

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS DAN
CICIL EMAS DI BANK SYARIAH INDONESIA(BSI)
(STUDI KASUS BSI KCP IDI RAYEUK 2)**

SKIRPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh :

DIAN ALI
NIM 4012020044



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
LANGSA 2024 M / 1445 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS DAN
CICIL EMAS DI BANK SYARIAH INDONESIA(BSI)
(STUDI KASUS BSI KCP IDI RAYEUK 2)**

Oleh :

DIAN ALI
NIM 4012020044

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 2024

Pembimbing I



Cahayu Astina, S.E., M.Si
NIP. 19841123 201903 2 007

Pembimbing II



Rifyal Dahlawy Chalil, M.Sc
NIP. 19870913 201903 1 005

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Zefri Maulana, S.E., M.Si
NIP. 19861001 201903 1 006

LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Kasus BSI KCP Idi Rayeuk 2)”an Dian Ali Nim: 4012020044 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 29 Juli 2024. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I



Chahayu Astina, S.E, M.Si
NIP. 19841123 201903 2 007

Penguji II



Rifyal Dahlawy Chalil, M.Sc
NIP. 19870913 201903 1 005

Penguji III



Shelly Midesia, M.Si
NIP. 19901112 201903 2 007

Penguji IV



Mastura, M.E.I
NIP. 19870713 202321 2 034

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa




Dr. Muhammad Amin, M.A
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : DIAN ALI

Nim : 4012020044

Tempat / Tgl. Lahir : Teluk Halban / 27 Februari 2002

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Langsa

Alamat : Dusun Binjai, Desa Teluk Halban, Kecamatan Bendahara,
Kabupaten Aceh Tamiang

Menyatakan Dengan Sebenarnya Bahwa Skripsi Yang Berjudul “**Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Kasus BSI KCP Idi Rayeuk 2)**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 10 Juli 2024



pernyataan

DIAN ALI

MOTTO

“ Man Jadda Wajada ”

- Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka akan mendapatkannya. –

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur”

- Q.S. Yusuf : 87 -

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala kemudahan, limpahan rahmat dan karunianya yang engkau berikan selama ini.

Kupersembahkan Karya Kecil ini sebagai tanda bukti dan cinta tulus kepada :

Ayahanda Wagiran dan Ibunda Sawiyah

Bapak dan Ibu Pembimbing

Bapak dan Ibu Pembimbing Terimakasih Telah Membantu Penulis Dalam Menyelesaikan Skripsi ini Tanpa Lelah dan Bosan.

Teman-Temanku

Khususnya Jurusan Perbankan Syariah Seperjuangan dan Se-angkatan 2020 Khususnya PBS.

Almamater Tercinta IAIN Langsa

ABSTRAK

Sebagian besar masyarakat di Kecamatan Idi Rayeuk, Kabupaten Aceh Timur berdasarkan hasil observasi masih minim pengetahuan tentang produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2. Masyarakat masih mengetahui adanya produk gadai emas hanya ada pada lembaga seperti Pegadaian. Terdapat juga Persaingan dari lembaga keuangan lain yang menawarkan produk serupa juga menjadi tantangan bagi BSI KCP Idi Rayeuk 2 dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai emas dan cicil emas BSI KCP Idi Rayeuk 2 serta kendala yang dihadapinya dalam menjalankan pemasaran. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitiannya bersifat deskriptif. Dimana teknik pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 berhasil mempertahankan dan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk gadai dan cicil emas melalui penerapan strategi *marketing mix* yang terdiri dari 7 elemen strategi pemasaran melalui produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), *promosi* (*promotion*), *people*, bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*proses*). BSI KCP Idi Rayeuk 2 berhasil memperkenalkan produk gadai dan cicil emas sehingga nasabah dapat mengadai dan mencicil emas dengan fokus pada membangun kepercayaan dan memperkenalkan keunggulan produk kepada masyarakat. Penetapan harga yang transparan, lokasi strategis, promosi yang beragam, pelayanan nasabah yang ramah, fasilitas fisik yang lengkap, dan proses layanan yang mudah merupakan elemen-elemen kunci yang mendukung penggunaan produk gadai dan cicil emas oleh nasabah. Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 menghadapi persaingan harga dan tenor serupa dalam pemasaran produk gadai dan cicil emas. Solusi yang diambil adalah meningkatkan pemahaman nasabah tentang keunggulan produk serta menekankan keamanan penyimpanan emas untuk membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah di tengah persaingan pasar yang ketat.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Produk Gadai dan Cicil Emas

ABSTRACT

Most of the people in Idi Rayeuk District, East Aceh Regency based on observation results still have minimal knowledge about gold pawn and gold installment products offered by Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2. The community still knows that gold pawn products only exist in institutions such as Pegadaian. There is also competition from other financial institutions that offer similar products which is also a challenge for BSI KCP Idi Rayeuk 2 in attracting and retaining customers. The purpose of this study is to determine the marketing strategy for gold pawn and gold installment products of BSI KCP Idi Rayeuk 2 and the obstacles faced in carrying out marketing. The research method uses a qualitative approach with a descriptive type of research. Where the data collection technique used observation, interview and documentation methods. The results of the study show that Bank Syariah Indonesia Idi Rayeuk 2 Branch Office has succeeded in maintaining and increasing customer interest in using gold pawn and installment products through the implementation of a marketing mix strategy consisting of 7 elements of marketing strategy through product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process. BSI KCP Idi Rayeuk 2 has succeeded in introducing gold pawn and installment products so that customers can pawn and pay for gold in installments with a focus on building trust and introducing product advantages to the public. Transparent pricing, strategic location, various promotions, friendly customer service, complete physical facilities, and easy service processes are key elements that support the use of gold pawn and installment products by customers. Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 faces similar price and tenor competition in marketing gold pawn and installment products. The solution taken is to increase customer understanding of product advantages and emphasize the security of gold storage to build customer trust and loyalty amidst tight market competition.

Keywords: Strategy, Marketing, Pawn Products and Gold Installments

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji serta syukur kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya maka peneliti dapat menulis Skripsi yang berjudul, “**Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Kasus BSI KCP Idi Rayeuk 2)**” dengan baik. Sholawat beriringkan salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan menuju alam yang berilmu pengetahuan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, perkenankan peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, S.TH, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Zefri Maulana, S.E., M.Si, selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Ibu Cahayu Astina, S.E, M.Si, selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan kontribusi tenaga dan pikiran untuk membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak Rifyal Dahlawy Chalil, M.Sc, selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan kontribusi tenaga dan fikiran untuk membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai.
6. Bapak Akmal, S.H.I, M.E.I, selaku Kepala Labolaturium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Perbankan Syariah S1 yang telah banyak memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

8. Segenap Staf Prodi Perbankan Syariah dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberikan kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Orang tua tercinta terkhusus Ibunda Sawiyah dan Ayahanda Wagiran yang telah memberikan dukungan moral dan materil serta Doa kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik pada prodi Perbankan Syariah yang telah memberikan dukungan yang baik moril maupun materil pada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semua bantuan tersebut peneliti kembalikan kepada Allah SWT, untuk dapat diberikan imbalan berupa pahala yang setimpal dengan besarnya bantuan yang telah diberikan kepada peneliti.

Apabila nantinya terdapat kekurangan dan kesilapan dalam penulisan skripsi ini akibat dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti, peneliti terlebih dahulu mohon maaf dan mengharapkan masukan yang bersifat membangun guna memperbaiki tulisan ini. Akhir kata, kepada Allah SWT kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalam.

Langsa, 2024

Peneliti

Dian Ali

DAFTAR ISI

COVER	
PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAC	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
1.6 Penjelasan Istilah	9
1.7 Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Strategi Pemasaran.....	12
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	10
2.1.2 Konsep-Konsep Pemasaran	14
2.1.3 Penerapan Strategi Pemasaran.....	16
2.1.4 Bauran Pemasaran	18
2.2 Produk Gadai Emas	25
2.2.1 Pengertian Gadai.....	25
2.2.2 Dasar Hukum Gadai	26
2.2.3 Produk Gadai Emas	28
2.2.4 Biaya Sewa Produk Gadai Emas di Bank Syariah	32
2.2.5 Akad-Akad dalam Produk Gadai Emas.....	33
2.3 Produk Cicil Emas	35
2.3.1 Pengertian Produk Cicil Emas	35
2.3.2 Manfaat Cicil Emas	36
2.3.3 Proses Pembiayaan Produk Cicil Emas	36
2.3.4 Akad Yang Digunakan Dalam Produk Cicil Emas	38
2.4 Penelitian Terdahulu	42
2.5 Kerangka Teoritis	54
BAB III METODE PENELITIAN	55

3.1 Pendekatan Penelitian	55
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	55
3.3 Subjek Penelitian	56
3.4 Sumber Data Penelitian	52
3.5 Instrumen Pengumpulan Data.....	57
3.6 Metode Keabsahan Data	58
3.7 Analisis Data.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia.....	61
4.1.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2	63
4.1.3 Produk dan Layanan pada BSI KCP Idi Rayeuk 2	65
4.1.4 Akad-Akad Transaksi Produk pada BSI KCP Idi Rayeuk 2.....	68
4.2 Hasil Penelitian.....	72
4.2.1 Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI KCP Idi Rayeuk 2).....	72
4.2.2 Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 Dalam Menjalankan Pemasaran.....	92
4.3 Hasil Pembahasan	94
4.3.1 Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI KCP Idi Rayeuk 2).....	94
4.3.2 Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 Dalam Menjalankan Pemasaran.....	101
BAB V PENUTUP.....	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
Lampiran I: Draft Pertanyaan Wawancara.....	111
Lampiran II: Hasil Wawancara dengan Pihak BSI KCP Idi Rayeuk 2	112
Lampiran III: Hasil Wawancara dengan Nasabah BSI KCP Idi Rayeuk 2..	117
Lampiran IV: Dokumentasi	119
Daftar Riwayat Hidup	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Produk Gadai Emas dan Cicil Emas	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Daftar Wawancara Informan.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2	59
Gambar 4.2 Gadai Emas	81
Gambar 4.3 Cicil Emas	82
Gambar 4.4 Promosi Produk Gadai dan Cicil Emas	86
Gambar 4.5 Sosialisasi Ke Sekolah	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perbankan Syariah merupakan lembaga intermediasi fiskal yang menghimpun keuangan dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau bentuk lain yang ditujukan memperbaiki taraf hidup masyarakat. Dengan perkembangan Lembaga Keuangan berbasis syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), produk-produk yang tersedia juga semakin beragam. Saat ini, BSI tidak hanya menawarkan tabungan dan pembiayaan, tetapi juga produk-produk seperti gadai emas dan investasi emas dalam bentuk cicilan. Gadai syariah atau *rahn* adalah praktik mengambil sebagian atau seluruh barang berharga milik nasabah sebagai jaminan untuk mendapatkan hutang atau pendanaan dari kantor pegadaian syariah. Bank Syariah Indonesia saat ini menerima gadai berupa emas batangan, perhiasan, atau koin emas karena nilai emas cenderung stabil dan tidak terpengaruh inflasi, sehingga risikonya relatif kecil.¹

Pengertian *Rahn* praktik dalam sistem keuangan syariah di mana seorang nasabah memberikan barang berharga sebagai jaminan untuk mendapatkan pinjaman atau pembiayaan dari lembaga keuangan syariah. Jaminan tersebut bisa berupa emas, perhiasan, atau barang berharga lainnya, dan digunakan sebagai pengganti bunga dalam sistem keuangan yang mengikuti prinsip syariah.

¹ Rahma Nur Azizah Pohan and Nurul Jannah, 'Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam', *Regress: Journal of Economics & Management*, 2.1 (2022), h. 60–66

Pada umumnya kegiatan gadai emas syariah seperti pelayanan biasa, yaitu penyimpanan barang untuk mendapatkan sejumlah uang tertentu. Gadai emas merupakan produk baru yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia yang dibiayai dalam bentuk hutang yang diberikan kepada nasabah yang menitipkan emas atau perhiasannya dan juga Antam Emas, kemudian kepada pihak Bank Syariah Indonesia membebaskan upah atau biaya titip bagi penjaminan emas dengan akad gadai (*rahn*), yaitu adalah jasa penyimpanan atau penitipan emas melalui akad jasa (*ijarah*). Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga komersil selalu mencari keuntungan, yang prinsipnya adalah mendapatkan keuntungan dari usaha tersebut dengan cara yang halal. Produk gadai emas dalam prinsip Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah saling membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Emas dititipkan dapat menjadi solusi ketika masyarakat membutuhkan modal untuk memulai usaha, kebutuhan konsumen dan Untuk kebutuhan mendesak lainnya.² Bank Syariah Indonesia saat ini juga menyediakan jaminan asuransi untuk emas yang digadaikan oleh nasabahnya, di mana emas tersebut disimpan dan dijaga di tempat yang aman. Fatwa DSN MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 mengatur praktik rahn emas berdasarkan prinsip syariat Islam. Fatwa ini juga menetapkan ketentuan terkait tarif penyimpanan barang (*marhun*) yang dibebankan kepada pihak yang menggadaikan (*rahin*), dengan batasan biaya yang ditanggung oleh rahin, yang dihitung berdasarkan biaya yang sesungguhnya diperlukan.³

² Hidayat Fahrul, Dkk. 'Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC Sibolga', 3.4 (2023), h. 31–41.

³ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Nomor 26 Tahun 2002 Tentang Rahn Emas.

Investasi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan sumber daya atau dana dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Salah satu produk investasi yang aman dan menguntungkan saat ini adalah investasi melalui cicilan emas. BSI Cicil Emas adalah fasilitas di Bank Syariah Indonesia untuk pembiayaan kepemilikan emas dengan sistem pembayaran secara angsuran, di mana emas tersebut dijadikan jaminan dan dapat diambil setelah berakhirnya jangka waktu pembiayaan.

Produk ini menggunakan Akad Murabahah dengan jangka waktu pendanaan antara 1 hingga 5 tahun, dan latangan minimal 10 gram. Melalui cicilan emas, ini membantu merencanakan kehidupan masa depan serta menjadi investasi yang menguntungkan. Sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Non Tunai, pembelian emas dalam bentuk non tunai, termasuk melalui pembelian secara murabahah, diizinkan. Fatwa ini juga menjelaskan bahwa pembelian emas secara cicilan atau non tunai adalah sah, sehingga banyak lembaga keuangan syariah, baik bank maupun non-bank, menawarkan produk gadai dan cicil emas.⁴

Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 menyediakan produk gadai dan cicil emas yang tidak hanya ditujukan untuk masyarakat mampu, tetapi juga untuk masyarakat menengah ke bawah. Dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya, produk di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 memberikan beberapa keuntungan seperti estimasi nilai tinggi, biaya penyimpanan rendah, layanan

⁴ Gilar Avi Yogi dan Gusril Basir. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Lcp Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya." *Jurnal Ekonomi Utama* 2.2 (2023), h. 222-231.

sederhana dan cepat, perpanjangan otomatis, serta asuransi penyimpanan emas yang aman. Layanan ini tersedia secara *online* dan *offline*, yang dapat menggantikan peran lembaga pegadaian lainnya.

Dalam usaha untuk meningkatkan penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2, penting untuk memilih strategi yang tepat. Salah satu strategi yang digunakan adalah penerapan *Marketing Mix*, yang merupakan pendekatan untuk memahami keinginan dan harapan dari pasar target. *Marketing Mix* ini fokus pada 7P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*. Dengan mempertimbangkan ke-7 aspek ini, strategi pemasaran untuk produk gadai emas dan cicil emas dapat disusun sehingga meningkatkan minat pembelian dan optimalisasi penjualan.⁵

Berdasarkan Observasi yang penulis laksanakan pada Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2. Menurut Bapak Vito selaku *funding Officer* (PSO), menjelaskan bahwa pada Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 memiliki produk gadai emas menggunakan akad *qard, rahn dan ijarah*, kemudian produk cicil emas yang menggunakan akad murabahah dengan ketentuan DP 20% dan Pembiayaan 80%.

Berikut ini jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan produk gadai emas dan cicil emas di BSI KCP IDI RAYEUK 2 :

⁵ Denny Ramadhan, Embun Duriyany Soemarso, and Septian Yudha Kusuma. "Strategi Pemasaran Digital Produk Cicil Emas pada Bank BSI KCP Semarang Banyumanik." *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, dan Valuta)* 2.2 (2022): 55-61.

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah Produk Gadai Emas dan Cicil Emas⁶

Bulan	Jumlah Nasabah Gadai emas	Jumlah Nasabah Cicil Emas
Januari	27	25
Februari	29	28
Maret	33	28
April	35	31
Mei	39	34
Juni	46	37
Juli	47	37
Agustus	51	46

Dari tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa jumlah nasabah dari gadai emas dan cicil emas semakin meningkat setiap bulannya, hal ini terbukti dari meningkatkan jumlah nasabah produk gadai emas setiap bulannya. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti bapak vito mengatakan bahwa masyarakat Kecamatan Idi Rayeuk, Kabupaten Aceh Timur masih banyak yang belum mengetahui adanya produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2, kebanyakan masyarakat hanya mengetahui bahwa jika ingin melakukan gadai emas hanya dapat dilakukan pada Pegadaian, serta masyarakat masih banyak yang melakukan gadai antara masyarakat satu dengan yang lainnya. Hambatan utama yang dihadapi adalah persaingan dari pegadaian dan bank lain seperti bank aceh yang menawarkan produk yg sama, sedangkan masyarakat banyak yang belum mengetahui kalau di BSI KCP Idi Rayeuk 2 ada produk gadai emas dan cicil emas. Ini mendorong bank untuk tidak hanya memasarkan produk tetapi juga

⁶ Wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* (Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2).

menyediakan edukasi tentang pentingnya berinvestasi di masa depan. Pemasaran dan proses transaksi dilakukan dengan mematuhi prinsip Syariah Islam.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah, dengan adanya tantangan dan persaingan dari pegadaian dan bank lain seperti Bank Aceh yang menawarkan produk yang sama, dengan adanya tantangan ini, BSI KCP Idi Rayeuk 2 masih tetap bisa mempertahankan dan menarik nasabah. bagaimana cara pihak bank mengatasi ketidak tahuan masyarakat mengenai produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 dan Strategi pemasaran yang seperti apa yang di implementasikan oleh BSI KCP Idi Rayeuk 2, apakah menerapkan *Marketing Mix 7P* sehingga dapat membuat nasabah ini masih dapat percaya dalam menggunakan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2. Berdasarkan uraian di atas, masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 dan bagaimana strategi yang digunakan dalam pemasaran produk gadai emas, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia (Studi KCP Idi Rayeuk 2)” mengingat Bank Syariah Indonesia adalah Bank Syariah yang menyediakan produk baru yaitu produk gadai emas dan cicil emas. Kurangnya animo masyarakat terhadap produk gadai emas dan cicil emas, juga persaingan yaitu pada bank lain baik itu bank umum syariah maupun bank umum konvensional dan pegadaian yang menyediakan gadai emas serupa yang menjadi permasalahan eksternal dalam pemasaran.

Bedasarkan latar belakang di atas, untuk itu peneliti menarik judul penelitian tentang “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia(BSI) (Studi Kasus BSI KCP Idi Rayeuk 2)”. Penelitian ini dengan metode penelitian kualitatif.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan adanya tantangan dan persaingan dari pegadaian dan bank aceh yang menawarkan produk yang sama, dengan adanya tantangan ini BSI KCP Idi Rayeuk 2 menerapkan Strategi yang seperti apa yang di terapkan sehingga tetap bisa mempertahankan dan menarik nasabah dengan fokus *Marketing Mix 7P*.

1.3. Batasan Penelitian

Agar hasil dari penelitian terarah, maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan secara lebih spesifik. Pada penelitian ini, masalah dibatasi pada pengujian bagaimana Strategi Pemasaran produk gadai emas dan cicil emas di BSI KCP Idi Rayeuk 2.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, terdapat beberapa permasalahan berupa:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam mempertahankan dan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI KCP Idi Rayeuk 2) ?

2. Apa kendala yang di hadapi Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 dalam menjalankan pemasaran ?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai emas dan cicil emas BSI KCP Idi Rayeuk 2.
2. Untuk mengetahui kendala yang di hadapi Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 dalam menjalankan pemasaran.

1.5.2. Manfaat Penelitian

1. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang praktik pemasaran dalam konteks perbankan syariah, khususnya terkait dengan produk-produk yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah seperti gadai emas dan cicil emas.
2. Memberikan manfaat bagi manajer untuk mengoptimalkan rencana pemasaran yang sudah ada atau merancang rencana baru yang lebih efektif sesuai dengan karakteristik pasar dan kebutuhan konsumen.

1.6. Penjelasan Istilah

Penjelasan istilah ini dimaksudkan agar nantinya tidak terjadi kesalah pahaman, maka disini peneliti akan menjelaskan istilah- istilah yang terdapat dalam penelitian, ada pun berikut istilah- istilah yang peneliti maksud sebagai berikut:

1. Gadai (*Rahn*) adalah praktik dalam hukum Islam di mana seorang nasabah (*rahin*) memberikan barang berharga kepada lembaga keuangan syariah

sebagai jaminan untuk mendapatkan pembiayaan atau hutang. Barang yang digadaikan tersebut tetap menjadi milik rahin, namun digunakan sebagai jaminan untuk mengamankan transaksi atau pinjaman yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam konteks ini, lembaga keuangan syariah mengelola barang jaminan dengan aman dan memastikan keamanan serta integritasnya selama masa gadai berlangsung.⁷

2. Gadai emas adalah praktik atau transaksi keuangan di mana seseorang atau nasabah memberikan emas sebagai jaminan untuk mendapatkan pinjaman atau pendanaan dari lembaga keuangan, seperti bank atau lembaga keuangan non-bank berbasis syariah. Dalam konteks syariah, transaksi gadai emas (*rahn*) diatur sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang mengatur penggunaan emas sebagai jaminan dalam transaksi keuangan.⁸
3. Cicil emas adalah fasilitas atau produk keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, baik bank maupun lembaga keuangan non-bank berbasis syariah, di mana nasabah dapat membeli emas secara bertahap dengan melakukan pembayaran angsuran. Emas yang dibeli dengan sistem cicilan ini umumnya dijadikan jaminan atau investasi untuk masa

⁷ Rozalinda, "Fikih Ekonomi Syariah Prinsip Dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah" (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta 2017), h. 51- 52

⁸ Maula Nasrifah dan Siti Chusnul. "Penerapan Sistem Gadai Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kota Probolinggo." *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 8.1 (2022), h. 56.

depan, sesuai dengan prinsip syariah yang mengatur transaksi keuangan agar sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁹

1.7. Sistematika Penulisan

Skripsi ini di susun dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai landasan teoretis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka teoretis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan metode penelitian kualitatif mengenai pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek penelitian, sumber data penelitian, instrument pengumpulan data, metode keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

⁹ Ahmad Ainul Yaqin, 'Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga', *Amwaluna : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3.2 (2019), h. 229–37.

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian, analisa hasil penelitian, dan relevansi dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal.

Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).

Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

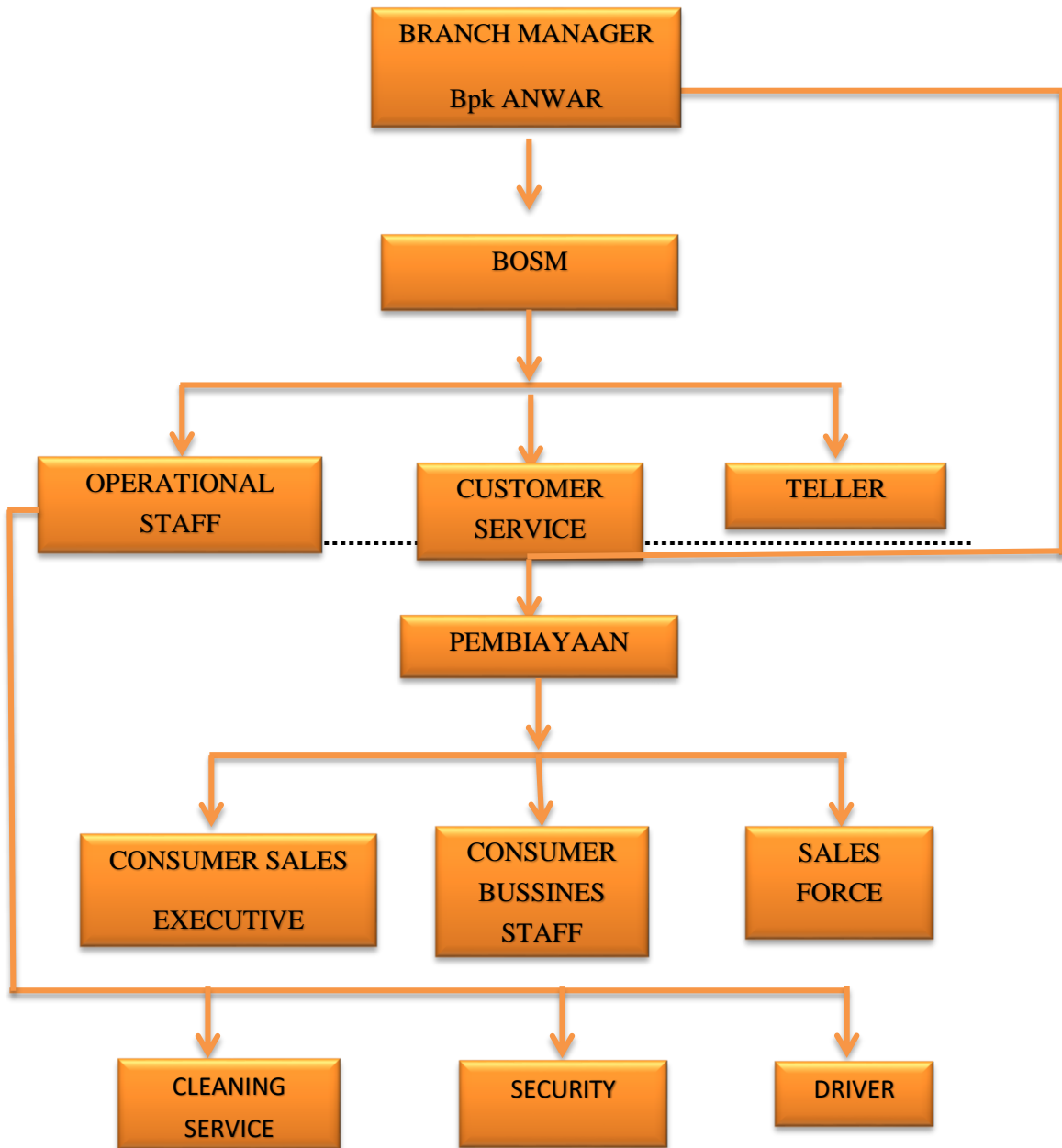
Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).⁷²

Alamat Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Pusat Gedung The Tower, Jl. Gatot Subroto No. 27 Kelurahan Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Jakarta Selatan 12930.⁷³

⁷² “Sejarah Perusahaan BSI” <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> (diakses pada 26 Agustus 2023, pukul 20:00).

⁷³ “Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia” <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> (diakses pada 26 Agustus 2023, pukul 10:00).

4.1.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2.

Keterangan Jabatan dan tugasnya :

- a. *Branch Manager* (Pimpinan kantor cabang pusat) tugasnya ialah melakukan pengawasan, monitoring, dan koordinasi semua kegiatan operasional dalam ruang lingkup kantor cabang yang dipimpinnya.
- b. *BOSM (Branch Office Service Manajer)* tugasnya ialah menyusun program atau rencana kerja dan anggaran perusahaan, menandatangani bukti-bukti pembukuan dan bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan administrasi baik itu tabungan, deposito ataupun pembiayaan.
- c. *Operational Staff (OS)* tugasnya ialah mengurus segala kegiatan operasional kantor baik itu berupa, legalitas kantor, pembuatan ijin perusahaan, dan pengabsenan karyawan (izin, sakit, dan cuti).
- d. *Customer Service (CS)* tugasnya ialah memberikan informasi produk dan jasa BSI kepada nasabah, dan memproses permohonan pembukaan dan pemblokiran (penutupan) rekening tabungan, giro, dan deposito, serta mengatasi keluhan nasabah, dan stovk opname kartu ATM.
- e. *Teller* tugasnya ialah berkewajiban seluruh kelancaran transaksi nasabah, baik dari segi penyetoran atau penarikan uang.
- f. *Customer Business Staff dan Sales Force (CBS)* tugasnya ialah bertanggung jawab dalam mengatur strategi penjualan serta mengelola teknologi untuk meningkatkan penjualan produk jasa atau layanan demi mendorong bisnis perusahaan pada porsi jabatan masing-masing.
- g. *Cleaning Service* tugasnya ialah menjaga kebersihan perusahaan.
- h. *Security* tugasnya ialah menjaga keamanan perusahaan.

- i. *Driver* atau sopir tugasnya ialah tanggung jawab atas transportasi perusahaan.

4.1.3 Produk dan Layanan pada BSI KCP Idi Rayeuk 2

- a. BSI Tabungan Easy Wadiah merupakan tabungan dalam bentuk mata uang rupiah dan nasabah dapat melakukan penyetoran dan penarikan setiap saat selama jam operasional kas dikantor bank atau melalui ATM, dan tabungan Easy Wadiah ini tidak ada biaya administratif perbulannya.
- b. BSI Tabungan Easy Mudharabah merupakan tabungan dalam bentuk mata uang rupiah, dan nasabah dapat melakukan penarikan dan penyetoran setiap saat pada saat jam operasional kas dikantor atau melalui ATM, tabungan ini ada pemotongan biaya administrasi setiap bulannya.
- c. BSI Tabungan Bisnis merupakan tabungan dengan akad mudharabah dalam bentuk mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi yang lebih besar, dan free biaya RTGS, Tranfer SKN, dan setoran kliring masuk melalui teller atau Net banking.
- d. BSI Tabungan Haji Indonesia merupakan tabungan dengan akad wadiah dan mudharabah. Tabungan ini ialah tabungan perencanaan haji dan umroh yang berlaku pada semua usia dan tabungan ini tidak ada biaya administrasi bulanan, tabungan ini juga mendapat Kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila terdapat disiskohat (mendapat porsi).
- e. BSI Tabungan Payroll adalah tabungan khusus dari turunan tabungan wadiah dan mudharabah reguler dan nasabahnya dikhususkan pada nasabah payroll/nasabah migran. Tabungan ini mendapatkan kartu ATM/Debit Co-

Branding tipe debit GPN dengan logo instansi terkait yang berfungsi sebagai kartu ATM dan kartu identitas instansi terkait.

- f. BSI Tabungan junior merupakan tabungan anak dibawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini, tabungan ini juga bebas biaya administrasi bulanan.
- g. BSI Tabungan Pendidikan adalah tabungan dengan akad mudharabah diperuntukkan untuk segmen perorangan dalam tujuan perencanaan pendidikan dalam sistem autodebet, dan mendapatkan perlindungan asuransi, dan tabungan ini gratis biaya administrasi bulanan.
- h. BSI Tabungan Berencana adalah tabungan yang menggunakan akad mudharabah, tabungan ini diperuntukkan dalam segmen perorangan untuk merencanakan keuangannya. Tabungan ini menggunakan sistem auto debit serta mendapatkan gratis perlindungan asuransi (premi dibayar bank) dan tabungan ini juga gratis biaya administrasi bulanan.
- i. BSI Tabungan Mahasiswa ialah tabungan yang menggunakan akad wadiah yang berasal dari mahasiswa perguruan tinggi baik swasta ataupun negeri yang bekerjasama dengan pihak bank.
- j. BSI Tabungan Pensiun ialah tabungan yang menggunakan akad wadiah dan mudharabah sistem tabungan ini diperuntukkan perorangan yang terdaftar dilembaga pengelolaan pensiun yang telah bekerjasama dengan bank.
- k. BSI Tabungan SimpelIB adalah tabungan simpanan pelajar yang menggunakan akad wadiah untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah diindonesia, dan persyaratannya mudah, sederhana

serta adanya fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan ini bebas biaya administrasi bulanan dan tabungan ini juga menyukseskan program inklusi keuangan yang diselenggarakan oleh OJK.

- l. BSI Tabunganku merupakan tabungan yang menggunakan akad wadiah untuk perorangan dengan sistem yang mudah dan sederhana, guna adanya tabungan ini untuk menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tabungan ini bebas biaya administrasi bulanan.
- m. BSI tabungan valas merupakan tabungan dalam mata uang dolar, penarikan dan penyetoran dapat dilakukan setiap saat atau sesuai dengan ketentuan bank. Tabungan ini menggunakan akad wadiah, biaya administrasi bulanan ringan, dan dana USD aman serta tersedia setiap saat.
- n. BSI Tabungan efek syariah merupakan tabungan rekening dana nasabah (RDN) yang diperuntukkan untuk nasabah perorangan.guna tabungan ini yaitu untuk penyelesaian transaksi efek dipasar modal.
- o. BSI Tabungan Smart atau disebut juga basic saving account merupakan tabungan yang menggunakan akad wadiah. Tabungan ini merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersamaan oleh bank-bank syariah di indonesia guna untuk menumbuhkan daya minat menabung serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tabungan ini mendapatkan bonus sesuai dengan kebijakan pihak bank, dapat dibuka melalui agen laku pandai, dan tabungan ini juga bebas biaya administrasi bulanan.

- p. BSI Tabungan Prima merupakan produk tabungan yang diperuntukan bagi segmen nasabah high networth individuals yang menggunakan akad wadiah. Tabungan ini free executive lounge, fasilitas asuransi jiwa samapi dengan 500 juta, layanan antrian prioritas, dan limit pembelanjaan samapi dengan Rp. 500 juta/hari.
- q. BSI Tapenas Kolektif merupakan tabungan berencana jangka pendek ataupun jangka panjang yang diperuntukkan untuk karyawan atau tenaga kontra pad suatu institusi yang didasarkan pada perjanjian kerjasama.
- r. Produk Perusahaan 246132 Merupakan ID Facere quaerat cumque mollitia unde nesciunt. Occaecati placeat enim molestiae aliquid architecto aut soluta optio. Quia et sed et architecto eum id. Qui sunt quidem at omnis officia.
- s. BSI Smart Agent merupakan Menghadirkan Bank Syariah Indonesia dekat dengan anda.
- t. Solusi Emas merupakan Tabungan e-mas & Gadai emas.
- u. Rekening Autosave dan Qurban merupakan Berqurban semakin mudah dengan fitur Rekening Autosave dan Qurban.⁷⁴

4.1.4 Akad-Akad Transaksi Produk dan Jasa pada BSI KCP Idi Rayeuk 2

Dalam transaksi pendanaan dan pembiayaan, produk dan jasa layanan Bank Syariah Indonesia memicu pada akad-akad yang berprinsip syariah ialah sebagai berikut :

⁷⁴“Produk&layanan” <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan?s=1&page=2> (diakses pada 26 Agustus 2023, pukul 10:30).

a. *Mudharabah*

Akad *mudharabah* diterapkan dalam transaksi pendanaan maupun penyimpanan dana tabungan, prinsip *mudharabah* adalah merupakan perjanjian/kesepakatan kedua belah pihak dimana shahibul mal (pemilik tabungan) yang menyetorkan kepada mudharib (pihak bank) yang digunakan untuk modal dan bersifat investasi, dimana penarikan dana tidak dapat dilakukan setiap saat dan pada investasi tersebut diberikan bagi hasil sesuai nisbah yang telah disepakati pada awal perjanjian.⁷⁵

b. *Wadiah*

Akad *wadiah* pada perbankan syariah diterapkan pada penyimpanan atau tabungan uang dan harta. Prinsip ini bersifat simpanan titipan biasa, harta atau uang yang dititipkan di bank bisa dimanfaatkan, dan pihak bank boleh memberikan imbalan berdasarkan kewenangan manajemennya tanpa adanya perjanjian sebelumnya, simpanan ini dalam perbankan biasanya disebut dengan giro atau tabungan. Prinsip *wadiah* dalam perbankan ialah merujuk pada perjanjian dimana nasabah menyimpan uang di bank dengan tujuan agar bank bertanggungjawab dan menjaga uang tersebut serta menjamin pengembalian uang tersebut bila terjadi tuntutan dari nasabah.⁷⁶

⁷⁵ Siti Nur Soimah, Dyah Oktirina, & Rahmadi Indra Tektona. Karakteristik Akad Mudharabah pada transaksi Penyimpanan dana nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Risalah Hukum*, Vol 06. No .1. Juni 2020, h. 1-5

⁷⁶ Mohammad Lutfi. Penerapan Akad Wadiah diperbankan syariah. *Jurnal Madani Syariah*, Vol. 3, No. 2, Agustus 2020, h.133-146.

c. *Murabahah*

Akad *murabahah* merupakan kegiatan transaksi jual beli dengan harga pokok yang ditambah dengan keuntungan (margin) yang melibatkan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, akan tetapi dalam transaksi perbankan syariah akad *murabahah* melibatkan tiga pihak yaitu nasabah sebagai pihak pembeli, bank sebagai pihak penjual, dan supplier sebagai pihak pemasok barang kepada pihak bank sesuai permintaan dari nasabah.⁷⁷

d. *Ijarah*

Akad *ijarah* atau sewa-menyewa adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan terhadap barang itu sendiri. Konsep *ijarah* pada perbankan sama seperti konsep umumnya yang membedakan ialah pada perbankan syariah ada suatu sewa ketika pada akhir masa kontrak bank memberikan pilihan kepada nasabah untuk memiliki barang tersebut atau tidak, hal seperti ini biasanya disebut sewa beli.⁷⁸

e. *Rahn*

Akad *rahn* ialah akad gadai atau biasanya disebut akad mengadaikan barang dari satu pihak kepada pihak yang lain, dengan uang sebagai gantinya. Dalam konsep perbankan akad *rahn* biasanya digunakan sebagai produk pelengkap (jaminan/*collateral*) atau sekarang menjadi produk

⁷⁷ Yenti Afrida. Analisis pembiayaan *murabahah* di perbankan syariah. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islm*, Vol. 1, No. 2, Juli-Desember 2016.

⁷⁸ Rosita Tehuayo. "Sewa menyewa (*Ijarah*) dalam sistem perbankan syariah." *Jurnal Tahkim* 14.1 (2018), h. 87.

tersendiri seperti pegadaian. Sebagaimana hal tersebut telah dijelaskan didalam buku aneka info Bank Indonesia dimana akad rahn digunakan sebagai akad tambahan pada pembiayaan yang beresiko dan memerlukan jaminan tambahan, dan dalam lembaga keuangan dalam hal akad rahn tidak menarik manfaat apapun terkecuali biaya-biaya pemeliharaan atau biaya keamanan barang tersebut.⁷⁹

f. *Musyarakah*

Akad *musyarakah* adalah akad kerjasama antara kedua belah pihak yang saling berkontribusi. Dalam konsep perbankan syariah biasanya akad ini berada pada pembiayaan berbasis kemitraan dengan sistem bagi hasil.⁸⁰

g. *Salam*

Akad salam adalah akad transaksi jual beli barang dimana pembeli memesan barang secara spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya, dimana pembayaran dilakukan dimuka (sebelum barang pesanan itu ada) baik secara tunai ataupun non tunai.

h. *Qardh*

Akad *Qardh* atau pinjaman-peminjaman merupakan akad pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali dalam kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Dalam konsep perbankan syariah akad *qard* merupakan pembiayaan pelengkap untuk

⁷⁹ Iwan Setiawan. Pelaksanaan Gadai Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. 'Adliya, Vo. 9, No. 1. Edisi Januari-Juni 2015, h. 116-166

⁸⁰ Ari Sita Nastiti. Implementasi Akad Musyarakah Dalam Produk Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Adz Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 7. No. 1. 2022, h. 1-19.

pendanaan yang dilakukan dengan 2 cara yaitu pembiayaan take over dan pembiayaan rahn.

i. *Istishna*

Akad *istishna* yaitu akad kontrak jual beli antara penjual dan pembeli dimana pembeli memesan barang dengan kriteria yang jelas kemudian pembayaran dapat secara tunai maupun angsuran. Konsep akad *istishna* dalam perbankan syariah dalam jual beli pembayaran dapat dilakukan dengan cara pembayaran dimuka, pembayaran dilakukan saat penyerahan barang, ataupun pembayaran ditaguhkan.⁸¹

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI KCP Idi Rayeuk 2)

Dalam melaksanakan pemasaran produk, sebelumnya perlu dilakukan analisis pasar yang mendalam untuk memahami kebutuhan dan preferensi calon konsumen secara lebih baik. Adapun hal yang harus dilihat paling utama adalah perusahaan harus menentukan cara untuk memasarkan produk dalam menarik minat dan peningkatan penggunaan produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan perusahaan dalam memasarkan produknya dengan menggunakan *mix marketing* (bauran pemasaran). BSI Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 merupakan salah satu bank yang menerapkan strategi *mix marketing*

⁸¹ Muhammad Farid, & Husnul Khotimah. Analisis Implementasi Akad *Istishna* dalam perbankan syariah indonesia BSI Lumajang. *Muhasabatuna: Jurnal Akutansi dan Keuangan Islam*. Vol. 1, No. 2. Desember 2019, h. 43.

untuk mempertahankan dan juga meningkatkan penggunaan produk yang ditawarkan kepada nasabah.

Produk yang ditawarkan dan dipromosikan oleh BSI Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 yaitu pada produk gadai emas dan produk cicil emas. Pada produk ini BSI KCP Idi Rayeuk 2 menerapkan strategi *marketing mix* agar dapat menjadi salah satu cara daya tarik kepada nasabah dalam hal mempertahankan dan meningkatkan penggunaan produk Gadai dan cicil emas.

Strategi bauran pemasaran yang dijalankan pada BSI Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 dalam mempertahankan dan meningkatkan minat nasabah dalam penggunaan produk Gadai dan cicil emas diantaranya sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan yang bersifat publik dapat dilihat, dibeli, dimiliki bahkan dikonsumsi oleh setiap individu. Namun, produk ini lebih dari sekedar benda atau hanya barang, tetapi suatu produk dapat berupa jasa atau kebutuhan lain yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen yang menggunakan produk dan jasa. Produk-produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 dalam memasarkan produk dan jasa kepada nasabah serupa dengan produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia seluruh wilayah yang ada di Indonesia, dan produk-produk yang ditawarkan juga tidak jauh berbeda dengan produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah lainnya. Salah satu produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank

Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk yaitu produk gadai dan cicil emas.

Dalam pelaksanaan strategi *marketing mix* produk gadai dan cicil emas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, dimana produk gadai emas dan cicil emas ini terbilang suatu produk yang baru dalam berberapa tahun belakang ini dan masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui bahwasanya Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 juga menawarkan produk gadai dan cicil emas. Seperti yang telah di terangkan dalam hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sebagai berikut:

“Produk gadai dan cicil emas yang ada di BSI KCP Idi Rayeuk 2 ini terbilang masih baru dan kami sudah memasarkannya kepada nasabah sekitar 2 tahunan. Banyak calon nasabah/masyarakat yang tertarik pada produk gadai emas, walaupun dulunya masih banyak masyarakat yang belum mengenal adanya produk gadai dan cicil emas. Masyarakat hanya tau ketika berkaitan dengan gadai emas ataupun cicil emas, pastinya masyarakat berfikir untuk ke pegadaian. Namun hal ini bukan membuat kami untuk menyerah dalam memperkenalkan produk gadai dan cicil emas. Kami terus memasarkan dan memperkenalkan produk gadai dan cicil emas dengan keunggulan dan benefit yang diperoleh oleh nasabah dengan menggunakan produk yang kami buat”⁸²

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Irawita Siregar didapatkan bahwa BSI Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 dalam memasarkan produknya sudah berjalan selama 2 tahun dan terbilang produk gadai

⁸² Hasil wawancara dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, Pada tanggal 29 Mei 2024.

dan cicil emas masih baru sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk gadai dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2. Namun, pihak BSI tidak menyerah dan terus aktif memasarkan serta memperkenalkan produk gadai dan cicil emas, menekankan keunggulan dan manfaat yang bisa didapatkan nasabah dari produk ini.

Pada saat ini produk gadai dan cicil emas yang ada di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa adanya produk gadai dan cicil emas, akan tetapi tanggapan dan respon masyarakat terhadap produk gadai dan cicil emas mendapat tanggapan yang baik. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sebagai berikut:

“Walaupun produk gadai emas dan cicil emas terbilang baru dan baru berjalan selama 2 tahun, banyak masyarakat/calon nasabah yang tertarik dan produk ini mendapat respon positif. Kami melihat bahwa minat masyarakat terus meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran mereka tentang manfaat produk ini. Pada awalnya, banyak yang ragu karena belum familiar dengan konsep gadai dan cicil emas. Namun, melalui berbagai upaya pemasaran dan sosialisasi, kami berhasil membangun kepercayaan nasabah”.⁸³

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Vito dapat disimpulkan bahwa meskipun produk gadai emas dan cicil emas di BSI KCP Idi Rayeuk 2 baru berjalan selama dua tahun, produk ini telah

⁸³ Hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 29 Mei 2024.

menarik minat banyak masyarakat dan calon nasabah serta mendapat respon positif. Pada awalnya, masyarakat ragu karena belum familiar dengan konsep tersebut. Namun, melalui berbagai upaya pemasaran dan sosialisasi, BSI berhasil meningkatkan kesadaran dan membangun kepercayaan nasabah terhadap produk ini.

Hal ini mendapat tanggapan positif dari salah satu nasabah yang mendukung upaya pengenalan produk oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2. Nasabah tersebut menyatakan bahwa pelaksanaan strategi pemasaran produk di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sudah sangat baik. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Maulana selaku nasabah gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, sebagai berikut:

“Saya tahu tentang gadai dan cicil emas ini pertama kali ketika ditawarkan oleh pegawai. Waktu itu masih ada Pak Maman yang bertugas di bagian pemasaran. Saya ditawari cicil emas saat sedang menunggu nomor antrian untuk ke teller. Di situ, Pak Maman menjelaskan dengan detail tentang cicil emas dan gadai emas, termasuk manfaat dan prosesnya. Penjelasan yang diberikan sangat informatif dan meyakinkan, sehingga saya tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dan akhirnya menggunakan layanan tersebut. Penawaran yang dilakukan secara langsung dan personal seperti ini sangat membantu saya memahami produk yang ada.”⁸⁴

Dari penjelasan diatas diketahui bahwa Nasabah pertama kali mengetahui tentang produk gadai dan cicil emas melalui penawaran langsung dari pegawai bernama Pak Maman di bagian pemasaran. Saat menunggu nomor antrian untuk ke teller, nasabah diberikan penjelasan rinci mengenai manfaat dan

⁸⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Maulana selaku Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 31 Mei 2024.

proses cicil emas dan gadai emas. Informasi yang disampaikan secara detail dan meyakinkan ini membuat nasabah tertarik untuk mempelajari lebih lanjut dan akhirnya memanfaatkan layanan tersebut. Pendekatan penawaran yang personal dan langsung ini sangat efektif dalam membantu nasabah memahami produk yang ditawarkan.

Dari berbagai pemaparan diatas, berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, dapat disimpulkan bahwa produk gadai dan cicil emas masih baru dan baru dikenalkan kepada masyarakat selama dua tahun terakhir. Meskipun awalnya banyak masyarakat yang kurang familiar dengan konsep tersebut di luar layanan tradisional gadai emas, upaya pemasaran dan edukasi yang intensif telah membuahkan hasil dalam meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk ini. Ibu Irawita Siregar, sebagai Funding Supervisor Officer, menegaskan komitmen Bank Syariah Indonesia dalam memperkenalkan serta memasarkan produk gadai dan cicil emas, dengan fokus pada keunggulan dan manfaat yang dapat dinikmati oleh nasabah. Respons positif dari nasabah, seperti yang diceritakan oleh Bapak Vito, mencerminkan bahwa meskipun tantangan dalam mengedukasi masyarakat masih ada, produk ini mendapatkan tanggapan yang baik secara keseluruhan. Pendekatan personal dalam penawaran produk, seperti yang dilakukan oleh Pak Maman, terbukti efektif dalam membantu nasabah memahami lebih baik tentang manfaat menggunakan layanan gadai dan cicil emas dari Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2. Dengan komitmen ini, Bank Syariah Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan aksesibilitas dan

pemahaman masyarakat terhadap produk ini melalui strategi pemasaran yang lebih luas dan berkelanjutan.

2. *Price* (Harga)

Selain mempertimbangkan strategi produk, perusahaan juga harus merancang strategi penetapan harga yang sesuai. Pendekatan harga ini memiliki dampak yang signifikan dalam mempertahankan dan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk gadai dan cicil emas di BSI Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2. Penyesuaian dan penetapan harga pada produk gadai dan cicil emas didasarkan pada aturan-aturan yang berlaku dimana berat emas dan harga emas disesuaikan dengan harga emas pada saat ini. Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sebagai berikut:

“Mengenai penetapan harga yang kami tawarkan kepada nasabah, kami menyesuaikan dengan harga emas saat itu serta berat emas yang digadai atau dicicil. Harga emas tidak bisa untuk diprediksi yang kadang naik dan turun, sehingga kami menyesuaikan harga produk berdasarkan kondisi pasar yang berlaku. Untuk produk cicil emas, besaran angsuran bulannya ditentukan berdasarkan berat emas yang dipilih oleh nasabah. Nasabah memiliki kemampuan untuk melunasi secara penuh setelah melakukan pencicilan selama satu tahun”.⁸⁵

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sebagai berikut:

“Saat menentukan harga untuk produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan kepada nasabah, kami sangat mempertimbangkan harga emas saat itu serta berat emas yang menjadi objek gadai atau cicilan.

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, Pada tanggal 29 Mei 2024.

Harga emas cenderung mengalami fluktuasi yang tidak dapat diprediksi, dengan naik turunnya nilai pasar. Oleh karena itu, kami selalu menyesuaikan harga produk kami sesuai dengan kondisi pasar yang berlaku saat transaksi dilakukan”.⁸⁶

Berdasarkan hasil keseluruhan wawancara dengan Ibu Irawita Siregar dan Bapak Vito, yang keduanya menjabat sebagai *Funding Officer* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 didapatkan bahwa penetapan harga untuk produk gadai emas dan cicil emas disesuaikan dengan harga emas saat transaksi dilakukan serta berat emas yang digadai atau dicicil. Kedua narasumber menegaskan bahwa harga emas mengalami fluktuasi yang tidak dapat diprediksi, naik dan turunnya tergantung pada kondisi pasar yang berlaku. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia selalu menyesuaikan harga produk mereka sesuai dengan kondisi pasar saat itu untuk memberikan kejelasan dan kepastian kepada nasabah. Selain itu, produk cicil emas juga memberikan fleksibilitas kepada nasabah untuk menentukan besaran angsuran bulanan berdasarkan berat emas yang mereka pilih, dengan opsi untuk melunasi secara penuh setelah menjalani pencicilan selama satu tahun. Pendekatan ini menunjukkan komitmen Bank Syariah Indonesia dalam memberikan layanan yang transparan dan sesuai dengan kebutuhan serta kondisi pasar yang berlaku.

Hal ini juga didukung oleh salah satu nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, sebagai berikut:

“Dulu saya tertarik dengan program cicil emas ini karena menurut saya sangat membantu masyarakat umum. Ketertarikan saya terletak pada kemudahan membeli emas dengan cara dicicil, yang merupakan solusi

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 29 Mei 2024.

bagi banyak orang di tengah harga emas yang tinggi. Saya juga tertarik karena harga yang ditawarkan murah dan tersedia beragam pilihan waktu cicilan. Kondisi ini membuat saya yakin untuk memilih melakukan cicil emas di sini. Sebagai contoh, saya memilih cicilan untuk emas seberat 10 gram dengan jangka waktu angsuran selama 1 tahun”.⁸⁷

Sejalan dengan pendapat Bapak Maulana selaku nasabah gadai dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk sebagai berikut:

“Kemarin saya membutuhkan modal atau dana, dan saya teringat bahwa di Bank BSI ada layanan gadai. Jadi, saya memutuskan untuk menggunakan layanan gadai di BSI karena harga yang ditawarkan relatif lebih murah dan sesuai dengan kebutuhan saya.”⁸⁸

Dari beberapa pemaparan hasil wawancara diatas, dapat dikatakan bahwasanya Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 menyesuaikan harga dan menawarkan harga kepada para calon nasabah gadai dan cicil emas sesuai dengan harga pasar dan mengikuti perkembangan harga emas pada saat ini dan juga memberikan kepastian dan penjelasan terhadap produk yang ditawarkan. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk juga menawarkan harga yang relatif lebih murah kepada calon nasabahnya.

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Rano selaku nasabah gadai dan cicil emas Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 31 Mei 2024.

⁸⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Maulana selaku Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 31 Mei 2024.

Gambar 4.2
Gadai Emas

BSI KCP IDI RAYEUK 2

Gadai Emas

Solusi Kebutuhan Dana
Mudah, Cepat dan Aman

PEMBIAYAAN	BIAYA TITIP			
	PER 15 HARI	PER 1 BULAN	PER 2 BULAN	PER 4 BULAN
2,300,000.00	18,400	36,800	73,600	147,200
4,600,000.00	36,800	73,600	147,200	294,400
6,900,000.00	55,200	110,400	220,800	441,600
9,200,000.00	73,600	147,200	294,400	588,800
11,500,000.00	92,000	184,000	368,000	736,000
23,000,000.00	184,000	368,000	736,000	1,472,000
34,500,000.00	276,000	552,000	1,104,000	2,208,000

SYARAT:

1. KTP
2. Jaminan berupa emas (perhiasan atau batangan)
3. Jangka waktu 4 bulan dan dapat diperpanjang.
4. Pembiayaan mulai dari Rp. 500.000
5. Membawa surat dari lembaga lain untuk di takeover
6. Rekening BSI

Sumber Data: Dokumentasi Harga Produk Gadai Emas BSI KCP Idi Rayeuk 2.

Seperti yang tertera pada gambar diatas, dapat dijelaskan bahwasanya dalam produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 biaya pemeliharanya disesuaikan dengan jumlah pembiayaan yang didapatkan oleh calon nasabah/nasabah gadai emas. Dimana untuk pemeliharaan biaya produk gadai di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 terbilang murah. Untuk biaya pemeliharannya sendiri dapat menyesuaikan dengan jangka waktu, untuk jangka waktu yang ditawarkan dalam produk gadai emas diantaranya ada yang 15 hari, per 1 bulan, per 2 bulan dan per 4 bulan. Jangka waktu yang fleksibel ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk memilih periode yang sesuai dengan kemampuan finansial mereka, sehingga mereka dapat mengelola pembiayaan dan pelunasan gadai emas dengan lebih efisien dan terencana.

Gambar 4.3

Angsuran Produk Cicil Emas

Cicil Emas

Investasi Emas Tanpa Harap-harap Cemas

Miliki emas dengan angsuran tetap dan ringan, tanpa risau harga emas kemudian

Berat (LM)	Harga Beli Emas Per Gram*	Harga Pembelian	Uang Muka (10%)	adm + material	Pembiayaan (90%)	Cicilan Per Bulan				
						12	24	36	48	60
5	1,226,000	6,130,000	613,000	27,585	5,517,000	537,500	281,456	196,362	154,005	128,741
10	1,226,000	12,260,000	1,226,000	55,170	11,034,000	1,075,000	562,912	392,724	308,010	257,483
25	1,226,000	30,650,000	3,065,000	137,925	27,585,000	2,687,500	1,407,279	981,810	770,024	643,707
50	1,226,000	61,300,000	6,130,000	275,850	55,170,000	5,374,999	2,814,558	1,963,620	1,540,048	1,287,414
100	1,226,000	122,600,000	12,260,000	551,700	110,340,000	10,749,999	5,629,117	3,927,240	3,080,097	2,574,828
200	1,226,000	245,200,000	24,520,000	1,103,400	220,680,000	21,499,997	11,258,234	7,854,479	6,160,193	5,149,656

Untuk Informasi Lebih Lanjut
WITA : 08116818067 VITO : 082274225691

Sumber Data: Dokumentasi Angsuran Pembiayaan Produk Cicil Emas di BSI KCP Idi Rayeuk2

Berdasarkan dokumen mengenai angsuran produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, bahwasanya untuk biaya angsuran disesuaikan dengan harga dan berat emas pada saat ini yaitu 1 gram emas murni dengan jumlah uang sebesar Rp. 1.226.000-, dan juga ditetapkan biaya uang muka sebesar 10% dari harga emas saat awal menggunakan produk cicil emas.

3. Place (Lokasi, tempat atau saluran distribusi)

Perusahaan sangat penting untuk merencanakan lokasi dengan cermat dan strategis untuk meningkatkan jumlah nasabah serta penggunaan produk perusahaan tersebut. BSI Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sudah ditentukan dan diatur oleh pihak pusat, hal ini sejalan dengan pernyataan Ibu

Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sebagai berikut:

“Mengenai lokasi BSI KCP Idi Rayeuk 2 menurut saya memang sudah ditentukan oleh pihak pusat, Namun lokasi saat ini menurut saya sangat strategis yang berdekatan dengan pusat Kota Idi Rayeuk sehingga mudah untuk mencari nasabah dan memasarkan produk kepada nasabah. Akses bagi nasabah untuk mengetahui BSI KCP Idi Rayeuk juga sangat mudah untuk diketahui dan juga pada lokasi ini juga berdekatan dengan Instansi pemerintahan, sekolah, pasar, dan juga pertokoan sehingga cukup mempermudah bagi kami untuk memasarkan ataupun menawarkan produk”.⁸⁹

Hal ini sejalan dengan pandangan Bapak Vito mengenai lokasi Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 Sebagai berikut:

“Lokasi BSI KCP Idi Rayeuk 2, saya melihat bahwa meskipun lokasinya telah ditentukan oleh pihak pusat, lokasi saat ini sangat menguntungkan karena strategis di pusat Kota Idi Rayeuk. Hal ini memudahkan kami untuk menjangkau nasabah dan mengenalkan produk dengan efektif. Akses yang mudah bagi nasabah untuk menemukan BSI KCP Idi Rayeuk juga menjadi nilai tambah. Selain itu, keberadaan di sekitar instansi pemerintahan dan pertokoan turut mendukung kami dalam memperluas jaringan dan menawarkan layanan kepada masyarakat dengan lebih baik.”⁹⁰

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Irawita Siregar dan Bapak Vito menunjukkan bahwa lokasi ini dipilih dengan strategi yang matang. Meskipun ditetapkan oleh pusat, lokasi yang strategis di pusat Kota Idi Rayeuk memberikan keuntungan dalam hal mencari nasabah dan memasarkan produk dengan efektif. Akses yang mudah bagi nasabah untuk menemukan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 ini menjadi nilai tambah. Keberadaannya

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, Pada tanggal 29 Mei 2024.

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 29 Mei 2024.

di sekitar instansi pemerintahan, sekolah, pasar, dan pertokoan juga mendukung dalam memperluas jaringan layanan kepada masyarakat secara optimal. Dengan demikian, strategi lokasi BSI KCP Idi Rayeuk 2 berhasil mengoptimalkan potensi pemasaran dan layanan kepada nasabah di wilayah tersebut.

4. *Promotion* (Promosi)

Dalam memasarkan produk, perusahaan harus mempertimbangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan menarik nasabah. Salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran adalah promosi, yang memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan penggunaan produk seperti gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2. Bank tersebut menggunakan berbagai strategi promosi yang inklusif, mulai dari promosi langsung, penyelenggaraan acara, sosialisasi, hingga promosi melalui media sosial. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk mereka serta memberikan nilai tambah yang menarik bagi nasabah potensial.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Irawati Siregar selaku *Funding Supervisor Office* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sebagai berikut:

“Mengenai promosi pada produk gadai dan cicil emas, kami sangat berusaha untuk memperkenalkan produk gadai dan cicil emas melalui media brosure, event, sosialisasi dan juga promosi melalui media sosial karyawan. Apalagi memang keberadaan BSI KCP Idi rayeuk 2 ini berdekatan dengan instansi pemerintahan, ini menjadi peluang bagi kami untuk memperkenalkan produk unggulan gadai dan cicil emas. Selain

menyebarkan brosure produk gadai dan cicil emas ini, kami juga melakukan pengenalan produk kepada ibu-ibu dan pemilik usaha”.⁹¹

Hal ini sejalan dengan pendapat Bapak Vito selaku *Funding officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, sebagai berikut:

“Dalam hal strategi promosi produk gadai dan cicil emas di BSI KCP Idi Rayeuk 2, saya selaku *funding officer* yang biasanya langsung terjun kelapangan dalam memperkenalkan produk dan cicil emas berfokus kepada semua kalangan. Kami biasanya memasarkan produk dengan menjumpai calon nasabah langsung ke pasar, ibu-ibu pengajian, dan juga sosialisasi ke instansi pemerintahan Aceh Timur dengan membagikan brosure produk gadai emas dan menjelaskan kelebihan-kelebihan produk yang kami tawarkan”.⁹²

Kesimpulan dari hasil wawancara dengan Ibu Irawati Siregar dan Bapak Vito mengenai strategi promosi produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 menunjukkan bahwa bank ini menggunakan berbagai pendekatan dalam strategi promosinya. Mereka aktif dalam memperkenalkan produk melalui media brosur, event, sosialisasi, dan media sosial. Lokasi strategis dekat dengan instansi pemerintahan menjadi peluang untuk menyebarkan brosur dan melakukan pengenalan langsung kepada masyarakat, khususnya ibu-ibu dan pemilik usaha.

Bapak Vito menambahkan bahwa sebagai *funding officer*, mereka fokus pada penjangkauan semua kalangan, termasuk dengan berinteraksi langsung di pasar, pengajian ibu-ibu, dan sosialisasi di instansi pemerintahan Aceh Timur.

⁹¹ Hasil wawancara dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, Pada tanggal 29 Mei 2024.

⁹² Hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 29 Mei 2024.

Pendekatan ini dilakukan dengan membagikan brosur produk gadai emas dan menjelaskan manfaat produk secara langsung kepada calon nasabah potensial.

Dengan demikian, strategi promosi yang beragam dan proaktif ini telah membantu Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan jumlah penggunaan produk gadai emas dan cicil emas secara signifikan.

Hal ini didukung dengan hasil dokumentasi yang dilakukan peneliti pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 pada saat berada dilapangan sebagai berikut:

Gambar 4.4
Promosi Produk Gadai dan Cicil Emas



Sumber: Dokumentasi Promosi ke Masyarakat

Berdasarkan dokumentasi berikut merupakan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 dengan membagi brosur dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan kepada pelaku usaha, pegawai dan masyarakat Idi Rayeuk.

Gambar 4.5
Sosialisasi ke Sekolah



Kegiatan ini merupakan kegiatan sosialisasi yang diperuntukan kepada guru-guru untuk memperkenalkan produk-produk unggulan gadai dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2. Sosialisasi ini juga merupakan sarana promosi agar nantinya semakin banyak yang mengetahui produk-produk Bank BSI KCP Idi Rayeuk 2, khususnya pada produk gadai dan cicil emas.

5. People

Dalam suatu perusahaan, keberadaan karyawan atau tim yang berkualitas sangat penting untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan. Karyawan berperan dalam menjalankan berbagai kegiatan dan fungsi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan serta memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Untuk perekrutan dan pembagian tugas karyawan yang ada pada Bank Syariah Indonesia ini sudah diatur dan ditentukan kriterianya oleh pihak pusat, hal ini dijelaskan oleh Ibu Irawati Siregar selaku *Funding Supervisor Office* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sebagai berikut:

“Untuk pegawai tetap di sini, terdapat 15 orang yang masing-masing memiliki tugas sesuai dengan jabatan yang mereka emban. Proses perekrutan karyawan mengikuti panduan dari pusat, dimana semua persyaratan dan jenis tes untuk melamar sebagai karyawan di Bank Syariah Indonesia telah ditetapkan dan diseleksi oleh kantor pusat”.⁹³

Berdasarkan dari penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwasanya terdapat 15 orang karyawan tetap yang ada di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 dimana perekrutan karyawan mengikuti arahan dari pusat dan syarat dan tes dalam merekrut karyawan itu diatur dan di tetapkan oleh pusat.

Setiap karyawan yang ada di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 juga memiliki tugas dan poksinya masing-masing, dimana harapanya setiap karyawan yang melaksanakan tugas dengan semaksimal mungkin agar nasabah juga merasa nyaman dan dilayani dengan baik dan ramah.

⁹³ Hasil wawancara dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, Pada tanggal 29 Mei 2024.

Hal ini didukung dengan penjelasan Bapak Vito selaku *Funding officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, sebagai berikut:

“Dalam pelayanan yang kami berikan kepada nasabah harus semaksimal mungkin agar membuat nasabah/calon nasabah nyaman terhadap pelayanan yang kami berikan. Karena memang kami mengetahui jikalau kenyamanan itu menjadi suatu hal yang penting bagi kami. Para karyawan di sini juga sejauh ini menjalankan *jobdesk* pekerjaan mereka dengan baik dan sesuai dengan aturan yang berlaku”.⁹⁴

Dari hasil wawancara di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, dapat disimpulkan bahwa setiap karyawan memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing dengan tujuan memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah. Hal ini ditekankan oleh Bapak Vito, selaku *Funding Officer*, yang menyatakan pentingnya kenyamanan nasabah dalam menerima pelayanan. Sejalan ini, para karyawan telah melaksanakan tugas mereka dengan baik dan sesuai dengan aturan yang berlaku, sehingga mampu menciptakan lingkungan yang ramah dan nyaman bagi nasabah.

6. *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik)

Fasilitas fisik merupakan elemen penting dalam marketing mix, yang tidak hanya terbatas pada lokasi atau tempat fisik, tetapi juga mencakup segala fasilitas lain yang mendukung aktivitas operasional dan layanan suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini termasuk dalamnya adalah infrastruktur teknologi, perlengkapan kantor, ruang penyimpanan, fasilitas parkir, serta semua aspek lain yang memungkinkan perusahaan untuk beroperasi dengan efisien dan memenuhi

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 29 Mei 2024.

kebutuhan pelanggan dengan baik. Di BSI KCP Idi Rayeuk 2 juga memiliki fasilitas fisik yang memadai dan terbilang lengkap, seperti yang disampaikan oleh Ibu Irawati Siregar selaku *Funding Supervisor Office* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sebagai berikut:

“Fasilitas fisik yang kami sediakan di sini meliputi gedung yang berkualitas serta fasilitas lengkap di dalamnya. Ruang tunggu nasabah dilengkapi dengan sofa untuk kenyamanan, pendingin ruangan, desain ruangan yang mewah, dan interior yang menarik. Di luar ruangan pelayanan, terdapat mesin ATM yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Untuk menunjang kegiatan di dalam kantor, kami memiliki mesin penghitung uang untuk membantu teller dalam menghitung uang, serta berbagai fasilitas lainnya”.⁹⁵

Adapun tanggapan dari Bapak Vito selaku *Funding officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, sebagai berikut:

“Fasilitas fisik yang kami sediakan untuk mendukung produk gadai emas dan cicil emas dirancang agar nasabah dapat merasakan manfaatnya secara langsung. Kami menyediakan brankas untuk menjamin keamanan penyimpanan emas yang digadaikan maupun yang telah dibeli oleh nasabah. Selain itu, kami memiliki alat cuci emas untuk menjaga kebersihan emas nasabah, serta alat uji emas dan alat ukur untuk menimbang berat emas yang akan digadaikan. Fasilitas-fasilitas ini terbilang lengkap, mengingat banyak instansi lain yang menawarkan produk serupa namun belum memiliki fasilitas fisik sekomprensif di sini”.⁹⁶

Dari hasil wawancara di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, dapat disimpulkan bahwa fasilitas fisik yang disediakan memainkan peran penting dalam mendukung aktivitas dan kenyamanan nasabah. Ibu Irawati Siregar, selaku *Funding Supervisor*, menjelaskan bahwa gedung berkualitas,

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, Pada tanggal 29 Mei 2024.

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 29 Mei 2024.

ruang tunggu nyaman, pendingin ruangan, desain mewah, dan mesin ATM merupakan bagian dari fasilitas lengkap yang mereka tawarkan. Sementara itu, Bapak Vito, selaku *Funding Officer*, menambahkan bahwa untuk produk gadai emas dan cicil emas, mereka menyediakan brankas, alat cuci emas, alat uji emas, dan alat ukur berat emas. Fasilitas-fasilitas ini dirancang untuk memastikan keamanan dan kenyamanan nasabah serta mendukung operasional bank secara efisien. Keseluruhan fasilitas ini menjadikan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 lebih unggul dibandingkan banyak instansi lain yang menawarkan produk serupa.

7. *Process*

Dalam suatu perusahaan atau organisasi, diperlukan suatu proses yang mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa. Proses ini harus dilakukan dengan memastikan tidak menimbulkan kerugian atau kesulitan bagi nasabah dan seluruh jajaran di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2. Dengan kata lain, proses ini harus berjalan secara transparan, efisien, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menjamin keadilan bagi semua pihak yang terlibat. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Irawati Siregar selaku *Funding Supervisor Office* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 sebagai berikut:

“Dalam memberikan pelayanan di sini, kami berusaha seoptimal mungkin untuk memberikan yang terbaik dan memastikan tidak ada kesulitan bagi nasabah, baik mereka yang sudah lama maupun yang baru mulai menggunakan produk kami”.⁹⁷

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, Pada tanggal 29 Mei 2024.

Berdasarkan hasil wawancara, Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 menegaskan komitmennya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. BSI KCP Idi Rayeuk 2 berupaya seoptimal mungkin agar tidak ada kesulitan yang dialami oleh nasabah, baik yang sudah lama menggunakan produk bank maupun yang baru bergabung.

Proses pengajuan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 didesain agar dapat berjalan lancar dan mudah bagi para nasabah dan calon nasabah yang datang, sehingga nasabah dapat melakukan transaksi dengan nyaman dan tanpa hambatan. Hal ini sesuai hasil lanjutan wawancara Ibu Irawati Siregar sebagai berikut:

“Proses pengajuan untuk produk gadai emas dan cicil emas di sini sangat mudah. Untuk produk gadai emas, nasabah hanya perlu membawa emas secara fisik dan KTP. Jika nasabah memiliki NPWP, itu juga bisa dibawa. Pengisian formulir juga sederhana dan akan dibantu oleh pihak kami. Sedangkan untuk pengajuan produk cicil emas, persyaratan yang dibutuhkan adalah KTP dan uang muka sebesar 10% dari harga emas, serta NPWP jika ada. Kami juga membantu dalam pengisian formulir untuk memudahkan nasabah”.⁹⁸

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa proses pengajuan untuk produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 sangatlah mudah dan terjangkau. Untuk produk gadai emas, nasabah hanya perlu membawa emas fisik dan KTP, serta bisa menyertakan NPWP jika tersedia. Pengisian formulir juga dipermudah oleh pihak bank. Sementara itu, untuk produk cicil emas, nasabah perlu menyiapkan KTP dan membayar uang muka sebesar 10% dari harga emas, dengan opsi menyertakan NPWP jika ada. Bank

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Irawita Siregar selaku *Funding Supervisor Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, Pada tanggal 29 Mei 2024.

juga memberikan bantuan dalam pengisian formulir untuk mempermudah proses bagi nasabah.

4.2.2 Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 Dalam Menjalankan Pemasaran

Kendala adalah suatu kondisi dimana gejala atau hambatan dan kesulitan menjadi penghalang tercapainya suatu keinginan.⁹⁹ Kendala juga seringkali terjadi dalam dunia usaha, Seperti pada model pemasaran, Pendekatan, Media penyampaian kepada masyarakat luas dan juga kompetitor. Dalam hal ini Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Idi Rayeuk 2 memiliki kendala yang ada pada pemasaran produk mereka yang adanya kompetitor menawarkan produk sejenis sesuai hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, sebagai berikut:

“Berbicara mengenai kendala, menurut saya untuk sejauh ini tidak begitu banyak adanya masalah dalam memperkenalkan produk. Akan tetapi setiap aktivitas memiliki kendalanya tersendiri, menurut saya kendala yang kami hadaoi yaitu adanya kompetitor yang menawarkan produk yang sejenis dan juga mengenai harga yang hampir serupa baik dari segi harga maupun tenor pengembalian pada produk gadai dan cicil emas”.¹⁰⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* dari Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa dalam memperkenalkan produk, bank tersebut belum mengalami masalah yang signifikan. Namun demikian,

⁹⁹ Damayanti, Andi Indra Saputra Alamsyah, and Atirah Atirah. "Peranan umkm terhadap kesejahteraan karyawan (studi kasus UMKM ISR Bone)." *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam* 5.1 (2023), h. 56.

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 29 Mei 2024.

setiap aktivitas tetap memiliki kendala tersendiri. Menurut Bapak Vito, kendala utama yang dihadapi adalah persaingan dari kompetitor yang menawarkan produk serupa, serta persaingan dalam hal harga yang hampir serupa baik dari segi harga maupun tenor pengembalian, khususnya pada produk gadai dan cicil emas.

Pada wawancara tersebut, peneliti juga menanyakan terkait dengan solusi yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 mengenai adanya kompetitor yang menawarkan produk sejenis pada produk gadai dan cicil emas. Adapun hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, sebagai berikut:

“Terkait dengan permasalahan tersebut, apalagi saya memang ditugaskan berada di lapangan dan paham akan situasi yang ada di sana. Menurut saya, solusi yang biasa kami lakukan adalah dengan meyakinkan nasabah tentang keunggulan produk kami serta kemudahan yang kami tawarkan kepada nasabah dan calon nasabah. Selain itu, kami juga menawarkan penyimpanan yang aman sehingga nasabah dapat merasa yakin dengan keamanan emas yang mereka gadai di BSI KCP Idi Rayeuk 2. Strategi ini membantu kami membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah dalam menghadapi persaingan yang ketat di pasar”.¹⁰¹

Dari hasil wawancara dengan Bapak Vito, Funding Officer Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, dapat disimpulkan bahwa bank menghadapi tantangan dari persaingan dengan kompetitor yang menawarkan produk serupa, khususnya dalam produk gadai dan cicil emas. Solusi yang dijalankan oleh bank untuk mengatasi hal ini adalah dengan meningkatkan pemahaman nasabah tentang keunggulan produk mereka serta kemudahan yang ditawarkan dalam proses transaksi. Selain itu, bank juga menekankan pada

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku *Funding Officer* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2, pada tanggal 29 Mei 2024.

penyimpanan yang aman untuk emas yang digadaikan, sehingga nasabah merasa yakin dan aman. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah di tengah persaingan yang semakin ketat di pasar.

4.3 Hasil Pembahasan

4.3.1 Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI KCP Idi Rayeuk 2)

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Idi Rayeuk 2 menerapkan strategi marketing mix yang mencakup tujuh komponen utama, yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*. Konsep ini, seperti yang dijelaskan oleh Philip Kotler, dikenal sebagai model bauran pemasaran. Marketing mix adalah pendekatan strategis dalam pemasaran yang melibatkan analisis data dari berbagai sumber, seperti observasi pasar, data distribusi, penetapan harga, media promosi, dan data belanja promosi. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana aktivitas pemasaran tertentu mempengaruhi hasil dan interaksi dengan pasar.¹⁰²

Adapun 7 komponen dari strategi *marketing mix* yang dijalankan oleh BSI KCP Idi Rayeuk 2 yaitu:

1. Produk (*Product*)

Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Idi Rayeuk 2 menawarkan produk gadai dan cicil emas yang telah berjalan selama dua tahun. Produk ini merupakan inovasi baru dan masih kurang dikenal oleh masyarakat

¹⁰² Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), h. 119.

setempat, yang biasanya lebih akrab dengan layanan gadai dari Pegadaian. Upaya pemasaran dan sosialisasi intensif dilakukan untuk memperkenalkan produk ini. Meskipun produk gadai dan cicil emas baru dipasarkan selama dua tahun, ada banyak calon nasabah yang menunjukkan ketertarikan karena manfaat yang ditawarkan. Strategi pemasaran BSI KCP Idi Rayeuk 2 berfokus pada memperkenalkan keunggulan dan manfaat produk kepada masyarakat, sehingga membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan tersebut.

Pernyataan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Agustina Shinta, yang menyatakan bahwa produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Agustina Shinta juga menjelaskan bahwa dengan menciptakan produk yang memiliki keunggulan dan manfaat, seperti melabeli dan membranding produk agar terlihat berbeda dan lebih menguntungkan, akan mampu menarik minat konsumen.¹⁰³

2. Harga (*Price*)

Penetapan harga untuk produk gadai dan cicil emas di BSI KCP Idi Rayeuk 2 disesuaikan dengan harga emas saat itu dan berat emas yang digadai atau dicicil. Ibu Irawita Siregar menjelaskan bahwa harga emas yang fluktuatif mempengaruhi penyesuaian harga produk, sehingga memberikan kejelasan dan kepastian kepada nasabah. Produk cicil emas memungkinkan nasabah untuk menentukan besaran angsuran bulanan berdasarkan berat emas yang mereka pilih, dengan fleksibilitas untuk melunasi setelah satu tahun. Pendekatan ini menunjukkan komitmen BSI

¹⁰³ Agustina Shinta. *Manajemen Pemasaran*. (Universitas Brawijaya: UB Press, 2011), h. 76-77

dalam memberikan layanan yang transparan dan sesuai dengan kondisi pasar yang berlaku.

Hal ini sejalan dengan teori yang diutarakan oleh Agustina Shinta, yang menyatakan bahwa harga merupakan elemen penting dalam strategi bersaing suatu perusahaan. Penetapan harga harus dilakukan secara konsisten dan sesuai dengan metode yang telah dipilih perusahaan untuk menentukan posisi relatif dan daya saing di pasar. Agustina Shinta juga menambahkan bahwa penentuan harga dipengaruhi oleh tujuan pemasaran, strategi pemasaran, biaya, serta organisasi atau perusahaan itu sendiri. Penetapan harga yang tepat dapat memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan, tetapi juga bagi pelanggan atau konsumen.¹⁰⁴

3. Tempat (*Place*)

Lokasi BSI KCP Idi Rayeuk 2 yang strategis di pusat Kota Idi Rayeuk memudahkan akses nasabah dan mendukung upaya pemasaran produk. Ibu Irawita Siregar menyatakan bahwa lokasi yang dekat dengan instansi pemerintahan, sekolah, pasar, dan pertokoan membantu dalam memperluas jaringan layanan. Bapak Vito, *Funding Officer* BSI KCP Idi Rayeuk 2, menambahkan bahwa lokasi yang strategis memudahkan untuk mengenalkan produk dengan efektif dan meningkatkan potensi pemasaran.

4. Promosi

BSI KCP Idi Rayeuk 2 menggunakan berbagai strategi promosi, termasuk media brosur, event, sosialisasi, dan media sosial. Ibu Irawita Siregar menjelaskan

¹⁰⁴ *Ibid*, h. 102-104

bahwa promosi dilakukan dengan menyebarkan brosur, mengadakan event, dan sosialisasi kepada masyarakat, khususnya ibu-ibu dan pemilik usaha. Bapak Vito menekankan pentingnya pendekatan langsung dengan calon nasabah di pasar, pengajian, dan instansi pemerintahan, yang dilakukan dengan membagikan brosur dan menjelaskan manfaat produk secara langsung. Pendekatan promosi yang beragam dan proaktif ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat dan jumlah penggunaan produk gadai emas dan cicil emas secara signifikan.

5. People

BSI KCP Idi Rayeuk 2 memiliki 15 karyawan tetap yang direkrut dan diseleksi sesuai panduan dari pusat. Karyawan memiliki tugas dalam memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah. Bapak Vito menekankan pentingnya kenyamanan nasabah dalam menerima pelayanan dan memastikan bahwa para karyawan melaksanakan tugas mereka dengan baik sesuai aturan yang berlaku, sehingga menciptakan lingkungan yang ramah dan nyaman bagi nasabah.

6. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Fasilitas fisik di BSI KCP Idi Rayeuk 2 mencakup gedung berkualitas dengan fasilitas lengkap, seperti ruang tunggu yang nyaman, mesin ATM, mesin penghitung uang, safety box dan alat untuk mengukur kadar emas. Ibu Irawita Siregar menjelaskan bahwa fasilitas ini dirancang untuk mendukung produk gadai emas dan cicil emas, sehingga nasabah dapat merasakan manfaat secara langsung. Bapak Vito menambahkan bahwa fasilitas fisik yang lengkap ini memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan kompetitor yang memerlukan produk yang sama.

7. Process (Proses)

Proses layanan di BSI KCP Idi Rayeuk 2 diupayakan untuk tidak menyulitkan nasabah. bank berusaha seoptimal mungkin untuk memberikan layanan terbaik tanpa ada kesulitan bagi nasabah, baik nasabah yang lama maupun nasabah yang baru.

4.3.2 Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Idi Rayeuk 2 Dalam Menjalankan Pemasaran

Kendala dan tantangan dihadapi BSI KCP Idi Rayeuk 2 dalam memasarkan produk gadai dan cicil emas tidak terdapat masalah yang cukup signifikan, namun terdapat hambatan yang dihadapi oleh BSI KCP Idi Rayeuk 2 dalam pemasaran produk adalah persaingan dari kompetitor yang menawarkan produk serupa dengan harga dan tenor yang hampir sama. Solusi yang diterapkan oleh bank termasuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang keunggulan produk dan menekankan pada keamanan penyimpanan emas yang digadaikan. Pendekatan ini diharapkan dapat membangun kepercayaan nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Strategi yang dijalankan dalam memasarkan produk gadai dan cicil emas di BSI KCP Idi Rayeuk 2 menggunakan *mix marketing* diantaranya sebagai berikut:
 - a. Produk (*Product*): Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Idi Rayeuk 2 telah berhasil memperkenalkan produk gadai dan cicil emas sebagai inovasi baru di pasar lokal. Meskipun masih baru, produk ini menarik minat banyak calon nasabah karena manfaat yang ditawarkan. Strategi pemasaran fokus pada membangun kepercayaan dan memperkenalkan keunggulan produk kepada masyarakat.

- b. Harga (*Price*): Penetapan harga produk gadai dan cicil emas disesuaikan dengan harga emas pasar dan berat emas yang digadai atau dicicil. Pendekatan ini menunjukkan transparansi dan memberikan kejelasan kepada nasabah, sesuai dengan kondisi pasar yang berlaku.
- c. Tempat (*Place*): Lokasi strategis di pusat Kota Idi Rayeuk mendukung aksesibilitas dan efektivitas pemasaran produk. Kehadiran di dekat instansi pemerintahan, sekolah, pasar, dan pertokoan membantu dalam memperluas jaringan layanan dan meningkatkan penetrasi pasar.