

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM USAHA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK GADAI EMAS DAN
CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBRANA BALI**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Sukma Lintang Nurmalasari

NIM : E20191110

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2023

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM USAHA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK GADAI EMAS DAN
CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBRANA BALI**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Sukma Lintang Nurmalasari
NIM : E20191110

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2023**

**ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM USAHA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK GADAI EMAS DAN
CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBRANA BALI**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Sukma Lintang Nurmalasari

NIM : E20191110

Disetujui Pembimbing :



Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si

NIP. 198907232019032012

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM USAHA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK GADAI EMAS DAN
CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBRANA BALI**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Jum'at

Tanggal : 23 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua



Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 198112242011011008

Sekretaris



Nur Hidayat, S.E., M.M
NUP. 201603132

Anggota :

1. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I
2. Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si



Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”¹(Q.S. An-Nisa’ 4:29)

أَمَانَتُهُ أَوْ مِمَّنَ الَّذِي فُلِيؤُودٌ بَعْضًا بِبَعْضِكُمْ أَمِّنَ فَإِنَّ ۖ مَثْبُوضَةً فَرِهَانٌ كَاتِبًا تَجِدُوا وَلَمْ سَفَرٍ عَلَى كُنْتُمْ وَإِنْ

عَلَيْكُمْ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ ۖ فَلَبُّهُ أَتَمُّ فَإِنَّهُ يَكْتُمُهَا وَمَنْ ۖ الشَّهَادَةَ تَكْتُمُوا وَلَا ۖ رَبَّهُ اللَّهُ وَلِيَتَّقِي

Artinya : “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”² (Q.S. Al-Baqarah 2:283)

¹ Al-Qur'an, 4:29.

² Al-Qur'an, 2: 283.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga dalam proses mengerjakan skripsi ini saya diberikan Kesehatan dan selalu dalam lindungan-Nya serta semangat yang tiada hentinya hingga akhirnya skripsi ini bisa saya selesaikan, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu dan Bapak saya tercinta, Ibu Eni Yulianti dan Bapak Selamat Riyadi yang senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk moral maupun materi dan selalu memanjatkan doa yang terbaik agar saya senantiasa menjadi orang yang sukses dan bermanfaat bagi keluarga dan orang lain.
2. Kakak perempuan saya tercinta, Sekar Lintang Perwitasari yang selalu memberikan dukungan baik materi ataupun moral serta selalu memberikan semangat agar bisa segera menyelesaikan tugas akhir skripsi saya.
3. Terimakasih yang sebesar-besarnya juga saya haturkan kepada Almamater saya UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, khususnya untuk seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengajarkan ilmu yang barokah dan bermanfaat. Aamiin.
4. Terimakasih kepada seluruh teman-teman dan sahabat saya dari kelas Perbankan Syariah 3. Khususnya untuk Sukaina Dewi yang sejak awal masuk di kelas sudah mau berteman baik dan membantu segala proses perkuliahan saya sampai pada tugas akhir skripsi ini.

5. Teman-teman IMADE (Ikatan Mahasiswa Dewata) yang menemani keseharian saya selama berada di Kota Jember ini. Khususnya Riska Setyo Hidayah dan Ahmad Irham Afif yang mau mendengarkan segala bentuk keluh dan kesah saya selama menjalani perkuliahan sampai pada tahap pengerjaan tugas akhir skripsi ini.



KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Alhamdulillah rabbi'l'alamin puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, Kesehatan, kemudahan dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat yang wajib untuk dilakukan agar memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis saat proses menyelesaikan skripsi ini, terutama dalam memberikan ide serta diskusi untuk mengisi uraian pada skripsi ini. Oleh karena itu izinkalan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto., MM. selaku Rektor di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas EKonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. H. Nurul Setianingrum, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

5. Ibu Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa dengan penuh kesabaran meluangkan waktunya serta memberikan ilmunya untuk membimbing penulis dalam pengerjaan penelitian dan penulisan skripsi, serta telah menyetujui pembahasan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis, serta staff dan karyawan yang bekerja di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam pelayanannya.
7. Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang sudah memberikan izin dan informasi penelitian yang dilakukan serta dibutuhkan oleh penulis.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, atas bantuannya baik moral ataupun material secara langsung ataupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Jember, 15 Juni 2023

Sukma Lintang Nurmalasari
NIM: E20191110

ABSTRAK

Sukma Lintang Nurmalasari, Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si, 2023: Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai

Emas dan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Kata Kunci: Strategi Marketing Mix, Volume Penjualan, Produk Gadai Emas, Produk Cicil Emas, Bank Syariah Indonesia

Seiring dengan berkembangnya Lembaga keuangan baik itu bank ataupun non bank yang berbasis syariah, produk-produk yang ditawarkan juga ikut berkembang, dimana saat ini perbankan syariah tidak hanya menawarkan produk tabungan dan pembiayaan saja melainkan banyak produk lainnya yang ditawarkan seperti gadai emas dan cicil emas. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan yaitu strategi *marketing mix* yang meliputi 7 komponen atau sering disebut 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*).

Fokus penelitian yang diteliti oleh peneliti pada skripsi ini yaitu: 1) Bagaimanakah strategi marketing mix yang di implementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas? 2) Bagaimana peranan strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali?

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk: 1) Untuk mengetahui strategi marketing mix dan yang di implementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas. 2) Untuk mengetahui peranan strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Untuk meneliti dan mengolah data pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitiannya bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan subyek dengan menggunakan metode *purposive*. Analisis datanya menggunakan metode deskriptif. Dimana teknik pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, dokumentasi dan wawancara. Dan uji keabsahan datanya menggunakan metode triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa 1) Strategi *marketing mix* yang diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yaitu dengan menerapkan komponen 7P yang ada pada strategi *marketing mix*. Tujuh komponen ini diimplementasikan dengan baik agar mampu meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas. 2) Peranan strategi *marketing mix* dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yaitu, setiap komponen dari strategi *marketing mix* memiliki peranan, tetapi dari tujuh komponen yang peranannya lebih penting yaitu *price* dan *promotion*.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11

E. Definisi Istilah.....	12
1. Strategi <i>Marketing Mix</i>	12
2. Gadai Emas.....	13
3. Cicil Emas	14
4. Volume Penjualan	14
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II PEMBAHASAN	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Kajian Teori	32
1. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	32
2. Gadai Emas.....	44
3. Cicil Emas	50
4. Volume Penjualan	52
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian.....	57
C. Subyek Penelitian.....	58

D. Teknik Pengumpulan Data.....	59
E. Analisis Data.....	61
F. Keabsahan Data.....	62
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	63
PENYAJIAN DATA DAN ANALISI.....	66
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	66
B. Penyajian Data dan Analisis.....	81
1. Strategi <i>Marketing Mix</i> yang Diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.....	82
2. Peranan strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.....	111
C. Pembahasan Temuan.....	126
1. Strategi <i>Marketing Mix</i> yang Diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.....	126

2. Peranan Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Emas dan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.....	136
BAB V PENUTUP	144
A. Kesimpulan	144
B. Saran.....	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matrik	
3. Pedoman wawancara	
4. Jurnal Penelitian	
5. Surat Permohonan Ijin Penelitian	
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
7. Surat Lulus Plagiasi	
8. Dokumentasi Penelitian	
9. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
Tabel 1. 1	Data Jumlah Nasabah Produk Gadai Emas dan Cicil Emas	8
Tabel 1. 2	Presentase Pengguna Produk Gadai Emas dan Cicil Emas.....	9
Tabel 1. 3	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 1. 4	Angsuran Produk Cicil Emas.....	93
Tabel 1. 5	Gadai Emas	94
Tabel 1. 6	Omset Pembukaan Baru Produk Gadai Emas dan Cicil Emas	124
Tabel 1. 7	Omset Perpanjangan Gadai Emas	125
Tabel 1. 8	Pertumbuhan Omset Pertahun Produk Gadai Emas dan Cicil Emas	125



DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia	70
Gambar 4. 2	Promosi ke Masyarakat dengan Pemberian Gift	100
Gambar 4. 3	Seminar Produk-Produk	101
Gambar 4. 4	Brosur Produk Gadai Emas dan Cicil Emas.....	103
Gambar 4. 5	Proses Pengajuan Produk Gadai Emas dan Cicil Emas	110



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring dengan berkembangnya lembaga keuangan bank ataupun non bank yang berbasis syariah, produk yang tersedia dan ditawarkan juga ikut mengalami peningkatan, dimana saat ini perbankan syariah tidak hanya menawarkan produk tabungan dan pembiayaan, tetapi juga berbagai macam produk seperti produk gadai emas dan produk investasi emas dalam bentuk angsuran emas. Gadai syariah atau yang biasa disebut *rahn* merupakan praktik menahan sebagian atau salah satu barang berharga yang dimiliki oleh seorang nasabah (*rahin*) sebagai jaminan (*marhun*) untuk hutang atau pendanaan yang didapatkan dari kantor pegadaian syariah. Segala bentuk dan macam barang yang dapat di jadikan agunan oleh seseorang untuk mendapatkan dana atau pendanaan yang dibutuhkannya dengan menggunakan akad *Rahn*, dengan syarat barang yang dijadikan agunan itu bernilai ekonomis, seperti surat kendaraan bermotor, surat tanah, dan barang perniagaan seperti emas permata serta barang yang bernilai ekonomis lainnya.³

Gadai emas sendiri merupakan salah satu model pembiayaan di mana jaminan yang berupa emas itu digunakan untuk memperoleh pembiayaan dengan mudah. Gadai emas syariah merupakan suatu bentuk penyerahan atau

³ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 23

penggadaian hak kuasa seseorang yang berupa barang yaitu emas dari pihak nasabah (*al-rahin*) kepada pihak bank/ pegadaian (*al-murtahin*) yang dimana nantinya emas tersebut akan dikelola sesuai dengan syariah islam *al-rahn* yaitu, sebagai agunan (*al-marhûn bih*) atas peminjam (*al-marhûn*) yang diberikan nasabah/peminjaman tersebut.⁴ Gadai emas menjadi salah satu produk pada bank syariah atau bank konvensional yang banyak dipilih sebagai sarana dalam mengajukan pembiayaan yang nantinya akan mendapatkan dana lebih cepat dan prosesnya mudah dan tentunya tetap sesuai dengan prinsip syariah yang ada. Biaya administrasinya yang murah juga menjadi daya Tarik sendiri yang membuat masyarakat memilih dan tertarik pada produk gadai emas ini, selain itu bank syariah saat ini juga memberikan jaminan asuransi pada emas yang digadaikan oleh nasabahnya, di mana emas yang digadaikan tersebut tersimpan dan terjaga di tempat yang aman. Seperti yang sudah tetera juga pada Fatwa DSN MUI Nomor 26/ DSN-MUI/ III/2002 terkait dengan *rahn* emas yang menyebutkan bahwasannya diperbolehkannya *rahn* emas yang berdasarkan dengan syariat agama Islam atau berdasarkan dengan prinsip *rahn*. Di mana dalam fatwa tersebut diatur dan ditetapkan terkait dengan ketentuan tarif penyimpanan barang (*marhun*) yang dibebankan kepada pihak yang menggadai atau (*rahin*) , akan tetapi dalam fatwa diatur juga batasan terkait biaya atau ongkos yang nantinya akan dibebankan kepada

⁴ A. Chairul Hadi, "Menimbang Gadai Emas Sebagai Instrumen Investasi Syariah", *Al-Iqtishad* 4, no. 2 (Januari, 2012): 186.

rahn dimana besaran ongkosnya dihitung sesuai dengan biaya yang nyatanya nanti akan diperlukan.⁵

Investasi adalah sebuah aktivitas atau kegiatan yang pada kegiatannya adalah mengembangkan sumber daya atau dana lainnya yang tujuannya agar dapat memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Investasi dapat kita mulai dengan mengurangi keinginan atau kegiatan konsumsi saat ini yang bertujuan agar nantinya mendapatkan manfaat yang lebih besar. Investasi juga dikatakan sebagai upaya yang dilakukan untuk untuk mempertahankan nilai modal dalam sebuah usaha. Salah satu sumber daya yang bisa untuk diinvestasikan adalah emas, dimana emas merupakan sebuah logam mulia yang memiliki beberapa karakteristik dan kualitas yaitu memiliki nilai (nilai esensial, nilai nominal, dan nilai tukar), sulit untuk dihancurkan bahkan dengan air ataupun api, kemampuan untuk dibagi menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, tidak terpengaruh dengan adanya krisis keuangan, dan krisis politik militer, jumlahnya yang terbatas sementara nilai akomoditasnya tetap stabil, jika dimanfaatkan dalam transaksi ekspor dan impor bisa memberikan keuntungan kepada pihak penjual ataupun pembeli, selain itu emas juga berlaku di mana-mana tanpa ada batasan waktu dan tempat.⁶

⁵ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Nomor 26 Tahun 2002 tentang Rahn Emas

⁶ Jefik Zulfikar Hafizd, "Investasi Emas dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (Desember, 2021): 99-100.

Angsuran emas atau cicil emas merupakan jenis produk investasi emas di mana pendanaan tersedia untuk membeli logam mulia dalam bentuk emas batangan dan pembayaran dilakukan setiap bulan dengan mencicil menggunakan kontrak *murabahah* (jual beli).⁷ Seperti yang sudah tercantum juga pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 77/ DSN-MUI/V/ 2010 tentang jual-beli emas secara tidak tunai, di mana pada fatwa ini dijelaskan bahwasanya jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa ataupun jual beli secara *murabahah* itu diperbolehkan (*mubah, ja'iz*) hal ini diperbolehkan selama emas tidak dijadikan sebagai alat tukar yang resmi. Dalam fatwa ini juga dijelaskan dan ditegaskan bahwa jual beli emas secara cicilan atau tidak tunai itu diperbolehkan, oleh karena inilah banyak Lembaga keuangan bank atau non bank yang berbasis syariah mengeluarkan produk cicilan emas.⁸

Salah satu lembaga yang menawarkan produk gadai dan cicil emas yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini mampu dan yakin untuk berdiri di wilayah Jembrana di mana Kabupaten Jembrana sendiri merupakan kabupaten yang masyarakat muslimnya masih lebih sedikit dibanding dengan masyarakat yang beragama Hindu, tetapi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini tetap yakin

⁷ Friska Yolanda, "Konsultasi Syariah: Cicil Emas", [Republika.co.id](https://www.republika.co.id/berita/pxwxg6370/konsultasi-syariah-cicil-emas), diakses 5 Oktober 2022, <https://www.republika.co.id/berita/pxwxg6370/konsultasi-syariah-cicil-emas>

⁸ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Nomor 77 Tahun 2010 tentang jual-beli emas secara tidak tunai

untuk berdiri karena mereka meyakini dan bertekad untuk memperkenalkan produk-produk pada Bank Syariah Indonesia tidak hanya dikalangan masyarakat yang beragama Islam saja akan tetapi juga dikenalkan kepada masyarakat yang non muslim juga. Karena setelah melakukan beberapa sosialisasi dan pengenalan produk di berbagai lembaga yang ada di Kabupaten Jembrana Bali ternyata banyak juga masyarakat non muslim yang tertarik dengan berbagai produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali juga tidak hanya mempekerjakan pegawai yang muslim saja tetapi dengan tingginya toleransi yang ada meskipun Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali tergolong pada Bank Syariah, pegawai yang bekerja ada yang beragama Hindu juga sebanyak 3 orang.

Jika dibandingkan dengan gadai emas di lembaga keuangan lainnya, produk Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini memberikan sejumlah keuntungan, antara lain estimasi tinggi, biaya sewa storage rendah, servis sederhana dan cepat, perpanjangan otomatis, asuransi penyimpanan emas aman dan terjamin, serta estimasi tinggi. Jaringan luas tersebar di seluruh kota dan provinsi di Indonesia, layanan yang dipermudah secara *online* dan *offline*, serta berfungsi untuk menggantikan pegadaian lainnya.. Seperti yang sudah dijelaskan bahwasannya gadai emas cukup menarik perhatian dari para nasabah karena gadai emas bisa dijadikan alternatif pembiayaan dengan

hanya menjaminkan emas yang nasabah punya untuk bisa mendapatkan uanh tunai dengan cepat.

Selain gadai emas ada juga produk cicil emas, di mana cicil emas merupakan opsi pembiayaan dengan prinsip jual beli barang dalam bentuk emas, di mana bank menawarkan opsi pembiayaan kepada nasabah sehingga meueka dapat melakukan membeli barang berupa emas batangan/lantakan, dengan pembayarannya dilakukan dengan angsuran yang sama setiap bulan. BSI KCP Jembrana Bali menawarkan produk cicil emas ini juga karena untuk saat ini dan jangka waktu yang panjang emas merupakan sesuatu yang layak menjadi pilihan untuk diinvestasikan karena emas meupakan salah satu investasi yang dapat melindungi kekayaan, teutama dalam jangka panjang.

Kita dapat lebih mudah memenuhi keinginan untuk membeli emas dengan membayar cicilan emas sekaligus mewujudkan rencana dan impian masa depan kita. Kita dapat merasa lebih ringan untuk mendapatkan emas keinginan kita hanya dengan menyisihkan Rp. 4.000 setiap hari. melakukan cicilan emas di BSI KCP Jembrana Bali memiliki keuntungan tambahan karena aman: emas kita terlindungi, Menguntungkan: biaya terjangkau, layanan profesional : bisnis yang andal dengan layanan pelanggan terbaik, Mudah: beli emas dengan mencicil dan dalam bentuk cair yang dapat ditebus dengan cara digadaikan untuk kebutuhan mendesak.⁹

⁹ Bank Syariah Indonesia, “Produk gadai dan cicil emas”, diakses 5 Oktober 2022 <https://www.bankbsi.co.id/#>

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk gadai dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali tentunya harus memilih strategi yang benar, salah satu strategi yang dimanfaatkan dan dipraktikkan untuk meningkatkan volume penjualannya yaitu dengan memanfaatkan dan mengimplemtsikan strategi *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) yang meliputi beberapa hal yang patut diperhatikan diantaranya adalah *product, price, place* dan *promotion*. Strategi *marketing mix* atau dikenal sebagai strategi bauran pemasaran merupakan strategi dengan menargetkan pasar saat ini dengan produk, harga, distribusi dan promosi.

Definisi lain menyatakan bahwa bauran pemasaran, kadang-kadang dikenal sebagai bauran pemasaran, adalah serangkaian kegiatan dan solusi yang digunakan untuk memuaskan keinginan pelanggan dan mencapai tujuan pemasaran bisnis. Strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran adalah kumpulan pilihan dan kegiatan yang dibuat untuk membantu bisnis memenuhi tujuannya memuaskan keinginan konsumen dengan terus mengamati perubahan di lingkungannya dan memiliki fleksibilitas untuk menanggapi perubahan tersebut. Hasil dari menempatkan keputusan dan tindakan yang terkait dengan bauran pemasaran 4P dan 7P.¹⁰ Tentunya setiap lembaga keuangan baik itu non bank ataupun bank memiliki strateginya masing-masing di mana harapan setiap lembaga tersebut mampu mencapai tujuan

¹⁰ Eka Handriyani dkk, *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021): 120.

yang mereka harapkan. Sama halnya dengan BSI KCP Jembrana Bali yang menerapkan dan menggunakan strategi *marketing mix* ini yang diharapkan mampu meningkatkan volume penjualan produk yang mereka tawarkan salah satu produknya ialah gadai emas dan cicil emas. Berikut ini merupakan data jumlah nasabah produk gadai emas dan angsuran emas atau cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

**Tabel 1. 1 Data Jumlah Nasabah Produk Gadai Emas dan Cicil Emas
Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali**

No.	Bulan/ Tahun	Gadai Emas	Cicil Emas
1	Per 31 Desember 2022	83 Nasabah gadai emas dan cicil emas	
2	Januari/ 2022	92 Nasabah	18 Nasabah
3	Februari/ 2022	101 Nasabah	23 Nasabah
4	Maret/ 2022	112 Nasabah	25 Nasabah
5	April/ 2022	116 Nasabah	32 Nasabah
6	Mei/ 2022	118 Nasabah	34 Nasabah
7	Juni/ 2022	122 Nasabah	43 Nasabah
8	Juli/ 2022	132 Nasabah	58 Nasabah
9	Agustus/ 2022	129 Nasabah	60 nasabah
10	September/ 2022	132 Nasabah	76 Nasabah
11	Oktober/ 2022	133 Nasabah	84 Nasabah
12	November/ 2022	137 Nasabah	86 Nasabah
13	Desember/ 2022	143 Nasabah	88 Nasabah

Sumber Data: Dokumentasi Data Nasabah Produk Gadai Emas dan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Dari tabel data jumlah nasabah produk gadai emas dan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dapat dilihat bahwasannya jumlah nasabah dari tahun 2021 ke tahun 2022 itu cenderung meningkat. Seperti yang diketahui bahwa di Kabupaten Jembrana itu masyarakatnya didominasi oleh masyarakat yang beragama Hindu, hal ini tidak membuat

Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali merasa putus asa dan tidak semangat dalam mengenalkan produk gadai emas dan cicil emas ke masyarakat, akan tetapi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dengan menerapkan strategi *marketing mix* dengan baik hal ini dapat menarik banyak masyarakat bahkan masyarakat yang beragama Hindu juga banyak yang menggunakan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Dari keterangan salah satu pegawai yang menangani langsung terkait dengan produk gadai emas dan cicil emas ini juga menyampaikan bahwasanya pengguna produk gadai emas dan cicil emas ini 70% dari masyarakat yang beragama Hindu seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 2 Presentase Pengguna Produk Gadai Emas dan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Pengguna Produk Gadai Emas dan Cicil Emas	Presentase
Nasabah Hindu	70%
Nasabah Muslim	30%

Sumber: Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa nasabah pada produk gadai emas dan cicil emas cenderung banyak digunakan oleh masyarakat yang beragama Hindu dibandingkan dengan yang beragama Islam, hal ini bisa dikatakan bahwa walaupun Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali masih tergolong baru dan tergolong pada Perbankan Syariah dengan strategi *marketing mix* yang dilakukan inilah mampu menarik minat masyarakat yang

ada di Kabupaten Jembrana. Tidak hanya mereka yang beragama Muslim saja tetapi mereka yang beragama Hindu juga tertarik menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Dari pemaparan latar belakang yang sudah dijelaskan oleh penulis di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK GADAI DAN CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBRANA BALI”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian yang sudah penulis paparkan di atas, maka fokus penelitian yang dapat penulis fokuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah strategi *marketing mix* yang diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP?
2. Bagaimana peranan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi *marketing mix* dan yang di implementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

2. Untuk mengetahui peranan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan nantinya dengan dilakukannya penelitian ini mampu dijadikan sebagai sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi pihak yang membutuhkan dan ingin mendalami lebih dalam lagi terkait dengan ilmu mengenai perbankan syariah dan juga dapat dijadikan sebagai sarana yang tepat untuk lebih memahami lagi strategi *marketing mix* yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk yang mereka tawarkan. Selain itu adanya penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya pegawai dan karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali terkait dengan strategi *marketing mix*. Selain itu diharapkan penelitian ini juga dapat menambah dan mengembangkan wawasan penulis serta untuk memenuhi syarat

akademik dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

E. Definisi Istilah

1. Strategi *Marketing Mix*

Sebuah perusahaan, bank atau lembaga keuangan non bank pasti memiliki kemampuan pemasaran yang kuat dan efektif. Istilah pemasaran mengacu pada seluruh system operasi komersial perusahaan yang bertujuan untuk merencanakan, memutuskan harga, mengiklankan dan mendistribusikan barang yang diantisipasi untuk memenuhi permintaan konsumen, mencapai target pasar, dan selanjutnya mencapai tujuan perusahaan. Dalam menjual produknya, tentunya harus memiliki strategi pemasaran dan manajemen yang kompeten pula. Strategi pemasaran merupakan upaya untuk memutuskan bagaimana mengalokasikan sumber daya pemasaran sambil mempertimbangkan lingkungan, harapan konsumen, dan persaingan pasar.¹¹

Strategi bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam usaha membantu perusahaan mencapai tujuannya. Strategi *marketing mix* (bauran pemasaran), strategi *marketing mix* merupakan seperangkat variabel kontrol yang terdiri dari empat komponen yaitu harga, produk, tempat dan promosi, di mana suatu

¹¹ Farida Yulianti, Lamsah, Periyadi, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 8.

perusahaan akan memadukan keempat komponen tersebut untuk mendapatkan respon yang baik dari target pasarnya.¹² Pendekatan bauran pemasaran yang digunakan oleh beberapa organisasi merupakan cara lain untuk mendefinisikan bauran pemasaran. Strategi ini digunakan oleh hampir semua perusahaan untuk memenuhi tujuan pemasaran mereka, terutama ketika ada persaingan yang ketat. Bauran pemasaran atau *marketing mix* pada industri perbankan menggunakan ide-ide atau gagasan yang sesuai dengan kebutuhan bank.

2. Gadai Emas

Transaksi hukum gadai disebut dalam fiqih sebagai *ar-rahn* yang merupakan Bahasa arab yang berarti jenis perjanjian untuk memegang suatu barang sebagai jaminan untuk hutang. Seperti dalam frasa *ma'un rahin*, yang berarti air yang tenang, kata *ar-rahn* yang berasal dari Bahasa arab yakni *ats-tsubut wa ad-dawam* yang artinya tak berujung.

Syariah Ar-Rahin adalah harta yang digunakan sebagai jaminan hutang (pinjaman), yang memungkinkan pihak yang berkewajiban membayarnya untuk melakukannya dengan harga yang disepakati dalam hal *rahn* tidak berhasil atau tidak dapat dilakukan. Secara umum, *Rahn* dapat dilihat sebagai barang berharga yang dapat digunakan sebagai

¹² Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 141.

pembayaran untuk semua atau sebagian hutang dengan dijual atau dimiliki (menurut *Shara'*).

3. Cicil Emas

Pinjaman cicilan emas adalah pinjaman bank yang memberikan peluang pembiayaan atau memegang emas dalam bentuk lantakan bagi nasabah. Pendanaan cicil emas memberikan kesempatan bagi nasabah untuk memiliki emas lantakan dengan cara angsuran. Akad yang diimplementasikan pada pembiayaan cicil emas merupakan akad muarabahah (jual-beli).

Dalam hal pembiayaan angsuran emas, pembeli dapat memilih antara jangka waktu jangka panjang dan jangka pendek. Sedangkan jangka pendek pembiayaan jangka pendek paling lama satu tahun, jangka panjang memiliki jangka waktu pembiayaan maksimal lima tahun.

4. Volume Penjualan

Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan, dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh

perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.

Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume unit suatu produk. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan, maka besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan tidak rugi. Menurut Swastha menyatakan bahwa hasil kerja dalam penjualan masih diukur terutama dari volume penjualan merupakan hasil total yang didapat perusahaan dari kegiatan penjualan barang dagangan.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I merupakan bagian pendahuluan yang isinya terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan bagian kajian kepustakaan yang membahas dan berisi tentang penelitian terdahulu dan kajian teori yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti yaitu strategi *marketing mix* dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Bali.

Bab III merupakan bagian metode penelitian dimana pada bab ini membahas dan berisikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV merupakan bagian laporan hasil penelitian yang didalamnya membahas dan berisikan tentang data-data yang didapatkan melalui teknik pengumpulan data yang telah digunakan untuk nantinya dianalisis sesuai dengan teknik yang ditetapkan pada pembahasan. Pada bab ini juga membahas tentang bagaimanakah strategi marketing mix dan yang di implementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas dan bagaimana peranan strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Bab V merupakan bab penutup yang berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang terkait dengan permasalahan yang telah diuraikan dan saran bagi semua pihak yang berkaitan dengan strategi *marketing mix* dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Disini peneliti melakukan dan menelaah terhadap penelitian terdahulu yang pernah dilakukan. Peneliti juga mengemukakan beberapa penelitian didalamnya memiliki kesamaan judul yang diangkat dimana judul tersebut berhubungan dengan masalah *strategi marketing mix* dalam gadai emas dan cicil emas.

Berikut ini beberapa penelitian yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan antara lain :

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulfi Tyastutik Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul *Strategi Marketing Mix Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarokah Mikro Di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Bank Syariah Indonesia KCP Magetan telah melaksanakan dan menerapkan strategi *marketing mix* berupa 7P namun dari komponen pada 7P ini ada beberapa komponen yang kurang berjalan dengan baik yaitu *promotion* dan *physical evidence*, sehingga beberapa nasabah mengalami ketidaknyamanan. Namun dengan penerapan strategi *marketing mix* ini juga memberikan dampak positif seperti bertambahnya nasabah yang

menabung dan melakukan pembiayaan. Namun untuk pembiayaan *musyarokah* mikro sendiri masih kurang nasabahnya karena kurangnya pengenalan produk.¹³

Persamaan penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya adalah bahwa keduanya bergantung pada teknik penelitian kualitatif dan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mengumpulkan temuan mereka. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yaitu Penelitian sebelumnya membahas dan berfokus pada peran strategi bauran pemasaran dalam memikat nasabah untuk membiayai *musyarokah mikro*, sedangkan penelitian saat ini membahas dan berfokus pada strategi bauran pemasaran dalam memikat nasabah untuk membeli produk gadai emas dan cicil emas sebagai upaya meningkatkan volume penjualan produk tersebut.

2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eko Mardiyant STAI Al-Azhar Menganti Gresik dengan judul Implementasi *Marketing Mix* Dalam Pemasaran Perbankan Syariah.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwasanya pengimplementasian *marketing mix* atau bauran pemasaran dalam usaha memasarkan atau pemasaran bank syariah begitu penting adanya. Karena adanya *marketing mix* ini untuk nasabah sendiri dapat dijadikan sebagai

¹³ Yulfi Tyastutik, "Strategi Marketing Mix Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Mustarokah Mikro Di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).

suatu hal diantaranya menjadi pedoman dalam memilah dan memilih bank yang sesuai dengan aturan yang sudah diatur. Untuk bank sendiri *marketing mix* dapat digunakan sebagai patokan dalam menarik minat nasabah sebanyak-banyaknya. Strategi *marketing mix* yang digunakan oleh bank syariah diantaranya adakah produk, harga, lokasi, pelayanan dan nilai karyawan.¹⁴

Adapun persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini yaitu sama-sama membahas terkait dengan strategi *marketing mix* dan sama-sama memakai metode kualitatif dalam penelitiannya. Selain persamaan adapula perbedaannya yaitu penelitian terdahulu fokusnya hanya pada strategi *marketing mix* dalam pemasaran perbankan syariah, sedangkan penelitian saat ini berfokus pada strategi *marketing mix* yang diimplementasikan sebagai upaya meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas.

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meta Marciria Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul *Analisis Marketing Mix Produk Mulia (Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung)*.

¹⁴ Eko Mardiyant "Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah", *Al-Iqtishad: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 9, No. 1 (Januari, 2021):093-103.

Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa strategi marketing mix yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Kantor cabang Raden Intan Bandar Lampung ini sudah sesuai dengan syariat islam dan juga menjalankan aspek-aspek yang ada pada *marketing mix* dengan baik dan tidak melebihi lebihkan sehingga apa yang mereka sampaikan kepada calon nasabah memang benar adanya sesuai dengan produk yang mereka tawarkan dengan seperti ini para masyarakat tertarik untuk melakukan transaksi di PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Raden Intan Bandar Lampung.¹⁵

Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan sumber datanya didapat melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu hanya berfokus pada strategi marketing mixnya saja dan hanya berfokus pada penambahan jumlah nasabah saja sedangkan peneliti saat ini berfokus pada strategi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai dan cicil emas,

4. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riski Kurnia Putri Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara dengan Judul Pengaruh *Marketing Mix*

¹⁵ Meta Marciria “Analisis Marketing Mix Produk Mulia (Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung)” (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung, 2019).

Terhadap Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Area Medan Gajah Mada.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan hasil bahwasannya dengan adanya *marketing mix* ini sangat berpengaruh terhadap masyarakat non muslim dalam memutuskan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Area Medan Gajah Mada.¹⁶

Adapun persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang saat ini adalah sama-sama berfokus pada strategi *marketing mix*. Adapula perbedaannya terlihat dari fokus masalah dimana penelitian terdahulu membahas *marketing mix* dalam keputusan nasabah dalam menentukan menjadi nasabah pada bank syariah sedangkan penelitian saat ini lebih berfokus pada strategi *marketing mix* dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk, selain itu perbedaan lainnya adalah dari segi metode penelitian yang digunakan, pada penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti saat ini menggunakan metode kualitatif.

5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Uga Nurlinda Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru dengan judul Implementasi *Marketing Mix* Pada Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.

¹⁶ Riski Kurnia Putri "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Area Medan Gajah Mada" (Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019).

Kesimpulan dari hasil yang diperoleh dari penelitian terdahulu yaitu penerapan *marketing mix* pada produk KPR di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru berjalan cukup lancar dalam menjalankan aspek 4P yang ada pada strategi *marketing mix* akan tetapi mengalami beberapa kendala yang dialami juga dalam pengimplementasiannya.¹⁷

Adapun persamaan antara penelitiann terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yaitu terletak pada metode yang digunakan dimana sama-sama menggunakan metode kualitatif dan sumber data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Selain persamaan adapula perbedaannya yaitu penelitian terdahulu berfokus pada implementasi *marketing mix* produk KPR sedangkan peneliti saat ini berfokus pada strategi *marketing mix* dalam mengikatkan volume penjualan produk dimana produknya adalah gadai emas dan cicil emas.

6. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mas Ainil Mardiyah Ritonga Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan yang berjudul Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Cinta Rasa Di Desa Sidadi I Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan.

Berdasarkan dari kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian terdahulu yaitu : 1. Bahwasanya produk memiliki peran yang penting

¹⁷ Uga Nurlinda, "Implementasi Marketing Mix Pada Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru" (Laporan Akhir Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru, 2020).

dalam mempengaruhi kenaikan volume penjualan, di mana produk yang dihasilkan oleh UD. Cinta Rasa di desa Sidadi I Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan sesuai dengan yang diharapkan para konsumen dan masyarakat. 2. Selanjutnya harga di sini tidak terlalu mempengaruhi kenaikan volume penjualan ini dikarenakan harga yang diberikan belum sesuai dengan yang diharapkan. 3. Hal yang mempengaruhi volume penjualan produk selanjutnya adalah saluran distribusi, ini dikarenakan saluran pemasaran yang diciptakan sudah sesuai dengan yang diharapkan. 4. Yang terakhir ialah promosi, dimana promosi disini tidak memiliki pengaruh terhadap volume penjualannya.¹⁸

Persamaan antaran penelitian terdahulu ini dengan penelitian saat ini ialah sama-sama mengkaji tentang *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan sebuah produk. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan saat ini adalah bahwa yang penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan yang saat ini menggunakan metode kualitatif.

7. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Estu Niana Syamiya dan Fera Tika Ridwan Universitas Islam Syech Yusuf Tangerang yang berjudul Pengaruh *Marketing Mix* Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Nasabah

¹⁸ Mas Ainil Mardiyah Ritonga, "Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Cinta Rasa Di Desa Sidadi I Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan", (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2021).

Tangerang (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Karawaci).

Kesimpulan dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwasannya *marketing mix* berpengaruh dengan kesetiaan atau loyalitas nasabah pada BSI KCP Tangerang Karawaci. Sedangkan *Brand Image* tidak memiliki pengaruh atas loyalitas nasabah BSI KCP Karawaci Tangerang.¹⁹

Adapun persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini yaitu sama-sama fokus penelitiannya pada strategi *marketing mix*. Adapula perbedaannya yaitu penelitian terdahulu berfokus pada strategi *marketing mix* dan *brand image* terhadap loyalitas nasabah sedangkan penelitian saat ini fokus penelitian pada strategi *marketing mix* dalam usaha meningkatkan penjualan suatu produk. Selain itu perbedaan lainnya terletak pada metode penelitian yang digunakan dimana penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian saat ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

8. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nafilah Fikriah Institut Agama Islam Negeri Parepare yang berjudul Pengaruh *Marketing Mix* Produk Gadaai Terhadap Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Sidrap.

¹⁹ Estu Niana Syamira, Fera Tika Ridwan, "Pengaruh *Marketing Mix* Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Nasabah Tangerang (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Karawaci)", *Jurnal Ilmu Keislaman* 3, No. 2 (Juni, 2022): 112-128.

Kesimpulan dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwasannya pada saat dilakukan uji t menunjukkan hasil dimana *marketing mix* produk gadai memberikan dampak positif yang berupa berpengaruh terhadap minat nasabah di pegadaian syariah sidrap. Selain itu saat dilakukan uji regresi sederhana juga menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *marketing mix* produk gadai berpengaruh terhadap minat nasabah.²⁰

Persamaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas strategi *marketing mix*. Adapula perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti saat ini menggunakan metode kualitatif.

9. Penelitian terdahulu oleh Mirnawati Institut Agama Islam Negeri Palopo yang berjudul Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Rahn Di Pegadaian Syariah.

Kesimpulan dari hasil pada penelitian terdahulu yaitu Pegadaian Syariah Cabang Palopo telah melaksanakan empat komponen yang ada dalam bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion*. Dimana

²⁰ Nafilah Fikriah, "Pengaruh Marketing Mix Produk Gadai Terhadap Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Sidrap", (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2020).

keempat komponen ini mampu meningkatkan jumlah penjualan produk rahn dikarenakan permintaan dari nasabah itu sendiri.²¹

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan oleh penulis sama-sama mengkaji tentang strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah penjualan produk dan metode penelitiannya sama-sama menggunakan metode kualitatif. Ada pula perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian terdahulu hanya berfokus pada strategi *marketing mix* dalam menambah penjualan jumlah produk sedangkan penelitian saat ini berfokus pada strategi *marketing mix* dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk.

10. Penelitian terdahulu oleh Dila Apriliani Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul Implementasi *Marketing Mix* Pada Produk IB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

Kesimpulan dari hasil pada penelitian terdahulu yaitu Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat menerapkan strategi *marketing mix* yang meliputi 7P dari komponen 7P ini promotion masih kurang berjalan dengan baik dan tidak berpengaruh terlalu signifikan pada penambahan nasabah, bukan berarti komponen yang lain tidak memiliki pengaruh yang

²¹ Mirnawati ,” Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Rahn Di Pegadaian Syariah”, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo,2019).

signifikan, karena strategi *marketing mix* yang lain dinilai efektif untuk menambah jumlah nasabah produk pembiayaan IB Multiguna.²²

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini dilakukan oleh penulis sama-sama membahas tentang strategi *marketing mix*, persamaan lainnya yaitu sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mendapatkan datanya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapula perbedaannya yaitu penelitian terdahulu hanya berfokus pada strategi *marketing mix* pada produk IB Multiguna sedangkan penelitian saat ini berfokus pada strategi *marketing mix* dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas.

Tabel 1. 3
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulfi Tyastutik Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul Strategi <i>Marketing Mix</i>	Persamaan penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya adalah bahwa keduanya bergantung pada teknik penelitian kualitatif dan menggunakan	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yaitu Penelitian sebelumnya membahas dan berfokus pada peran
No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
	Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarokah Mikro Di Bank Syariah Indonesia	wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mengumpulkan temuan mereka.	strategi bauran pemasaran dalam memikat nasabah untuk membiayai

²² Dila Apriliani, "Implementasi Marketing Mix Pada Produk IB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat", (Tugas Akhir Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2020)

	KCP Magetan. Tahun 2021		musyarokah mikro, sedangkan penelitian saat ini membahas dan berfokus pada strategi bauran pemasaran dalam memikat nasabah untuk membeli produk gadai emas dan cicil emas sebagai upaya meningkatkan volume penjualan produk tersebut
2	Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eko Mardiyant STAI Al-Azhar Menganti Gresik dengan judul Implementasi <i>Marketing Mix</i> Dalam Pemasaran Perbankan Syariah. Tahun 2021	Adapun persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini yaitu sama-sama membahas terkait dengan strategi <i>marketing mix</i> dan sama-sama memakai metode kualitatif dalam penelitiannya.	Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu fokusnya hanya pada strategi <i>marketing mix</i> dalam pemasaran perbankan syariah, sedangkan penelitian saat ini berfokus pada strategi <i>marketing mix</i> yang diimplementasikan sebagai upaya meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas.
3	Meta Marciria Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul Analisis <i>Marketing Mix</i> Produk Mulia (Murabahah Logam Mulia Untuk	Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan sumber	Perbedaannya adalah penelitian terdahulu hanya berfokus pada strategi marketing mixnya saja dan hanya berfokus pada penambahan jumlah
No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
	Investasi Abadi) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada	datanya didapat melalui wawancara, dokumentasi dan	nasabah saja sedangkan peneliti saat ini berfokus pada

	PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung). Tahun 2019.	observasi.	strategi <i>marketing mix</i> dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai dan cicil emas,
4	Riski Kurnia Putri Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara dengan Judul Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Area Medan Gajah Mada. Tahun 2019.	Adapun persamaan dari penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang saat ini adalah sama-sama berfokus pada strategi <i>marketing mix</i> .	Perbedaannya terlihat dari fokus masalah dimana penelitian terdahulu membahas <i>marketing mix</i> dalam keputusan nasabah dalam menentukan menjadi nasabah pada bank syariah sedangkan penelitian saat ini lebih berfokus pada strategi <i>marketing mix</i> dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk, selain itu perbedaan lainnya adalah dari segi metode penelitian yang digunakan, pada penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan penliti saat ini menggunakan metode kualitatif.
5	Uga Nurlinda Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru dengan judul Implementasi <i>Marketing Mix</i> Pada	Adapun persamaan antara penelitiann terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yaitu terletak pada	Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu berfokus pada implementasi <i>marketing mix</i> produk KPR sedangkan
No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
	Produk Kredit Pemilikan Rumah	metode yang digunakan dimana	peneliti saat ini berfokus pada strategi

	(KPR) Di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru. Tahun 2020.	sama-sama menggunakan metode kualitatif dan sumber data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.	<i>marketing mix</i> dalam mengikatkan volume penjualan produk dimana produknya adalah gadai emas dan cicil emas.
6	Mas Ainil Mardiyah Ritonga Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan yang berjudul Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Cinta Rasa Di Desa Sidadi I Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. Tahun 2021	Persamaan antaran penelitian terdahulu ini dengan penelitian saat ini ialah sama-sama mengkaji tentang <i>marketing mix</i> dalam meningkatkan volume penjualan sebuah produk.	Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan saat ini adalah bahwa yang penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan yang saat ini menggunakan metode kualitatif.
7	Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Estu Niana Syamiya dan Fera Tika Ridwan Univesitas Islam Syech Yusuf Tangerang yang berjudul Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Tangerang (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Karawaci).	Adapun persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini yaitu sama-sama fokus penelitiannya pada strategi <i>marketing mix</i> .	Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu berfokus pada strategi <i>marketing mix</i> dan brand image terhadap loyalitas nasabah sedangkan penelitian saat ini fokus penelitian pada strategi <i>marketing mix</i> dalam usaha meningkatkan penjualan suatu produk. Selain itu perbedaan lainnya terletak pada metode penelitian yang digunakan dimana
No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
			penelitian terdahulu

			menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian saat ini menggunakan metode penelitian kualitatif.
8	Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nafilah Fikriah Institut Agama Islam Negeri Parepare yang berjudul Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Produk Gadai Terhadap Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Sidrap. Tahun 2020.	Persamaan yang ada pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas strategi <i>marketing mix</i> .	Adapula perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti saat ini menggunakan metode kualitatif.
9	Penelitian terdahulu oleh Mirnawati Institut Agama Islam Negeri Palopo yang berjudul Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Rahn Di Pegadaian Syariah. Tahun 2019.	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan oleh penulis sama-sama mengkaji tentang strategi <i>marketing mix</i> dalam meningkatkan jumlah penjualan produk dan metode penelitiannya sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian terdahulu hanya berfokus pada strategi <i>marketing mix</i> dalam menambah penjualan jumlah produk sedangkan penelitian saat ini berfokus pada strategi <i>marketing mix</i> dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk.
10	Penelitian terdahulu oleh Dila Apriliani Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini dilakukan oleh penulis sama-sama	Adapula perbedaannya yaitu penelitian terdahulu hanya berfokus pada strategi <i>marketing mix</i> pada
No.	Nama Peneliti, Judul Penelitian dan Tahun	Persamaan	Perbedaan

	Implementasi <i>Marketing Mix</i> Pada Produk IB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat. Tahun 2020.	membahas tentang strategi <i>marketing mix</i> , persamaan lainnya yaitu sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mendapatkan datanya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.	produk IB Multiguna sedangkan penelitian saat ini berfokus pada strategi <i>marketing mix</i> dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas.
--	---	---	---

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

B. Kajian Teori

1. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

a. Pengertian *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Marketing mix atau yang dikenal dengan model bauran pemasaran menurut Philip Kotler adalah sebuah model strategi pemasaran yang memeriksa data dari berbagai sumber, termasuk data pengamatan di pengecer, data pengiriman pada perusahaan, harga, media, dan data pengeluaran promosi, hal ini dilakukan untuk lebih memahami efek dari kegiatan pemasaran tertentu.²³ Agar dapat lebih memahami terkait dengan *marketing mix*, seorang pemasar dapat melakukan analisis multivariant, seperti analisis multi-regresi, yang bertujuan untuk menentukan bagaimana setiap komponen pemasaran mempengaruhi hasil pemasaran.

²³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 119.

Adapun definisi dari bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dijelaskan oleh Buchari Alma yaitu sebagai sebuah strategi yang mencampuri aktivitas atau kegiatan-kegiatan pemasaran, supaya nantinya dapat ditemukan kombinasi yang maksimal dan baik sehingga nantinya memberikan hasil yang memuaskan.²⁴

Adapun pengertian yang dijelaskan oleh Kotler dan Amstrong yaitu bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan suatu strategi yang mengintegrasikan tentang produk, harga, promosi serta lokasi. Semua ini dilakukan dengan tujuan menghasilkan pendapatan yang maksimal untuk produk yang dijual yang nantinya akan memuaskan para pelanggan.

Menurut istilah ekonomi *marketing mix* merupakan sebuah perangkat atau alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadupadankan oleh *firm* yang nantinya akan menghasilkan tanggapan yang diinginkan oleh pasar sasaran. *Marketing mix* atau bauran pemasaran juga sering dikatakan sebagai semua faktor yang dapat dikuasai oleh seorang manajer pemasaran dalam konteks tujuan untuk mempengaruhi permintaan konsumen atas barang dan jasa.²⁵

Konsep bauran pemasaran atau *marketing mix* juga merupakan suatu hal yang mendasar didalam ilmu pemasaran. Konsep bauran

²⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 205.

²⁵ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 76.

pemasaran atau *marketing mix* ini juga sering sekali dan sangat melekat pada keadaan pemasaran apapun tanpa terkecuali dengan segala keunikan yang dimiliki oleh konsep *marketing mix* ini. Neil Borden sekitar tahun 1950 an memperkenalkan dan mempopulerkan gagasan tentang *marketing mix* ini yang terkenal dengan konsep 4P (*Product, Place, Price, Promotion*).²⁶

Marketing mix, sering dikenal sebagai bauran pemasaran, adalah kumpulan inisiatif pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan tertentu selama periode waktu yang telah ditentukan. Tanggung jawab ini perlu digabungkan dan dikoordinasikan agar bisnis nantinya dapat melaksanakan tugas pemasarannya dengan sukses. Untuk secara efektif mengkoordinasikan banyak komponen bauran pemasaran, organisasi harus melakukan lebih dari sekadar memilih kombinasi optimal.²⁷

Berdasarkan dari berbagai pengertian berasal dari para ahli hingga pehaman dan istilah bisa disimpulkan bahwasannya bauran pemasaran yang sering dikenal dengan *marketing mix* merupakan sebuah alat pemasaran yang digunakan sebagai taktik dalam praktik di sebuah perusahaan yang tujuannya untuk memenuhi harapan dan tujuan yang maksimal sesuai dengan yang suatu organisasi inginkan.

²⁶ Hamdan Firmansyah, Intan Nurrachmi, Hesti Umiyati, dkk, *Teori Marketing* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022), 172.

²⁷ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Bali: Universitas Udayana, 2017), 72.

Dengan demikian komponen pemasaran tersebut dikelompokkan dalam 4P yang banyak orang ketahui, sedangkan untuk pemasaran dibidang jasa juga dibutuhkan komponen tambahan seperti *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik) dan *process* (proses) sehingga saat ini dikenal dengan 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*.²⁸

b. Komponen Strategi *Marketing Mix*

Berikut ini penjelasan terkait komponen-komponen yang terdapat pada konsep *marketing mix* yang sering disebut dengan 7P:

a) *Product* (Produk)

Product (produk) merupakan hal yang dibuat dengan tujuan memenuhi tuntutan kelompok orang tertentu. Produk adalah hal yang dibuat dengan tujuan memenuhi tuntutan sekelompok orang tertentu. Karena produk dapat mengambil bentuk kedua hal dan layanan, mereka dapat dibuat baik berwujud dan tidak berwujud. Saat mengembangkan suatu produk, kita harus mempertimbangkan target pasar. Di bidang pemasaran produk, "produk" digambarkan sebagai sesuatu yang dapat dibuat tersedia untuk umum dan kemudian diantisipasi untuk memenuhi permintaan konsumen.²⁹

²⁸ Ismail Nawawi, *Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: VIV Press, 2014): 254.

²⁹ Marissa Grace Haque Fawzi, Ahmad Syarif Iskandar, dkk., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022): 208.

Adapun beberapa karakteristik yang ada didalam sebuah produk yaitu :³⁰

- 1) *Product quality* (kualitas produk) adalah kekuatan dari sebuah produk yang mencakup daya tahan produk, keandalan produk, tingkat akurasi produk yang dihasilkan, kegunaan dan kemudahan perbaikan produk, dan lainnya.
- 2) *Product features* (fitur produk) yaitu suatu perangkat yang dapat membedakan barang suatu perusahaan dengan barang yang ditawarkan pesaing.
- 3) *Product style and desain* (gaya dan kreasi produk) merupakan suatu tampilan produk yang bernilai seni serta sensasional dimana dari gaya dan tampilan produk inilah yang nantinya diharapkan dapat menarik minat para konsumen.
- 4) *Product variety* (variasi produk) yaitu suatu macam atau tipe produk yang diproduksi dan dipromosikan oleh suatu perusahaan untuk konsumen.
- 5) *Brand name* (nama produk atau identitas produk) yaitu identitas produk yang dibuat agar dapat membedakan produk perusahaan dengan produk dari pesaing.

³⁰ Eka Hendrayani, *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021): 114.

- 6) *Packaging* (kemasan) merupakan suatu bentuk kreasi yang kreatif pada tempat suatu produk yang dihasilkan.
- 7) *Sizes* (ukuran) merupakan suatu bentuk atau ukuran sebuah produk yang dibuat oleh perusahaan yang nantinya dapat menarik minat para konsumen.
- 8) *Services* (layanan) merupakan suatu pelayanan yang diberikan perusahaan yang bertujuan untuk menunjang keberlangsungan penjualan produknya.
- 9) *Returns* (pengembalian) merupakan suatu transaksi yang dibatalkan yang nantinya diberikan perusahaan kepada konsumen jika mendapatkan produk yang rusak atau tidak sesuai.

Suatu produk naik produk baru maupun produk yang sudah lama pasti akan mengalami yang namanya siklus produk. Selama fase peluncuran, strategi produk berfokus pada peluncuran dan dalam menetapkan harga produk, yang memiliki dampak signifikan pada biaya. Pada periode pertumbuhan (*growth*), produk diserap pasar, perluasan saluran penjualan dan promosi membentuk pangsa pasar, dan penjualan dan laba mulai meningkat. Pada tahap kedewasaan, memuncak dalam penjualan dan laba dan terus menghasilkan penjualan dan laba hingga dan pangsa pasar

memuncak. Pada masa penurunan (decline), penjualan mulai menurun lebih lanjut karena perubahan teknologi, perubahan preferensi konsumen, pesaing, dan berbagai faktor didalam ataupun luar perusahaan.³¹

b) *Price* (Harga)

Dalam sebuah bisnis, harga adalah sesuatu yang perlu diperhitungkan. Secara alami, bisnis akan berhati-hati ketika menentukan harga karena memiliki dampak signifikan pada pendapatan dan biaya keseluruhan perusahaan. Harga harus ditetapkan sesuai dengan target pasar yang diinginkan, campuran variasi produk, persaingan, dan layanan, dan juga dapat dikatakan sebagai aspek utama dan krusial dalam menetapkan posisi.³²

Harga juga digambarkan sebagai jumlah uang yang ditukar pelanggan untuk keuntungan, kepemilikan, atau penggunaan barang atau jasa. Harga juga dapat digambarkan sebagai jumlah uang yang dibayar orang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Dibandingkan dengan komponen *marketing mix* lainnya, harga memiliki tingkat fleksibilitas terbesar karena dapat bervariasi dengan cepat dalam waktu singkat.³³

³¹ Eka Hendrayani, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma dkk. *Manajemen Pemasaran* , 115.

³² Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep & Strategi Pemasaran* Makasar: Sah Media, 2019), 141.

³³Eka Hendrayani, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma dkk *Manajemen Pemasaran* ,116.

Dalam menetapkan suatu harga juga ada indikator atau hal yang perlu diperhatikan yaitu :

- 1) Keterjangkauan harga, hal ini merupakan kemampuan pelanggan dalam menggapai harga yang telah ditentukan suatu perusahaan.
- 2) Keselarasan harga atas produk yang ditawarkan, karena pelanggan lebih cenderung memilih harga yang lebih tinggi dengan adanya perbedaan kualitas yang terlihat.
- 3) Daya saing harga yang merupakan keputusan seorang pelanggan dalam membeli suatu produk apabila dirasakan kegunaan yang lebih atau sama setelah mengeluarkan biayanya untuk mendapatkan dan merasakan barang atau jasa yang dibeli.
- 4) Keselarasan harga dengan manfaat, hal ini merupakan suatu pembandingan yang dilihat dari suatu produk dengan produk yang lain, dimana pada hal ini harga suatu produk sangat menjadi pertimbangan pelanggan yang berkaitan dengan kegunaan yang dirasakan konsumen Ketika akan membeli suatu produk.

c) *Place* (Lokasi, tempat atau saluran distribusi)

Huriyati mengatakan bahwa manufaktur tempat atau *place* didefinisikan sebagai saluran distribusi (*zero channel*, *two channel*, dan *multilevel channels*) untuk barang-barang industri, berbeda dengan produk pada sector jasa. Pilihan lokasi atau *place* layanan untuk melayani klien yang dituju sangat penting. Sangat penting untuk memikirkan bagaimana dan di mana layanan akan dikirimkan kepada klien ketika memilih lokasi layanan mana yang akan digunakan. Lokasi sangat penting karena pengaturan dan cara di mana layanan disediakan memiliki kontribusi dalam nilai dan keuntungan.³⁴

Adapun *place* (distribusi) juga dikatakan sebagai suatu strategi dalam menentukan dan mengelola saluran pemasaran produk atau jasa dengan mengumpulkan beberapa organisasi atau orang-orang yang dapat memberikan bantuan dalam distribusi produk atau jasa pada saat melayani sasaran pasar yang dituju agar nantinya konsumen dapat memenuhi kebutuh dan keinginan yang mereka mau. Maka dari itu, ketika memutuskan tempat atau *place*, produsen wajib untuk memperhatikan komponen-komponen bauran

³⁴ Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 184.

distribusi yang relevan. Terdiri dari sistem saluran, jangkauan, lokasi, suplai dan transportasi.³⁵

d) *Promotion* (Promosi)

Promotion atau promosi merupakan suatu variable atau komponen dalam *marketing mix* yang penting untuk dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Hal ini dikarenakan kegiatan iklan tidak hanya berguna sebagai alat untuk memikat konsumen saja, namun bisa digunakan sebagai alat untuk kegiatan pemasaran juga.³⁶

Promotion atau promosi juga digambarkan sebagai strategi yang menggunakan iklan, penjualan langsung, promosi penjualan, dan publikasi untuk menginformasikan dan mempengaruhi pasar tentang barang atau jasa baru. Delapan model komunikasi pemasaran membentuk bauran promosi (*promotion mix*) yaitu:³⁷

- 1) Periklanan (*advertising*), hal ini berupa promosi berbentuk gagasan, produk atau jasa non perorangan dari suatu pihak yang membutuhkan biaya

³⁵Eka Hendrayani, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma dkk., *Manajemen Pemasaran*, 118.

³⁶ Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, 181.

³⁷Eka Hendrayani, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma dkk., *Manajemen Pemasaran* ,117-118.

- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan bentuk promosi yang jangkanya pendek yang bertujuan untuk meningkatkan pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.
- 3) *Event and experience*, merupakan bentuk kegiatan suatu perusahaan yang dibuat dan dipehitungkan untuk mendiskusikan merk tertentu.
- 4) *Public relation and publicity*, merupakan koneksi secara keseluruhan dari perusahaan kepada masyarakat agar mendapatkan nama yang nantinya akan memberikan keuntungan, membangun persona perusahaan yang baik, mengatur atau memperbaiki rumor, ataupun pandangan yang tidak baik atau mengenakan sekalipun.
- 5) *Online and social media marketing*, merupakan aktivitas *online* yang dibangun dan dimaksudkan yang melibatkan pelanggan atau pelanggan potensial secara langsung atau tidak langsung untuk meningkatkan kesadaran, meningkatkan reputasi positif, atau menyebabkan dan meningkatkan penjualan barang atau jasa.
- 6) *Mobile marketing*, merupakan bentuk pemasaran *online* yang lebih khusus yang menampilkan iklan di tablet, ponsel cerdas, dan elektronik konsumen pelanggan lainnya.

7) *Personal selling*, merupakan bentuk promosi dengan berinteraksi langsung dengan calon konsumen untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesanan.

e) *People* (Orang atau pelaku)

Di sektor jasa, *people* atau orang dapat dianggap sebagai aset utama, terutama individu atau karyawan yang berkualitas baik dan terawat. Pelanggan yang puas dan tetap setia pada suatu merek adalah hasil dari personel yang luar biasa. Keterampilan pengetahuan yang sangat baik dikatakan sebagai keterampilan dasar dan memproyeksikan citra eksternal yang positif. Sikap dan motivasi karyawan dalam bisnis jasa adalah aspek penting lainnya dari *people* atau orang. Ketika pekerja dan pelanggan berinteraksi, momen penting terjadi. Sikap positif sangat penting. dapat digunakan dalam berbagai konteks, seperti berbicara dengan baik, penampilan karyawan, bahasa tubuh, dan suara dalam berbicara. Untuk memastikan pengiriman pesan dan layanan pada tingkat yang diharapkan, motivasi pekerja diperlukan..³⁸

f) *Physical evidence* (Fasilitas fisik)

Keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan dipengaruhi oleh fasilitas fisik atau *physical evidence*. Lingkungan fisik, dalam hal ini peralatan,

³⁸Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep & Strategi Pemasaran* , 145.

struktur fisik, peralatan, logo, warna, dan barang-barang tambahan yang akan digabungkan dengan layanan yang ditawarkan dalam bentuk tiket, sampul, label, dan sebagainya, adalah unsur-unsur yang terkandung dalam fasilitas fisik.³⁹

g) *Process* (Proses)

Process atau proses merupakan serangkaian peristiwa yang dieksekusi atau terhubung yang bersama-sama mengubah input menjadi output. Di sebuah perusahaan manufaktur, implementasi ini bisa dilakukan oleh manusia ataupun mesin dengan menggunakan berbagai sumber daya yang tersedia. Yang menonjol dalam proses ini merupakan ketekunan, konsistensi dan kesinambungan dalam pengelolaan dan pengembangan bisnis.

Process atau proses cukup dibutuhkan bagi layanan jasa karena layanan jasa sangat bergantung pada proses penyampaian kepada konsumen. Karena perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin kualitas pelayanan (Quality Assurance), semua kegiatan perusahaan dilakukan oleh karyawan perusahaan yang kompeten, berdedikasi dan loyal sesuai dengan sistem dan prosedur yang ada pada tempat kerja.

2. Gadai Emas

a. Pengertian Gadai Emas

³⁹Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, 188.

Gadai sendiri dalam islam diartika sebagai perjanjian menhaan suatu barang yang ditanggung sebagai utang. Gadai juga sering disebut dengan *rahn*, *rahn* sendiri menurut bahasa memiliki arti tetap, menahan, dan berlangsung. Menurut definisi frasa gadai yaitu membuat suatu benda menjadi berharga, menurut pandangan Syariah gadai berarti tanggungan hutang, dengan adanya tanggungan hutang, semua atau Sebagian uang dapat diteima.⁴⁰

Emas sendiri merupakan logam mulia yang sejak dahulu dan emas sendiri dilambangkan sebagai simbol kesejahteraan dan kekuasaan. Di Indonesia sendiri emas juga dianggap sebagai *symbol* status pada berbagai kultur yang ada di masyarakat. Emas juga sudah dianggap sebagai logam beharga yang memiliki nilai estetis yang tinggi. Nilai dan keindahan yang dimiliki oleh emas menjadikan emas sebagai sarana dalam mengekspresikan diri.⁴¹

Gadai emas dikenal sebagai cara cepat untuk mendapatkan dana, emas digunakan sebagai fondasi jaminan untuk produk pembiayaan. Pembiyaan gadai emas juga merupakan produk pinjaman tanpa imabalan yang jaminannya berupa emas dengan kewajiban pinjaman dengan cara angsuran dengan jangka waktu yang telah ditentukan.

⁴⁰ Jefri Tarantang, Maulidia Astuti, Annisa Awwaliyah,dkk., *Regulasi dan Implementasi* Pegadaian, 13.

⁴¹ Nanda Safarida, “Gadai Dan Investasi Emas: Antara Konsep Dan Implementasi” *Jurnal Investasi Islam* 6, no. 1 (Juni, 2021): 79.

Dalam pembiayaan gadai emas syariah sendiri (*rahn*) dilakukan oleh seorang *rahin* atau pemilik barang dan *al-murtahin* atau penerima barang yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan pemilik barang dengan menggadaikan emasnya sesuai dengan prinsip syariah.⁴²

b. Rukun dan Syarat Gadai Emas

Dalam pelaksanaan gadai emas tentunya ada rukun yang harus diperhatikan yaitu :⁴³

a) *Aqid* (Orang yang berakad)

Aqid merupakan orang yang mengadakan akad, dimana mereka dibagi menjadi dua kategori yaitu *rahin* atau orang yang menggadaikan harta miliknya dan *murtahin* atau orang yang menerima barang dan orang yang berpiutang).

b) *Ma'qud 'Alaih* (Barang yang diakadkan)

Ma'qud 'Alaih ini terdapat dua hal yaitu *marhun* atau harta yang digadaikan dan *marhun bihi (dain)* atau suatu hutang yang dikarenakan ada akad *rahn*.

Selain rukun yang harus dipenuhi adapula syarat-syarat yang harus dipenuhi dan dilakukan dalam gadai yaitu :⁴⁴

⁴² Maula Nasrifah, Siti Chusnul, "Penerapan Sistem Gadai Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kota Probolinggo", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 8, no. 1 (2022): 56.

⁴³ Jefri Tarantang, Maulidia Astuti, Annisa Awwaliyah, dkk., *Regulasi dan Implementasi Pegadaian*, 71.

⁴⁴ Jefri Tarantang, Maulidia Astuti, Annisa Awwaliyah, dkk., 72.

- a) *Shigat*, , syarat ini tidak boleh terikat dengan syarat tertentu dan waktu yang akan datang.
- b) Pihak-pihak yang berakad cakup menurut hukum, syarat ini maksudnya pihak *rahin* dan *marhun* cakap atau paham menurut hukum seperti mampu melakukan akad, *aqil baligh*, dan berakal sehat.
- c) Utang (*Marhun Bih*), utang merupakan suatu kewajiban bagi orang yang memiliki utang untuk membayar utang tersebut kepada pihak yang memberikan piutang. Utang juga diartikan sebagai barang yang dapat dihitung jumlahnya dan harus ada manfaatnya.
- d) *Marhun*, diartikan sebagai harta yang dipegang oleh *murtahin* atau wakilnya, sebagai jaminan utang.

c. Dasar Hukum Gadai Emas

- a) Berdasarkan Al-Qur'an

Dasar hukum pada praktik gadai emas telah dijelaskan pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 283 yang dapat dilihat pada kutipan ayat di bawah ini:

أَمَانَتَهُ أَوْ مِمَّنَ الَّذِي فَلَئُوذٌ بَعْضًا بَعْضُكُمْ أَمِنَ فَإِنَّ ۖ مَقْبُوضَةً فَرِهَانُ كَاتِبًا يَجِدُوا وَمَ سَفَرٍ عَلَى كُنْتُمْ وَإِنْ
عَلَيْمٌ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ ۖ فَلَبُّهُ أَنْتُمْ فَإِنَّهُ يَكْتُمُهَا وَمَنْ ۖ الشَّهَادَةَ تَكْتُمُوا وَلَا ۖ رَبُّهُ اللَّهُ وَلِيَتَّقِ

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu

menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”⁴⁵

Pada ayat ini dijelaskan bahwasanya Bolehnya memberi hutang tanggungan sebagaimana jaminan pinjaman, atau dengan kata lain menggadai, walau dalam ayat ini dikaitkan dengan perjalanan, tetapi itu bukan berarti bahwa menggadaikan hanya dibenarkan dalam perjalanan. Nabi SAW. Pernah menggadaikan perisai beliau kepada seorang yahudi, padahal ketika itu beliau sedang berada di Madinah. Dengan kata lain penyebutan kata dalam perjalanan, hanya karena seringnya tidak ditemukan penulis dalam perjalanan.

b) Hadits

Dasar hukum yang kedua untuk dijadikan rujukan dalam membuat rumusan gadai syariah adalah hadis Nabi Muhammad yang antara lain diungkapkan sebagai berikut:

دَرَعًا وَرَهْنَهُ أَجَلَ إِلَى يَهُودِيٍّ مِنْ طَعَامًا اشْتَرَى وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولَ أَنَّ
حَدِيثٍ مِنْ

Artinya: Sesungguhnya Rasulullah s.a.w. pernah membeli makanan dengan berutang dari seorang Yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya. (HR. Bukhari)

⁴⁵ Al- Qur'an, 2: 283.

Hal ini berdasarkan sebuah hadis yang diriwayatkan oleh istri Nabi yaitu Aisyah *radhiyallahu'anha*. Beliau mengisahkan bahwa suatu ketika Nabi *Shallallahu'alaihi Wasallam* pernah membeli makanan dari seorang Yahudi. Beliau pun menggadaikan sebuah baju perang yang terbuat dari besi. Ketika kejadian ini, Nabi *Shallallahu'alaihi Wasallam* sedang tidak melakukan safar. Kisah ini juga merupakan dalil dari sunah yang menjelaskan diperbolehkannya transaksi gadai. Syekh Abdullah al-Bassam rahimahullah mengatakan, "Kaum muslimin telah bersepakat diperbolehkannya transaksi gadai ini, bahwa Rasulullah SAW pernah melakukan hutang piutang dengan orang yahudi untuk sebuah makanan. Kemudian beliau menggadaikan (menjaminkan). Baju besinya sebagai penguat kepercayaan transaksi tersebut.

c) Fatwa DSN MUI

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) menjadi salah satu rujukan yang berkenaan dengan gadai syariah, diantaranya dikemukakan sebagai berikut:⁴⁶

⁴⁶ Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 8

- 1) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 25/ DSN-MUI/III/ 2002, tentang *rahn*.
- 2) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 26/DSN- MUI/III/2002, tentang Rahn Emas.
- 3) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 09/DSN-MUI/IV/2000, tentang pembiayaan Ijarah.
- 4) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 10/DSN- MUI/IV/2000, tentang Wakalah.
- 5) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 43/DSN-MUI/VIII/2004, tentang Ganti Rugi.

3. Cicil Emas

a. Pengertian Cicil Emas

Cicil emas merupakan suatu model pembiayaan yang bisa dijadikan sebagai sarana untuk berinvestasi emas. Produk cicil emas juga merupakan produk yang disediakan oleh Lembaga keuangan bank ataupun non bank yang diberikan kepada para masyarakat atau calon nasabah untuk nantinya dapat membeli atau memiliki logam mulia berupa emas batangan yang dapat di bayar angsur setiap bulannya dengan menggunakan akad jual beli (*murabahah*).⁴⁷

⁴⁷ Friska Yolanda, "Konsultasi Syariah: Cicil Emas", *Republika.co.id*, 16 September 2019, <https://www.republika.co.id/berita/pxwxg6370/konsultasi-syariah-cicil-emas>.

Seperti yang sudah dijelaskan pada Fatwa DSN MUI No: 77/DSN-MUI/V/2010 yang membahas tentang jual beli emas secara tidak tunai, fatwa ini menjelaskan bahwasannya jual-beli emas secara cicil, baik lewat jual-beli secara *murabahah* atau jual beli biasa hukumnya ialah diperbolehkan atau *mubah ja'iz*, selagi emas tidak dijadikan alat tukar resmi seperti uang.⁴⁸

Melakukan investasi emas seperti cicil emas juga memiliki beberapa keuntungan yaitu :⁴⁹

- a) Keuntungan pertama berinvestasi emas adalah kemudahan pencairannya, sementara bentuk investasi jenis lain biasanya lebih sulit untuk ditebus atau hanya dapat diuangkan pada waktu-waktu tertentu. Sebaliknya, investasi emas lebih fleksibel daripada jenis investasi lainnya dan memungkinkan pemilik untuk menarik uang mereka dengan relatif cepat dan mudah..
- b) Bebas Pajak, ini berbeda dengan memiliki saham di perusahaan tertentu. Investasi saham yang sukses tidak secara langsung menguntungkan pemegang saham. Penyebabnya adalah bahwa mendapatkan laba itu kadang-kadang bisa termasuk membayar pajak, atau laba itu malah bisa berbentuk saham perusahaan lebih lanjut. Jika

⁴⁸ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Nomor 77 Tahun 2010 tentang jual-beli emas secara tidak tunai

⁴⁹ Wastam Wahyu Hidayat, *Konsep Dasar Investasi Dan Pasar Modal* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 124.

ingin melakukan investasi yang bebas pajak, maka baiknya harus memilih emas.

- c) Melindungi nilai kekayaan, Karena nilainya cenderung naik dari tahun ke tahun, emas tepat jika disebut sebagai investasi yang mampu untuk melindungi nilai asetnya. Perlindungan investasi emas suatu aset dapat tercermin dari harganya yang selalu stabil dan cenderung naik, sehingga pada saat menjual kembali investasi emas biasanya pemilik mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.

b. Dasar Hukum Cicil Emas

Terkait tentang hukum jual beli emas secara tidak tunai Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) sependapat dengan Ibnu Taimiyah, Ibnu Qayim terkait dengan hukum jual beli emas secara tidak tunai sebagaimana Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai, yang menyebutkan bahwa hukum jual beli emas secara tidak tunai adalah boleh (mubah, ja'iz) selama emas tidak menjadi alat tukar menukar yang resmi sebagaimana alat tukar uang pada umumnya.⁵⁰

4. Volume Penjualan

a. Pengertian Volume Penjualan

⁵⁰ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Nomor 77 Tahun 2010 tentang jual-beli emas secara tidak tunai

Volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Kondisi dan kemampuan penjual sangat menentukan keyakinan seseorang untuk membeli produk yang dipasarkan. Pasar merupakan sasaran dalam menjual suatu produk, dengan demikian pasar juga akan mempengaruhi tingkat penjualan untuk dapat meningkatkan volume penjualan. Kondisi pasar yang harus diperhatikan yaitu jenis pasar, kelompok pembeli atau segmen pasarnya, daya belinya, frekuensi pembelinya, dan keinginan serta kebutuhan pembelinya.

Volume penjualan juga bisa dikatakan sebagai jumlah penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan. Pengukuran volume penjualan biasanya ditujukan dalam bentuk angk-angka atas produk yang sudah terjual kepada pembeli. Kenaikan jumlah penjualan berarti kenaikan dari segi pendapatan perusahaan. Dengan demikian, fokus kegiatan perusahaan adalah usaha meningkatkan cara-cara penjualan dan kegiatan promosi yang insentif agar dapat meningkatkan volume penjualan demi kelangsungan hidup perusahaan untuk tumbuh dan berkembang.⁵¹

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

1) Kondisi dan kemampuan penjual

⁵¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus IMC* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama): 57-58.

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual.

2) Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

3) Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan dikembangkan atau untuk membesarkan usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

4) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli di bidang penjualan.

5) Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum. Secara umum mata rantai saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan menggunakan pendekatan kualitatif, dimana pendekatan kualitatif merupakan suatu jenis penelitian yang prosedur penemuannya dilakukan tidak dengan prosedur statistik atau kuantifikasi.⁵² Penelitian dengan pendekatan kualitatif juga dikatakan sebagai penelitian yang mengumpulkan data pada suatu latar alamiah dengan tujuan untuk menafsirkan atau mengartikan fenomena yang terjadi, dimana disini peneliti sebagai instrument kunci, pengambilan data dan sampelnya dilakukan secara *purposive*, Teknik pengumpulan datanya secara gabungan atau triangulasi, analisis datanya bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil datanya lebih ditekankan pada makna daripada generalisasi. Pengambilan sample secara *purposive* disini yaitu dimana kriteria calon informan yang akan memberikan informasi nantinya yaitu seseorang atau karyawan dari pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang langsung menangani terkait dengan gadai emas dan cicil emas. Adapula jika mengambil informan dari nasabah itu nasabah yang memang menggunakan produk gadai emas dan cicil emas.⁵³

Jenis penelitian ini deskriptif dimana hasil penelitian ini harus menjelaskan suatu obyek, fenomena atau *setting social* yang dituangkan

⁵² Salim, Syahrums, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Citapustaka Media, 2012), 41.

⁵³ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sukabumi : CV Jejak, 2018), 8.

dalam bentuk tulisan yang sifatnya naratif. Penelitian yang bersifat deskriptif ini juga harus berisi kutipan-kutipan data yang bersifat fakta yang didapat di lapangan untuk memberikan dukungan terhadap hasil laporan yang disajikan.⁵⁴ Penelitian deskriptif juga dikatakan sebagai penelitian yang dianjurkan untuk memberikan fakta-fakta, fenomena atau gejala-gejala dengan akurat dan sistematis terkait dengan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Didalam penelitian yang sifatnya deskriptif juga tidak perlu mencari hubungan dari suatu variable dan menguji hipotesis.⁵⁵

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berisi tentang di mana penelitian tersebut hendak dilakukan.⁵⁶ Adapun lokasi penelitian yang hendak dilakukan ini bertempat di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang beralamat di Jl. Ngurah Rai No. 70a, Dauharu, Kec. Jembrana, Kabupaten Jembrana, Bali 82218.

Alasan penulis memilih lokasi ini yaitu karena Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali merupakan satu-satunya Bank Syariah yang ada di Kabupaten Jembrana. Selain itu jumlah nasabah yang beragama Hindu juga cukup banyak pada produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan. Hal inilah yang menjadi alasan kuat peneliti dalam memilih lokasi penelitian yang dilakukan.

⁵⁴ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, 11.

⁵⁵ Hardani, Nur Hikmatul Aulia, Helmina Andriani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020), 54.

⁵⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember : IAIN Jember, 2019), 47.

C. Subyek Penelitian

Jenis dan sumber data tercantum di bagian subjek penelitian. Deskripsi mencakup data yang ingin Anda dapatkan, informan atau peserta studi yang Anda inginkan, dan metodologi pengumpulan data untuk memastikan validitasnya.⁵⁷ Subyek penelitian atau informan yang akan dimintai keterangan dan data adalah pihak karyawan di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang memberikan informasi dan data tentang produk gadai emas dan cicil emas.

Beberapa subyek penelitian yang dimintai keterangan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- 1) Bapak Feri Arditiaswanto selaku *Branch Operational & Service Manager* pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.
- 2) Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning Representative* pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.
- 3) Bapak Angga Cahya Qurnanda selaku *Pawning Aprisial* pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.
- 4) Ibu Nely Zahara selaku *Operational Staff* pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.
- 5) Ibu Ninda Anggreini Putri selaku *Customer Service Representative* pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

⁵⁷ Tim Penyusun, 47.

- 6) Ibu Eni Yulianti, Nur Aini Fitri, dan Bapak M. Ali Hasan Albanna selaku nasabah produk cicil emas
- 7) Ibu Ni Putu Sri Ariaswini dan Bapak Nyoman Merta selaku nasabah produk gadai emas.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini dijelaskan tentang Teknik pengumpulan data yang akan digunakan, contohnya seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁵⁸

Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah temuan yang dibuat setelah hati-hati mencatat gejala yang sedang diselidiki. Sukmadinata mendefinisikan observasi sebagai metodologi atau metode untuk secara langsung mengamati tindakan yang sedang berlangsung untuk mengumpulkan data.⁵⁹

Pada teknik observasi ini penulis mendapatkan data berupa proses pengajuan produk gadai emas dan cicil emas, proses promosi produk gadai emas dan cicil emas yang dilakukan dengan turun langsung ke lapangan menemui calon nasabah yang dituju dan kondisi serta lingkungan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

⁵⁸ Tim Penyusun, 47.

⁵⁹ Hardani, Nur Hikmatul Aulia, Helmina Andriani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 124.

b. Wawancara

Wawancara merupakan Wawancara adalah dialog langsung dengan setidaknya dua orang lain menggunakan metode tanya jawab lisan. Menurut Nazir, melakukan wawancara adalah teknik melakukan dialog tatap muka sambil juga mengumpulkan data untuk penelitian.⁶⁰

Pada tahap wawancara ini penulis mendapatkan informasi terkait dengan strategi *marketing mix* yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dan peranan disetiap komponen strategi *marketing mix* yang dilakukan dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Pendekatan ini memerlukan pengumpulan dan dokumentasi data yang ada. Dokumentasi, dalam pandangan Sugiyono, adalah catatan dari peristiwa-peristiwa sebelumnya. Dokumentasi ini dapat ditulis, digambar, atau dibuat secara visual. Peneliti mengumpulkan informasi dari Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali menggunakan metodologi dokumentasi, termasuk data historis, pernyataan visi dan misi, struktur organisasi, dan informasi produk.⁶¹

⁶⁰ Hardani, Nur Hikmatul Aulia, Helmina Andriani, dkk., 137-138.

⁶¹ Hardani, Nur Hikmatul Aulia, Helmina Andriani, dkk., 149-150.

Pada teknik dokumentasi ini peneliti mendapatkan dokumentasi berupa data nasabah produk gadai emas dan cicil emas, data penjualan produk gadai emas dan cicil emas, proses pengajuan produk gadai emas dan cicil emas, dokumentasi lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dan dokumentasi struktur organisasi pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

E. Analisis Data

Setelah selesainya prosedur pengumpulan data adalah tahap analisis data. Karena fakta bahwa analisis data digunakan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini, itu juga merupakan langkah penting dalam prosedur penelitian ilmiah. Analisis data, menurut Patton, adalah mengatur urutan data dan mengkategorikannya ke dalam unit deskripsi fundamental. Creswell mendefinisikan analisis data sebagai upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk benar-benar memahami data yang telah dikumpulkan, baik itu dalam bentuk teks atau gambar. Agar data dapat dievaluasi, disajikan, dipahami, dan ditafsirkan dengan benar oleh peneliti atau orang lain, seorang peneliti harus benar-benar mengatur data dengan cara ini.⁶²

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan analisis data deskriptif. Maka dari itu hasil data yang didapatkan oleh peneliti dijadikan analisa deskriptif yang nantinya akan

⁶²Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif* (Semarang : Lembaga Pendidikan Soekarno Pressindo (LPSP), 2019), 126.

menginterpretasikan dengan pembahasan yang sesuai dengan hasil data yang diperoleh.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam sebuah penelitian adalah suatu hal yang penting agar data yang dihasilkan dapat dipertanggung jawabkan dan dapat dipercaya secara ilmiah. Untuk memeriksa keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi data. Di mana triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menghubungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada.⁶³

Keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode triangulasi. Metode triangulasi adalah upaya untuk menguji keabsahan data atau menguji keabsahan temuan penelitian dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk memperoleh data yang sama. Triangulasi metode yang digunakan adalah triangulasi sumber, di mana triangulasi sumber merupakan suatu prose pengujian untuk menguji keabsahan suatu data dengan memeriksa data yang telah didapatkan melalui beberapa sumber data.⁶⁴ Selain wawancara, mereka juga melakukan observasi dan mengambil dokumentasi untuk menjamin kelangsungan dalam proses penelitian.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Alfabeta, 2021), 125.

⁶⁴ Sapto Haryoko, Bahartiar, Fajar Arwadi, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Makasar: Badan Penerbit UNM, 2020) 414.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Pada penelitian kali ini peneliti menguraikan rancangan pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu:

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahapan yang dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan. Kegiatan tahap pra lapangan sebagai berikut :

a) Menyusun Rencana Penelitian

Rencana penelitian ini meliputi informasi latar belakang alasan dilakukannya penelitian, pemilihan lokasi, penyusunan jadwal penelitian, perencanaan pengumpulan data, perencanaan prosedur analisis data dan pengecekan keabsahan data.

b) Studi Eksplorasi

Studi eksplorasi merupakan kunjungan ke objek penelitian sebelum pelaksanaan, yang tujuannya adalah untuk mengetahui lokasi penelitian dan semua kondisi yang diselidiki.

c) Perizinan

Dikarenakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lokasinya berada diluar kampus dan merupakan suatu usaha milik negara, maka dalam pelaksanaan penelitian ini diperlukan prosedur perizinan sebagai berikut : yaitu meminta surat pengantar izin penelitian dari

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang diajukan kepada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

d) Penyusunan Instrumen Penelitian

Kegiatan yang dilakukan proses penyusunan instrumen penelitian meliputi penyusunan daftar wawancara, membuat lembar observasi dan pencatatan dokumen yang diperlukan.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan diperlukan kegiatan yang nantinya akan dilakukan sebagai berikut:

a) Membuat Daftar Pertanyaan

Hal yang perlu dilakukan sebelum peneliti melakukan wawancara adalah menyusun daftar pertanyaan, disini peneliti Menyusun beberapa pertanyaan yang pertanyaan tersebut nantinya dapat menjawab rumusan masalah dari peneliti. Daftar pertanyaan yang dibuat sifatnya tidak mutlak, di mana dapat dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada di lapangan.

b) Pengumpulan Data

Data yang telah didapatkan melalui wawancara, dokumentasi dan observasi dicatat dalam catatan lapangan yang berisikan kesan, apa yang dilihat, dirasakan dan dialami oleh peneliti tanpa adanya penafsiran dan pendapat dari peneliti terkait dengan fenomena yang dijumpai di lapangan.

c) Pengelolaan Data

Pengelolaan data yang dilakukan dari hasil pengumpulan data pada penelitian yang dimaksudkan untuk mempermudah dalam menganalisis data.

d) Analisis Data

Setelah semua data terkumpul dan terorganisir, analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan teknik analisis kualitatif, yaitu dengan menguraikan temuan-temuan penelitian. Kesimpulan analisis dijelaskan secara rinci menggunakan temuan penelitian dan paparan data.

3. Tahap Laporan

Tahap pelaporan merupakan penyusunan hasil penelitian yang berbentuk skripsi sesuai dengan pedoman yang berlaku pada program Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Indonesia yang terkenal sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, mempunyai potensi atau kemampuan untuk menjadikan industry keuangan syariah semakin didepan. Seiring dengan berkembangnya dan meningkatnya kesadaran dari masyarakat sendiri akan halal *matter* dan dukungan *stakeholder* yang kuat juga, ini menjadi faktor yang penting dalam proses pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia sendiri. Termasuk bank syariah didalamnya.

Bank syariah memainkan peran penting sebagai fasilitator dalam semua kegiatan ekonomi saat ini dalam ekosistem bisnis halal di Indonesia. Selama lebih dari tiga dekade, sektor perbankan syariah Indonesia juga telah mengalami ekspansi dan peningkatan yang substansial. Sektor perbankan syariah di Indonesia sendiri memiliki tren yang baik dari tahun ke tahun dalam hal inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan. Selain itu, saat ini, banyak bank syariah yang juga terlibat dalam kegiatan perusahaan menunjukkan keinginan untuk pengembangan yang cepat. Beberapa bank syariah

dijalankan oleh BUMN, seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Tonggak sejarah penting dicapai di sektor perbankan syariah pada 1 Februari 2021, tepatnya pada tanggal 19 Jumadil di akhir tahun 1442, ketika tiga bank syariah yang beroperasi di bawah naungan BUMN, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah bergabung membentuk Bank Syariah Indonesia, atau dikenal juga sebagai BSI. Dengan *merger* ini, keunggulan masing-masing bank ini niscaya akan digabungkan, memungkinkan mereka untuk menawarkan layanan yang lebih komprehensif, menawarkan variasi yang lebih besar, dan memiliki kapasitas modal yang lebih tinggi. Bank Syariah Indonesia terbantu hingga akhirnya mampu bersaing di skala dunia berkat dukungan dan sinergi dari induk perusahaan (Mandiri, BRI, dan BNI) serta komitmen dari pemerintah melalui Kementerian BUMN.

Penggabungan ketiga bank syariah ini merupakan upaya untuk akhirnya menciptakan Bank Syariah kebanggaan seluruh umat yang selalu dinantikan untuk menjadi kekuatan baru bagi pembangunan ekonomi nasional serta keterlibatan dan dukungan kesejahteraan masyarakat yang lebih besar. Munculnya bank syariah ini juga merupakan manifestasi dari

wajah perbankan syariah yang modern, menyeluruh, dan bermanfaat di Indonesia (Rahmatan Lil 'Alamiin).⁶⁵

Hingga sampai saat ini Bank Syariah Indonesia sudah membuka cabangnya di seluruh provinsi dan kabupaten di Indonesia salah satunya di Provinsi Bali tepatnya di Kabupaten Jembrana. Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini sebelumnya berada di Kabupaten Singaraja yang dulunya berdiri sebagai BNI Syariah, BNI Syariah di Kabupaten Singaraja ini berdiri dan diresmikan pada tanggal 1 September 2019. Hingga pada akhirnya ada penggabungan atau *merger* pada industry perbankan syariah tepatnya pada bank syariah dalam naungan BUMN pada tanggal 1 Februari 2021 BNI Syariah ini berubah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Sampai pada akhirnya Bank Syariah Indonesia KCP Singaraja ini dipindahkan atau direlokasi ke Kabupaten Jembrana dan diresmikan pada tanggal 20 Juni 2022.⁶⁶

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

a. Visi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

“TOP GLOBAL ISLAMIC BANK”

b. Misi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

⁶⁵ Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Bank Syariah Indonesia”, diakses 2 Februari 2023, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

⁶⁶ Feri Arditiawanto, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 6 Februari 2023.

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T ditahun 2025

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3. Letak Geografis Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

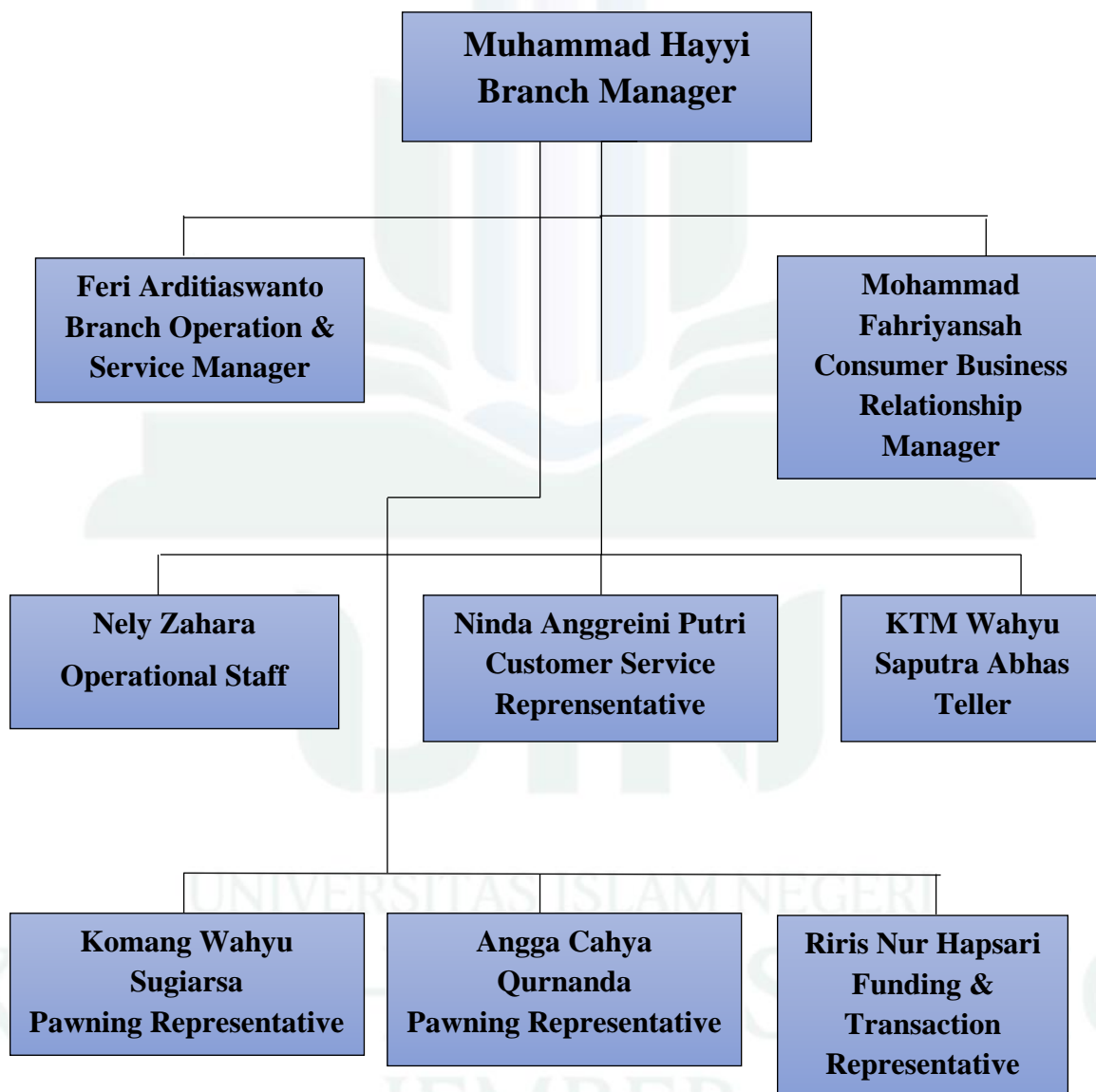
Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali berada di Jalan Ngurah Rai No. 70a, Dauhwari, Kecamatan Jembrana, Kabupaten Jembrana, Bali (82218).

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Struktur organisasi pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia
KCP Jembrana Bali**



Sumber: Dokumentasi Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

5. *Job Description* Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

a. *Branch Manager* (Pimpinan Cabang)

- 1) Mengawasi dan melakukan pengorganisasian terhadap kegiatan operasional bank
- 2) Memandu atas segala kegiatan pemasaran pada perbankan
- 3) Mengawasi segala kegiatan operasional pada perusahaan
- 4) Mengawasi prosedur operasional pada manajemen risiko
- 5) Observasi terhadap kinerja setiap karyawan
- 6) Memberikan solusi atas setiap masalah yang terjadi dan ada di perusahaan
- 7) Memberi penilaian atas kinerja yang telah dilakukan oleh setiap karyawan di perusahaan
- 8) Meyakinkan bahwasannya target *profit* yang sudah ditetapkan kantor pusat sudah tercapai dengan maksimal

b. BOSM (*Branch Operation and Service Manager*)

- 1) Meyakinkan biaya *operational branch office* terkendali dengan efektif dan efisien

- 2) Memastikan segala transaksi harian operasional sudah sesuai dengan SOP yang sudah ditetapkan
 - 3) Memastikan bahwasannya layanan nasabah terlaksana dengan optimal dan sesuai dengan standart layanan Branch Office
 - 4) Memastikan tersedianya likuiditas yang memadai
 - 5) Memastikan segala bentuk pelaksanaan kegiatan administrasi, dokumentasi, serta kearsipan sudah sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan
 - 6) Pemenuhan kewajiban pelaporan dipastikan sudah sesuai dengan aturan yang diatur dan berlaku
 - 7) Memastikan pencatatan laporan keuangan sudah benar dan wajar
 - 8) Melakukan pengelolaan sarana serta prasarana *Branch Office*
 - 9) Memastikan penerapan KYC dengan baik
 - 10) Memastikan penerapan aturan dan ketentuan pada internal perusahaan pada bidang ketenaga kerjaan kepada seluruh pegawai *Branch Office*
 - 11) Memberi persetujuan atau penolakan pada transaksi bank sesuai dengan kewenangan dan aturan yang diatur dan berlaku
 - 12) Melakukan pengesahan bilyet deposito dan buku tabungan
- c. *Customer Business Relationship Manager*
- 1) Mengenal dan memahami produk perusahaan dengan baik

- 2) Melakukan analisis pada data klien untuk nantinya digunakan sebagai pertimbangan bagi konsumen baru
- 3) Mengenal betul target pasar perusahaan
- 4) Melakukan diskusi dan kerjasama Bersama divisi atau bagian yang terkait untuk nantinya mengembangkan potensi bisnis
- 5) Melakukan penyampaian masukan dari klien pada divisi atau bagian internal perusahaan
- 6) Membantu untuk memasarkan promo atau *campaign* yang sedang berlaku di perusahaan
- 7) Menelaah strategi yang sedang digunakan dan dilakukan oleh competitor
- 8) Memberikan saran dan melakukan *approach* yang baik kepada tim
- 9) Mampu berkomunikasi dengan baik kepada entitas lain seperti *supplier*
- 10) Membangun relasi yang baik dengan bisnis lain untuk nantinya dilakukan Kerjasama
- 11) Mengelola anggaran yang dibutuhkan oleh keperluan bisnis

d. *Operational Staff*

- 1) Melakukan tugas dalam pengurusan legalitas perusahaan
- 2) Melakukan dan mengurus operasional di dalam kantor
- 3) Melakukan absen pada setiap karyawan
- 4) Membuat ijin perusahaan

- 5) Mampu nantinya meningkatkan daya guna di perusahaan
- 6) Mampu untuk melakukan tugas yang dapat meringankan tugas perusahaan
- 7) Melakukan dan memberikan masukan kepada perusahaan
- 8) Mampu melakukan tugas khusus atau tugas yang penting

e. *Customer Service Representative*

- 1) Melakukan dan menjalin komunikasi dengan baik terhadap nasabah
- 2) Mampu untuk menjaga citra bisnis dan nama perusahaan agar tetap baik dan positif
- 3) Memberi solusi pada setiap kendala yang sedang dihadapi pelanggan dengan menggunakan bahasa yang mudah untuk dipahami
- 4) Menjaga serta meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan layanan yang baik
- 5) Melakukan pembuatan laporan jika masalah atau keluhan nasabah tidak bisa langsung diselesaikan
- 6) Mampu menguasai produk serta aspek pendukung lain yang ada pada perusahaan
- 7) Melakukan kegiatan yang melayani pembukaan dan penutupan rekening nasabah

- 8) Melakukan penyerahan dokumen berharga dari bank kepada nasabah
- 9) Melakukan pemeliharaan terhadap dokumen berharga
- 10) Melakukan pelaksanaan *cross selling* pada produk dana
- 11) Melakukan peningkatan kualitas layanan dengan mendapatkan predikat yang memuaskan
- 12) Melakukan peningkatan pada dana pihak ketiga cabang

f. *Teller*

- 1) Melakukan segala bentuk transaksi tunai maupun non tunai yang sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku
- 2) Melakukan kelola terhadap saldo kas *teller* sesuai dengan limit yang telah ditentukan
- 3) Mengelola kategori uang yang layak atau tidak layak edar seperti uang palsu
- 4) Menjaga keamanan serta kerahasiaan kartu specimen tanda tangan
- 5) Melakukan *cash count* diakhir hari
- 6) Melakukan pengisian uang tunai pada mesin ATM BSI
- 7) Menyediakan laporan transaksi setiap harinya

g. *Pawning Representative*

- 1) Memastikan pencapaian target bisnis gadai emas pada Bank Syariah Indonesia

- 2) Melakukan pemastian terhadap kepatuhan, tingkat Kesehatan dan prudentialitas pada produk Gadai emas dan cicil emas Bank Syariah Indonesia
- 3) Memastikan segala bentuk pelayanan dan pelaksanaa nasabah gadai dan cicil emas
- 4) Melakukan pengecekan terkait ketepatan waktu dan akkurasi laporan bisnis gada dan cicil emas
- 5) Memastikan dokumentasi yang ada lengkap, rapih dan aman sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan
- 6) Melakukan pemastian terhadap tindak lanjut dan hasil audit intern/ekstern
- 7) Mengecek kembali tindak lanjut persetujuan ataupun penolakan pada pembiayaan gadai yang telah diajukan diatas limit kewenangannya
- 8) Melakukan dan mengkonfirmasi harga emas secara berkala

h. *Pawning Aprasial*

- 1) Melakukan tindak lanjut pada permohonan pembiayaan gadai dan cicil emas dengan ketentuan yang sudah di tetapkan
- 2) Mengecek kembali dokumen dengan tujuan memastikan kelengkapan dokumen gadai dan cicil emas
- 3) Melakukan penaksiran jaminan yang meliputi Analisa fisik, kimia serta berat jenis sesuai dengan PTO

- 4) Bertanggung jawab atas dilakukannya penaksiran dan penialaian serta keaslian jaminan
- 5) Melakukan pencairan pada pembiayaan gadai emas
- 6) Memelihara dokumen nasabah

i. *Funding & Transaction Representative*

- 1) Melakukan pencarian nasabah
- 2) Melakukan pengumpulan dana nasabah
- 3) Melakukan promosi terhadap produk perbankan
- 4) Membantu membukakan tabungan baru bagi nasabah
- 5) Melakukan pengajakan nasabah agar mau untuk melakukan *top up*
- 6) Memastikan produk yang berhasil dijual
- 7) Melakukan jalinan yang baik dengan nasabah.⁶⁷

6. Produk Gadai Emas

a. Pengertian Gadai Emas

Produk gadai emas merupakan salah satu produk pembiayaan berupa agunan emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Gadai emas sendiri merupakan produk pembiayaan yang berdasarkan jaminan atau agunan berupa emas yang menjadi salah satu alternatif untuk mendapatkan dana secara cepat. Gadai emas pada Bank Syariah Indonesia mengimplementasikan akad *qardh*, dimana akad *qardh* ini

⁶⁷ Nely Zahara, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 06 Februari 2023.

merupakan akad berupa pengikatan pembiayaan dari pihak bank untuk nasabah. Setelah akad *qardh* ada akad gadai atau *rahn*, untuk pengikatan emas yang dipergunakan sebagai bahan jaminan atas pembiayaan yang diajukan oleh nasabah. Akad selanjutnya yaitu akad *ijarah* dimana akad *ijarah* ini berfungsi sebagai pengikatan dalam hal pemanfaatan jasa dalam penyimpanan jaminan emas pada pembiayaan nasabah.⁶⁸

Gadai emas juga sudah diatur dan tertera pada Fatwa DSN MUI Nomor 26/ DSN-MUI/III/2002 yang berkaitan dengan *rahn*. Dalam Fatwa tersebut diatur serta ditetapkan ketentuan biaya penyimpanan barang agunan berupa emas (*marhun*) yang nantinya ditanggung oleh seseorang yang menjadi pihak penggadai (*rahin*). Selain mengatur biaya penyimpanan barang agunan berupa emas fatwa ini juga mengatur terkait dengan batasan biaya atau ongkos dimana nantinya ongkos ini akan dibebankan kepada *rahin*, yang besaran biayanya dihitung sesuai dengan biaya yang diperlukan.

b. Keunggulan Produk Gadai Emas

Gadai emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia juga memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan intansi gadai emas lain yaitu :

⁶⁸ Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Bank Syariah Indonesia”, diakses 2 Februari 2023, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

- 1) Taksiran emasnya yang tinggi
- 2) Biaya titip emasnya yang ringan
- 3) Tentunya prosesnya yang mudah
- 4) Keamanan emas dijamin tersimpan dengan aman
- 5) Perpanjangan yang otomatis saat waktu sudah jatuh tempo
- 6) Diberikan fasilitas *mobile banking* yang didalamnya terdapat beragam layanan yang lengkap seperti pembelian, pembiayaan, transfer, infaq dan zakat
- 7) Layanan yang diberikan nyaman dan sudah tersebar diseluruh Indonesia.⁶⁹

7. Cicil Emas

a. Pengertian Cicil Emas

Cicil emas merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Cicil emas ini merupakan produk yang tujuannya memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin memiliki dan berinvestasi emas berupa emas batangan. Akad yang digunakan dalam transaksi cicil emas di Bank Syariah Indonesia yaitu berupa akad *murabahah* (dibawah tangan) sebagai akad pembiayaannya dan akad *rahn* sebagai akad pengikatan jaminan atau agunannya.

⁶⁹ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 03 Februari 2023.

Emas batangan yang disediakan oleh pihak Bank Syariah Indonesia merupakan emas yang di *supplier* oleh pihak PT Antam Persero sesuai dengan keinginan dari nasabah, emas yang bisa dicicil di Bank Syariah Indonesia ini berat minimalnya yaitu 5 gram dan berat maksimalnya 250 gram. Harga emas yang akan dicicil dan perolehannya ini ditentukan pada saat akad. *Plafond* yang ditanggung oleh pihak bank di awal adalah senilai 80% sehingga nasabah yang akan melakukan pembiayaan cicil emas ini minimal membayarkan 20% dari harga emas yang diperoleh nantinya, uang muka yang diserahkan di awal harus dibayar secara tunai atau tidak dicicil oleh nasabah kepada pihak bank. Uang yang digunakan untuk membayar uang muka juga harus dana yang berasal dari nasabah itu sendiri (*self financing*) dan bukan berasal dari hasil pembiayaan yang diberikan oleh pihak bank. Jangka waktu yang ditawarkan untuk produk cicil emas ini yaitu minimal 1 tahun dan maksimalnya 5 tahun, pelunasan dapat dilakukan secara langsung atau dipercepat waktunya apabila sudah melakukan cicilan minimal 1 tahun⁷⁰.

Cicil emas ini juga sudah diatur dalam Fatwa DSN MUI Nomor 77/ DSN-MUI/ V/ 2010 yang terkait dengan jual beli mas secara tidak langsung atau tidak tunai, baik melalui jual beli biasa

⁷⁰ Bank Syariah Indonesia, "Sejarah Bank Syariah Indonesia", diakses 2 Februari 2023, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

ataupun jual beli secara *murabahah* itu sifatnya diperbolehkan (*mubah jaiz*) hal ini diperbolehkan selama emas tidak digunakan sebagai alat tukar yang resmi. Dalam fatwa ini juga dijelaskan secara tegas bahwasannya jual beli emas secara cicilan atau tidak tunai diperbolehkan, oleh karena itu banyak lembaga keuangan baik bank ataupun non bank yang berbasis syariah berani untuk mengeluarkan produk cicilan emas.

b. Keunggulan Produk Cicil Emas

- 1) Emas yang dicicil pasti aman karena diasuransikan
- 2) Menguntungkan, karena tarifnya murah
- 3) Layanannya profesional, karena dilakukan oleh perusahaan yang terpercaya dengan kualitas layanan yang paling baik
- 4) Mudah, karena pembelian emas secara dicicil
- 5) Likuid, karena dapat diuangkan dengan digadaikan atau kebutuhan yang mendesak.⁷¹

B. Penyajian Data dan Analisis

Didalam sebuah penelitian tentunya penting untuk adanya penyajian data, dengan adanya penyajian data ini bertujuan agar dapat memperkuat pemahaman para pembaca terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penyajian data merupakan suatu bagian yang isinya berupa data-data

⁷¹ Angga Cahya Qurnanda, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 03 Februari 2023.

yang telah diperoleh dan dihasilkan oleh peneliti saat melakukan penelitian yang berupa wawancara, observasi dan dokumentasi di lapangan langsung serta telah disesuaikan dengan fokus penelitian yang ada. Para peneliti melakukan ini untuk memastikan bahwa hasil yang akhirnya mereka peroleh relevan dan konsisten dengan apa yang diketahui dan ditemukan di lapangan. Sebagaimana dinyatakan pada awal penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan pendekatan wawancara, observasi, dan dokumentasi, bersama dengan catatan lapangan yang berfungsi sebagai pendukung dan penguatan. Data dan hasil dari temuan penelitian akan disajikan secara berurutan, dengan referensi ke fokus utama masalah sebagai berikut:

1. Strategi *Marketing Mix* yang Diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Dalam memasarkan suatu produk pada suatu perusahaan tentunya langkah pertama yang perusahaan tersebut lakukan adalah menentukan strategi pemasaran yang akan mereka gunakan untuk menarik minat dan meningkatkan volume penjualan produk perusahaan tersebut. Salah satu strategi pemasaran yang biasanya digunakan oleh suatu perusahaan yaitu strategi *marketing mix*, salah satunya Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang menerapkan strategi *marketing mix* dalam menarik minat dan meningkatkan volume penjualan produk mereka. Salah satu produk yang ada dan ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP

Jembrana Bali yaitu produk Gadai emas dan cicil emas. Di mana dalam memasarkan gadai emas dan cicil emas ini juga diterapkan strategi *marketing mix* agar nantinya diharapkan mampu menarik minat nasabah dan meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas sendiri.

Strategi *marketing mix* yang diterapkan atau diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yaitu:

a. Produk (*product*)

Produk (*product*) merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat dapat dilihat, dibeli, dipegang bahkan dikonsumsi. Akan tetapi produk ini tidak hanya berupa benda atau barang saja melainkan suatu produk dapat berupa jasa ataupun kebutuhan lain yang nantinya diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan suatu konsumen. Produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali tentunya akan sama dengan Bank Syariah Indonesia yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, dan produk yang ditawarkan ini tidak jauh beda dengan produk-produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah lainnya. Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali menawarkan beberapa produk yaitu, produk simpanan dan produk pembiayaan. Salah satu produk pembiayaan yang ditawarkan oleh

Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yaitu produk gadai emas dan cicil emas.

Dalam strategi *marketing mix* produk gadai dan cicil emas yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, dimana produk gadai emas dan cicil emas ini merupakan salah satu produk yang terbilang baru dan masih belum terlalu banyak masyarakat yang mengetahui bahwasannya Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali juga menawarkan produk tersebut. Seperti yang sudah dijelaskan dalam wawancara dengan Bapak Feri Arditiawanto selaku *Branch Operation & Service Manager* Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali:

Produk gadai emas dan cicil emas sekarang ini cukup mendapat respon yang positif dan baik di masyarakat yang ada di Kabupaten Jembrana. Walaupun diawal kami hadir disini itu masyarakat masih banyak yang beranggapan kalau misal pingin menggunakan produk gadai dan cicil emas pasti yang terpikir pada masyarakat yaitu Pegadaian. Tapi hal kayak gini itu gak membuat kita berhenti untuk mengenalkan produk gadai emas dan cicil emas yang Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana tawarkan dengan keuntungan dan kelebihan yang tidak ditemukan pada instansi lainnya. Dan alhamdulillah sekarang sudah cukup banyak masyarakat yang mengenal produk gadai dan cicil emas yang kami tawarkan.⁷²

Berdasarkan dari wawancara di atas dikatakan bahwasanya produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana cukup menarik minat dari

⁷² Feri Arditiawanto, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 6 Februari 2023.

masyarakat dan diterima dengan respon yang positif dan baik, walaupun pada awal munculnya Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Jembrana masyarakat masih berpikir bahwa jika ingin menggunakan produk gadai dan cicil emas itu pasti langsung tertuju pada Pegadaian. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana tidak gentar dan semangat dalam memasarkan produk gadai dan cicil emas ini sampai dikenal dan diminati oleh masyarakat khususnya di Kabupaten Jembrana sendiri.

Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam memasarkan produk gadai dan cicil emas kepada masyarakat yang ada di kabupaten Jembrana yang didominasi oleh masyarakat non muslim terutama masyarakat beragama Hindu yang notabeneanya sejak jaman dahulu sudah melek akan emas dan menganggap emas sebagai suatu barang yang mulia dan memiliki nilai kemewahan. Hal ini menjadi salah satu keuntungan yang dapat mempermudah memasarkan produk gadai emas dan cicil emas. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning*

Representative:

Di Kabupaten Jembrana sendiri kami memasarkan produk gadai emas dan cicil emas walaupun kami dari perusahaan Bank Syariah, karena kami tahu misalkan masyarakat di Jembrana itu didominasi oleh masyarakat beragama hindu, jadi kami sebisa mungkin gak cuman ngenalin produk gadai dan

cicil emas ini ke masyarakat muslim saja tapi kami juga dengan semangat mengenalkan produk gadai emas dan cicil emas ke kalangan masyarakat beragama hindu. Apalagi saya sebagai salah satu umat beragama hindu sejak dahulu tahu betul bahwa emas itu dianggap sebagai sesuatu yang mulia dan memiliki nilai kemewahan sendiri di benak masyarakat beragama hindu. Jadi diawal kami buka di kabupaten Jembrana ini kami hamper setiap hari melakukan pengenalan produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia salah satunya produk gadai emas dan cicil emas. Kami dari pasar sampai instansi pemerintahan kami masuki semua untuk mengenalkan produk gadai emas dan cicil emas. Sampai akhirnya banyak yang mengenal dan merasa produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan itu memiliki kelebihan dari instansi yang lain. Dan saat ini juga kira-kira hamper 70% pengguna produk gadai emas dan cicil emas itu masyarakat non muslim dan sisanya masyarakat yang beragama muslim.⁷³

Dari hasil wawancara di atas bisa dikatakan bahwasanya dengan masyarakat Bali khususnya masyarakat hindu yang sejak dahulu sudah melek akan emas menjadi keuntungan sendiri, karena dengan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang memiliki keunggulan dibanding dengan instansi yang lain mampu bersaing dan mampu menarik serta meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan. Produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali juga tidak kalah menarik dan menguntungkan dari instansi lain yang menawarkan produk serupa.

⁷³ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 03 Februari 2023.

Adapun pendapat dari salah satu nasabah yang juga mendukung penerapan strategi *marketing mix* pada produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, dimana penerapan strategi *marketing mix* pada bagian produknya sudah cukup baik. Seperti yang disampaikan oleh ibu Eni Yulianti selaku nasabah produk cicil emas sebagai berikut.

Saya mengetahui produk cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana melalui sosialisasi yang dilakukan di sekolah tempat saya bekerja. Sebelumnya saya tidak mengetahui jika Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali juga menawarkan produk cicil emas, namun setelah adanya sosialisasi tersebut saya jadi tahu produk cicil emas ternyata ada juga di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Dari sosialisasi tersebut saya jadi berminat untuk melakukan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, karena saya melihat produk yang ditawarkan menarik dan penyampaiannya saat itu juga cukup mudah dipahami. Selain itu saya juga sebelumnya membandingkan terlebih dahulu dengan instansi lain yang menawarkan gadai tetapi setelah saya pahami betul ternyata produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali cukup memberikan keuntungan dan biayanya yang murah juga dan terjamin keamanannya. Selain itu prosesnya yang mudah juga menjadi salah satu hal yang menjadikan saya mantap untuk melakukan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Beberapa hal tersebutlah yang membuat saya mantap untuk melakukan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dan saya mengambil cicil emas yang 2 tahun masa pencicilan.⁷⁴

Dari penjelasan yang disampaikan oleh narasumber di atas dapat dikatakan bahwasanya produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

⁷⁴ Eni Yulianti, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 11 Februari 2023.

cukup menarik minat karena dengan adanya beberapa keunggulan serta beberapa hal yang menjadikan calon nasabah tertarik untuk melakukan gadai emas atau cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Adapun pemaparan terkait dengan keuntungan dari melakukan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang disampaikan oleh Bapak Angga Cahya Qurnanda selaku *Pawning Aprasial*.

Gadai emas yang kami tawarkan juga memiliki beberapa keuntungan dan kelebihan disbanding dengan instansi yang menawarkan produk gadai lainnya yaitu : rate yang kami tawarkan itu lebih rendah disbanding dengan instansi lain, taksiran yang kami tawarkan nantinya juga lebih tinggi, aksesnya sudah bisa dilakukan darimana saja, ada layanan *pick up* yang tentunya mempermudah nasabah nantinya dalam transaksi gadai emas, dan yang terakhir yaitu mendapatkan promo dan gift langsung. Dengan adanya beberapa keuntungan dan kelebihan inilah yang membuat kami yakin nantinya produk gadai emas kami mampu memperoleh nasabah dan volume penjualannya dapat meningkat.⁷⁵

Berdasarkan dari pemaparan di atas bisa dikatakan bahwa produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali menawarkan produk yang memiliki keuntungan dan kelebihan dibanding dengan instansi lain yang menawarkan produk serupa. Hal inilah yang membuat produk

⁷⁵ Angga Cahya Qurnanda, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 03 Februari 2023.

gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan mendapat perhatian dan menarik minat para nasabah.

Dari beberapa pemaparan di atas bisa disimpulkan bahwasannya produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini memiliki daya tarik sendiri dimata masyarakat dimana banyak kelebihan dan keuntungan yang mungkin tidak didapatkan di instansi yang lain, namun karena memang Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali juga masi terhitung baru saja hadir dan masih banyak yang belum mengetahui maka untuk penjualan produknya masih belum bisa menyaingi instansi yang lain. Walaupun demikian Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali tetap semangat untuk memperkenalkan produk-produknya dan sampai saat ini juga sudah bisa dilihat perkembangannya dimana sudah mulai banyak nasabah yang menggunakan produk Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, dan volume penjualan gadai emas dan cicil emas juga cukup baik.

b. *Price* (Harga)

Selain strategi dalam menetapkan suatu produk adapun strategi penetapan harga yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan. Dimana strategi *price* atau harga ini juga mempengaruhi

dalam hal peningkatan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Penetapan harga yang ada juga sudah semuanya diatur oleh ketentuan yang ada serta berat emas dan harga emas pada saat itu. Hal ini disampaikan oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning Representative*.

Terkait dengan harga untuk produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan itu kami sesuaikan dengan harga emas pada saat itu dan beratnya juga, karena emas itu harganya kadang berubah-ubah, dimana nanti harganya kadang naik dan kadang turun. Dan untuk produk cicil emas sendiri harga angsuran tiap bulannya itu ditentukan oleh berat emas yang diambil, dimana nantinya pembayarannya bisa langsung dilunasi apabila sudah melakukan pencicilan selama 1 tahun.⁷⁶

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahawasanya untuk harga emas pada produk gadai emas dan cicil emas sendiri ditentukan sesuai dengan berat dan harga emas pada saat pengajuan cicil emas atau gadai emas. Dan untuk produk cicil emas juga bisa dapat dilunasi langsung apabila sudah melakukan pembayaran angsuran selama 1 tahun.

Untuk penetapan harga produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali agar nantinya mampu menarik minat para calon nasabah yang nantinya dapat meningkatkan volume penjualan produknya ada beberapa keuntungan dan kelebihan

⁷⁶ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 03 Februari 2023.

yang tidak ada pada instansi yang menawarkan produk serupa. Hal ini dijelaskan langsung oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning Representative*.

Untuk gadai emas sendiri kami menawarkan dengan rate yang lebih rendah dibandingkan dengan instansi yang menawarkan produk serupa, nilai taksiran yang kami tawarkan untuk emas yang akan digadaikan itu juga tinggi dan yang paling penting biaya pemeliharaan dan titipan gadai disini itu ringan jadi tidak terlalu membebankan bagi nasabah yang melakukan gadai. Dengan harga titipan gadai yang murah tidak menjadikan emas yang disimpan disini tidak aman tapi dengan biaya titipan yang murah emas yang dititipkan kami dapat jamin keamanannya. Untuk cicil emas sendiri penetapan harga yang kami lakukan tentunya kami sesuaikan dengan harga emas pada saat itu dan beratnya juga kami sesuaikan untuk nantinya menentukan harga angsuran tiap bulannya. Untuk produk cicil emas kami menawarkan harga dengan margin yang murah dan harganya juga terbilang murah karena kami bekerja sama langsung dengan PT Antam Persero, biaya awal juga murah karena hanya untuk biaya administrasi, materai dan asuransi dan yang terpenting yaitu tarif yang kami tawarkan itu murah dan emas tersimpan dan dijamin keamanannya.⁷⁷

Berdasarkan dari wawancara di atas bisa dikatakan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali menawarkan produk gadai emas dan cicil emasnya itu dengan harga atau tarif yang murah.

Hal ini dikarenakan memang untuk produk cicil emasnya sendiri harganya disesuaikan dengan harga emas pada saat itu dan bekerjasama langsung dengan PT. Antam Persero. Untuk produk

⁷⁷ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalsari, Jembrana, 03 Februari 2023.

gadai emas juga terbilang murah tarifnya dan harga taksiran yang diberikan juga tinggi.

Hal ini juga didukung oleh pemaparan yang disampaikan oleh salah satu nasabah gadai emas yaitu Bapak Nyoman Merta.

Saya awalnya tau produk gadai emas ini karena dari brosur yang tersebar di akun instagram info jembrana dan setelah membaca brosur itu saya tertarik. Lalu keesokan harinya datang ke Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali untuk menggadaikan emas yang saya miliki karena kebetulan waktu itu saya juga sedang membutuhkan dana dengan cepat. Setelah disana ternyata benar rate yang ditawarkan itu lebih rendah dan taksirannya juga tinggi, hal ini membuat saya mantap untuk menggadaikan emas saya disini. Prosesnya juga gampang sekali jadi saya tidak kesulitan pada saat pengajuan gadai emas tersebut.⁷⁸

Dari hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa salah satu nasabah gadai emas mengetahui produk gadai emas dari brosur yang tersebar di Instagram. Serta setelah melihat taksiran pada gadai emas yang terbilang tinggi dan rate yang ditawarkan juga lebih rendah inilah yang membuat nasabah tersebut tertarik menggunakan produk gadai emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Adapun pemaparan pendukung lainnya dari nasabah produk cicil emas yaitu Ibu Nur Aini Fitri.

Saya tahu produk cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini dari sosialisasi yang dilakukan di sekolah tempat saya bekerja. Pada saat sosialisasi itu saya langsung

⁷⁸ Nyoman Merta, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 09 Februari 2023.

tertarik dengan produk cicil emas ini karena emas juga merupakan suatu barang yang menguntungkan jika di investasikan. Harganya juga murah dan cicilannya juga beragam waktunya, yang membuat saya manpat untuk melakukan cicil emas disini karena ya pastinya harganya murah itu jadi saya tertarik. Saya mengambil cicilan emas 10 gram dengan angsuran selama 2 tahun.⁷⁹

Dari beberapa pemaparan hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwasanya pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali menetapkan harga dan menawarkan harga kepada para calon nasabah dengan rate atau harga yang lebih rendah disbanding dengan instansi yang lain, akan tetapi dengan harga yang murah itu keamanan emas yang kita titipkan tetap terjamin. Dan tentunya harga emas yang lebih murah itu dikarenakan pihak Bank Syariah Indonesia bekerjasama langsung dengan PT Antam Persero.

Tabel 1. 4 Angsuran Produk Cicil Emas

Berat (gram)	Harga/gram	Harga total	pembayaran	DP	Angsuran/bulan				
					12	24	36	48	60
5	1002400	5012000	4009600	1071322	352508	185023	129379	101694	85192
10	993500	9935000	7948000	2105940	698755	366760	256460	201582	168872
25	987440	24686000	19748800	5206010	1736233	911307	637238	500881	419604
50	984400	49220000	39376000	10362075	3461776	1817003	1270553	998677	836624
100	982600	98260000	78608000	20668322	6910892	3627360	2536459	1993702	1670188

Sumber Data: Dokumentas angsuran cicil emas di BSI KCP Jembrana Bali

Seperti yang tertera pada tabel angsuran produk cicil emas di

Bank Syariah Indonesia diatas bahwasannya untuk biaya angsuran

⁷⁹ Aini Fitri, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 11 Februari 2023.

yang ditetapkan menyesuaikan dengan harga dan berat emas yang dibeli atau diinginkan, disitu juga tertera bahwasannya dilakukannya pembayaran uang muka sebesar 20% dari harga emas saat awal menggunakan produk cicil emas.

Tabel 1. 5 Gadai Emas

GADAI EMAS BANK SYARIAH INDONESIA			
No	Pembiayaan	Biaya Pemeliharaan	
		15 Hari	4 Bulan
1	Rp 1.000.000	Rp 9.050	Rp 72.400
2	Rp 5.000.000	Rp 45.250	Rp 362.000
3	Rp 10.000.000	Rp 90.500	Rp 724.000
4	Rp 20.000.000	Rp 151.000	Rp 1.208.000
5	Rp 35.000.000	Rp 264.250	Rp 2.114.000
6	Rp 50.000.000	Rp 377.500	Rp 3.020.000
7	Rp 100.000.000	Rp 455.000	Rp 3.640.000
8	Rp 250.000.000	Rp 1.137.500	Rp 9.100.000

Sumber Data: Dokumentasi harga produk gada emas BSI KCP Jembrana Bali

Seperti yang tertera pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwasannya untuk pembiayaan gadai emas ini biaya pemeliharannya itu disesuaikan dengan jumlah pembiayaan yang didapatkan oleh nasabah gadai emas. Dimana untuk biaya pemeliharaan di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali itu terbilang murah. Untuk biaya pemeliharannya sendiri bisa dipilih sesuai dengan yang diinginkan jangka waktunya, untuk jangka waktunya itu ada yang 14 hari dan 4 bulan.

c. *Place* (Lokasi, tempat atau saluran distribusi)

Di dalam suatu Lembaga atau perusahaan tentunya perlu untuk melakukan penetapan lokasi dengan baik dan strategis agar nantinya dapat meningkatkan jumlah nasabah dan volume penjualan produk perusahaan tersebut. Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam penentuan lokasinya sebenarnya sudah diatur dan ditentukan oleh pihak pusat seperti yang disampaikan oleh Bapak Feri Arditiawanto selaku *Branch Operations & Service Manager*.

Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini awalnya terletak di Kabupaten Singaraja namun karena waktu itu ada kebijakan yang menjadikan kantor Bank Syariah Indonesia yang awalnya ada di Kabupaten Singaraja harus dipindah ke Kabupaten Jembrana. Untuk pemilihan lokasinya sebenarnya kami hanya mengikuti arahan dari pihak pusat tapi menurut saya kenapa pemilihan lokasinya di kabupaten jembrana tepatnya di Jl. Ngurah Rai No. 70a, Dauhwaru, Kec. Jembrana, Kabupaten Jembrana, Bali ini lokasinya memang ada dipusat kota di Kabupaten Jembrana sendiri, dimana disini itu dekat dengan instansi pemerintahan, sekolah, pasar, dan pertokoan. Yang tentunya hal ini cukup mempermudah nantinya memperkenalkan produk-produk yang kami tawarkan.⁸⁰

Dari hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwa untuk penetapan lokasi atau tempat dari Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini dari awal memang sudah ditentukan oleh pihak pusat. Dimana kebetulan juga lokasinya ini berada di pusat kota di Kabupaten Jembrana, yang mana berdekatan dengan banyak target pasar.

⁸⁰ Feri Arditiawanto, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 06 Februari 2023.

Hal ini juga didukung oleh salah satu pegawai di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning Representative*.

Dengan lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini terletak di pusat kota Kabupaten tentunya cukup membuat kami yang melakukan pengenalan produk khususnya produk gadai emas dan cicil emas ini sedikit mudah karena berdekatan dengan banyak tempat yang menjadi target dan tujuan pemasaran kami. Seperti produk gadai emas yang target nasabah kami lebih kepada ibu rumah tangga, pedagang atau wiraswasta yang banyak bisa kita jumpai di pasar dan sekolah dan juga para pegawai kantor juga. Sedangkan untuk cicil emas sendiri kami menargetkan nasabah lebih kepada pegawai yang bekerja di instansi pemerintahan, pegawai swasta, dan lain sebagainya. Walaupun kami sudah menargetkan seperti itu, tapi tidak menutup kemungkinan semua kalangan dapat melakukan gadai emas ataupun cicil emas. Dengan lokasi yang dipusat kota ini juga menjadikan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini lebih mudah untuk diperkenalkan dan diketahui oleh para masyarakat.⁸¹

Dari pemaparan di atas dapat dikatakan bahwa dengan lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang letaknya di pusat kota dan banyak berdekatan dengan target nasabah yang diinginkan, hal ini menjadikan produk gadai emas dan cicil emas lebih mudah untuk dijangkau masyarakat dan lebih mudah untuk memasarkannya.

Dari beberapa pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwasannya lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ditetapkan sesuai dengan arahan yang diatur oleh pusat. Dengan

⁸¹ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana 06 Februari 2023.

lokasi yang berada di pusat kota ini menjadikan Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali sedikit lebih mudah untuk memperkenalkan produk-produknya dikarenakan lokasinya yang strategis dan dekat dengan banyak instansi seperti sekolah, pasar, instansi pemerintahan dan lain sebagainya. Hal ini juga menjadi keuntungan tersendiri bagi pemasaran produk gadai emas dan cicil emas sehingga produk ini bisa banyak dikenal oleh masyarakat dan mampu meningkatkan volume penjualan produknya.

d. *Promotion* (Promosi)

Adapun upaya yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan suatu produk pada Lembaga keuangan bank yang termasuk dalam strategi *marketing mix* yaitu strategi *promotion* (Promosi), dimana kegiatan promosi ini cukup memiliki pengaruh yang besar dalam peningkatan volume penjualan pada produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Strategi promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali juga beragam dari promosi secara langsung sampai promosi melalui *media social*. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Angga Cahya Qurnanda selaku *Pawaning Aprisial*.

Dalam pemasaran produk sebenarnya antara produk gadai emas dan cicil emas dengan produk-produk yang lain itu hampir sama. Hanya saja diawal kami buka di Jembrana ini

kami mengoptimalkan semaksimal mungkin untuk mengenalkan produk gadai emas dan cicil emas kepada masyarakat. Bahkan pada awal kami buka itu hampir setiap hari kami terjun kelapangan untuk sekedar membagikan brosur gadai emas dan cicil emas kepada masyarakat, selain menyebarkan brosur kami juga mengadakan seminar-seminar pengenalan produk ke beberapa instansi seperti sekolah, rumah sakit, dan instansi pemerintahan.⁸²

Dari hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwasanya dalam pemasaran produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali itu hampir sama dengan produk-produk yang lainnya, hanya saja pada awal dibukanya Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini memaksimalkan semaksimal mungkin sampai pada awal dibuka hampir setiap hari para pegawai terjun langsung ke lapangan untuk mengenalkan produk gadai emas dan cicil emas ke sekolah, rumah sakit sampai instansi pemerintahan.

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang di Kabupaten Jembrana sendiri didominasi oleh masyarakat beragama Hindu ini memiliki sedikit perbedaan dengan wilayah yang masyarakatnya didominasi oleh masyarakat yang beragama Islam. Hal ini disampaikan langsung oleh

Bapak Angga Cahya Qurnanda selaku *Pawning Aprisial*.

⁸² Angga Cahya Qurnanda, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 03 Februari 2023.

Sebenarnya dalam pemasaran produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan itu kami mempromosikan kepada masyarakat itu menggunakan bahasa yang mereka mudah pahami saja apalagi disini Bank Syariah itu masih terhitung baru dan masih belum banyak masyarakat yang mengetahuinya. Kalau untuk masyarakat non muslim sendiri kami mengenalkan produk gadai emas dan cicil emas ini cukup mudah karena memang masyarakat hindu itu sudah melek akan emas dari jaman dulu jadi kami tidak terlalu kesulitan dalam mengenalkan produk dan menarik mereka untuk menggunakan produk kami. Namun ada sedikit perbedaan antara masyarakat muslim dan non muslim dimana saat kami melakukan kegiatan promosi seperti seminar, penyebaran brosur dan lain-lain itu masyarakat muslim itu lebih detail beratnya terkait akad-akad yang digunakan sedangkan masyarakat beragama hindu itu lebih berfokus kepada harga dan keuntungan yang akan didapatkan saja. Tapi sejauh ini promosi yang kami lakukan itu cukup membuahkan hasil karena ternyata walaupun banyak masyarakat yang beragama hindu disini antusias mereka terhadap produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan itu cukup positif.⁸³

Dari pemaparan wawancara di atas dapat dikatakan bahwasanya dengan masyarakat di Kabupaten Jember ini didominasi oleh masyarakat non muslim terutama masyarakat yang beragama hindu pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jember Bali mampu untuk menarik minat masyarakat tersebut dengan mempromosikan produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti serta menjelaskan sedetail mungkin kelebihan dan keuntungan yang didapat jika menggunakan produk gadai emas

⁸³ Angga Cahya Qurnanda, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jember, 03 Februari 2023.

dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Hanya saja terdapat sedikit perbedaan saat mempromosikan produk gada emas antara masyarakat muslim dengan masyarakat non muslim, dimana masyarakat muslim itu lebih detail bertanya akad yang digunakan sedangkan masyarakat non muslim lebih terpaku pada kelebihan dan keuntungan serta harganya saja.

Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan juga beragam mulai dari menyebarkan brosur, langsung mendatangi masyarakat, seminar produk, dan promosi melalui *social media*. Hal ini juga dijelaskan oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning Representative*.

Untuk kegiatan-kegiatan promosi yang kami lakukan itu beragam dari penyebaran brosur yang dilakukan oleh setiap pegawai, turun langsung ke masyarakat untuk mengenalkan produk, seminar produk, memberikan *gift* diawal saat menggunakan produk kami, sampai promosi melalui *social media* seperti Whatsapp dan Instagram.

Hal didukung dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada saat berada di lapangan yang ditunjukkan dari gambar berikut

.⁸⁴

Gambar 4. 2 Promosi ke Masyarakat dengan Pemberian *Gift*

⁸⁴ Observasi di wilayah Kabupaten Jembrana, 06 Februari 2023.



Sumber: Dokumentasi obsevasi promosi pada BSI Jembrana Bali

Ini merupakan kegiatan promosi disertai pemberian gift kepada masyarakat secara langsung, dimana promosi yang dilakukan ini berada di kanupaten Jembrana tepatnya kepada para pedagang dan pegawai yang ada pada saat itu.

**Gambar 4. 3 Seminar Produk-Produk
Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali**



Sumber: Dokumentasi seminar produk BSI KCP Jembrana Bali

Kegiatan ini merupakan kegiatan seminar untuk mengenalkan produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Seminar ini juga sebagai sarana promosi agar nantinya semakin banyak yang mengetahui produk yang ada pada Bank Syariah Indonesia khususnya produk gadai emas dan cicil emas.⁸⁵

⁸⁵ Observasi di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, 09 Februari 2023.

Adapun beberapa kegiatan promosi seperti penyebaran brosur dan promosi melalui media sosial seperti yang disampaikan oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning Representative*.

“Untuk penyebaran brosur dan promosi melalui social media biasanya kami menggerakkan seluruh pegawai yang ada untuk terus mengunggah brosur yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.”⁸⁶

Dari pemaparan di atas bisa dikatakan bahwasanya dalam penyebaran brosur dan promosi yang dilakukan pada *social media* dilakukan dengan menggerakkan seluruh pegawai untuk terus mengunggah brosur yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Gambar 4. 4 Brosur Produk Gadai Emas dan Cicil Emas

⁸⁶ Angga Cahya Qurnanda, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 03 Februari 2023.



Gambar di atas merupakan brosur produk gada emas dan cicil emas yang diberikan kepada para masyarakat baik itu melalui *social media* atau melalui pemberian brosur secara langsung.

Dari hasil wawancara dan observasi di atas dapat disimpulkan bahwasanya memang benar adanya seminar produk untuk mengenalkan produk-produk yang ada pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, hal ini juga memberikan dampak yang cukup baik dimana melalui seminar dan promosi-promosi yang dilakukan semakin banyak yang mengenal produk yang ada pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali terutama produk gadai emas dan cicil emas. Selain melalui seminar produk dengan menyebarkan brosur dan mengunggah brosur melalui media sosial juga sangat memiliki dampak yang cukup positif juga karena seperti yang kita ketahui saat

ini masyarakat sudah melek akan teknologi dan bisa melihat banyak promosi hanya dengan melihat layar *handphone* saja.

e. *People*

Dalam suatu perusahaan tentunya memerlukan karyawan atau *people* yang nantinya dapat membantu berjalannya kegiatan pada perusahaan tersebut. 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 Bapak Feri Arditiaswanto selaku *Branch Operation & Service Manager*.

Untuk pegawai tetap disini itu ada 9 orang dan masing-masing karyawan tersebut mendapatkan tugas dan melakukan tugasnya sesuai dengan jabatan yang didapatkan. Untuk perekrutan karyawan sendiri kami mengikuti arahan dari pusat dan biasanya segala macam syarat dan bentuk tes untuk melamar sebagai karyawan di Bank Syariah Indonesia itu sudah melalui seleksi dari pusat.⁸⁷

Dalam pemaparan yang disampaikan pada wawancara tersebut dapat dikatakan bahwasanya dalam perekrutan karyawan di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini mengikuti arahan dari pusat dan biasanya segala macam syarat dan tes dalam perekrutan karyawan itu sudah diatur dan ditetapkan oleh pusat.

Setiap karyawan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali juga memiliki tugasnya masing-masing, dimana diharapkan bagi setiap karyawan yang melaksanakan tugas tersebut

⁸⁷ Feri Arditiaswanto, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 06 Februari 2023.

mampu melakukan tugasnya dengan semaksimal mungkin agar para nasabah juga merasa nyaman dan dilayani dengan baik. Hal didukung dengan pemaparan yang disampaikan oleh Bapak Feri Arditiawanto selaku *Branch Operations & Service Manager*.

Sejauh ini pelayanan dari karyawan kami diterima baik oleh setiap nasabah yang datang, karena sejak awal diterima untuk menjadi karyawan di Bank Syariah Indonesia tentunya sudah harus mengetahui bahwa kenyamanan nasabah itu merupakan suatu hal yang penting. Karyawan yang ada disini juga sejauh ini melakukan *job descnya* dengan baik dan sesuai dengan aturan yang berlaku.⁸⁸

Dari pemaparan di atas dikatakan bahwasanya dengan membagi tugas masing-masing karyawan sesuai dengan aturan yang berlaku, maka aktivitas yang ada di ruang lingkup Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini mampu berjalan dengan baik dan efektif. Selain itu pelayanan kepada nasabah juga sejauh ini mendapatkan respon positif dari setiap nasabah yang datang.

f. *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik)

Fasilitas fisik merupakan suatu yang penting dalam proses *marketing mix* dimana fasilitas fisik ini tidak hanya dalam bentuk tempat saja melainkan fasilitas fisik yang lain yang dapat menunjang berjalannya aktivitas pada suatu perusahaan atau organisasi. Di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini juga memiliki fasilitas fisik

⁸⁸ Feri Arditiawanto, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 06 Februari 2023.

yang memadai dan terbilang lengkap juga, seperti yang disampaikan oleh Ibu Ninda Anggreini Putri selaku *Customer Service Representative*.

Fasilitas fisik yang kami sediakan disini itu selain gedung yang baik fasilitas didalam gedung kami itu juga terbilang lengkap dimana ruang tunggu untuk nasabah berupa sofa agar nasabah nyaman saat menunggu antrian untuk dipanggil, pendingin ruangan agar terasa nyaman, design ruangan yang mewah dan juga interior yang nyaman untuk dilihat, selain itu adanya mesin ATM diluar ruangan pelayanan sehingga mempermudah nasabah yang ingin mengambil atau melakukan transaksi lain di ATM. Untuk fasilitas yang menunjang kegiatan di dalam kantor sendiri terdapat mesin penghitung uang untuk membantu teller pada saat menghitung uang, serta fasilitas lainnya.⁸⁹

Berdasarkan wawancara di atas fasilitas fisik yang mendukung kegiatan pada produk gadai emas dan cicil emas yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali juga terbilang cukup lengkap. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Angga Cahya Qurnanda selaku *Pawaning Aprasial*.

Untuk fasilitas fisik yang menunjang pada produk gadai emas dan cicil emas yang juga nantinya fasilitas fisik ini dapat dirasakan hasilnya oleh para nasabah yaitu, fasilitas yang kami sediakan berupa brankas untuk menjamik keamanan dalam penyimpanan emas yang digadaikan dan emas yang telah dibeli oleh nasabah, ada juga alat cuci emas untuk menjaga kebersihan emas daripada nasabah dan yang terakhir ada alat uji emas dan alat ukur untuk menimbang berat emas yang akan digadaikan. Fasilitas fisik yang kami sediakan ini terbilang lengkap karena banyak juga instansi lain yang menawarkan

⁸⁹ Ninda Anggreini Putri, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 06 Februari 2023.

produk serupa tapi fasilitas fisik yang ada masih belum selengkap disini.⁹⁰

Pada hasil wawancara diatas dikatakan bahwasanya dengan tersedianya fasilitas fisik yang memadai pada produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini tentunya mendapatkan respon yang positif dari para nasabah pengguna produk tersebut karena dengan lengkapnya fasilitas fisik seperti brankas, alat uji emas, alat ukur emas, dan alat cuci emas para nasabah merasa aman dan terjamin emasnya berada di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

g. *Process (Proses)*

Dalam suatu perusahaan atau organisasi tentunya diperlukan suatu proses yang nantinya akan merubah suatu sumber daya menjadi suatu barang dan jasa. Dimana proses yang ada ini diharap proses yang ada ini diharapkan tidak merugikan dan menyulitkan bagi nasabah dan seluruh jajaran yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Ninda Anggreini Putri selaku *Customer Service Representative*.

Untuk proses dalam pelayanan yang ada disini kita semaksimal mungkin memberikan yang terbaik dan senantiasa tidak menyulitkan bagi para nasabah yang datang baik itu nasabah

⁹⁰ Angga Cahya Qurnanda, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana 03 Februari 2023.

yang sudah lama ataupun nasabah yang baru saja menggunakan produk yang di sini.⁹¹

Dari hasil wawancara tersebut dikatakan bahwasanya proses dalam pengajuan atau proses saat ingin menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali semaksimal mungkin diberikan layanan yang baik dan prosesnya yang tidak menyulitkan bagi nasabah yang datang baik nasabah baru ataupun nasabah yang sudah lama.

Proses pengajuan pada produk gadai emas dan cicil emas sendiri juga senantiasa dilakukan dengan baik dan semudah mungkin agar para nasabah dan calon nasabah yang datang dapat dengan nyaman dan mudah melakukan transaksinya. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawaning Representative*.

Untuk proses pengajuan pada produk gadai emas dan cicil emas sendiri ini terbilang mudah karena untuk pengajuan pada produk gadai emas sendiri terbilang mudah karena cukup membawa emas secara fisik dan KTP saja jika memang memiliki NPWP juga bisa dibawa, untuk pengisian formulir juga mudah nanti bisa kami bantu untuk mengis formulir tersebut. Sedangkan untuk proses pengajuan produk cicil emas syarat yang dibutuhkan yaitu KTP dan uang muka sebesar 20% dari pembelian emas serta NPWP jika punya, untuk pengisian formulir juga sama bis akita bantu agar mempermudah para nasabah.⁹²

⁹¹ Ninda Anggreini Putri, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 06 Februari 2023.

⁹² Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 06 Februari 2023.

Dari pemaparan di atas dapat kita lihat bahwasanya proses pengajuan pada produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali terbilang mudah dan syaratnya juga tidak terlalu sulit untuk didapatkan hal ini tentunya menjadi keuntungan tersendiri bagi para nasabah yang akan mengajukan gadai emas atau cicil emas karena tidak kesulitan saat pengajuan.

Gambar 4. 5 Proses Pengajuan Produk Gadai Emas dan Cicil Emas



Sumber: Dokumentasi proses pengajuan gadai emas BSI KCP Jembrana Bali.

Gambar ini merupakan proses pengajuan pembiayaan gadai emas di mana nasabah memberikan emasnya dan pegawai yang bertugas pada produk gadai emas menimbang dan melihat emas yang akan digadaikan.

2. Peranan strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

a. Peranan *Product* (Produk)

Produk sendiri bisa dikatakan sebagai salah satu yang terpenting yang ada pada suatu perusahaan. Dengan hal ini pihak perusahaan yang berlaku sebagai pemasar tentunya akan memanfaatkan produk yang ada untuk meningkatkan volume penjualannya. Seperti hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Ninda Anggreini Putri selaku *Customer Service Representative*.

Di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali sendiri yang menjadi produk unggulan dengan jumlah nasabah yang paling banyak yaitu produk Tabungan Easy Wadi'ah, walaupun demikian bukan berarti untuk produk gadai emas dan cicil emas ini tidak memiliki nasabah yang banyak, malahan disini itu cukup banyak peminatnya apalagi emas sendiri dikalangan masyarakat yang beragama hindu dipandang sebagai sesuatu yang mulia dan berharga.⁹³

Dari keterangan di atas disampaikan bahwa produk gadai emas dan cicil emas memang bukan produk unggulan, tetapi hal ini tidak membuat produk gadai emas dan cicil emas tidak diminati oleh masyarakat. Bahkan pengguna produk gadai emas dan cicil emas ini cenderung banyak diminati oleh masyarakat yang beragama Hindu.

⁹³ Ninda Anggreini Putri, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 06 Februari 2023.

Hal ini juga didukung dengan yang disampaikan oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning Representative*.

Produk gadai emas dan cicil emas ini cukup banyak peminatnya karena kami memang menawarkan produk ini dengan segala keuntungan dan kelebihan yang ada. Masyarakat disini yang didominasi oleh masyarakat non muslim terutama yang beragama hindu juga merespon positif adanya produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan sampai untuk nasabah gadai emas dan cicil emas sendiri bisa dikatakan 70% itu masyarakat non muslimnya. Ini semua didukung karena memang sejak jaman dahulu emas itu dipandang sebagai sesuatu yang berharga dan mulia.⁹⁴

Dari wawancara di atas dikatakan bahwa produk gadai emas dan cicil emas cukup menarik minat banyak masyarakat, karena produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan memiliki keunggulan dan kelebihan yang tidak dimiliki di instansi lain yang menawarkan produk serupa. Masyarakat yang didominasi oleh masyarakat non muslim khususnya yang beragama Hindu memberikan respon positif pada produk yang ditawarkan, sampai pengguna produk gadai emas dan cicil emas ini hampir 70% nya nasabah yang beragama Hindu.

Dari beberapa pemaparan yang disampaikan di atas bisa kita ambil kesimpulan bahwasannya walaupun untuk produk unggulan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali adalah produk

⁹⁴ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalsari, Jembrana, 06 Februari 2023.

Tabungan Easy Wadi'ah, namun produk gadai emas dan cicil emas juga tidak kalah banyak juga peminatnya. Karena bagi masyarakat non muslim terutama masyarakat yang beragama hindu emas dianggap sebagai suatu barang yang memiliki nilai yang mulia dan berharga. Oleh karena itu peminat untuk produk gadai emas dan cicil emas sendiri di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali itu hampir 70% dari masyarakat non muslim.

b. Peranan *Price* (Harga)

Menentukan harga merupakan salah satu komponen yang ada pada strategi *marketing mix* di mana penentuan harga ini memiliki peranan yang penting dalam menentukan jumlah pendapatan yang akan didapatkan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu penetapan harga pada produk gadai emas dan cicil emas agar mencapai pendapatan yang diinginkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan produknya. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawaning Representative*.

Di sini penentuan harga pada produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan ini terbilang murah dibandingkan dengan instansi lainnya dan ini memang sudah diatur oleh pihak pusat untuk penentuan harganya sendiri. Untuk harga emas yang kita tawarkan itu kita sesuaikan dengan harga emas yang terbaru dan harga yang kami tawarkan itu cenderung lebih murah karena kami memang bekerjasama langsung dengan PT Antam Persero. Penetapan harga ini juga menjadi salah satu strategi yang cukup mampu meningkatkan volume penjualan produk

gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan karena kebanyakan nasabah itu membandingkan dari harga yang kami tawarkan dengan harga yang instansi lain tawarkan.⁹⁵

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwasanya penetapan harga yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini terbilang murah dimana untuk produk gadai emas sendiri dimana untuk biaya administrasi hanya Rp 25.000 – Rp 125.000 saja dan untuk biaya ujahnya hanya sekitar 1,80% - 1,10% saja terhadap pembiayaan. Untuk produk cicil emas juga terbilang murah harganya dimana biaya administrasinya hanya 0-1% saja, marginnya sebesar 11%-14% eff price dimana margin ini disesuaikan dengan target segment yang ada. Dengan murahnya harga yang ditawarkan ini menjadi salah satu yang dapat meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

c. Peranan *Position* (Lokasi)

Penetapan lokasi bagi setiap perusahaan juga memiliki peran yang penting dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk-produk yang ditawarkan. Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali penetapan lokasi yang dilakukan memiliki peranan dalam peningkatan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas. Hal

⁹⁵ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalarari, Jembrana, 09 Februari 2023.

ini disampaikan oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning Representative*.

Sebenarnya kalau untuk lokasi kita saat ini itu kita hanya mengikuti arahan dan penetapan lokasi yang dilakukan oleh pihak pusat. Namun memang lokasi kita saat ini itu berada di pusat kota di Kabupaten Jembrana sendiri jadi lokasi kantor kita ini dekat dengan banyak tempat yang menjadi target pemasaran kita seperti sekolah, instansi pemerintah, pasar sampai para pedagang dan pertokoan. Dengan lokasi yang cukup strategi ini menjadi salah satu keuntungan karena banyak yang dapat melihat dan mengetahui kalau ada Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Jembrana. Kami juga berusaha untuk menjangkau setiap sudut yang ada di Kabupaten Jembrana untuk mengenalkan produk gadai dan cicil emas sehingga seiring berjalannya waktu itu banyak yang mengetahui produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan, dan hal ini bisa meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.⁹⁶

Dari hasil wawancara tersebut bisa dikatakan bahawasanya untuk lokasi yang dijadikan sebagai kantor Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini dari awal sudah ditentukan oleh pihak pusat. Namun lokasi yang dipilih ini juga berada di pusat kota di wilayah Kabupaten Jembrana sehingga berdekatan dengan target pasar yang diinginkan seperti sekolah, instansi pemerintah, pasar, pertokoan sampai lokasi pemukiman masyarakat. Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali juga berusaha untuk menjangkau setiap sudut yang ada di Kabupaten Jembrana guna mengenalkan produk gadai emas dan

⁹⁶ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalsari, Jembrana, 09 Februari 2023.

cicil emas mereka sehingga nantinya banyak yang mengetahui produk tersebut yang imbasnya akan meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana.

d. Peranan *Promotion* (Promosi)

Promosi sendiri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan menyebar luaskan informasi, yang bertujuan untuk memebujuk serta memepengaruhi masyarakat atau target pasar yang dituju agar nantinya mengenal produk dan mau menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali promosi ini memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan. Hal ini dijelaskan langsung oleh Bapak Angga Cahya Qurnanda selaku *Pawning Aprasial*.

Untuk promosi produk-produk yang kami tawarkan khususnya untuk produk gadai emas dan cicil emas diawal kami membuka cabang di Kabupaten Jembrana ini hampir setiap hari kami terjun langsung ke lapangan untuk menyebarkan brosur dan mengenalkan serta menjelaskan terkait dengan produk gadai emas dan cicil emas di kantor kami. Untuk penyebaran brosur biasanya kami lakukan dengan secara langsung turun ke masyarakat atau melalui *social media* seperti Whatsapp dan Instagram. Hal yang cukup unik kami lakukan untuk menarik minat masyarakat agar nantinya tertarik dengan produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan yaitu dengan memberikan gift yang berisi stiker gadai emas dan cicil emas jadi sambal kami menjelaskan kami juga memberikan gift kepada masyarakat yang ada, selain itu kami juga memberikan promo kepada nasabah yang mau menggunakan produk gadai

emas dan cicil emas yang kami tawarkan. Dan biasanya untuk pertama kali menggunakan produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan, setelah resmi menggunakan produk kami juga biasanya diawal itu kami berikan gift, untuk giftnya sendiri biasanya kami memberikan sesuai dengan ketersediaan yang ada. Hal ini kami lakukan agar para nasabah merasa tertarik dengan cara yang kami lakukan sehingga mereka tertarik untuk menggunakan produk kami.⁹⁷

Dari pemaparan di atas dapat dikatakan bahwasanya memang benar promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini memiliki peranan yang cukup penting dalam peningkatan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan. Kegiatan promosi yang dilakukan berupa penyebaran brosur melalui *social media* seperti melalui *story* whatsapp dan postingan di Instagram. Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali memiliki cara unik untuk mempromosikan produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan yaitu dengan memberikan gift saat melakukan penyebaran brosur secara langsung ke masyarakat. Dan bagi mereka yang berminat untuk menggunakan produk gadai emas dan cicil emas yang Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali tawarkan nantinya akan diberikan promo dan *gift* lagi sesuai dengan ketersediaan yang ada.

⁹⁷ Angga Cahya Qurnanda, Peranan Promosi, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 09 Maret 2023.

e. Peranan *People*

People sendiri merupakan suatu yang cukup penting, dimana kualitas karyawan yang ada pada suatu perusahaan juga memiliki peran penting dalam berlangsungnya kegiatan yang ada pada perusahaan tersebut selain itu *people* juga memiliki peran dalam tercapainya tujuan dan keinginan yang diharapkan oleh suatu perusahaan. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali sendiri karyawan yang ada semaksimal mungkin akan memberikan pelayanan yang baik dan dapat diterima oleh para nasabah. Hal ini disampaikan saat wawancara dengan Bapak Feri Arditiaswanto selaku *Branch Operation & Service Manager*.

Seperti yang sudah saya sampaikan bahwa seluruh karyawan yang ada disini itu pasti sudah melalui seleksi yang dilakukan oleh pihak pusat, sehingga segala bentuk syarat dan ketentuan untuk bekerja disini itu sudah disampaikan oleh pihak pusat. Nah untuk seluruh karyawan yang sudah ditugaskan disini tentunya memiliki komitmen untuk memberikan yang terbaik bagi nasabah dan perusahaan juga. Untuk seluruh karyawan yang ada disini itu semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah yang datang dengan melayani secara baik kepada nasabah ataupun calon nasabah yang ditemui di lapangan saat melakukan promosi para karyawan yang ada harus dengan baik dalam melayaninya. Contohnya saat menjelaskan produk-produk dan membantu para nasabah saat melakukan transaksi di bank. Sejauh ini para nasabah merasa nyaman saat dilayani disini. Jadi karyawan yang ada disini memang memiliki peran dalam mempertahankan nasabah yang ada bahkan dengan pelayanan yang baik yang kami berikan ini bisa saja menarik para masyarakat untuk menggunakan produk yang kami tawarkan.⁹⁸

⁹⁸ Feri Arditiaswanto, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 09 Februari 2023.

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwasanya *people* sendiri di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini memiliki peran dalam meningkatkan volume penjualan produknya. Upaya yang dilakukan yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah ataupun calon nasabah. Dengan melakukan pelayanan yang baik ini maka nasabah yang ada akan merasa nyaman bahkan calon nasabah bisa saja tertarik menggunakan produk yang ditawarkan jika melihat pelayanan dan cara memperlakukan nasabah dan calon nasabah dengan baik ini. Tidak hanya untuk nasabah tapi karyawan yang komitmen dengan pekerjaannya ini akan memberikan dampak positif juga bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

f. *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik)

Menurut Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning*

Representative saat diwawancarai menjelaskan bahwa:

Fasilitas fisik yang kami tawarkan secara umum dulu itu ya kami menyediakan kantor dengan bangunan yang baik dan kondisi didalamnya juga bersih dan nyaman sehingga nasabah yang datang akan merasa nyaman saat berada dikantor kami. Untuk fasilitas dalam menunjang kegiatan kami juga fasilitas yang disediakan lengkap berupa computer, tempat kerja yang nyaman dan masih banyak lagi fasilitas yang lainnya. Kalau untuk fasilitas produk gadai emas dan cicil emas juga kami memiliki fasilitas yang lengkap berupa brankas untuk menyimpan emas yang dititipkan oleh nasabah dan emas yang telah dibeli oleh nasabah, alat cuci emas, alat uji emas dan tentunya alat ukur untuk menimbang berat emas, fasilitas yang kami sediakan ini pasti untuk nasabah juga agar nasabah

produk gadai emas dan cicil emas merasa emas yang dititipkan ke kami itu terjamin keamanannya⁹⁹

Berdasarkan pemaparan di atas bisa dikatakan bahwa Bank Syariah Indonesia dalam memberikan fasilitas fisik kepada para nasabahnya yaitu dengan memberikan fasilitas kantor yang nyaman, bersih dan baik. Untuk menunjang kegiatan pada produk gadai emas dan cicil emas juga dilengkapi dengan fasilitas berupa alat ukur emas, alat cuci emas, alat uji emas dan brankas untuk menjamin keamanan emas para nasabah.

Hal ini juga didukung dengan pemaparan yang disampaikan oleh Bapak Ali Hasan Albana selaku nasabah produk cicil emas.

Saya itu tau produk ini saat ada seminar ditempat saya kerja, dan saya juga merasa produk cicil emas yang ditawarkan ini cukup menguntungkan soalnya saya tau juga emas itu merupakan bisa untuk dijadikan investasi jangka panjang. Selain itu saya juga merasa fasilitas yang disediakan itu lengkap jadi saya merasa emas yang saya beli itu akan aman berada disana terus saya juga setiap kesana itu senang soalnya kantornya nyaman jadi kalok nunggu itu gak kerasa capek. Disini juga ada fasilitas *pick up* jadi kalok pas saya gak sempet ke bank pihak bank yang dating ke saya¹⁰⁰

Berdasarkan pemaparan di atas bahwa memang nasabah gadai emas dan cicil emas memilih menggunakan di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali karena alasan fasilitas yang disediakan memadai dan lengkap.

⁹⁹ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana, 09 Februari 2023.

¹⁰⁰ Ali Hasan Albana, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Negara, 11 Februari 2023.

Dari dua pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwasanya fasilitas fisik yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini terbilang lengkap dari fasilitas secara umum berupa kantor yang nyaman dan bersih sampai fasilitas khusus untuk produk gadai dan cicil emas seperti alat ukur emas, alat cuci emas dan brankas juga disediakan. Hal ini tentunya akan menjadi salah satu hal yang dapat menarik minat para nasabah dan tentunya dapat meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas itu sendiri.

g. Peranan *Process* (Proses)

Menurut Bapak Angga Cahya Qurnanda selaku *Pawning Aprisial* menjelaskan bahwa:

Untuk proses yang dilakukan pada saat administrasi itu sebisa mungkin kami akan mempermudah para nasabah, ini bukan cumin buat produk gadai emas dan cicil emas saja tapi di semua produk yang kita tawarkan itu sebisa mungkin kami mempermudah para nasabah. Kalau untuk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan itu memang terbilang prosesnya itu mudah terus gak ribet buat nasabah soalnya syaratnya yang diperlukan juga gampang. Terus biasanya untuk pengisian formulir itu biasanya kami bantu isikan soalnya kadangkala pengguna produk kami itu banyak yang sudah berumur juga jadi agak susah dan lama biasanya kalau ngisi formulir jadi kami biasanya bantu biar mempermudah mereka.¹⁰¹

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dilihat bahwa memang dengan memberikan proses yang mudah dalam pengajuan gadai emas dan cicil emas dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan

¹⁰¹ Angga Cahya Qurnanda, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari, Jembrana 09 Februari 2023.

produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Hal ini juga didukung oleh Ibu Ni Putu Sri Ariawini selaku nasabah produk gadai emas.

Saya waktu ini tau BSI itu nawarin produk gadai emas itu dari salah satu karyawan yang ada disini, waktu itu saya dikasih brosur gadai emas, pas brosurnya tak baca itu ternyata lumayan murah terus taksirannya juga tinggi. Sampai besoknya saya ke bank untuk gadai emas saya karena waktu itu emang ada keperluan mendesak dan butuh uang, pas sampai di bank itu saya piker prosesnya ribet ternyata prosesnya cepat dan gampang bahkan saya juga dibantu ngisi formulirnya, pokoknya prosesnya itu gampang dan cepat jadi saya gak menyesal gadaikan emas saya disini.¹⁰²

Dari wawancara di atas bisa dikatakan bahwa salah satu nasabah produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali memilih untuk menggunakan produk yang ditawarkan itu karena memang prosesnya yang mudah dan tidak menyulitkan para nasabah.

Dari beberapa pemaparan di atas bisa diambil kesimpulan bahwa proses yang mudah yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini membuat nasabah merasa nyaman dan senang menggunakan produk gadai emas dan cicil emas yang merkaa tawarkan dan dengan kemudahan proses itu juga mampu

¹⁰² Ni Putu Sri Ariaswini, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalasari,, Jembrana, 11 Februari 2023.

menarik minat nasabah serta tentunya mampu meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas.

Dalam penerapan komponen yang ada pada strategi *marketing mix* biasanya tiap perusahaan memiliki komponen yang paling diutamakan dan mendominasi dalam peningkatan volume penjualan produk yang ditawarkan. Pada Bank Syariah Indonesia sendiri ada strategi *marketing mix* yang paling memiliki peranan yang penting dan mendominasi dalam peningkatan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan, hal ini disampaikan langsung oleh Bapak Komang Wahyu Sugiarsa selaku *Pawning Representative*.

Dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan itu kami melakukan penerapan 7 komponen yang ada pada strategi *marketing mix*. Cuman untuk strategi yang paling dominan mempengaruhi peningkatan penjualan produk gadai emas dan cicil emas itu strategi *promotion* (promosi) dan strategi *price* (Harga). 2 strategi ini tu cukup memberikan peningkatan pada penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan, ini soalnya masyarakat itu cenderung lebih melihat dari segi harga yang kami tawarkan dan kenapa promosi juga memiliki peran yang penting karena banyak masyarakat itu mengerti dan tertarik saat kit aitu melakukan sosialisasi dan dengan pemberian gift saat melakukan pembagian brosur dan pemberian gift saat awal menggunakan produk gadai emas dan cicil emas yang kami tawarkan. Walaupun strategi yang mendominasi itu strategi promosi dan harga bukan berarti strategi yang lain tidak kami lakukan dengan baik, kami tetap berusaha melakukan semua strestegi dengan baik hanya saja memang strategi promosi dan harga yang cukup membuat peningkatan volume penjualan dan peningkatan jumlah nasabah juga.¹⁰³

¹⁰³ Komang Wahyu Sugiarsa, diwawancara oleh Sukma Lintang Nurmalsari, Jembrana, 09 Februari 2023.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi *marketing mix* yang dilakukan itu berperan penting dalam peningkatan jumlah nasabah dan peningkatan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas, hanya saja strategi yang paling mendominasi itu strategi promosi dan strategi harga. Walaupun demikian penerapan strategi yang lainnya itu tetap dilakukan dengan maksimal dan baik juga.

Tabel 1. 6 Omset Pembukaan Baru Produk Gadai Emas dan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

No.	Bulan/ Tahun	Gadai Emas	Cicil Emas
1	Januari/ 2022	Rp 610.000.000	Rp 50.000.000
2	Februari/ 2022	Rp 630.000.000	Rp 50.000.000
3	Maret/ 2022	Rp 690.000.000	Rp 30.000.000
4	April/ 2022	Rp 530.000.000	Rp 280.000.000
5	Mei/ 2022	Rp 410.000.000	Rp 30.000.000
6	Juni/ 2022	Rp 310.000.000	Rp 120.000.000
7	Juli/ 2022	Rp 710.000.000	Rp 170.000.000
8	Agustus/ 2022	Rp 410.000.000	Rp 20.000.000
9	September/ 2022	Rp 940.000.000	Rp 240.000.000
10	Oktober/ 2022	Rp 260.000.000	Rp 40.000.000
11	November/ 2022	Rp 590.000.000	Rp 10.000.000
12	Desember/ 2022	Rp 280.000.000	Rp 30.000.000

Sumber Data: Dokumentasi pembukaan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Dari tabel omset pembukaan baru produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali di atas dapat kita lihat bahwasannya setiap bulannya omsetnya naik walaupun di beberapa bulan ada penurunan tetapi tetap cenderung naik untuk omsetnya. Hal ini bisa dikatakan bahwasannya dengan penerapan strategi *marketing mix* yang dilakukan itu

memiliki peran penting dalam meningkatnya volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di sini.

**Tabel 1. 7 Omset Perpanjangan Gadai Emas
Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali**

No.	Bulan/ Tahun	Perpanjangan Gadai Emas
1	Januari/ 2022	Rp 0
2	Februari/ 2022	Rp 180.000.000
3	Maret/ 2022	Rp 220.000.000
4	April/ 2022	Rp 320.000.000
5	Mei/ 2022	Rp 280.000.000
6	Juni/ 2022	Rp 100.000.000
7	Juli/ 2022	Rp 240.000.000
8	Agustus/ 2022	Rp 510.000.000
9	September/ 2022	Rp 200.000.000
10	Oktober/ 2022	Rp 120.000.000
11	November/ 2022	Rp 350.000.000
12	Desember/ 2022	Rp 490.000.000

Sumber Data: Dokumentasi omset perpanjangan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Dari data perpanjangan produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali diatas dapat dikatakan bahwasannya selain ada omset baru tetapi ada juga pendapatan yang didapatkan dari perpanjangan yang dilakukan oleh nasabah. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa tidak sedikit nasabah disini itu merasa nyaman menggunakan produk gadai emas yang ditawarkan sehingga nasabah-nasabah tersebut melakukan perpanjangan pada produk gadai emas yan digunakan.

**Tabel 1. 8 Pertumbuhan Omset Pertahun Produk Gadai Emas dan Cicil Emas
Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali**

No.	Bulan/ Tahun	Gadai Emas	Cicil Emas
-----	--------------	------------	------------

1	Per Desember 2021	Rp 1.410.000.000	Rp 170.000.000
2	Januari/ 2022	Rp 1.720.000.000	Rp 210.000.000
3	Februari/2022	Rp 2.050.000.000	Rp 250.000.000
4	Maret/ 2022	Rp 2.200.000.000	Rp 270.000.000
5	April/ 2022	Rp 1.990.000.000	Rp 520.000.000
6	Mei/ 2022	Rp 2.000.000.000	Rp 530.000.000
7	Juni/ 2022	Rp 2.120.000.000	Rp 620.000.000
8	Juli/ 2022	Rp 2.180.000.000	Rp 760.000.000
9	Agustus/ 2022	Rp 2.210.000.000	Rp 740.000.000
10	September/ 2022	Rp 2.970.000.000	Rp 950.000.000
11	Oktober/ 2022	Rp 2.900.000.000	Rp 940.000.000
12	November/ 2022	Rp 3.080.000.000	Rp 900.000.000
13	Desember/ 2022	Rp 3.120.000.000	Rp 880.000.000

Sumber Data: Dokumentasi pertumbuhan omset produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Dari data pertumbuhan omset pertahun pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali diatas bisa dikatakan bahwa omset pada tahun 2022 mengalami kenaikan dari omset pada tahun 2021. Hal ini bisa disimpulkan bahwasannya strategi *marketing mix* yang dilakukan memiliki peranan dalam meningkatnya volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi *Marketing Mix* yang Diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Strategi *marketing mix* yang diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yaitu terdapat 7 komponen yang terdapat pada strategi *marketing mix* yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process*. Seperti yang dijelaskan oleh Philip

Kotler bahwasannya *marketing mix* merupakan suatu strategi yang dikenal juga dengan model bauran pemasaran. *Marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan suatu model pada strategi pemasaran yang pada kegiatannya dilakukan analisis terhadap data dari berbagai macam sumber, seperti data pengamatan pada pengecer, data pengiriman pada perusahaan, penetapan harga, media dan data belanja promosi, dimana semua ini dilakukan agar nantinya dapat memahami bagaimana pengaruh kegiatan pemasaran tertentu dengan lebih tepat.¹⁰⁴

7 komponen dari strategi *marketing mix* yang diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yaitu:

a. *Product* (Produk)

Dalam mengimplementasikan strategi produk ini Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali semaksimal mungkin memperkenalkan produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan kepada para masyarakat dengan menyampaikan keunggulan serta kelebihan produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan. Walaupun persepsi masyarakat terkadang masih ada yang beranggapan bahwasannya jika ingin menggunakan produk gadai emas dan cicil emas itu pasti tertuju pada pegadaian, namun dengan hal seperti ini membuat pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali tetap melakukan strategi pada

¹⁰⁴ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 119.

produk mereka dengan memberikan kualitas produk yang mereka tawarkan itu tidak kalah dengan instansi lain yang menawarkan produk serupa. Terlebih lagi masyarakat di Kabupaten Jembrana itu mayoritas beragama hindu yang sejak dahulu sudah menganggap emas itu merupakan suatu yang mulia dan berharga, dengan begitu Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali berusaha melabeli produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan itu memiliki rate dan harga yang murah sehingga mampu menarik minat nasabah dan meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan.

Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Agustina Shinta bahwasanya *product* atau produk ini merupakan suatu barang atau jasa yang ditawarkan yang tujuannya itu untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan yang ada di pasar. Agustina Shinta juga menjelaskan bahwasannya dengan menciptakan suatu produk dengan memberikan kelebihan dan keuntungan seperti *melabeli* dan *membranding* suatu produk agar terkesan berbeda dan lebih menguntungkan sehingga mampu menarik minat dari para konsumen.¹⁰⁵

b. *Price* (Harga)

¹⁰⁵ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, 76-77

Dalam mengimplementasikan strategi *price* atau harga disini Bank Syariah menerapkan strategi harga pada produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan dengan produk cicil emas harganya itu disesuaikan dengan harga emas pada saat itu dan biaya angsurannya itu ditentukan oleh berat emas yang diambil. Harga emas yang mereka tawarkan juga cenderung lebih murah karena Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini bekerjasama langsung dengan PT Antam Persero. Untuk penetapan harga pada produk gadai emas juga Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali menawarkan dengan rate yang lebih rendah dibanding dengan instansi yang menawarkan produk serupa, selain itu taksiran yang ditawarkan juga tinggi dan biaya administrasi serta biaya titipannya yang murah sehingga tidak terlalu membebani nasabah. Dengan kata lain pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali berusaha untuk menetapkan harga pada produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan nantinya mampu memberikan keuntungan baik bagi nasabah ataupun Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali itu sendiri.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Agustina Shinta di mana harga merupakan suatu yang terbilang penting dalam strategi bersaing suatu perusahaan, dimana penetapan harga yang dilakukan harus ditetapkan dengan konsisten oleh perusahaan dan

ditetapkan dengan cara yang sudah dipilih oleh perusahaan dalam penempatan posisi yang relatif dan persaingannya di pasar. Agustina Shinta juga mengatakan bahwasannya dalam penentuan harga itu juga dipengaruhi oleh tujuan atau target pemasaran, strategi pemasaran, biaya dan organisasi atau perusahaan itu sendiri. Karena dengan penetapan harga yang baik akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan tapi bagi nasabah atau konsumen juga.¹⁰⁶

c. *Place* (Lokasi, tempat atau saluran distribusi)

Dalam penetapan *place* atau lokasinya Bank Syariah Indonesia terletak di pusat kota Kabupaten Jembrana, dimana lokasi ini itu berdekatan dengan banyak target pasar seperti pasar, instansi pemerintah, pertokoan, kawasan perumahan masyarakat, sekolah, rumah sakit dan lain sebagainya. Dimana produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan itu tentunya memiliki target pasarnya sendiri sehingga dengan dekat dengan banyak lokasi seperti ini cukup mempermudah Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam memasarkan dan memperkenalkan produk gadai emas dan cicil emas yang mereka tawarkan.

Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Huriyati di mana lokasi yang digunakan untuk melayani para konsumen atau target pelanggan itu merupakan suatu keputusan yang penting. Dengan

¹⁰⁶ Agustina Shinta, 102-104.

demikian dalam menetapkan lokasi yang akan digunakan sebagai pusat distribusi atau pelayanan itu harus dipertimbangkan dengan sangat matang. Ini semua karena lokasi menjadi suatu hal yang penting dengan keadaan lingkungan, posisi dan cara penyampaian layanan yang merupakan bagian dari nilai dan manfaat layanan. Oleh karena itu saat menentukan lokasi distribusi itu harus diperhatikan beberapa hal berupa system saluran, jangkauan, lokasi, suplai dan transportasi.¹⁰⁷

d. *Promotion* (Promosi)

Dalam penetapan strategi promosi yang digunakan itu untuk produk gadai emas dan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali melakukan promosinya dengan cara turun langsung ke lapangan dan promosi melalui media social seperti Whatsapp dan Instagram. Untuk promosi langsung ke calon nasabah itu biasanya dilakukan dengan seminar produk dan pembagian brosur serta pemberian gift saat melakukan penjelasan produk dan pemberian gift saat pertama kali menggunakan produk gadai emas dan cicil emas. Selain itu terkadang juga Bank Syariah Indonesia memberikan promo harga promosi seperti ini cukup menarik minat para masyarakat dan meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas. Untuk promosi melalui social media biasanya dilakukan dengan

¹⁰⁷ Eka Hendrayani, dkk., *Manajemen Pemasaran*, 116-118.

membuat unggahan brosur di akun masing-masing pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dan mengunggah di akun Instagram @infojembrana.

Dalam melakukan promosi juga ada sedikit perbedaan antara promosi kepada masyarakat muslim dengan masyarakat non muslim di Kabupaten Jembrana dimana masyarakat muslim cenderung lebih detail terkait dengan akad-akad yang digunakan sehingga saat menjelaskan produk gadai emas dan cicil emas situ dijelaskan juga dengan detail terkait dengan akad yang digunakan, sedangkan saat promosi kepada masyarakat non muslim itu tidak terlalu melihat akadnya tetapi mereka cenderung lebih kepada harga dan keunggulan serta keuntungan yang didapatkan sehingga saat promosi kepada masyarakat non muslim lebih detail terkait dengan harga dan keuntungan.

Hal yang ditemukan oleh peneliti di atas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono di mana promosi ini merupakan suatu yang penting dalam memasarkan suatu produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan karena kegiatan promosi ini bertujuan untuk membujuk, serta mengenalkan kepada sasaran pasar atau organisasi atau perusahaan dan produk yang ditawarkan agar nantinya dapat

diterima dengan baik dan bersedia untuk membeli, menggunakan dan loyal atas produk yang ditawarkan.¹⁰⁸

Adapun teori dari Agustina Shinta yang mengatakan bahwa dalam kegiatan promosi ada beberapa macam bentuk seperti *personal selling*, periklanan, publisitas, promosi dan *direct marketing*. Dimana jika nantinya beberapa hal ini dapat dilakukan dengan baik maka akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan itu sendiri.¹⁰⁹

e. *People*

Dalam penetapan *people* Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali memperkerjakan karyawan yang memang sudah melalui seleksi yang ditentukan oleh pihak pusat. Di mana tentunya dengan karyawan yang berkualitas dan mau bekerja dengan baik dan sesuai dengan tugas dan wewenang yang diberikan diharapkan kegiatan baik didalam kantor dan diluar kantor yang masih berhubungan dengan pekerjaan kantor mampu berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Setiap karyawan yang bekerja di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali Juga semaksimal mungkin melayani para nasabah bahkan calon nasabah dengan baik sehingga nasabah merasa nyaman dan tertarik untuk

¹⁰⁸ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Bayu Media Publishing, 2011), 219.

¹⁰⁹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, 122-135.

menggunakan produk yang ditawarkan dan loyal kepada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Hal ini berkaitan dengan teori yang disampaikan oleh Huriyati di mana setiap orang atau pelaku yang terlibat langsung dalam segala bentuk aktivitas dan kegiatan perusahaan itu merupakan suatu faktor yang penting bagi setiap perusahaan. Di mana apabila setiap orang atau pelaku di setiap perusahaan memiliki kualitas yang baik dengan menjalankan tugasnya dengan baik juga maka konsumen atau nasabah akan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan sehingga perusahaan juga mendapat dampak yang baik pula.¹¹⁰

f. *Physical Evidence* (Fasilitas Fisik)

Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam menetapkan fasilitas fisiknya dengan menyediakan gedung dan fasilitas yang dapat menunjang kinerja yang ada didalam kantor dan tentunya mampu memberikan kenyamanan kepada nasabah yang datang. Selain itu untuk produk gadai emas dan cicil emas sendiri ada fasilitas fisik khusus seperti alat ukur emas, alat cuci emas dan brankas untuk menjaga keamanan dan menjamin terjaganya emas yang dititipkan dan dibeli oleh nasabah.

¹¹⁰ Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, 186.

Seperti teori yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Bitner bahwasanya fasilitas fisik merupakan sesuatu hal yang dapat mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk menggunakan produk atau membeli produk yang ditawarkan, dimana unsur-unsur yang termasuk kedalam fasilitas fisik ini berupa gedung untuk berlangsungnya kegiatan bisnis, perlengkapan dan peralatan, warna, logo dan barang-barang lain yang menunjang berjalannya kegiatan dalam suatu perusahaan.¹¹¹

g. *Process* (Proses)

Proses yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali sebisa mungkin memberikan yang terbaik dan tidak menyulitkan para nasabah dalam penggunaan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan. Untuk proses pengajuan pada produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali terbilang mudah karena pada saat pengajuan hanya perlu menyiapkan KTP dan pengisian formulir yang biasanya dibantu mengisi oleh karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Khusus untuk gadai emas juga sama hanya saja ditambah dengan membawa emas yang akan digadaikan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Bitner di mana proses yang dilakukann pada suatu perusahaan itu

¹¹¹ Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah, 188.

merupakan suatu upaya dalam menjalankan serta melaksanakan aktivitas berupa proses yang ada dalam menunjang kegiatan atau aktivitas suatu perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan konsumen atau pengguna produk perusahaan itu sendiri. Proses yang berupa mekanisme-mekanisme, tugas-tugas dan aktivitas suatu perusahaan ini diharapkan mampu dilakukan dengan mudah bagi para pengguna produk perusahaan itu sendiri.¹¹²

2. Peranan Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Emas dan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana memang bukan merupakan produk unggulan disini tetapi dengan penetapan produk yang baik seperti memperkenalkan produk gadai emas dan cicil emas dengan segala keuntungan dan kelebihan yang nantinya akan dirasakan oleh nasabah produk gadai emas dan cicil emas, hal ini membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Oleh karena itu strategi produk ini memiliki peranan dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

¹¹² Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah, 187-188.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller bahwasanya produk memiliki peranan dalam menarik minat nasabah sehingga nasabah dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Di mana biasanya konsumen akan tertarik dengan produk yang memiliki kualitas yang baik, kinerja yang baik dan penuh dengan fitur yang inovatif.¹¹³

Setelah produk yaitu harga, Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali menetapkan harganya sesuai dengan aturan yang berlaku dan harga yang ditawarkan pada produk gadai emas dan cicil emas juga terbilang murah, ratenya rendah dan taksirannya tinggi. Hal ni menjadikan penetapan harga yang baik ini memiliki peranan yang penting bagi peningkatan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Agustina Shinta yaitu harga memiliki peranan dalam konsumen menentukan untuk menggunakan produk yang ditawarkan atau tidak, harga yang ditetapkan juga harus konsisten dengan cara yang telah ditentukan oleh perusahaan dan harga yang ditawarkan ini mampu berada di posisi yang relatif dalam persaingan.¹¹⁴

¹¹³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 19.

¹¹⁴ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, 102.

Selanjutnya yaitu *place* (lokasi, tempat atau saluran distribusi) dimana Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali yang berlokasi di pusat kota di Kabupaten Jembrana ini menjadi nilai plus karena dekat dengan banyak lokasi target pemasaran produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan. Dengan target pasar produk gadai emas dan cicil emas yang tertuju kepada para pegawai swasta, ibu rumah tangga, pegawai instansi pemerintahan dan lain sebagainya ini lokasi yang berada dipusat kota menjadikan lebih mudah untuk memperkenalkan produk gadai emas dan cicil emas. Hal ini menjadikan strategi *place* ini memiliki peran dalam peningkatan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Agustina Shinta di mana jauh dan dekatnya lokasi dengan target pasar itu mempengaruhi biaya produksi. Selain itu dengan lokasi yang strategis juga menjadikan produk yang ditawarkan itu mudah diketahui oleh masyarakat dan mudah untuk mengenalkan produk kepada sasaran pasar yang dituju.¹¹⁵

Promotion (promosi) yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali berupa promosi secara langsung dan melalui *social media*. Promosi secara langsung dilakukan dengan seminar produk dan datang langsung ke sasaran pasar yang dituju untuk memberikan brosur

¹¹⁵ Agustina Shinta, 91.

dan *gift* sesuai dengan ketersediaan. Promosi melalui *social media* dilakukan dengan mengunggah unggahan di Whatsapp dan Instagram yang dilakukan oleh pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali di akunnya masing-masing. Strategi promosi ini memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali karena biasanya saat melakukan pengenalan produk langsung ke sasaran pasar yang dituju itu masyarakat lebih tertarik karena dapat langsung memahami terkait dengan produk gadai emas dan cicil emas, selain itu dengan pemberian *gift* dan harga promo yang ditawarkan juga menjadi daya tarik masyarakat untuk mau menggunakan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Agustina Shinta di mana beliau mengatakan bahwasannya promosi ini merupakan suatu bentuk komunikasi yang dilakukan untuk nantinya dapat mempengaruhi dan membujuk pasar sasaran atas produk yang ditawarkan. Promosi ini memiliki peranan dalam kesuksesan penjualan produk suatu perusahaan karena jika promosi dilakukan dengan baik dan dilakukan dengan cara yang berbeda dari setiap perusahaan ini dapat menarik minat dan dapat

meningkatkan dan mensukseskan tujuan yang diinginkan oleh suatu perusahaan.¹¹⁶

Berikutnya yaitu *people*, di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali sendiri *people* ini memiliki peranan dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas serta produk lain yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Di mana karyawan yang bekerja di sini melakukan tugasnya dengan baik, baik di dalam kantor maupun saat terjun langsung ke lapangan, hal ini menjadikan para nasabah merasa puas atas layanan yang diberikan sehingga nasabah yang sudah lama akan bertahan lama dan nasabah baru juga banyak yang tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Hurriyati bahwasanya *people* atau orang/ pelaku ini memiliki peran dalam menjalankan semua aktivitas yang ada pada suatu perusahaan, orang atau pelaku ini juga merupakan faktor yang penting bagi setiap perusahaan.

Hal ini juga didukung oleh teori yang dijelaskan oleh Zeithaml dan Bitner di mana penampilan seorang karyawan dan sikapnya memiliki peranan dalam persepsi seorang konsumen dan keberhasilan penyampaian jasa yang dilakukan.¹¹⁷

¹¹⁶ Agustina Shinta, 120.

¹¹⁷ Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, 186.

Selanjutnya yaitu *physical evidence* (fasilitas fisik), pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali sendiri fasilitas juga memiliki peranan dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan, karena dalam penetapan strategi fasilitas fisiknya ini Bank Syariah Indonesia menyediakan gedung dan penataan gedung yang nyaman serta fasilitas yang dapat menunjang kegiatan yang ada di kantor selain itu tempat yang nyaman juga menjadikan nasabah merasa nyaman saat berada di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Untuk fasilitas fisik yang menunjang kegiatan pada produk gadai dan cicil emas yaitu adanya fasilitas berupa alat ukur emas, brankas dan alat cuci emas sehingga para nasabah merasa emas yang dititipkan dan emas yang sudah dibeli itu terjaga kemanannya dan terawat dengan baik.

Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Zeithaml dan Bitner di mana fasilitas fisik ini merupakan sesuatu yang berperan dalam keputusan seorang konsumen dalam menentukan keputusan untuk menggunakan produk yang ditawarkan atau tidak. Untuk unsur-unsur yang termasuk didalamnya yaitu bangunan fisik yang baik, lingkungan, perlengkapan, peralatan dan fasilitas pendukung yang lainnya.¹¹⁸

Yang terakhir yaitu *process* (proses), strategi ini memiliki peranan bagi peningkatan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas

¹¹⁸ Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah, 188.

yang Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali tawarkan, karena dalam penerapannya Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali memberikan proses yang mudah pada pengajuan untuk produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan. Di mana untuk syarat yang diperlukan mudah karena hanya perlu membawa KTP dan emas yang akan digadaikan. Untuk cicil emas ditambah dengan uang muak sebesar 20% dari harga emas yang dibeli. Saat proses pengajuannya juga mudah karena pengisian formulir juga biasanya dibantu oleh pegawai disini hal ini bertujuan agar nasabah tidak merasa kesulitan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Zeithaml dan Bitner yaitu proses yang berupa mekanisme-mekanisme dan alur aktivitas yang digunakan dalam penyampaian jasa. Di mana proses ini dilakukan agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen. Kemudahan dalam proses yang dilakukan oleh konsumen juga mempengaruhi keputusan mereka dalam menentukan untuk menggunakan produk yang ditawarkan atau tidak.¹¹⁹

Dalam penerapan komponen yang ada pada strategi *marketing mix* Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali melakukan setiap komponennya dengan baik, namun untuk strategi yang paling berperan penting dalam peningkatan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan yaitu strategi *price* (harga) dan strategi *promotion*

¹¹⁹ Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah, 187.

(promosi). Hal ini dikarenakan masyarakat lebih detail dan teliti saat pengenalan produk yang dilakukan pada saat promosi, seperti detail dengan akad-akad yang digunakan dan keuntungan dan kelebihan yang akan didapatkan. Serta banyak masyarakat yang menggunakan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan karena adanya promo harga dan pemberian *gift*. Selain promosi yaitu strategi harga, strategi harga ini berperan penting karena kebanyakan masyarakat itu membandingkan terlebih dahulu harga yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Jember dengan instansi yang menawarkan produk serupa.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan Analisa data yang telah dikemukakan oleh peneliti mengenai implementasi strategi *marketing mix* dalam usaha meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Strategi *marketing mix* yang diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

- a. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali terdiri dari produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan jasa pelayanan. Adapun salah satu produk yang ditawarkan yaitu produk gadai emas dan cicil emas, produk gadai emas dan cicil emas ini cukup mendapat respon yang positif di masyarakat. Walaupun masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa jika ingin menggunakan produk gadai emas atau cicil emas itu pasti yang terpikirkan adalah Pegadaian, tetapi Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali melakukan penetapan produk dengan keuntungan dan keunggulan yang tidak didapatkan di instansi lain yang menawarkan produk serupa, dengan demikian masyarakat

menjadi tertarik untuk menggunakan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

b. *Price* (Harga)

Harga yang ditetapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali ini mengikuti harga yang terbaru karena melihat emas yang harganya itu berubah-ubah, untuk produk gadai emas sendiri harga yang ditetapkan yaitu dengan pemberian rate yang rendah dan taksirannya yang tinggi selain itu biaya administrasi dan biaya penitipan emasnya juga murah. Untuk produk cicil emas harga angsurannya disesuaikan dengan berat emas yang dibeli. Untuk harga emas yang ditawarkan juga terbilang murah karena Bank Syariah Indonesia bekerjasama langsung dengan PT Antam Persero.

c. *Place* (Lokasi, tempat atau saluran distribusi)

Dalam Penetapan lokasinya Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali terletak di pusat kota di kabupaten Jembrana, dimana hal ini menjadikan Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali lebih mudah untuk menjangkau sasaran pasarnya karena dengan lokasi yang berada di pusat kota ini berdekatan dengan banyak lokasi seperti pasar, sekolah, instansi pemerintahan, pemukiman masyarakat dan lain sebagainya. Dengan demikian membuat produk gadai emas dan cicil emas lebih mudah untuk diperkenalkan kepada masyarakat dan sasaran pasar di sekitar.

d. *Promotion* (Promosi)

Penetapan strategi promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan yaitu dengan terjun langsung membagikan brosur dan *gift* kepada masyarakat, melakukan seminar pengenalan produk ke instansi-instansi yang menjadi sasaran pasar, dan mengunggah brosur gadai emas dan cicil emas ke media sosial seperti Whatsapp dan Instagram masing-masing pegawainya. Dengan melakukan kegiatan promosi seperti ini cukup membuat banyak masyarakat tertarik menggunakan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan.

e. *People*

Untuk penetapan *people* yang ada di Bank Syariah Indonesia agar dapat meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emasnya yaitu dengan kinerja karyawan yang baik dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan perusahaan. Sehingga dengan pelayanan dan kinerja yang baik ini menjadikan nasabah merasa nyaman menggunakan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan. Para karyawan juga diharapkan mampu berkomitmen dengan baik dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan yang telah diatur di pusat.

f. *Physical Evodence* (Fasilitas Fisik)

Dalam penetapan fasilitas fisik ini Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali memberikan fasilitas yang terbaik bagi para karyawan dan nasabah di mana tersedianya gedung dan ruangan dengan fasilitas yang baik sebagai penunjang kegiatan di dalam perusahaan dan untuk memberikan pengalaman yang nyaman kepada nasabah yang datang. Untuk fasilitas yang menunjang pada produk gadai emas dan cicil emas Bank Syariah Indonesia menyediakan alat ukur emas, brankas, dan alat cuci emas sehingga emas yang dititipkan dan dibeli oleh nasabah terjaga keamanannya.

g. *Process* (Proses)

Dalam penetapan proses ini Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali berusaha memberikan proses yang mudah kepada para nasabah agar para nasabah tidak kesulitan saat menggunakan produk yang ditawarkan. Untuk proses pada produk gadai emas dan cicil emas terbilang mudah dan syaratnya juga tidak menyulitkan nasabah yang akan menggadaikan dan membeli emas di sini.

2. Peranan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Strategi *marketing mix* yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali memiliki peranan yang penting dalam

meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan. Dimana Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali mengimplementasikan 7 komponen yang ada pada strategi *marketing mix* dengan baik. Hanya saja dari ketujuh komponen itu yang memiliki peranan terpenting dan mendominasi dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas yang ditawarkan yaitu strategi *price* atau harga dan strategi *promotion* atau promosi. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang lebih terpaku dan merasa berminat saat melihat harga yang ditawarkan dan promosi yang dilakukan, karena dalam implementasinya saat melakukan promosi produk gadai emas dan cicil emas Bank Syariah menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami dan detail dalam penyampaian keuntungan dan akad-akad yang digunakan. Hal ini menjadikan dua strategi ini memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh oleh penulis, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, perlu memaksimalkan seluruh komponen dari strategi *marketing mix* yang digunakan agar nantinya semua komponen strategi yang diimplementasikan itu beerperan

dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas disana.

2. Agar nantinya informasi terkait dengan produk gadai emas dan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dapat lebih menyebar dan dikenal oleh masyarakat di kabupaten Jembrana hendaknya dilakukan dengan memperbanyak promosi produk gadai emas dan cicil emas melalui media social, pemasangan baliho produk gadai emas dan cicil emas, lebih sering lagi melakukan sosialisasi produk gadai emas dan cicil emas dan melakukan kegiatan promosi lainnya yang dapat meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas.
3. Bagi peneliti selanjutnya, untuk digunakan sebagai salah satu referensi serta sumber informasi terkait dengan manajemen pemasaran pada produk gadai emas dan cicil emas dengan melakukan pengembangan hasil dari penelitian ini dengan menggunakan judul yang berbeda.
4. Bagi akademis, penelitian ini untuk dijadikan salah satu referensi dan informasi yang berkaitan dengan manajemen pemasaran gadai emas dan cicil emas.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adnyana, Imade. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, 2020.
- Ali, Zainudin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2018.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Anggito, Albi, Johan Setiawan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Djaslim, Saladin. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Bandung: Linda Karya, 2010.
- Fatihudin, Didin, M. Anang Firmansyah. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Firmansyah, Hamdan, Intan Nurachmi, Hesti Umiyati et. al. *Teori Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022.
- Handriyani, Eka. *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Haque, Marissa Grace, Fawzi et. al. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pacal Books, 2022.
- Hardani, Nur Hikmatul Aulia, Helmina Andriyani et.al. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020.
- Haryoko, Sapto, Bahartiar dan fajar Arwadi. *Analisi Dasar Penelitian Kualitatif*. Makasar: Badan Penerbit UNM, 2020.
- Hidayat, Wastam Wahyu. *Konsep Dasar Investasi Dan Pasar Modal*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Krisdasusila, Andy. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Semarang Iniversity Press, 2007.

Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Soekarno Pressindo (LPSP), 2019.

Musfar, Firli Tengku. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.

Nawawi, Ismail. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: VIV Press, 2014.

Saleh, H. Muhammad Yusuf dan Miah Said. *Konsep & Strategi Pemasaran*. Makasar: Sah Media, 2019.

Salim dan Syahrums. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.

Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2016.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2021.

Sutanto, Herry dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustakan Setia, 2013.

Tarantang, Jefry. *Regulasi Dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: K-Media, 2019.

Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmian IAIN Jember*. Jember: IAIN Jember, 2019.

Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayu Media Publishing, 2012.

JURNAL DAN SKRIPSI

Apriliani, Dila. “Implementasi Marketing Mix Pada Produk IB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat”. Tugas Akhir, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2020.

Fikriah, Nafilah. “Pengaruh Marketing Mix Produk Gadai Terhadap Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Sidrap”. Skripsi, IAIN Parepare, 2020.

Hadi, A. Chairul. “Menimbang Gadai Emas Sebagai Instrumen Investasi Syariah”. *Al-Iqtishad* 4, no. 2 (Januari 2018): 182-200.

Hafidz, Jefik Zulfikar. “Investasi Emas dalam Perspektif Hukum Islam”. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (Desember, 2021): 97-110.

- Marciria, Meta. “Analisis Marketing Mix Produk Mulia (Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung)”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung, 2019.
- Mardiyant, Eko. “Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Pebankan Syariah”. Skripsi STAI Al-Azhar Menganti Gresik, 2021.
- Mirnawati. “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Rahn Di Pegadaian Syariah”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019.
- Nasrifah, Maula, Siti Chusnul. “Penerapan Sistem Gadai Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kota Probolinggo”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam 8, no. 1 (2022): 54-67
- Nulinda, Uga. “Implementasi Marketing Mix Pada Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru”. Laporan Akhir, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru, 2020.
- Putri, Riski Kurnia. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Area Medan Gajah Mada”. Skripsi, Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara, 2019.
- Ritonga, Mas Ainil Mardiyah. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Cinta Rasa Di Desa Sidadi I Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2021.
- Safarida, Nanda. “Gadai Dan Investasi Emas: Antara Konsep Dan Implementasi”. Jurnal Investasi Islam 6, no. 1 (Juni, 2021): 78-94
- Sumanti, Dewi Shinta. “Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya”. Skripsi, IAIN Metro, 2018.
- Syamira, Estu Niana, Fera Tika Ridwan, “Pengaruh *Marketing Mix* Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Nasabah Tangerang (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Karawaci)”, Jurnal Ilmu Keislaman 3, no. 2 (Juni, 2022): 112-128.

Tyastutik, Yulfi. “ Strategi Marketing Mix Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Mustarokah Mikro Di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.

WEBSITE DAN UNDANG-UNDANG

Bank Syariah Indonesia, “Produk gadai dan cicil emas”, diakses 5 Oktober 2022
<https://www.bankbsi.co.id/#>

Dewan Syariah Nasional MUI. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Nomor 26 Tahun 2002 tentang Rahn Emas

Dewan Syariah Nasional MUI. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Nomor 77 Tahun 2010 tentang jual-beli emas secara tidak tunai

Friska Yolanda, “Konsultasi Syariah: Cicil Emas”, [Republika.co.id](https://www.republika.co.id), diakses 5 Oktober 2022, <https://www.republika.co.id/berita/pxwxg6370/konsultasi-syariah-cicil-emas>



LAMPIRAN-LAMPIRAN
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sukma Lintang Nurmalasari

Nim : E20191110

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah / Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Banjar Sumbersari, Desa Melaya, Kecamatan
Melaya, Kabupaten Jembrana Bali

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Strategi *Marketing Mix* Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Dan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali”. Adalah benar-benar hasil karya saya kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

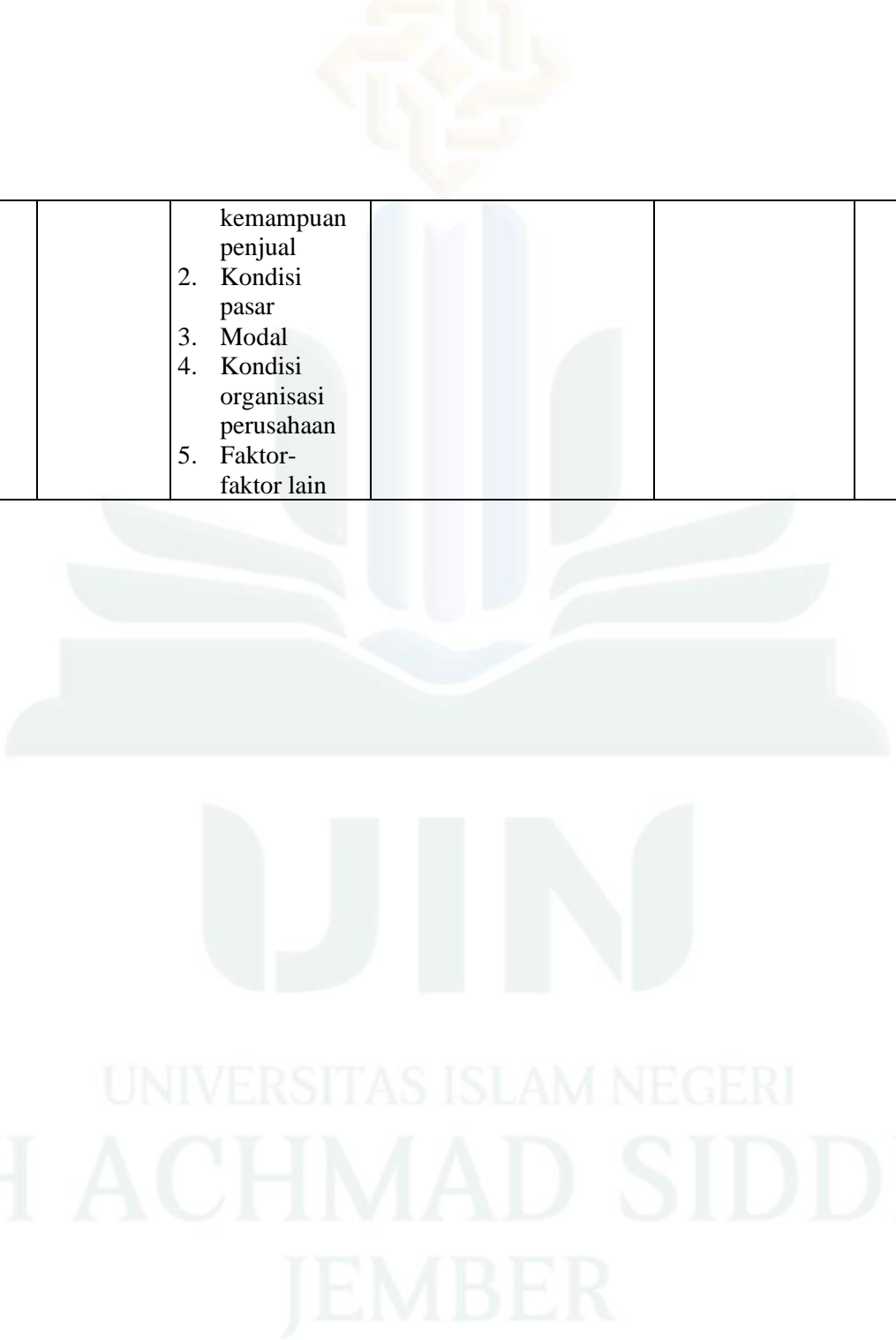
Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 09 Mei 2023

10000
METERAL
TEMBEL
15AKX37714184
Sukma Lintang Nurmalasari
E20191110

MATRIK

Judul Penelitian	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Gadai Emas dan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali	<ol style="list-style-type: none"> Strategi <i>marketing mix</i> Gadai emas dan cicil emas Volume Penjualan 	<ol style="list-style-type: none"> Strategi <i>Marketing Mix</i> Gadai Emas dan Cicil Emas Volume Penjualan 	<p>Komponen strategi <i>:marketing mix</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Product</i> <i>Price</i> <i>Place</i> <i>Promotion</i> <i>People</i> <i>Physical evidence</i> <i>Process</i> <p>Rukun dan syarat :</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Aqid</i> <i>Ma'qud 'Alaih</i> <i>Shigat</i> <i>Marhun bih</i> <i>Marhun</i> <p>Faktor yang mempengaruhi volume penjualan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kondisi dan 	<ol style="list-style-type: none"> <i>Branch Operational & Service Manager</i> Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. <i>Pawning Representative</i> Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. <i>Pawning Parasial</i> Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. <i>Operational Staff</i> pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. <i>Customer Service Representative</i> Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali. Nasabah produk cicil emas. Nasabah produk gadai emas 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan penelitian: Pendekatan kualitatif. Jenis penelitian: Deskriptif Subyek penelitian: Purposive Teknik pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> observasi wawancara dokumentasi Analisis data: Deskriptif Keabsahan data: Triangulasi Sumber 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimanakah strategi marketing mix yang di implementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas ? Bagaimana peranan strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali?



			kemampuan penjual			
			2. Kondisi pasar			
			3. Modal			
			4. Kondisi organisasi perusahaan			
			5. Faktor- faktor lain			

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara Bank Syariah Indonesia

1. Bagaimana sejarah awal munculnya produk gadai emas dan cicil emas
2. Produk apa saja yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali?
3. Dari semua produk yang ditawarkan, produk mana yang saat ini menjadi produk unggulan?
4. Bagaimana strategi marketing mix yang di implementasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas ? (7P)
 - a) Bagaimanakah penetapan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, khususnya gadai emas dan cicil emas?
 - b) Bagaimanakah penetapan harga produk di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, khususnya gadai emas dan cicil emas?
 - c) Bagaimanakah penetapan lokasi produk di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, khususnya gadai emas dan cicil emas?
 - d) Bagaimanakah promosi yang dilakukan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali, khususnya gadai emas dan cicil emas?
 - e) Bagaimanakah kebutuhan *people* atau bisa dikatakan seorang nasabah dan karyawan yang diperlukan oleh BSI KCP Jembrana Bali ?
 - f) Bagaimanakah fasilitas fisik yang diberikan dan disediakan oleh BSI KCP Jembrana Bali?
 - g) Proses seperti apakah yang dilakukan oleh BSI KCP Jembrana Bali dalam memasarkan setiap produknya terutama produk gadai dan cicil emas?
5. Bagaimana peranan strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali?

6. Dalam pemasaran produk Bank Syariah Indonesia khususnya produk gadai emas dan cicil emas ini apakah memiliki cara pemasarannya khusus atau tidak?
7. Kepada siapakah Target pemasaran produk gadai emas dan cicil emas sendiri ?
8. Seperti yang kita ketahui bali khususnya kabupaten jembrana sendiri mayoritas masyarakatnya Bergama hindu lalu apakah BSI KCP Jembrana Bali juga mengenalkan dan memasarkan produknya khususnya produk gadai dan cicil emas kepada masyarakat non muslim juga?
9. Apakah ada strategi khusus dalam memasarkan produk dikalangan masyarakat non muslim? Jika iya strategi marketing mix seperti apa?
10. Dari ketujuh komponen dalam strategi marketing mix strategi apa saja yang paling dominan dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas dan cicil emas?

B. Wawancara Nasabah Gadai Emas dan Cicil Emas BSi KCP Jembrana Bali






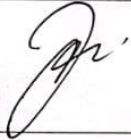

1. Darimana mengenal Bank Syariah Indonesia?
2. Apa yang membuat tertarik untuk menggunakan produk gadai emas/ cicil emas ?
3. Adakah biaya administrasi yang dibebankan kepada bapak/ibu?
4. Apakah proses pengajuan produk gadai emas dan cicil emas rumit?
5. Alasan ibu atau bapak memilih produk gadai emas/ cicil emas?

JURNAL PENELITIAN

ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK GADAI DAN CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBRANA BALI

LOKASI






BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBRANA BALI

NO	HARI/TANGGAL	KETERANGAN	TANDA TANGAN
1.	28, Desember 2022	Menyerahkan Surat Ijin Penelitian dan proposal kepada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali	
2.	16, Januari 2023	Konfirmasi Diterima untuk penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali	
3.	03, Februari 2023	Wawancara dengan pawning representative terkait dengan implemntasi strategi <i>marketing mix</i> pada produk gadai dan cicil emas	
4.	03, Februari 2023	Wawancara dengan pawning aprasial terkait dengan implemntasi strategi <i>marketing mix</i> pada produk gadai dan cicil emas	
5.	06, Februari 2023	Wawancara dengan <i>customer service</i> terkait dengan produk yang ditawarkan dan produk yang paling diminati	
6.	06, Februari 2023	Wawancara dengan <i>Branch Operational & Service Manager</i> terkait dengan profil dan sejarah berdirinya Bank Indonesia KCP Jembrana Bali	
7.	06, Februari 2023	Wawancara Dengan Operational Staff terkait dengan struktur prganisasi pada Ban Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali	

K

DIQ

JEMBER

8.	06, Februari 2023	Observasi dan ikut serta bersama bagian yang menangani produk gadai dan cicil emas melakukan pemasaran dan mempromosikan produk gadai dan cicil emas ke masyarakat	
9.	09, Februari 2023	Observasi dan ikut Bersama bagian funding & transaction representative melakukan promosi dan presentasi terkait dengan produk yang ada pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali	
10.	11, Februari 2023	Wawancara Harabah Eadar & Gitem	
11.	11, Februari 2023	Wawancara Harabah Eadar & cicil emas.	
12.	13, Maret 2023	Pengambilan surat keterangan selesai penelitian.	

Jembrana, 2023

PT. Bank Syariah Indonesia
KCP Jembrana Bali


BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Jembrana Bali

Muhammad Hairri

KF

DIQ

JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-1679Un.22/7.a/PP.00.9/12/2022 16 Desember 2022
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.
Kepala Bank Syariah Indonesia
KCP Jembrana Bali

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Sukma Lintang Nurmalasari
NIM : E20191110
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Marketing Mix Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Emas Dan Cicil Emas di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,




Nurul Widyawati Islami Rahayu

KH

3.



PT. Bank Syariah Indonesia Tbk
Kantor Cabang Pembantu Jembrana
Jl. Higinah Pur No. 70 A. Dauhwaru
Jembrana Bali
T : +62 305 450 3499
F : +62 305 450 2137

13 Maret 2023

No. 03/000...3/18210

Lampiran: 1 (satu) berkas

Perihal: **Keterangan Selesai Penelitian Sdri. Sukma Lintang Nurmalasari**

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Berkenaan dengan perihal surat tersebut diatas kami dari PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor Cabang Pembantu Jembrana, menerangkan bahwa mahasiswi dengan data sebagai berikut :

Nama : Sukma Lintang Nurmalasari

Nim : E20191110

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Universitas : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan telah menyelesaikan penelitian di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana dengan judul "**Analisis Strategi *Marketing Mix* Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Emas Dan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali**".

Semoga Bapak/Ibu beserta seluruh jajaran pegawai Kejaksaan Negeri Jembrana senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Demikian kami sampaikan. Atas kerja sama Bapak/Ibu, kami mengucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum, Wr. Wb

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
KCP JEMBRANA

Muhamad Haiyi
Branch Manager

KH

2



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-11.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/04/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Sukma Lintang Nurmalasari
NIM : E20191110
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Emas dan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 11 April 2023
An. Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

KH



DOKUMENTASI PENELITIAN



Pawning Aprisial Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali



Operational Staff Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali



Customer Service Representative Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali



Duplikat Produk Ciciel Emas



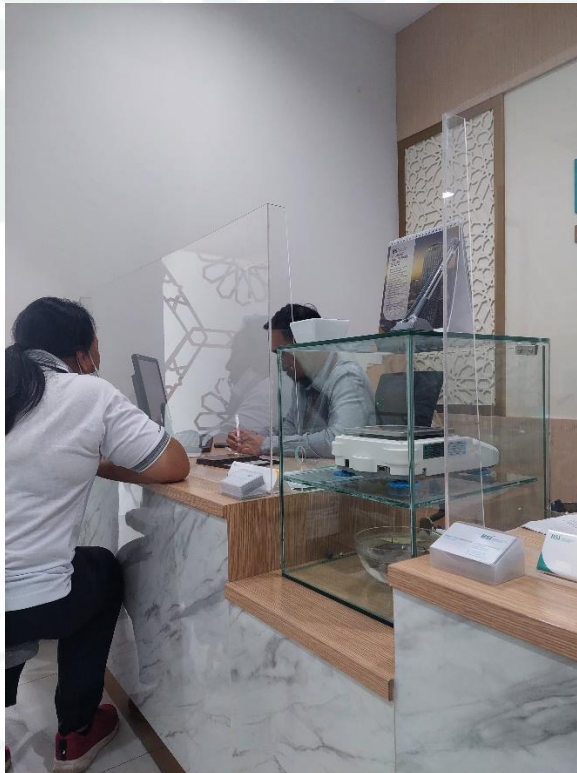
Nasabah Produk Cicil Emas



Nasabah Produk Cicil Emas



Nasabah Produk Cicil Emas



Nasabah Produk Gadai Emas



Pawning Representative dan Pawning Aprasial BSI KCP Jembrana Bali



Promosi Produk Gadai Emas dan Cicil Emas serta Pemberian Gift



Seminar Produk Gadai Emas dan Cicil Emas



Seminar Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

Formulir Permohonan Cidil Emas

Bismillahrahmaanirrahim Cabang Tanggal

Ditanggapi dengan huruf cetak

INFORMASI UMUM
 Anda memperoleh informasi Cidil Emas PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk (Bank) dari:
 Teman/Saudara/Kerabat Koran Seminar Lainnya, sebutkan _____
 Spanduk Brosur Iklan TV/Radio

Pemohonan Nasabah
 Jenis Emas Logam Mula Koin Dinar Perhiasan Antarm, berupa _____
 Jumlah Item & Berat () 10 gram () 25 gram () 50 gram () 100 gram () 250 gram () _____ gram
 Total Berat () _____ gram
 Jangka Waktu 1 Tahun 2 Tahun 3 Tahun 4 Tahun 5 Tahun

Data Pribadi
 No. KTP/SM _____ Bertaku s/d _____
 Nama Lengkap _____
 Alamat (sesuai identitas) _____ No. _____ RT _____ RW _____
 Jalan _____
 Prov. _____ Kec. _____ Kode Pos _____
 No. Telepon _____ HP: _____
 Nama Ibu Kandung _____
 No. NPWP (wajib bila total pembayaran > 50 juta)

DATA PASANGAN(*)
 No. KTP/SM _____ Bertaku s/d _____
 Nama Lengkap _____
 Alamat (sesuai identitas) _____ No. _____ RT _____ RW _____
 Jalan _____
 Prov. _____ Kec. _____ Kode Pos _____

Data Pekerjaan / Usaha
 Data Pemohon Pnp Negeri Pnp Swasta Profesional Wiraswasta Pnp Negeri Pnp Swasta Profesional Wiraswasta
 Perusahaan _____ Bidang Usaha _____ Perusahaan _____ Bidang Usaha _____
 Jabatan _____ Lama Bekerja _____ Jabatan _____ Lama Bekerja _____
 Alamat Kantor _____ Alamat Kantor _____
 Gaji Bersih Per Bulan _____ Rp. _____ Gaji Bersih Per Bulan _____ Rp. _____
 Total Penghasilan Joint Income _____ Rp. _____

Kejelasan & kebenaran informasi yang (opsional)?
 Apakah Bapak/Ibu bersedia untuk dikusertakan dalam asuransi jiwa dan dikenakan biaya premi tambahan? Ya Tidak
 (Nasabah tidak pada syarat dan ketentuan pihak asuransi)

Know Your Customer (KYC) & Anti Money Laundering (AML)
 Dengan pernyataan di bawah ini saya berjanji dengan dukungan saya bersama untuk mematuhi ketentuan Anti Pencucian Uang (Anti Money Laundering) sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam Peraturan Menteri Keuangan No. 13/PMK/01/2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Prosedur Pencegahan Pencucian Uang (Anti Money Laundering) dan Peraturan Menteri Keuangan No. 12/PMK/01/2012 tentang Penyelenggaraan Program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme di Sektor Perbankan.

1. Apakah Bapak/Ibu salah satu orang yang tercantum dalam daftar perusahaan Bank Syariah (termasuk grup) pernah memperoleh fasilitas pembiayaan?
 a. Dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk? Ya, sebutkan _____ Tidak
 b. Dari Bank/Kendur Lain? Ya, sebutkan _____ Tidak

2. Apakah Bapak/Ibu Cidil Emas?
 a. Pernah melakukan pembelian aset/jasa publik ter tentu (Publicly Exposed Person/PEP)? Ya, sebutkan _____ Tidak
 b. Memiliki hubungan kekeluargaan/kelembagaan dengan PEP? Ya, sebutkan _____ Tidak
 c. Memiliki hubungan kekeluargaan/kelembagaan dengan WNA? Ya, sebutkan _____ Tidak
 d. Melakukan pembelian aset publik BSI, pihak terkait BSI atau memiliki hubungan dengan pejabat eksekutif BSI? Ya, sebutkan _____ Tidak

3. Apakah Bapak/Ibu salah satu orang yang tercantum dalam daftar perusahaan Bank Syariah (termasuk grup) pernah memperoleh fasilitas pembiayaan?
 a. Dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk? Ya, sebutkan _____ Tidak
 b. Dari Bank/Kendur Lain? Ya, sebutkan _____ Tidak

4. Apakah Bapak/Ibu salah satu orang yang tercantum dalam daftar perusahaan Bank Syariah (termasuk grup) pernah memperoleh fasilitas pembiayaan?
 a. Dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk? Ya, sebutkan _____ Tidak
 b. Dari Bank/Kendur Lain? Ya, sebutkan _____ Tidak

Diselamatkan
 Dengan menandatangani formulir ini, saya menyatakan:
 1. Data yang ada pada formulir ini adalah benar.
 2. Bank berhak melakukan pemrosesan terhadap informasi data yang saya berikan.
 3. Saya setuju dan memberikan kuasa kepada Bank yang tidak dapat dibatalkan secara sepihak oleh saya untuk mendebet rekening saya dalam rangka pembayaran biaya-biaya yang timbul atas permohonan Cidil Emas ini yang antara lain adalah biaya administrasi, biaya asuransi kerugian, biaya meterai dan ongkos kirim.
 4. Saya bersedia melakukan dana di rekening tabungan 1 (satu) kali angsuran sebelum pemecatan dan dana tersebut diblokir selama masa pembayaran.
 5. Saya bersedia membayar denda keterlambatan apabila pembayaran melampaui tanggal jatuh tempo.
 6. Saya tidak akan memberikan tanggapan dalam bentuk apapun baik berupa uang maupun barang kepada pejabat atau karyawan Bank terkait dengan permohonan Cidil Emas.
 7. Bank memberikan pelayanan yang cukup mengenai karakteristik produk Cidil Emas yang akan saya gunakan dan saya telah membaca, mengerti, dan memahami segala ketentuan penggunaan produk pembiayaan yang dimaksud termasuk manfaat, risiko dan biaya-biaya yang terkait pada produk Cidil Emas ini:
 a. Utang: Membantu nasabah untuk membayar kepemilikan emas berupa lantakan (batangan), dinar dan perhiasan emas Antarm.
 b. Limit: 1) Maksimum 80% dari harga beli emas lantakan (batangan). 2) Maksimum 80% dari harga beli dinar. 3) Maksimum 60% dari harga beli perhiasan emas Antarm.
 c. Jaminan Pembiayaan: 1) Maksimum Rp. 500 juta, termasuk Cidil Emas 50 Pinar. 2) Nasabah dapat menarikan secara bersamaan memiliki fasilitas Gada Emas dengan ketentuan jumlah keseluruhan maksimal Rp. 250 juta.
 d. Uang Muka: 1) Minimum 20% untuk emas lantakan/dinar. 2) Minimum 40% untuk perhiasan emas Antarm.
 3) Uang muka dibayar secara tunai oleh nasabah yang berasal dari dana nasabah sendiri (self funding) dan bukan berasal dari pembiayaan Bank.
 e. Cara Pembayaran: Secara angsuran dalam jumlah yang sama setiap bulan.
 f. Stan/Kiosk/Balok (Kd) pada Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) Apabila pada saat pencarian Bank menemukan Kd 1 (tidak lancar), maka nasabah tidak termasuk dalam Cidil Emas atau tidak berhak melakukan pembelian pembiayaan Cidil Emas dengan (eksklusif) (kecuali dengan persetujuan).
 g. Penarikan: Sebelum jatuh tempo nasabah tidak dapat melakukan penarikan dengan ketentuan sbb:
 1) Setiap saat sesuai kemampuan Bank.
 2) Nasabah wajib membayar sisa pokok dan sejumlah margin (total hanging).
 3) Dana penarikan bukan berasal dari penjualan agunan.
 h. Penjualan Agunan: Apabila nasabah meninggal, asuransi meninggal dunia, maka agunan diotokus oleh Bank setelah melampaui periode 9 bulan sejak tanggal akad.
 i. Had Penjualan Agunan: Had penjualan agunan diper gunakan untuk menutupi fasilitas Cidil Emas nasabah dengan memperhatikan sisa total hanging sbb: a. Apabila hasil eksekusi > sisa total hanging, maka seluruh penjualan dibayarkan kepada nasabah. b. Apabila hasil eksekusi < sisa total hanging, maka seluruh kerugian menjadi tanggungan nasabah.
 8. Saya menyetujui dan tunduk pada syarat dan ketentuan produk Cidil Emas yang berlaku di PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

Dalam hal Cidil Emas ini dituang oleh BANK maka formulir permohonan ini merupakan bagian dari menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan dengan akad murabahah dan akad gada (Rahn) serta Surat Bukti Kepemilikan Emas.

Suami/Keluarga (jika ada) _____ Name Nasabah _____

Formulir Permohonan Gadai Emas

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

BSI Hasanah Card

Partner Transaksi Hijrah Hasanah

Informasi lengkap kunjungi kantor cabang BSI terdekat atau www.bankbsi.co.id

BSI terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan



BSI BANK SYARIAH INDONESIA

Tabungan Haji Indonesia

Wujudkan Niat Suci Anda Ke Baitullah

Tabungan perencanaan haji dan umrah berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah.

- Tanpa biaya administrasi bulanan.
- Online dengan SISKOHAT.
- Pelaksanaan haji secara online.
- Mendapat kartu haji & umrah bagi nasabah yang telah mendaftar haji.



BSI BANK SYARIAH INDONESIA

BSI Mobile

Kebaikan dalam Genggaman

Penjualan Agunan: Apabila nasabah meninggal, asuransi meninggal dunia, maka agunan diotokus oleh Bank setelah melampaui periode 9 bulan sejak tanggal akad.



Brosur Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KCP Jembrana Bali

Deposito Valas

Investasi Berjangka Dalam Valas Berdasarkan Syariah
Investasi berjangka yang dikelola dengan akad Mudharabah yang dilunaskan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang USD. Tersedia jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

- Nisbah bagi hasil yang kompetitif.
- Fasilitas ARO (Automatic Roll Over) yaitu penangangan otomatis jika deposito jatuh tempo belum dicairkan.
- Terdapat pilihan jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 Bulan.

Tarif dan Biaya

1. Setoran awal: USD 1.000.
2. Biaya Break deposito: USD 10.
3. Biaya penggantian Bilyet rusak: Rp10.000.

Syarat dan Ketentuan Umum

- Perorangan: KTP, NPWP, PASPOR, KITAS, KITAP.
- Non Perorangan: Sesuai Badan Hukum.

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA

BSI Produk Dana dan Jasa

Layanan syariah untuk seluruh kebutuhan finansial Anda

www.bankbsi.co.id
Bank Syariah Indonesia Call 14040

BSI Mobile

Kemudahan bertransaksi & keberkahan dalam genggaman

Dilengkapi Fitur Unggulan:

- Buka Rekening Online
- Fitur e-mas
- Transaksi QRIS
- Fitur Berbagi
- Top Up eWallet

BSI NET

Nikmati Pengalaman Bertransaksi untuk Bisnismu dengan BSI Net

- Lebih mudah transaksi sesuai kebutuhan
- Bisnis tetap lancar
- Tidak perlu datang ke Kantor Cabang

Brosur Produk Dana dan Jasa



Gadai Emas & Cicil Emas

Lebih Menguntungkan

Nilai Taksiran Tinggi, Biaya Titip Ringan

Solusi Kebutuhan Dana dengan Mudah, Cepat dan Aman

www.bankbsi.co.id
Bank Syariah Indonesia Call 14040

Brosur Produk Gadai Emas dan Cicil Emas

BIODATA PENULIS



Nama : Sukma Lintang Nurmalasari
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Negara, 22 Januari 2001
Alamat : Banjar Sumbersari, Desa Melaya, Kecamatan Melaya,
Kabupaten Jembrana Bali
Agama : Islam
Nomer Telepon : 081237391545
Riwayat Pendidikan
TK : TK PGRI 2 Melaya
SD : SD Negeri 3 Melaya
SMP : SMP Firdaus
SMA : MAN 1 Jembrana
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER