentuk investasi yang dapat dijalankan yaitu pembelian aset seperti obligasi, saham, komoditas, atau properti.<sup>4</sup> Salah satu investasi yang marak saat ini adalah emas. Dalam kurun waktu terakhir, minat masyarakat terhadap investasi emas terus melonjak, karena dianggap bukan hanya sebagai aset yang aman dan stabil, namun memberikan nilai tambah dalam jangka panjang terutama ditengah kondisi ekonomi global yang tidak menentu. Emas sering kali dipilih investor untuk melindungi kekayaannya.<sup>5</sup> Dikutip dari laman CNBC Indonesia, harga emas pada akhir Desember tahun 2024 kemarin menyentuh angka US\$ 2.077,16 per *troy* (naik 0,51%), dari awal bulan sebesar US\$ 2.070,9.<sup>6</sup>

BCA Syariah merupakan salah satu bank umum syariah di Indonesia, yang resmi memulai operasional perbankannya pada tanggal 5 April 2010 setelah mengantongi izin dari Bank Indonesia. BCA Syariah berkomitmen menjadi pemrakarsa industri perbankan syariah di Indonesia dalam hal penghimpunan dana, pembayaran, dan pembiayaan. BCA Syariah

---

<sup>3</sup> Suratna, Hendro Widjanarko, dan Tri Wibawa, *Investasi Saham* (Yogyakarta: LPPM UPN “Veteran” Yogyakarta, 2020).

<sup>4</sup> Nurmiati, Manajemen Investasi, (Bandung: Penerbit Widina Media Utama, 2024), 13

<sup>5</sup> Riza Rasyid Al-Aufa Siagian, “Persepsi Masyarakat Indonesia Terhadap Kenaikan Harga Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang: Sebuah Tinjauan Literatur,” *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced* 3, no. 1 (10 Januari 2025): 298

<sup>6</sup> Jihaan Khoirunnissa, “Investasi Emas Masih Jadi Primadona di 2024, Segede Apa Keuntungannya?,” *detikFinance*, Januari 2024, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7133534/investasi-emas-masih-jadi-primadona-di-2024-segede-apa-keuntungannya>

menawarkan berbagai produk berkualitas yang mudah diakses, termasuk pembiayaan cicil emas.<sup>7</sup> BCA Syariah menjalankan pembiayaan cicil emasnya dengan mengikuti prinsip syariah menggunakan akad *murabahah* (jual beli) dan mematuhi fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No 77/DSN-MUI/V/2010 yang memperbolehkan jual beli emas secara non-tunai selama emas tersebut tidak digunakan sebagai alat tukar. Pembiayaan ini memudahkan masyarakat membeli emas tanpa harus membayar harga penuh di awal, melainkan melalui cicilan ringan.<sup>8</sup> Nasabah dapat memilih jangka waktu untuk cicilannya antara 12 sampai 60 bulan dengan berat emas 5 sampai 250 gram, uang muka yang dibayarkan pun bisa disesuaikan dengan kemampuan nasabah mulai dari 10% sampai 30% dari harga emas, dan cicilannya disesuaikan dengan presentase uang muka yang dibayarkan.<sup>9</sup>

Karesidenan Kediri adalah wilayah administratif berbentuk karesidenan yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Wilayah ini berdiri pada tahun 1830 setelah berakhirnya Perang Jawa, saat Kesultanan Mataram menyerahkannya kepada Pemerintah Hindia Belanda. Namun wilayah ini resmi dihapus pada tahun 1957, sehingga istilah Karesidenan Kediri sekarang menjadi Eks Karesidenan Kediri. Pendapatan wilayah-wilayah di Eks Karesidenan Kediri tergolong bervariasi, karena sektor unggulan dari

---

<sup>7</sup> “Tentang BCA Syariah: Informasi Umum,” diakses 16 Mei 2025, <https://www.bcasyariah.co.id/informasi-umum>

<sup>8</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai

<sup>9</sup> <https://www.bcasyariah.co.id/emas-ib>, “BCAS-Emas iB”, Diakses 5 Mei 2025 pukul 20.00

masing-masing daerahnya berbeda. Berikut merupakan daftar wilayah-wilayah Eks Karesidenan Kediri beserta pendapatannya.

**Tabel 1. 1 Daftar Wilayah Eks Karesidenan Kediri dan Pendapatan Tahun 2024**

| No | Wilayah               | PDRB per Kapita (Juta/Tahun) |
|----|-----------------------|------------------------------|
| 1. | Kota Kediri           | 565,841                      |
| 2. | Kabupaten Kediri      | 32,329                       |
| 3. | Kota Blitar           | 59,326                       |
| 4. | Kabupaten Blitar      | 37,811                       |
| 5. | Kabupaten Tulungagung | 46,009                       |
| 6. | Kabupaten Trenggalek  | 32,726                       |
| 7. | Kabupaten Nganjuk     | 32,047                       |

Sumber: Data hasil observasi peneliti, <https://jatim.bps.go.id>

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa tingkat pendapatan masyarakat di wilayah Eks Karesidenan Kediri menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan, terlihat bahwa Kota Kediri menempati posisi tertinggi pada PDRB tahun 2024 sebesar 565,841 Juta/Kapita/Tahun, jauh melampaui wilayah lainnya seperti Kota Blitar dengan jumlah sebesar 59,326 Juta/Kapita/Tahun dan Kabupaten Kediri dengan jumlah sebesar 32,329 Juta/Kapita/Tahun. Perbedaan Tingkat pendapatan ini mencerminkan variasi kemampuan daya beli masyarakat, khususnya dalam mengambil keputusan pembiayaan produk investasi seperti cicil emas. Kondisi tersebut menuntut lembaga perbankan syariah, termasuk BCA Syariah KCP Kediri, untuk menerapkan strategi harga yang adaptif, kompetitif, dan sesuai dengan karakteristik ekonomi masyarakat. Strategi harga yang tepat menjadi faktor penting agar produk EmasiB tetap terjangkau oleh masyarakat dengan Tingkat pendapatan yang beragam, sekaligus mampu meningkatkan minat beli nasabah di tengah persaingan antar lembaga keuangan syariah. Berdasarkan besar PDRB dari kedua kota yang mempunyai pendapatan tertinggi tersebut, peneliti menetapkan untuk

mengambil 2 kota tersebut untuk digunakan sebagai pembandingan. Berikut merupakan perbandingan dari kedua kota tersebut.

**Tabel 1. 2 Daftar Jumlah Bank Umum Syariah di Kota Kediri dan Kota Blitar**

| No | Nama Kota   | Jumlah BUS | Nama BUS   |
|----|-------------|------------|--|
| 1. | Kota Kediri | 5          | BSI, Bank Muamalat Indonesia, Bank Mega Syariah, BCA Syariah, dan BTPN Syariah |
| 2. | Kota Blitar | 3          | BSI, Bank Muamalat Indonesia, dan BTPN Syariah                                 |

Sumber: Data hasil observasi peneliti

Berdasarkan kondisi pada tabel 1.1 yang menunjukkan bahwa Kota Kediri memiliki tingkat PDRB per kapita yang lebih tinggi daripada kota lain, pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa Kota Kediri memiliki jumlah bank umum syariah yang lebih banyak dibandingkan dengan Kota Blitar. Tingginya daya beli masyarakat yang diikuti dengan banyaknya jumlah bank umum syariah yang beroperasi di Kota Kediri menunjukkan adanya persaingan yang relatif ketat dalam menawarkan produk pembiayaan, termasuk cicil emas. Kondisi tersebut menjadikan strategi harga sebagai faktor penting dalam menarik minat beli nasabah, karena nasabah cenderung membandingkan harga sebelum mengambil keputusan. Oleh karena itu, Kota Kediri dipilih sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji bagaimana strategi harga produk EmasIB diterapkan oleh BCA Syariah KCP Kediri dalam meningkatkan minat beli nasabah di tengah potensi ekonomi dan persaingan perbankan syariah yang kompetitif

Kota Kediri diakui menjadi pusat perdagangan dalam industri gula dan rokok terbesar di Indonesia, serta termasuk kota berpenduduk padat di

Jawa Timur yang menyebabkan pertumbuhan ekonomi yang terus berkembang, mendorong berdirinya lembaga keuangan syariah baik bank maupun non bank di Kota Kediri.<sup>10</sup> Adapun daftar beberapa bank umum syariah yang ada di Kota Kediri serta jumlah rating dan ulasan yang dikaji dari aplikasi *google maps*.

**Tabel 1. 3 Daftar Bank Umum Syariah di Kota Kediri Tahun 2025**

| No | Nama BUS                    | Alamat BUS   | Kepemilikan                                   | Rating | Ulasan |
|----|-----------------------------|--|---|--------|--------|
| 1. | BSI KC Hasanudin            | Hasanudin Bussines Centre, Jl. Hasanudin No. 21 B, Dandangan, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur, 64129 | PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BUMN)         | 3,3    | 77     |
| 2. | BSI KC Hayam Wuruk          | Jl. Hayam Wuruk No. 49, Dandangan, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur, 64129                            | PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BUMN)         | 3,4    | 105    |
| 3. | BSI KCP Kediri Gudang Garam | Jl. Mataram No. 180, Karangrejo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64182                       | PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BUMN)         | 3,3    | 13     |
| 4. | Bank Muamalat KC Kediri     | Jl. Sultan Hasanuddin No. 26, Dandangan, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur, 64122                      | Badan Pengelolaan Keuangan Haji/BPKH (Swasta) | 4,9    | 90     |
| 5. | Bank Mega Syariah           | Jl. P. Kusuma Bangsa, Ngadirejo, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur, 64129                              | PT. Mega Corpora (Swasta)                     | 3,8    | 11     |
| 6. | BCA Syariah KCP Kediri      | Gedung BCA, Jl. Brawijaya No. 8 Lantai 2, Pocanan, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur, 64123            | PT. Bank Central Asia (Swasta)                | 5,0    | 70     |

Sumber: Data diolah peneliti melalui aplikasi *Google Maps*

Berdasarkan tabel 1.3 terlihat bahwa ada 3 bank umum syariah yang memperoleh rating tinggi dan ulasan terbanyak di Kota Kediri yaitu BSI KC Hayam Wuruk memperoleh rating 3,4 dengan 105 ulasan, Bank Muamalat

<sup>10</sup> Bambang Suharto, Bambang Rahadi, dan Ari Sofiansyah, "Evaluasi Daya Dukung dan Daya Tampung Ruang Permukiman di Kota Kediri," *Jurnal Sumberdaya Alam dan Lingkungan* 4, no. 3 (30 Desember 2017): 27–33

KC Kediri memperoleh rating 4,9 dengan 90 ulasan, dan BCA Syariah KCP Kediri memperoleh rating 5,0 dengan 70 ulasan. Tingginya rating dan ulasan tersebut mencerminkan persepsi positif nasabah terhadap kualitas layanan dan produk yang ditawarkan oleh BCA Syariah KCP Kediri. Kondisi ini menunjukkan bahwa BCA Syariah KCP Kediri memiliki daya saing yang kuat di tengah persaingan perbankan syariah di Kota Kediri, sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut, terkhusus tentang strategi harga produk EmasIB sebagai salah satu faktor yang berpotensi memengaruhi minat beli nasabah. Berdasarkan data di atas, peneliti menetapkan untuk mengambil 3 sampel bank umum syariah dengan rating tertinggi dan ulasan terbanyak untuk digunakan sebagai pembandingan. Berikut merupakan data perbandingan 3 bank umum syariah tersebut.

**Tabel 1. 4 Perbandingan Bank Umum Syariah di Kota Kediri**

| No | Nama BUS                | Tahun Berdiri | Layanan  |
|----|-------------------------|---------------|--|
| 1. | BCA Syariah KCP Kediri  | 2019          | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penggunaan mesin ATM yang sama dengan BCA konvensional memberikan kemudahan untuk nasabah dalam mengakses layanan BCA Syariah. Lebih dari 20 mesin ATM yang tersedia di Kota Kediri.</li> <li>b. Antrian di kantor bank hampir tidak ada, karena petugas perbankan yang melayani dengan cakap dan tanggap.</li> <li>c. Pembukaan rekening dapat dilakukan secara online, namun tetap bisa memiliki kartu ATM dan untuk setoran awal yang dibayarkan untuk membuka rekening sebesar Rp 100.000.</li> </ul>                                  |
| 2. | Bank Muamalat KC Kediri | 2004          | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mesin ATM Bank Muamalat yang tersedia di Kota Kediri masih terbatas, jumlah mesin ATM Bank Muamalat di Kediri sebanyak 5 unit.</li> <li>b. Masih terdapat beberapa antrian yang ada di kantor bank, meskipun sudah disediakan mesin berbasis teknologi modern untuk antrian nasabah.</li> <li>c. Pembukaan rekening dapat dilakukan secara online, namun tidak semua jenis rekening yang dapat dibuka secara online akan mendapatkan kartu ATM. Setoran awal yang dibayarkan untuk membuka rekening bisa dimulai dari Rp 25.000</li> </ul> |

| No | Nama BUS           | Tahun Berdiri   | Layanan  |
|----|--------------------|---|--|
|    |                    |   | (tanpa kartu ATM) dan Rp 100.000 (dengan kartu ATM).   |
| 3. | BSI KC Hayam Wuruk | 2004 (sebelumnya bernama Bank Syariah Mandiri/BSM, namun pada tahun 2021 merger dan menjadi Bank Syariah Indonesia/BSI) | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mesin ATM yang tersedia masih terbatas, namun BSI menyediakan fasilitas gratis tarik tunai dengan menggunakan mesin ATM milik Bank Mandiri. Jumlah mesin ATM BSI di Kota Kediri sebanyak 8 unit.</li> <li>b. Masih terdapat antrian di kantor bank dan terkadang antrian masih relatif lambat, sementara itu BSI sudah memiliki fasilitas daftar antrian secara online.</li> <li>c. Pembukaan rekening dapat dilakukan secara online, namun tetap bisa memiliki kartu ATM, tetapi untuk aktivasinya tetap harus datang ke kantor BSI. Setoran awal yang dibayarkan untuk membuka rekening sebesar Rp 100.000.</li> </ul> |

Sumber: Data hasil observasi peneliti

Berdasarkan paparan data yang telah disajikan di atas, BCA Syariah KCP Kediri memiliki keunggulan dari sisi kemudahan akses layanan dibandingkan bank pesaingnya. BCA Syariah KCP Kediri didukung oleh penggunaan jaringan mesin ATM yang terintegrasi dengan BCA konvensional, dengan lebih dari 20 mesin ATM yang tersebar di Kota Kediri, sehingga memberikan kemudahan transaksi bagi nasabah. Selain itu, proses pelayanan di kantor relatif cepat dengan minimnya antrian, serta pembukaan rekening yang dapat dilakukan secara *online* dengan setoran awal yang terjangkau. Kemudahan layanan tersebut menjadi faktor pendukung dalam penerapan strategi harga produk pembiayaan, karena harga yang kompetitif akan semakin efektif apabila didukung oleh akses layanan yang mudah dan efisien. Kondisi ini memperkuat alasan pemilihan BCA Syariah KCP Kediri sebagai objek penelitian, khususnya untuk mengkaji strategi harga produk EmasiB dalam meningkatkan minat beli nasabah di tengah persaingan perbankan syariah di Kota Kediri.

Dikarenakan pada saat ini sudah semakin bertambah lembaga perbankan syariah yang menyediakan produk cicil emas pada layanan perbankannya, BCA Syariah dituntut harus mampu memperkenalkan produk cicil emas ini ke masyarakat secara luas. Karena masih banyak masyarakat yang mungkin belum sepenuhnya mengerti dan paham keunggulan dari produk cicil emas ini, serta cara berinvestasi yang tepat dan efisien melalui cicil emas. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang detail dan efektif diperlukan untuk mengoptimalkan kesadaran dan minat beli masyarakat terhadap produk cicil emas BCA Syariah. Di Kota Kediri terdapat 3 bank umum syariah yang unggul pada rating serta ulasan pada *google maps*, seperti yang sudah dipaparkan pada tabel 1.1 dan tabel 1.2. Oleh karena itu, peneliti mengambil 3 bank umum syariah tersebut untuk dijadikan perbandingan dalam penelitian ini. Berikut merupakan tabel perbandingan produk cicil emas dari ketiga bank tersebut:

**Tabel 1. 5 Perbandingan Produk Cicil Emas Bank Umum Syariah di Kota Kediri**

| <b>Keterangan</b>          | <b>BCA Syariah KCP Kediri</b>  | <b>Bank Muamalat KC Kediri</b>   | <b>BSI KC Hayam Wuruk</b>   |
|----------------------------|--|--|---|
| <i>Product</i><br>(Produk) | Logam mulia  | Logam mulia  | Logam mulia   |
| <i>Price</i><br>(Harga)    | Menyesuaikan harga logam mulia dengan margin 9,5% per tahun  | Menyesuaikan harga logam mulia dengan margin mulai dari 9% per tahun   | Menyesuaikan harga logam mulia dengan margin 9,5%-13,5% per tahun   |
| <i>Place</i><br>(Tempat)   | Bertempat di Gedung BCA, Jl. Brawijaya No.8 Lantai 2, Pocanan, Kecamatan Kota, Kota Kediri. Lokasi BCA Syariah sendiri berada di lingkup pertokoan dan pusat perekonomian, kebudayaan, serta jalan yang mempunyai nilai sejarah yaitu Jl. Dhoho Kediri. Tempat parkir yang disediakan cukup luas karena bisa menampung lebih dari 20 motor dan lebih dari 5 mobil, serta | Bertempat di Jl. Sultan Hasanuddin No.25, Dandangan, Kecamatan Kota, Kota Kediri. Lokasi Bank Muamalat berada di jalan satu arah serta berada tepat di sebelah perempatan, dan berdekatan dengan kantor BPJS Kesehatan Kota Kediri, kafe, dan toko perbelanjaan lainnya. | Bertempat di Jl. Hayam Wuruk No. 49, Dandangan, Kecamatan Kota, Kota Kediri. Lokasi BSI KC Hayam Wuruk berada di lingkup pertokoan. Tempat parkir yang disediakan tidak begitu luas, untuk menampung mobil di depan kantor hanya cukup sekitar 2 mobil. |

| Keterangan                    | BCA Syariah KCP Kediri  | Bank Muamalat KC Kediri  | BSI KC Hayam Wuruk   |
|-------------------------------|---|--|--|
|                               | tempat parkir yang masuk di kawasan kantor, sehingga tidak langsung berada di sebelah jalan raya.   | Tempat parkir yang disediakan cukup luas, namun kantor berada di sudut persimpangan.   |  |
| <i>Promotion</i><br>(Promosi) | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberlakukan sistem <i>work in</i> BCA atau menawarkan produk pembiayaan cicil emas ke nasabah yang datang ke kantor.</li> <li>b. Menerapkan strategi promosi jemput bola, dengan menghubungi nasabah atau calon nasabah yang belum pernah melakukan pembiayaan emas.</li> <li>c. Melakukan promosi untuk mengenalkan produk pembiayaan cicil emas saat BCA <i>expo</i> atau <i>event-event</i> lain.</li> <li>d. Menyediakan brosur di kantor dan membagikan kepada masyarakat pada waktu-waktu tertentu.</li> <li>e. Memasang banner tentang cicil emas di kantor.</li> <li>f. Melakukan promosi lewat media sosial (<i>WhatsApp</i>, <i>Instagram</i>, dan <i>Facebook</i>).</li> <li>g. Memberikan promo atau hadiah langsung yang menarik nasabah pada saat membuka <i>booth</i> di <i>BCA Expo</i> dan <i>event</i> lainnya.</li> <li>h. BCA Syariah menawarkan harga Rp 60.000 lebih murah dari PT. ANTAM nya sendiri.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyediakan brosur pada kantor cabang.</li> <li>b. Penawaran pembiayaan cicil emas kepada nasabah yang sedang berkunjung ke kantor cabang.</li> <li>c. Mempromosikan pembiayaan cicil emas lewat <i>WhatsApp</i>.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyediakan brosur pada kantor cabang dan membagikan di waktu-waktu tertentu.</li> <li>b. Memasang banner tentang cicil emas di kantor cabang.</li> <li>c. Melakukan penawaran kepada nasabah yang berkunjung ke kantor cabang.</li> <li>d. Melakukan promosi pada <i>event</i> yang diikuti.</li> <li>e. Melakukan promosi lewat media sosial seperti <i>WhatsApp</i> dan <i>Instagram</i></li> </ul> |

Sumber: Data hasil observasi peneliti

Berdasarkan paparan data yang terdapat pada tabel 1.5 menunjukkan bahwa ketiga bank syariah menyediakan produk cicil emas dengan jenis logam mulia. Untuk margin yang ditetapkan ketiga bank memang tidak jauh berbeda, tetapi dari segi fasilitas untuk keamanan kendaraan nasabah BCA

Syariah lebih dianggap lebih aman, karena kendaraan nasabah berada di dalam kawasan gedung, sehingga tidak langsung berada di sebelah jalan raya. Perbedaan yang mencolok dari ketiga bank adalah BCA Syariah menawarkan harga yang lebih murah Rp 60.000 dari harga di PT. ANTAM nya sendiri, karena harga yang diberikan ke BCA Syariah merupakan harga *corporate* dengan pembelian yang jumlahnya banyak. Strategi harga tersebut diperkuat dengan lokasi kantor yang strategis di pusat perekonomian Kota Kediri, kemudahan akses, serta dukungan promosi yang lebih variatif dan aktif, baik secara langsung maupun melalui media sosial dan *event*. Kondisi ini menunjukkan bahwa BCA Syariah KCP Kediri tidak hanya bersaing melalui produk, tetapi juga mengoptimalkan strategi harga yang didukung oleh lokasi dan promosi, sehingga relevan untuk dikaji lebih lanjut pengaruhnya terhadap minat beli nasabah pada produk pembiayaan EmasIB. Dari beberapa keunggulan yang dimiliki oleh BCA Syariah tersebut menarik ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian di bank tersebut.

Dalam pengimplementasian strategi pemasarannya, BCA Syariah menerapkan unsur-unsur *marketing mix*/bauran pemasaran yang terdiri dari *product* (produk) dengan mengandung keunggulan produk dan layanan yang diberikan, *place* (tempat) memberikan peran yang penting dalam keberhasilan suatu usaha dengan pemilihan tempat yang tepat dapat memberikan pengaruh keputusan pembelian produk oleh pelanggan, *promotion* (promosi) adalah salah satu faktor yang menjadi fokus utama pada kegiatan pemasaran, karena lewat kegiatan promosi suatu perusahaan

akan mempengaruhi konsumen untuk minat dan membeli produk atau jasa yang dipasarkannya<sup>11</sup>, *price* (harga) merupakan bagian penting dalam proses pemasaran, lantaran harga merupakan salah satu hal yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam menetapkan laba yang diperoleh dari penjualan produknya baik dalam bentuk barang maupun dalam bentuk jasa.<sup>12</sup> Produk, tempat, dan promosi memang berperan penting dalam strategi pemasaran, namun harga merupakan faktor yang paling dominan karena nasabah cenderung akan mempertimbangkan besaran margin, kererjangkauan angsuran, serta total pembayaran sebelum mengambil keputusan pembiayaan. Oleh karena itu, peneliti memfokuskan pada strategi harga sebagai bagian dari bauran pemasaran yang dinilai memiliki peran paling signifikan dalam memengaruhi minat beli nasabah terhadap produk EmasB di BCA Syariah KCP Kediri. Berikut merupakan perbandingan harga dari 3 bank umum syariah per tanggal 4 Agustus 2025:

**Tabel 1. 6 Perbandingan Harga Cicil Emas di Tiga Bank Umum Syariah**

| No. | Nama BUS                | Berat (gram) | Harga Jual Emas (Rp) | DP (%) | Margin | Tenor | Total Bayar (Rp) |
|-----|-------------------------|--------------|----------------------|--------|--------|-------|------------------|
| 1.  | BCA Syariah KCP Kediri  | 5            | 9.433.943            | 20     | 9,5    | 12    | 10.151.923       |
| 2.  | Bank Muamalat KC Kediri | 5            | 9.528.763            | 20     | 9      | 12    | 10.214.833       |
| 3.  | BSI KC Hayam Wuruk      | 5            | 9.730.000            | 20     | 9,5    | 12    | 10.469.480       |

Sumber: Data diolah dari simulasi harga cicil emas bank

Berdasarkan paparan data pada tabel 1.6 di atas, menunjukkan bahwa BCA Syariah KCP Kediri memiliki total bayar yang paling rendah dibandingkan dengan 2 bank pesaingnya, sehingga menjadi salah satu

<sup>11</sup> Nadya Annisa, Roswaty, dan Budi Setiawan, "Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kosmetik Sari Ayu di Outlet Mall Palembang Icon," *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 1, no. 2 (Desember 2020): 57.

<sup>12</sup> Elan Eriswanto dan Tina Kartini, Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan Pada Pt. Liza Christina Garment Industry, (Sukabumi, t.t.), 105

pendukung masyarakat untuk tertarik melakukan pembiayaan cicil emas di BCA Syariah KCP Kediri.

BCA Syariah menawarkan berbagai macam berat emas. Jenis-jenis berat emas serta proses penetapan harga dalam pembiayaan cicil emas di BCA Syariah KCP Kediri ditampilkan seperti pada tabel berikut:

**Tabel 1. 7 Simulasi Harga Cicil Emas di BCA Syariah KCP Kediri 4 Agustus 2025**

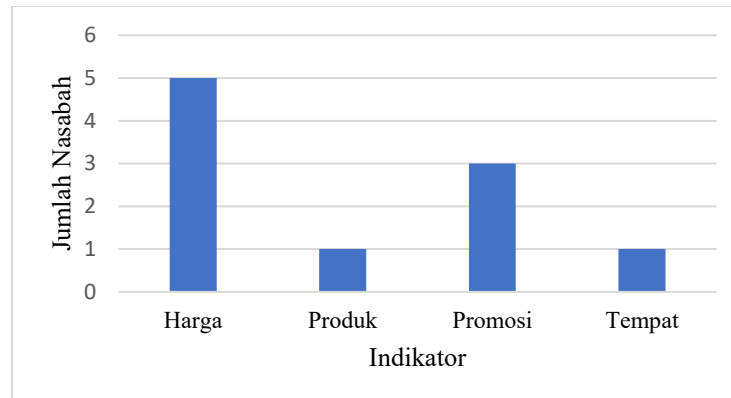
| Gram | Harga Jual/Harga Perolehan | DP 10%     | Plafon Pembiayaan | Angsuran per Bulan |            |            |            |           |
|------|----------------------------|------------|-------------------|--------------------|------------|------------|------------|-----------|
|      |                            |            |                   | 12                 | 24         | 36         | 48         | 60        |
| 5    | 9,433,943                  | 943,394    | 8,490,549         | 744,481            | 389,839    | 271,977    | 213,309    | 178,317   |
| 10   | 18,867,887                 | 1,886,789  | 16,981,098        | 1,488,962          | 779,679    | 543,955    | 426,618    | 356,635   |
| 25   | 47,169,717                 | 4,716,972  | 42,452,745        | 3,722,406          | 1,949,196  | 1,359,887  | 1,066,546  | 891,587   |
| 50   | 94,339,433                 | 9,433,943  | 84,905,490        | 7,444,812          | 3,898,393  | 2,719,773  | 2,133,092  | 1,783,173 |
| 100  | 188,678,866                | 18,867,887 | 169,810,979       | 14,889,623         | 7,796,785  | 5,439,547  | 4,266,184  | 3,566,347 |
| 250  | 471.697,165                | 47,169,717 | 424,527,449       | 37,224,058         | 19,491,963 | 13,598,866 | 10,665,461 | 8,915,867 |

Sumber: Tabel simulasi harga cicil emas BCA Syariah KCP Kediri tanggal 4 Agustus 2025

Berdasarkan tabel simulasi harga cicil emas di BCA Syariah KCP

Kediri dapat dilihat bahwa cicilan emas di BCA Syariah KCP Kediri sesuai dengan harga emas yang ada di pasaran. Di BCA Syariah KCP Kediri tidak hanya menyediakan uang muka sebesar 10% saja namun hingga 30%, disesuaikan dengan kemampuan dari calon nasabah. Sisa harga dibayarkan melalui cicilan bulanan dengan margin yang disepakati di awal, dengan jumlah cicilan yang konsisten hingga akhir masa akad. Ketentuan ini sejalan dengan fatwa DSN-MUI No.77/DSN-MUI/V/2010 yang melarang perubahan harga selama masa cicilan berlangsung. Hal itu sejalan dengan pendapat beberapa nasabah tentang faktor apa yang mempengaruhi minat beli pada produk cicil emas di BCA Syariah KCP Kediri, berikut pemaparannya:

**Gambar 1. 1 Diagram Batang Indikator Minat Beli Produk Cicil Emas di BCA Syariah KCP Kediri**



Sumber: Data hasil observasi peneliti

Berdasarkan paparan data pada gambar 1.1, harga merupakan indikator yang lebih dominan memberikan pengaruh terhadap minat beli nasabah pada produk cicil emas di BCA Syariah KCP Kediri, karena pembiayaannya lebih rendah dibandingkan dengan 2 bank kompetitornya seperti yang terlihat pada tabel 1.6.

Penelitian yang dilakukan oleh Duwi Yusuf Afandi dengan judul “Efektivitas Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Supratman” menunjukkan bahwa strategi pemasaran dengan pendekatan 4P (*product, place, promotion, price*) dinilai efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah, termasuk indikator harga yang berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.<sup>13</sup> Sementara itu, penelitian yang dilakukan Siska Amelia dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Cicil Emas BSI Mobile di Kalangan Generasi Z” menemukan bahwa citra perusahaan

<sup>13</sup> Duwi Yusuf Afandi, “Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Supratman” (IAIN Kediri, 2024).

berpengaruh terhadap minat beli cicil emas, sedangkan variabel harga dan religiusitas tidak berpengaruh.<sup>14</sup>

Dari kedua hasil penelitian tersebut, terlihat adanya kesenjangan empiris (*empirical gap*) pada indikator harga. Dalam penelitian, gap berperan sebagai dasar dalam penentuan fokus serta arah dari penelitian yang dilakukan. Tanpa adanya gap penelitian yang jelas peneliti cenderung akan kehilangan tujuan serta kesulitan dalam membuktikan andilnya dalam akademik. Namun, dengan adanya gap peneliti mampu mendeskripsikan alasan penelitian tersebut perlu dilakukan. Gap penelitian memberikan keuntungan berupa pengembangan teori dan konsep. Penelitian Duwi Yusuf Afandi menunjukkan harga berpengaruh, sedangkan penelitian Siska Amelia justru menemukan sebaliknya. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji ulang apakah indikator harga memiliki pengaruh terhadap minat beli. Sehingga peneliti melakukan pengkajian ulang tersebut untuk memperoleh hasilnya.

Berdasarkan kajian yang lebih dalam tentang strategi dalam mempromosikan produk maka promosi yang dijalankan akan tepat sasaran, dalam artian konsumen membeli produk tersebut.<sup>15</sup> Tujuan dari dilakukannya pemasaran oleh BCA Syariah yaitu untuk menarik minat nasabah dan mempertahankan produk-produk yang dipunyai agar tetap populer di kalangan masyarakat. Berdasarkan paparan data yang telah tersaji di atas, menunjukkan bahwa BCA Syariah memiliki beberapa

---

<sup>14</sup> Siska Amelia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Cicil Emas BSI Mobile Di Kalangan Generasi Z" (UIN Syarif Hidayatullah, 2024).

<sup>15</sup> I Made Darsana dkk., Strategi Pemasaran, (Bali: Penerbit Intelektual Manifes, 2023), 37

keunggulan dibandingkan dengan pesaing baik dari segi penilaian pada *google maps*, harga yang ditawarkan, yang dimana hal tersebut membuat adanya gap dengan penelitian sebelumnya. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti terkait **“Strategi Harga Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk EmasiB (Studi Pada BCA Syariah KCP Kediri)”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan di atas, fokus penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi harga produk EmasiB pada BCA Syariah KCP Kediri?
2. Bagaimana strategi harga dalam meningkatkan minat beli produk EmasiB pada BCA Syariah KCP Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan di atas, tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi harga produk EmasiB pada BCA Syariah KCP Kediri.
2. Untuk mengetahui penerapan strategi harga dalam meningkatkan minat beli produk EmasiB pada BCA Syariah KCP Kediri.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi penelitian maupun dapat andil sebagai keilmuan untuk pihak yang berkepentingan dalam hal penerapan strategi pemasaran produk EmasiB di BCA Syariah KCP Kediri.

##### 2. Kegunaan Secara Praktis

###### 1) Bagi Objek Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta memberikan dorongan bagi lembaga untuk lebih meningkatkan kinerjanya dalam penerapan strategi pemasaran produk EmasiB di BCA Syariah KCP Kediri.

###### 2) Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai karya ilmiah yang nantinya bisa dijadikan referensi generasi selanjutnya dalam membuat atau menyusun suatu karya ilmiah serta untuk menambah wawasan dalam hal strategi pemasaran produk cicil emas.

###### 3) Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menunjang informasi masyarakat mengenai produk cicil emas BCA Syariah yaitu EmasiB.

###### 4) Bagi Peneliti

Melalui hasil dari penelitian ini, peneliti berharap mampu meningkatkan kemampuan dalam penelitian ilmiah dan menerapkan

ilmu pengetahuan yang telah didapat selama kuliah dalam menghadapi masalah secara nyata.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian dengan judul “Efektivitas Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Supratman” yang ditulis oleh Duwi Yusuf Afandi mahasiswa IAIN Kediri pada tahun 2024.<sup>16</sup>

Dalam penelitian tersebut membahas tentang strategi pemasaran yang dijalankan BSI KCP Pare Supratman, dan apakah strategi yang dijalankan tersebut sudah efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah di BSI KCP Pare Supratman. Hasil dari penelitiannya adalah BSI KCP Pare Supratman menggunakan bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) untuk memasarkan produknya, strategi tersebut juga dapat dikatakan efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah sebab telah memenuhi indikator efektivitas. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada fokus tema yang diambil yaitu tentang cicil emas, serta metode penelitian yang digunakan. Sedangkan, perbedaannya terletak pada variabel yang dipengaruhi dimana penelitian saat ini mengambil variabel yang dipengaruhi yaitu minat beli, kemudian perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian yang digunakan.

2. Penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Investasi Cicil Emas Logam Mulia pada Bank Syariah

---

<sup>16</sup> Duwi Yusuf Afandi, “Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pare Supratman” (IAIN Kediri, 2024).

Indonesia KCP Makassar Unismuh” yang ditulis oleh Azmi Yusriyah Naurah mahasiswi UIN Alauddin Makassar pada tahun 2023.<sup>17</sup>

Dalam penelitian tersebut membahas tentang faktor psikologis, situasional, dan sosial apakah berpengaruh secara parsial dan simultan, serta dari ketiga faktor tersebut mana yang paling berpengaruh terhadap minat beli nasabah dalam mengambil investasi pada produk cicil emas yang dimiliki oleh BSI KCP Makassar Unismuh. Hasil dari penelitiannya adalah faktor psikologis dan situasional memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, sedangkan faktor sosial tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli investasi, namun ketiga faktor tersebut bersama-sama mempengaruhi minat investasi. Dari ketiga faktor tersebut, faktor situasional merupakan faktor yang paling memberikan pengaruh terhadap minat investasi cicil emas. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada fokus tema yang diambil yaitu tentang cicil emas. Sedangkan, perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan, metode penelitian yang digunakan, dan lokasi penelitian.

3. Penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh” yang ditulis oleh Cut Nurvajri TR mahasiswi UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada tahun 2019.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Azmi Yusriyah Naurah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Investasi Cicil Emas Logam Mulia pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Unismuh” (UIN Alauddin Makassar, 2023).

<sup>18</sup> Cut Nurvajri TR, “Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh” (UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

Dalam penelitian tersebut membahas tentang strategi yang digunakan BSM KCP Darussalam Banda Aceh dalam memasarkan produk cicil emasnya dan apa saja kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran tersebut. Hasil dari penelitiannya adalah BSM KCP Darussalam Banda Aceh menggunakan strategi pemasaran yang terdiri dari *segmentation, targeting, positioning, dan marketing mix*. Kendala yang dihadapi yaitu persaingan, kurangnya wawasan tentang cicil emas, dan nasabah tidak secara penuh mengetahui keuntungan yang didapat apabila melakukan investasi cicil emas. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada fokus tema yang diambil yaitu tentang cicil emas, sama-sama membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produk cicil emas, dan metode penelitian yang digunakan. Sedangkan, perbedaannya tertelak pada penelitian saat ini yang lebih memfokuskan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat beli produk cicil emas, serta lokasi penelitian yang digunakan.

4. Penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman)” yang ditulis oleh Muhamad Fadilla mahasiswa IAIN Metro pada tahun 2022.<sup>19</sup>

Dalam penelitian tersebut membahas tentang strategi yang digunakan BSI KC Metro Sudirman dalam memasarkan produk cicil emas. Hasil dari penelitiannya adalah BSI KC Metro Sudirman

---

<sup>19</sup> Muhamad Fadilla, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman)” (IAIN Metro, 2022).

menerapkan strategi bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, and physical*) dalam memasarkan produk cicil emasnya. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada fokus tema yang diambil yaitu tentang cicil emas, metode penelitian yang digunakan, dan variabel yang digunakan. Sedangkan, perbedaannya terletak pada strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk cicil emas, serta lokasi penelitian yang digunakan.

5. Penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Cicil Emas BSI Mobile di Kalangan Generasi Z” yang ditulis oleh Siska Amelia mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2024.<sup>20</sup>

Dalam penelitian tersebut membahas tentang pengaruh citra perusahaan, *content marketing*, harga, dan religiusitas terhadap minat beli nasabah untuk membeli produk cicil emas lewat *BSI Mobile* pada kalangan generasi Z. Hasil dari penelitiannya adalah variabel citra perusahaan memberikan pengaruh terhadap minat beli nasabah untuk membeli produk cicil emas, sedangkan variabel harga dan religiusitas tidak memberikan pengaruh terhadap minat beli nasabah untuk membeli produk cicil emas. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada fokus tema yang diambil yaitu tentang cicil emas. Sedangkan, perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan, metode penelitian yang dipakai, dan lokasi dari penelitian yang digunakan.

---

<sup>20</sup> Siska Amelia, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Cicil Emas BSI Mobile di Kalangan Generasi Z” (UIN Syarif Hidayatullah, 2024).