

**IMPLEMENTASI INVESTASI EMAS DENGAN PRODUK
PEMBIAYAAN CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KCP PROBOLINGGO**

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
JEMBER

Oleh :

DWI MUTMAINNAH PELITA PUTRI

NIM: 204105010066

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2024**

**IMPLEMENTASI INVESTASI EMAS DENGAN PRODUK
PEMBIAYAAN CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KCP PROBOLINGGO**

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** JEMBER

Disetujui Pembimbing

Udik Mashudi, S.E., M.M.

NUP. 2005106

**IMPLEMENTASI INVESTASI EMAS DENGAN PRODUK
PEMBIAYAAN CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KCP PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima 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 Jember

Hari : Senin

Tanggal : 29 April 2024

Tim Penguji

Ketua

Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si.
NIP. 198803012018012001

Sekretaris

Agung Parmono, S.E., M.Si.
NIP. 197512162009121002

Anggota :

1. Dr. Ahmad Afif, M.E.I.
2. Udik Mashudi, S.E., M.M.

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

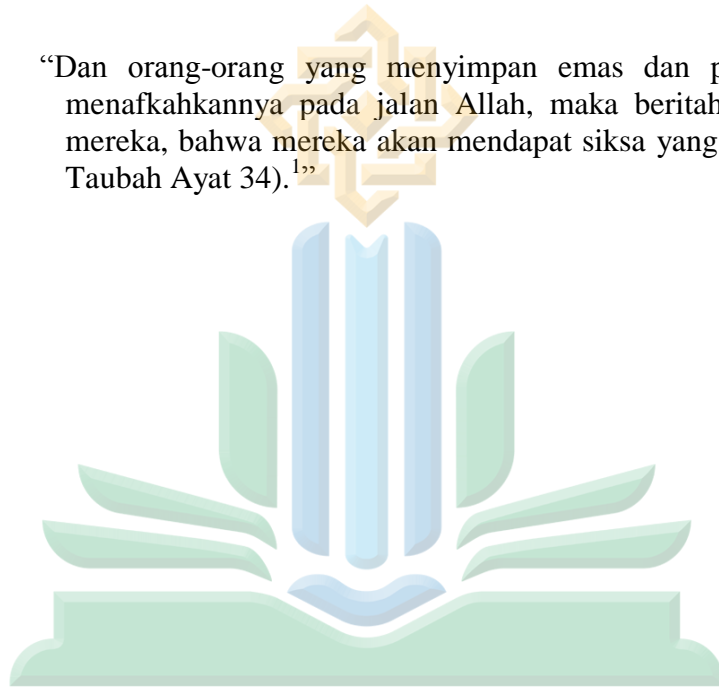
Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196811261996031001

MOTTO

وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ

أَلِيمٍ

Artinya : “Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, bahwa mereka akan mendapat siksa yang pedih. (QS. At-Taubah Ayat 34).¹”



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

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur,An Tajwid Dan Terjemah*, (Bandung: CV. Penerbit Diponogoro, 2010). 187

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah penulis ucapkan Tuhan pemilik Dzat yang hidup dan yang mati, yang telah memberikan Rahmat serta Hidayah-Nya dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan penyelesaian skripsi ini. Sehingga sampai pada kata “*Finish*” sebagai salah satu syarat untuk program Sarjana, serta mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini saya persembahkan untuk-untuk orang yang selalu bertanya “*kapan skripsimu selesai?*” dan “*kapan kamu wisuda*”. Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik terlambatnya mereka lulus, dan percayalah, alasan saya di sini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

Meskipun jauh dari kata sempurna, tapi penulis selalu bersyukur bisa sampai pada tahap ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Pintu surgaku ibunda tersayang, ibunda Arsiati, beliau telah melewati banyak perjuangan serta rasa sakit dengan menjadi sosok ibu sekaligus ayah untuk mendukung cita-cita saya. Beliau yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis, terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan peneliti, *I love you more more more*.

2. Kepada ayahanda tercinta, Ahmad Taufiq, yang selalu berjuang, bekerja keras untuk dapat membahagiakan dan menjadikan peneliti orang yang sukses.
3. Kakak dan Adik tercinta yaitu Arfin Eka Pratama & Mohammad Ilyas, terima kasih sudah menjadi penyemangat, *mood booster* dan menjadi alasan peneliti untuk pulang ke rumah setelah beberapa bulan meninggalkan rumah demi menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
4. Saudara - saudara penulis di kelas PS3 angkatan 2020, yang telah ikhlas membantu & menemani peneliti tanpa pamrih.
5. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang luar biasa juga telah memberikan ruang kepada kami untuk selalu mengingat latar belakang kami.
6. Almamaterku Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang selalu aku cinta dan selalu aku banggakan.
7. Anisa yang telah memberi motivasi, *support*, dan semangat kepada peneliti serta selalu setia mendengarkan curahan hati peneliti dalam pengerjaan skripsi.
8. Deni Andriawan sebagai partner spesial peneliti, terima kasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, yang menemani & meluangkan waktunya, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan dan memberi semangat untuk terus maju dan tanpa kenal kata menyerah dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian peneliti.
9. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di

luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apa pun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Terima kasih dan mohon maaf tanpa tanda batas, untuk seluruh kekhilafan yang disengaja maupun tidak disengaja. Karena pemberian maaf dari kalian yang jadi modal keselamatan kami didunia serta akhirat.

Jember, 20 Maret 2024

Penulis



Dwi Mutmainnah Pelita Putri



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

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah kami ucapkan atas anugerah serta rahmat yang senantiasa Allah SWT berikan bagi kita bersama. Sholawat dan salam selalu kita curahkan terhadap beliau sang pembawa perubahan yaitu Nabi Muhammad SAW. Berkat perjuangannya kita dapat membedakan antara yang salah dan benar yakni agama Islam.

Usaha yang dibarengi proses yang telah kami lewati, membawa pada suatu kesuksesan sampai Skripsi dengan judul **“IMPLEMENTASI INVESTASI EMAS DENGAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP PROBOLINGGO”** dapat terselesaikan sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah penulis menyusun Proposal Skripsi ini yang akan diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Keberhasilan serta capaian dalam penyusunan skripsi ini tidak tanpa hambatan, namun kerja keras dan dukungan dari berbagai elemen sangat kami harapkan. Oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan banyak terima kasih tanpa batas terhadap:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yakni Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yakni, Prof. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.

3. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yakni, Dr. M.F. Hidayatullah S.H.I., M.S.I.
4. Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yakni, Ana Pratiwi, M.S.A.
5. Bapak Udik Mashudi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan masukan, saran serta meluangkan waktunya kepada peneliti selama pelaksanaan penelitian dan penulisan Skripsi ini sampai selesai.
6. Bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I selaku Dosen Penasehat Akademika (DPA) yang telah membantu penulis menyelesaikan studi saat di bangku perkuliahan.
7. Dosen dan *Civitas Akademika* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah membimbing kami sejak Semester satu hingga saat ini.
8. *Staff* Tata Usaha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang sudah memberikan kemudahan dalam bidang administrasi pada penyusunan Skripsi ini.
9. Seluruh penulis referensi yang telah kami kutip karyanya dalam penyusunan Proposal ini.
10. Seluruh karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses pelaksanaan penelitian di lapangan.

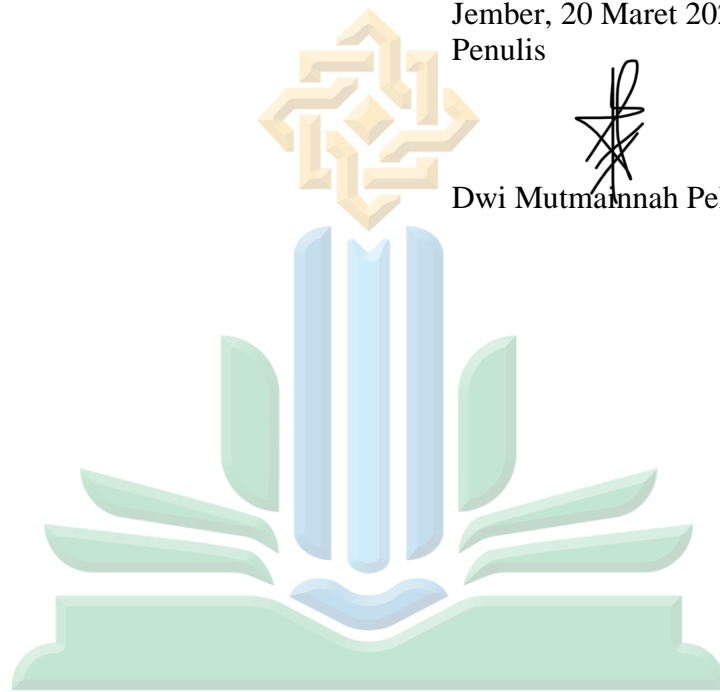
Penyusunan Proposal Skripsi ini belum bisa dikatakan sempurna, maka kami mengharapkan kritik dan saran dari pembaca sebagai evaluasi untuk karya setelahnya. Terakhir, kami berharap Proposal ini memiliki faedah untuk kita semua, Amin Allahumma Amin.

Jember, 20 Maret 2024

Penulis



Dwi Mutmannah Pelita Putri



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

ABSTRAK

Dwi Mutmainnah Pelita Putri, Udik Mashudi, 2024: Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

Kata Kunci: Investasi, Emas, Bank Syariah Indonesia

Di Indonesia tidak hanya mengenal investasi konvensional tetapi juga investasi syariah yang dalam pengelolaannya dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam, Salah satu jenis investasi syariah adalah berbentuk investasi emas. Emas dapat digunakan sebagai salah satu instrumen investasi berbasis syariah karena selain cenderung aman, harga emas juga relatif naik setiap tahunnya. Dengan kemajuan teknologi di zaman modern ini, investasi emas dapat dilakukan melalui aplikasi online yang tentunya terdaftar di OJK.

Fokus masalah yang diteliti pada skripsi ini adalah: 1) Bagaimana implementasi pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo? 2) Bagaimana strategi untuk meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo? 3) Apa saja kendala dalam implementasi pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?

Adapun Tujuan penelitian ini adalah Untuk: 1) Untuk mengetahui mekanisme pelaksanaan pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. 2) Untuk mengetahui strategi untuk meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. 3) Untuk mengetahui kendala-kendala dalam implementasi pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

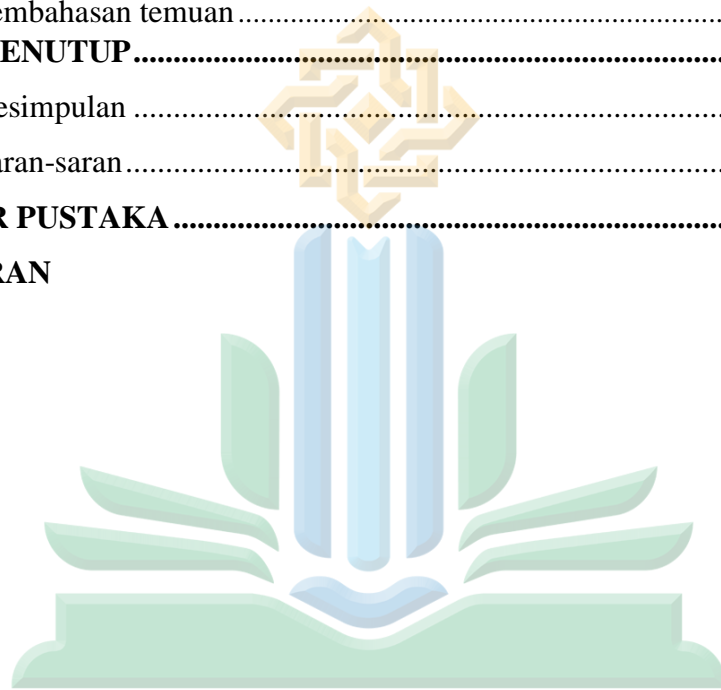
Dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan menggambarkan semua data atau keadaan subjek atau objek penelitian, kemudian menganalisis data bersifat induktif dan menginterpretasikannya dengan menggambarkan dan mendeskripsikan langsung Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian field Research.

Hasil dari penelitian ini menyatakan 1) Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo memberikan kesempatan masyarakat untuk memiliki emas batangan dengan melakukan pengajuan pembiayaan sesuai prosedur yang telah disepakati, dengan cara mencicil & menggunakan akad murabahah, Prosedur sudah sesuai dengan Fatwa DSN MUI No: 04/DSN- MUI/IV/2000 tentang murabahah. 2) strategy marketing, memadukan pemasaran tradisional dengan digital. 3) kendala, nasabah masih merasa kurang membutuhkan produk cicil emas untuk menyimpan kekayaannya dan persaingan dengan perusahaan lain. 4) dan Solusi, melakukan pemasaran secara langsung & tidak langsung kepada calon nasabah.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
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.....	13
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Kajian Teori	32
1. Kajian Teori Investasi	32
2. Kajian Teori Cicil.....	34
3. Kajian Teori Pembiayaan	36
4. Kajian Teori Strategi Pemasaran.....	37
5. Kajian Teori Kendala Dalam Implementasi Pembiayaan	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	50
C. Subyek Penelitian.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51

E.	Analisis Data	53
F.	Keabsahan Data.....	56
G.	Tahapan-Tahapan Penelitian.....	57
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS		59
A.	Gambaran Obyek penelitian.....	59
B.	Penyajian data dan analisis.....	68
C.	Pembahasan temuan	77
BAB V PENUTUP		93
A.	Kesimpulan	93
B.	Saran-saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN		



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

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 4.2 Jam Operasional PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo	66



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

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia	61
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo .	62



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perbankan merupakan lembaga penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Peran penting perbankan adalah karena ia mampu menjadi perantara antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana, sehingga alokasi sumber daya ekonomi menjadi lebih efektif².

Bank syariah dan unit usaha syariah adalah entitas keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam. Bank ini didirikan untuk menawarkan berbagai produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan hukum islam, seperti pembiayaan tanpa bunga (mudharabah & musyarakah)³. Berdasarkan jenisnya Bank Syariah terdiri tiga jenis utama yaitu BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah). Bank syariah tentu berbeda dengan bank konvensional, baik dalam sistem operasionalnya maupun kegiatan operasionalnya, bank konvensional didasarkan pada sistem bunga sedangkan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil, ditambah dengan kegiatan jual beli dan sewa guna usaha dan berbagai transaksi lainnya yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun, meskipun ada perbedaan mendasar dalam sistem operasional dan kegiatan bisnis antara bank syariah Indonesia dan konvensional,

² Khamdan Rifa'i, Nurul Setianingrum, Nurul Widyawati IR, Retna Anggitaningsih, Fauzan1, M. Hamdi HS, "Cost Analysis of Banking Transactions in The Digital Age," *Journal of Positive School Psychology* 6, No. 10, (2022), 2966.

³ Satriak Guntoro, Nurnasrina, Heri Sunandar, Dkk, "Pengertian, Ruang Lingkup Perbankan, Latar Belakang, Prinsip Dansejarah Perbankan Syariah di Indonesia" *Jurnal Riset Indragiri* 1, No. 03 (2020), 215.

keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu memberikan layanan keuangan kepada masyarakat. Kemudian pendekatan mereka dalam mencapai tujuan tersebut sangatlah berbeda.

Bank syariah dikenal dengan sebutan bank Islam yaitu bank keuangan (*Finansial Interprise*), perusahaan yang terdiri dari berbagai macam sumber daya ekonomi (*Resources*) dan manajemen (*Managerial skill*) dalam menghasilkan barang dan jasa. Bank syariah dapat diartikan lembaga keuangan/perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist. Perbankan merupakan penopang yang sangat penting bagi pertumbuhan perekonomian. Dimana bank syariah memegang peranan penting sebagai lembaga intermediasi dibidang keuangan baik dalam bentuk pembiayaan, pembayaran, maupun investasi.

Investasi adalah salah satu instrumen yang memainkan peran penting untuk pembangunan suatu negara dan peningkatan kesejahteraan masyarakatnya, termasuk Indonesia. Investasi secara sederhana diartikan dengan penanaman modal. Investasi dapat menjanjikan masyarakat sebuah keuntungan di masa depan. Investasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian khususnya untuk masa depan, karena dengan kegiatan investasi kita dapat memperoleh keuntungan.

Investasi merupakan salah satu prinsip konsep islam. Investasi dalam islam memiliki dimensi spiritual. Dalam pandangan islam, harta benda yang dimiliki oleh individu merupakan Amanah dari Allah SWT, dan individu tersebut memiliki tanggung jawab moral untuk mengguanakan harta tersebut

dengan cara yang baik dan benar. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Hashr ayat 18 sebagai berikut:

أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعْدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan*”. (Al-Hashr ayat 18)⁴.

Investasi dibedakan menjadi dua, yaitu investasi pada aset finansial dan investasi pada aset riil. Investasi pada aset finansial melibatkan alokasi dana ke dalam instrumen keuangan yang diperdagangkan di pasar uang atau pasar modal, misalnya dalam bentuk sertifikat deposito, *commercial paper*, Surat Berharga Pasar Uang (SPBU), dan lainnya. Sedangkan Investasi pada aset riil melibatkan penempatan dana pada aset nyata seperti properti, tanah, barang modal, dan sejenisnya. Investasi merupakan suatu kegiatan yang mengandung risiko karena dihadapkan pada ketidakpastian. Dengan demikian, perolehan pengembaliannya (*return*) tidak pasti dan tidak tetap. Dalam hal ini ada istilah dalam investasi bahwa semakin tinggi return maka semakin tinggi pula risikonya. Namun ada instrumen investasi yang dianggap paling aman dan mempunyai minim risiko, instrumen investasi tersebut adalah investasi pada logam mulia emas, karena investasi logam mulia termasuk dalam kategori investasi yang aman dan menguntungkan.

Indonesia adalah negara yang sedang berkembang yang orientasi keuangan masyarakatnya masih bersifat jangka pendek atau kategori *saving*

⁴ Eva Nur Fadhillah, “Investasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas (CILEM) Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Indramayu Soeprapto” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, 2021), 5.

society. Jika dibandingkan dengan negara-negara maju, orientasinya lebih ke arah jangka panjang atau kategori komunitas investasi, kesadaran finansialnya sangat besar sehingga mampu menyisihkan 30% pendapatannya untuk investasi. Oleh karena itu, diperlukan edukasi masyarakat yang intensif dan kontinuitas untuk mengubah masyarakat dari masyarakat tabungan menjadi masyarakat investor.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi saat ini juga memberikan kemudahan bagi investor untuk bebas memilih cara berinvestasi. Investasi merupakan salah satu instrumen pembangunan yang dibutuhkan suatu negara dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya, termasuk Indonesia. Investasi saat ini sudah mulai berkembang cukup baik dan menjadi hal terpenting untuk masa depan. Namun masih banyak masyarakat yang kurang antusias untuk berinvestasi, oleh karena itu, untuk menggerakkan sejumlah sektor agar lebih bergairah, menjamin stabilitas perekonomian sangatlah penting. Sebab, jika hal ini terganggu, maka kepercayaan masyarakat untuk mulai berinvestasi tentu akan menurun⁵. Ketika investasi sudah mulai menjadi sesuatu yang sangat menarik bagi para investor atau calon investor, maka para investor tersebut akan mempunyai tujuan untuk berinvestasi pada suatu sektor tertentu.

Investasi emas adalah suatu kegiatan menanam modal pada aset berupa emas dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Emas bisa dikatakan sebagai produk yang paling kecil risikonya. Logam mulia emas dikenal

⁵ Mita Astuti, "Sistem Pengelolaan Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palangka Raya 2" (Skripsi, IAIN Palangkaraya, 2021), 1.

sebagai salah satu barang investasi yang dijamin memberikan keuntungan bagi masyarakat yang berinvestasi, karena investasi emas cenderung mengalami harga yang selalu meningkat setiap tahunnya. hal inilah yang memberikan sebuah jaminan akan keuntungan bagi masyarakat yang berinvestasi emas logam mulia, apalagi jika selisih harga emas antara harga beli dan harga jualnya cukup besar.

Emas adalah salah satu investasi yang aman dan menguntungkan untuk saat ini dan di masa depan. Sebab, jika dilihat dari segi harga maka emas sangat likuid dan mudah untuk dicairkan serta pengelolaannya yang cukup mudah, sehingga menjadi salah satu alasan mayoritas masyarakat lebih memilih emas sebagai investasi untuk masa depannya. Emas memiliki banyak keuntungan. Namun keunggulan utamanya adalah kemampuannya mengalahkan inflasi⁶.

Beberapa alasan mengapa seseorang melakukan investasi, di antaranya: pertama, tentunya untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik dan layak di masa depan. Seseorang pasti akan berusaha mempertahankan tingkat pendapatannya untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Kedua, mengurangi tekanan inflasi. Dengan memilih perusahaan atau produk, seseorang akan dapat mencegah kekayaan atau harta bendanya menurun akibat inflasi. Ketiga, dorongan untuk menghemat pajak⁷. Beberapa negara di dunia banyak melakukan kebijakan yang mendorong tumbuhnya investasi di

⁶ Mita Astuti,1

⁷ Anggriani Fauziah, Mintaraga Emas Surya, "Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Pembiayaan Bsm Cicil Emas (Studi Pada Bank Syariah Mandiri K.C. Purwokerto)" *Jurnal Pemikiran Islam*, 17 No. 1 (Maret 2016): 61.

masyarakat melalui fasilitas perpajakan yang diberikan kepada masyarakat yang berinvestasi di bidang tertentu.

Lembaga keuangan yang memiliki peran sebagai penyedia dana atau penjual produk adalah perbankan. Tidak hanya perbankan konvensional saja, kini perbankan syariah juga mulai ikut andil dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara⁸. Dalam menjalankan kegiatan usahanya perbankan syariah selalu berlandaskan dengan prinsip-prinsip syariah di dalamnya⁹. Menurut undang-undang nomor 21 tahun 2008, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit syariah, mencakup kelembagaan kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya¹⁰.

Perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat tentunya mendorong bank syariah untuk terus melakukan inovasi produknya, sehingga keberadaan bank syariah dapat membantu segala permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Inovasi yang dimaksud adalah pengembangan produk yang sudah ada kemudian dikembangkan atau penciptaan produk baru yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat itu¹¹. Dengan demikian Bank Syariah Indonesia mampu menciptakan sebuah inovasi yaitu memberikan sebuah fasilitas pembiayaan cicilan emas. dimana

⁸ Mardiyah Haryati, "Investasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam", *Journal of Islamic Economics and Business*, 1, No. 1 (2016): 66–78.

⁹ Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim, "Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati" *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4 No. 1 (Juni 2016): 43-61.

¹⁰ Presiden Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah (Indonesia, 2008).

¹¹ Puji Rahayu Ningsih, "Investasi Emas Pada Produk Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia (Pendekatan Narrative Review)" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang, 2022), 2.

cicilan emas tersebut merupakan produk baru yang kini dikembangkan untuk memberikan hasrat masyarakat untuk mulai berinvestasi.

Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang memberikan pelayanan kepada nasabahnya dalam berbagai bentuk produk pendanaan (funding) yang dibutuhkan nasabah untuk menyimpan dana dan produk financing yang dibutuhkan nasabah yang kekurangan dana. Demi memberikan kemudahan dan pelayanan kepada masyarakat dalam memiliki emas batangan melalui produk pembiayaan perbankan. Bank membantu nasabah untuk memiliki emas dengan menggunakan fasilitas pembiayaan dari bank dalam bentuk pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia (disingkat CILEM BSI)¹².

Mengingat emas merupakan komoditas yang mempunyai nilai stabil dan mempunyai nilai stabil dan mempunyai *likuiditas* yang tinggi, berarti emas dapat dengan mudah dikonversi atau ditukarkan menjadi uang \tunai dimana saja dan kapan saja. Oleh karena itu, investasi emas merupakan salah satu investasi yang paling mudah untuk masyarakat, namun sebagian orang tidak mampu membeli emas dalam jumlah banyak karena mahalnya harga emas¹³. dan Oleh sebab itu Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo memberikan fasilitas sebagai alternatif lain bagi masyarakat dengan

¹² Afif Fatkhurohman, "Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas (Studi Kasus di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ajibarang)" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2019), 4.

¹³ Rahmad Hendi Zaelani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KC. Rogojampi", *Ribhuna : Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* 1, No. 1 (Januari 2022)

mengeluarkan produk kepemilikan emas dengan pembelian emas secara non tunai yang di sebut dengan pembiayaan cicil emas.

Produk cicil emas memiliki beberapa ketentuan pembiayaan seperti syarat umur, syarat uang muka, dan ketentuan akad¹⁴. Pembiayaan cicil emas memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki emas batangan secara mencicil/mengangsur. Adapun akad yang digunakan untuk membiayai kepemilikan emas adalah akad *Murabahah* (jual beli)¹⁵. Harga perolehan emas telah ditentukan saat akad berlangsung di antara kedua belah pihak. Karena mengingat emas merupakan investasi jangka panjang yang sangat penting dalam kehidupan masa depan, tentunya akan mendapatkan banyak keuntungan¹⁶. Hal yang menjadi suatu animo seseorang dalam melakukan investasi cicil emas adalah fluktuasi harga, dimana fluktuasi harga sangat berpengaruh terhadap produk cicil emas, ditambah lagi strategi promosi tentunya mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas¹⁷. namun Realitanya pada saat ini ternyata masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk cicil emas, sehingga masih diperlukannya adanya kegiatan promosi yang intensif khususnya di lembaga yang memiliki produk pembiayaan cicil emas. Dengan

¹⁴ Rayana Harpen, "Kajian Akad Pembiayaan Logam Mulia untuk Masyarakat pada Pegadaian Syariah". *Jurnal Kewirausahaan*, 13 No.1 (Januari-Juli 2014): 50.

¹⁵ Tiara Agustin, "Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Di Bank Sumselbabel Syariah Cabang Muhammadiyah Palembang" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah* 2, No. 1 (Maret 2022): 216.

¹⁶ Nurul Azizah F.Z, "Investasi Berbasis Emas Pada Produk Bsm Cicil Emas Di Bank Syariah (BSM) Kantor Cabang Ungaran" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2016), 46.

¹⁷ Alvien Septian Haerisma, Makmuri Ahdi, Laelatul Ahda, "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas Pada Pegadaian Bank Syariah Pasar Baru Indramayu" *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1 No. 2, (November 2021): 93.

adanya kegiatan promosi diharapkan memunculkan animo masyarakat untuk berinvestasi akan timbul dan tumbuh yang berdampak pada kepentingan investasi emas di Indonesia¹⁸.

Alasan mengapa peneliti memilih Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo adalah peneliti memiliki minat khusus dalam industri perbankan syariah atau ingin memahami lebih dalam tentang konsep dan praktik perbankan berdasarkan prinsip syariah, dan lokasi atau cabang Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo menyediakan akses lebih mudah ke data atau informasi yang relevan untuk penelitian. Untuk cabang Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo dipilih dikarenakan memiliki lokasi strategis ditengah kota Probolinggo sehingga memudahkan nasabah untuk bertransaksi di Bank Syariah tersebut. Untuk itu kenapa saya memilih lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo karena lokasinya di tepi jalan mudah dijumpai berada di tengah kota. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui beberapa point tentang pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo sebagai sarana investasi.

Seperti yang sudah penulis paparkan sebelumnya maka peneliti berinisiatif untuk melaksanakan penelitian tentang Produk Pembiayaan Cicil Emas, dengan tujuan untuk mengetahui dan mempelajari tentang upaya untuk investasi dalam produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia, dimana cicil emas merupakan produk baru yang pada saat ini masih belum banyak masyarakat yang mengetahuinya. Berdasarkan penjelasan diatas

¹⁸ Alvien Septian, 94

penulis menuangkan hasil penelitian Tugas Akhir ini dengan judul “**Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus penelitian pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?
2. Bagaimana strategi untuk meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?
3. Apa saja kendala dalam implementasi pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah hasil dari pada perencanaan pada penelitian.

Tujuan dari penulisan ini wajib berlandaskan pada permasalahan yang telah dirancang sebelumnya¹⁹. Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui implementasi investasi pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.
2. Untuk mengetahui strategi untuk meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

¹⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2020): 101

3. Untuk mengetahui kendala-kendala dalam implementasi pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa menghasilkan manfaat positif, baik teoritis serta praktis²⁰. Penelitian yang berjudul “Implementasi investasi emas dengan menggunakan produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo”. Penulisan suatu karya ilmiah akan menghasilkan manfaat bagi individu yang membacanya, sehingga manfaat tersebut diharapkan mampu memberikan pengaruh positif baik secara teori maupun praktik.

1. Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan pengetahuan guna memperluas dasar keilmuan tentang implementasi investasi emas dengan produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.
- b. Penelitian ini bisa digunakan sebagai dasar dalam penelitian berkelanjutan, sehingga penelitian tentang implementasi investasi emas dengan produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo, bisa menjadi wadah untuk menumbuhkan kembangkan hasrat nasabah dalam melakukan cicil emas di Bank BSI KCP Probolinggo.

²⁰ Tim Penyusun, 102.

2. **Praktis**

Secara praktis besar harapan supaya penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua elemen masyarakat :

a. Bagi Peneliti

- 1) Guna meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang spesifik dalam bidang pemanfaatan objek pembiayaan dalam cicil emas.
- 2) Hasil dari penelitian akan dipakai sebagai guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

b. Manfaat bagi Instansi (Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuat perbankan lebih mengetahui manfaat dari produk pembiayaan cicil emas yang dapat dijadikan sebagai sarana investasi yang sangat menguntungkan bagi nasabah. Dan diharapkan pihak-pihak yang terlibat dalam masalah perekonomian dapat menentukan kebijakan yang tepat.

c. Bagi Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Diharapkan dari penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan untuk memperkaya daftar pustaka sebagai landasan dalam kegiatan penyusunan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

d. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian diimpikan bisa berperan sebagai sumber akurat serta menjadi pendorong untuk membuka pandangan masyarakat supaya lebih memiliki hasrat untuk melakukan pembiayaan cicil emas.

e. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian serupa dan lebih lanjut dalam bidang yang sama.

E. Definisi Istilah

Dari judul tugas akhir yang peneliti angkat, ada beberapa istilah – istilah dijelaskan agar arah dan tujuan penulisan tugas akhir ini jelas dan tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami permasalahan yang dibahas.

Definisi istilah mengandung makna esensial atau istilah yang melukiskan fokus penelitian. Dimaksudkan untuk menjelaskan semua point di dalamnya²¹. Adapun definisi istilah yang berelasi dengan judul penelitian kami yakni :

1. Implementasi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), implementasi artinya pelaksanaan atau penerapan. Implementasi adalah tahap suatu proyek atau rencana dimana ide atau konsep diterapkan secara praktis.

²¹ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember Press, 2020), 100

Hal ini melibatkan langkah-langkah konkret untuk menjalankan rencana atau gagasan yang telah dirancang sebelumnya²².

2. Investasi

Investasi adalah penanaman modal pada suatu kegiatan yang mempunyai jangka waktu relatif lama pada berbagai bidang usaha atau proyek yang memerlukan dana tujuannya memperoleh keuntungan²³.

3. Emas

Emas adalah logam mulia yang memiliki nilai estetika tinggi. Tanda keindahannya berpadu dengan harganya yang menarik sehingga menjadi emas sebagai sarana ekspresi diri.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan rangkaian penyusunan Skripsi yang dimulai dari pendahuluan hingga kesimpulan/penutup. Kami menetapkan kerangka pembahasan yang jelas pada penulisan ini. Penulis kemudian menyiapkan pembahasan yang sistematis untuk memandu penulisan. Skripsi ini terbagi dalam 5 bab, yakni :

BAB I PENDAHULUAN, yang mengandung wajah umum penelitian terdiri atas :

1. Latar belakang yang merupakan penjelasan mengenai fenomena yang akan diteliti penulis.

²² Anindyadevi Aurellia, "Apa itu implementasi? Pengertian, tujuan dan contoh penerapannya" [detikjabar.com] (Juli 2022). Diakses pada tanggal 17 Jun. 2023.

²³Elif Pardiansyah, "Investasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Pendekatan Teoritis Dan Empiris" *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 8, No. 2 (2017): 340.

2. Fokus penelitian yang berisi cakupan masalah-masalah yang dicarikan jawaban melalui tindakan penelitian.
3. Tujuan penelitian yaitu garis besar arah penelitian yang akan dirujuk.
4. Definisi istilah memuat informasi tentang istilah-istilah yang sukar dan menjadi fokus penelitian dengan tujuan meminimalisir timbulnya kesalahpahaman terhadap makna istilah yang diharapkan peneliti.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, pada bagian ini terkandung diskusi kepustakaan-kepustakaan yang berisikan :

1. Penelitian terdahulu yaitu memuat hasil penelitian terdahulu yang mempunyai tema serupa dengan penelitian ini.
2. Kajian teori memuat bagian kajian teori yang didasarkan pada hukum serta teori yang berkorelasi dengan penelitian yang ditulis.

BAB III METODE PENELITIAN, pada bab ini penulis merumuskan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahapan penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA, dalam bab ini memuat tentang hasil penelitian yang terdiri dari uraian objek penelitian penyajian data dan analisis serta pembahasan temuan.

BAB V PENUTUP, Bab terakhir disini memuat kesimpulan-kesimpulan yang muncul setelah proses perdebatan pada bab sebelumnya, yang kemudian menjadi hasil atau analisis dari permasalahan yang diteliti. Dan berisi saran-saran yang membangun bagi pihak-pihak yang terlibat dalam

penelitian skripsi secara khusus, serta pihak-pihak yang memerlukan penelitian ini secara umum.



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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu menjadi dasar dalam penelitian yang akan dilakukan, kemudian dilanjutkan pembuatan resume. Dengan cara ini, orisinalitas dan lokasi penelitian dapat dikembangkan untuk membedakannya penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini²⁴.

1. Eva Fauziyah (2019). “Analisis Mekanisme Dan Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang)”²⁵.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif dan karakteristik penelitian deskriptif analisis yang didukung dengan studi literatur. Data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian Eva Fauziyah yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, Strategi promosi yang tidak efektif dan efisien sehingga segala permasalahan yang muncul berdampak pada kepuasan dan minat nasabah terhadap produk cicilan emas di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang. Secara syarat dan ketentuan, mekanisme dan pelaksanaan perjanjian produk cicilan emas dikatakan tidak memberatkan nasabah, seperti: Biaya Administrasi (Biaya

²⁴ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, (Jember: IAIN Jember Press, 2020), 46.

²⁵ Eva Fauziyah, “Analisis Mekanisme Dan Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang)” Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2019).

Administrasi Pencairan, Biaya Stempel, Biaya Asuransi Jiwa, Biaya Pengiriman).

Penelitian yang ditulis oleh Eva Fauziah memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mengkaji bagaimana mekanisme dan penerapan akad serta strategi promosinya pada pembiayaan cicil emas. Adapun perbedaannya adalah terdapat pada objek penelitian serta fokus penelitiannya, dalam penelitian terdahulu terdapat fokus penelitian syarat-syarat ketentuan dan resiko pada produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang, sedangkan pada penelitian ini ingin mengetahui bagaimana implementasi investasi emas dengan pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

2. Afif Fatkhurohman (2019). "Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas (Studi Kasus Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ajibarang)"²⁶.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field study) atau studi kasus, yaitu penelitian mendalam mengenai satuan-satuan sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat tertentu, yang hasilnya berupa gambaran yang lengkap dan tersusun baik mengenai satuan tersebut. Subyek penelitiannya (Bank Syaria'h Mandiri KCP Ajibarang)

²⁶ Afif Fatkhurohman, "Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas (Studi Kasus Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ajibarang)" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2019).

sehingga penelitian ini fokus menelusuri dan mempelajari bahan-bahan yang ada di lapangan dan relevan dengan permasalahan yang diangkat.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa produk investasi pada Bank Syariah Mandiri KCP Ajibarang khususnya Produk Pembiayaan Cicilan Emas. Investasi emas di Bank Mandiri Syariah adalah melalui produk cicilan dimana kita dapat berinvestasi dengan sejumlah kecil uang, karena cara kepemilikan yang digunakan untuk memiliki emas tersebut adalah dengan cara mencicil dengan harga flat di awal akad dengan menggunakan akad murabahah.

Penelitian yang ditulis oleh Afif Fatkhurohman memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mengkaji bagaimana implementasi investasi emas dengan produk pembiayaan cicil emas. Adapun perbedaannya dalam penelitian terdahulu lokasi penelitiannya adalah Bank Syariah Mandiri (BSM) sedangkan pada penelitian ini lokasi penelitiannya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI).

3. Silvi Oktavia (2019). "Strategi Pemasaran Pembiayaan Produk Cicil Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro)"²⁷.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field study) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga menggunakan penelitian kepustakaan (library study) untuk melengkapi datanya.

²⁷ Silvi Oktavia, "Strategi Pemasaran Pembiayaan Produk Cicil Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro)" (Skripsi Universitas Muhammadiyah Jakarta 2019).

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi

Berdasarkan hasil penelitian yang di tulis oleh Silvi Oktavia, dapat disimpulkan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan BSM KC Bintaro adalah dengan cara *canvassing marketing* secara langsung (silaturahmi dan dilakukan melalui presentasi dengan instansi). *Open table* (penawaran langsung dengan pelanggan yang melakukan transaksi dengan *customer service*). Pemasaran menggunakan STP (*Segmentasi, penargetan, positioning*) dan bauran pemasaran seperti 4P: produk, harga, tempat dan promosi. Analisisnya menggunakan metode analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman)

Penelitian yang ditulis oleh Silvi Oktavia memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mengkaji bagaimana cara atau strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas. Adapun perbedaannya pada penelitian terdahulu hanya fokus terhadap strategi pemasaran produk cicil emas dengan bauran pemasaran sedangkan pada penelitian ini membahas tentang implementasi atau penerapan investasi emas pada produk pembiayaan cicil emas.

4. Cut Nurvajri Tr (2019). “Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh”²⁸.

²⁸ Cut Nurvajri Tr, “Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

Pada penelitian yang ditulis oleh Cut Nurvajri Tr Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu penelitian yang berupaya menjelaskan solusi permasalahan yang ada saat ini berdasarkan data yang menyajikan analisis dan interpretasi data.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, BSM menggunakan STP (segmentasi, penargetan, positioning) dan bauran pemasaran yang meliputi strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses produk pembiayaan cicil emas.

Penelitian yang ditulis oleh Cut Nurvajri Tr memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mengkaji bagaimana cara atau strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas. Adapun perbedaannya pada penelitian terdahulu hanya fokus terhadap strategi pemasaran produk cicil emas dengan bauran pemasaran sedangkan pada penelitian ini membahas tentang implementasi atau penerapan investasi emas pada produk pembiayaan cicil emas yaitu prosedur, strategi pemasaran dan kendala serta solusinya.

5. Putri Nur Mulyantari (2020). “Tinjauan Bauran Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri KCP Setiabudhi Bandung”²⁹.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yaitu metode kualitatif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang

²⁹ Putri Nur Mulyantari, “Tinjauan Bauran Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri KCP Setiabudhi Bandung” (Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas, 2020).

diperoleh langsung dari sumber baik tertulis maupun lisan. pengumpulan data pada metode ini dilakukan dengan cara wawancara kepada narasumber secara langsung, melakukan observasi di lapangan dan juga diperoleh dari hasil diskusi

Berdasarkan hasil penelitian yang ditulis oleh Putri Nur Mulyantari dapat disimpulkan bahwa, Strategi pemasaran atau bauran pemasaran produk Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Setiabudhi Bandung melakukan bauran pemasaran dengan metode 7P yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process*), Bukti Fisik.

Penelitian yang ditulis oleh Putri Nur Mulyantari memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mengkaji bagaimana *strategy marketing* supaya dapat menambah peminat/nasabah terhadap produk cicil emas dan mengkaji tentang hambatan dalam melakukan strategi pemasaran. Adapun perbedaannya pada penelitian terdahulu hanya fokus terhadap strategi pemasaran produk cicil emas dengan bauran pemasaran serta hambatannya sedangkan pada penelitian ini membahas tentang implementasi atau penerapan investasi emas pada produk pembiayaan cicil emas.

6. Mustafriada (2021). “Analisis Strategi Pemasaran Investasi Logam Mulia Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pt. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pasar Legi Jombang”³⁰.

Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber

Berdasarkan hasil penelitian yang ditulis oleh mustafriada dapat di simpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Pegadaian Syariah Pasar Legi Jombang menggunakan bauran pemasaran yaitu analisis 7P dimana semua elemen tersebut saling berkaitan satu sama lain untuk mencapai tujuan tertentu. Namun dari ketujuh analisis tersebut analisis promosilah yang lebih menonjol. Dengan beberapa promosi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Pasar Cabang Legi Jombang dengan didukung elemen bauran pemasaran lainnya mampu memberikan dampak positif terhadap jumlah nasabah, terlihat dari jumlah nasabah yang mengalami peningkatan yang fluktuatif, dimana jumlah nasabah pada bulan Januari sebanyak 1150, Februari 1320, Maret 1480, April 1650, walaupun peningkatannya tidak signifikan namun menunjukkan tren positif.

³⁰ Mustafriada, “Analisis Strategi Pemasaran Investasi Logam Mulia Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pt. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pasar Legi Jombang”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021).

Penelitian yang ditulis oleh Mustafida Fadhillah memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini sama mengkaji tentang *strategy marketing* yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah. Adapun perbedaannya dalam penelitian terdahulu hanya fokus terhadap *strategy marketing* sedangkan pada penelitian ini terdapat beberapa fokus penelitian yaitu tentang bagaimana penerapannya, *strategy marketing* dan kendala dalam penerapan cicil emas, dan juga pada penelitiannya terdahulu lokasi penelitiannya adalah PT. Pegadaian Syariah Cabang Pasar Legi Jombang sedangkan penelitian ini lokasi penelitiannya di BSI KCP Probolinggo.

7. Rika Septi Mega Safira (2022). “Pelaksanaan Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Selatpanjang”³¹.

Metode penelitian dalam pengumpulan data pada penelitian yang ditulis oleh Rika Septi Mega Safira menggunakan wawancara dan analisis dokumen, serta analisis data dalam penelitian ini yaitu deskriptif dan sumber data terdiri dari data primer dan sekunder.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditulis oleh Rika Septi Mega Safira dapat disimpulkan bahwa, pelaksanaan pembiayaan murabahah yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KCP Selatpanjang pada Produk Cicilan Emas telah dilaksanakan dan pembiayaan murabahah

³¹ Rika Septi Mega Safira, “Pelaksanaan Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di BSI KCP Selatpanjang” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022).

telah sesuai ketentuan yang berlaku. Implementasi dalam mengajukan Pembiayaan Murabahah pada produk Cicilan Emas adalah: menjelaskan berbagai syarat dan fitur yang digunakan pada produk Cicilan Emas di BSI KCP Selatpanjang seperti: Persyaratan pelanggan, tim pemasaran pada produk Cicilan Emas juga akan menyampaikan ketersediaan dan harganya. Adapun persyaratan pembiayaan Cicil Emas yaitu: formulir, KTP, NPWP (jika ada), memiliki Rekening BSI, uang muka 20%, Administrasi 1% Materai. Adapun Kendala dalam pelaksanaan cicilan emas adalah: meyakinkan nasabah untuk dapat melakukan Cicilan Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Selatpanjang. Solusi dari permasalahan tersebut adalah: mempromosikan dan menawarkan cicilan emas kepada nasabah yang datang ke bank, menyebarkan brosur di media sosial seperti WhatsApp dan Instagram serta mengunjungi rumah nasabah untuk menawarkan produk.

Penelitian yang ditulis oleh Rika Septi Mega Safira memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mengkaji tentang bagaimana mekanisme pelaksanaan cicil emas dan mengkaji tentang akad dan kendala dalam pelaksanaan cicil emas. Adapun perbedaannya dalam penelitian terdahulu hanya fokus terhadap prosedur produk cicil emas saja sedangkan pada penelitian ini mengkaji tentang bagaimana pengimplementasian investasi emas dengan produk cicil emas.

8. Muhammad Fadil (2023). “Analisis Prinsip Ekonomi Islam Pada Produk Investasi Emas Di Pegadaian Syariah A Yani Cabang Jember”³².

Metode penelitian yang di tulis oleh Muhammad Fadil adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Tempat penelitian ini adalah Pegadaian Syariah A Yani Cabang Jember. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Observasi, Wawancara, Dokumentasi, Sedangkan keabsahan data.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditulis oleh Muhammad Fadil dapat disimpulkan bahwa 1. investasi emas pada Pegadaian Syariah A Yani Cabang Jember ada dua yaitu logam mulia dan tabungan emas. Investasi logam mulia bisa didapatkan secara tunai dan angsuran. Tabungan emas didapatkan dengan membuka buku tabungan terlebih dahulu kemudian menabung mulai dari Rp. 10.000 dengan memberikan fasilitas titipan dengan harga terjangkau. 2. Adapun prinsip ekonomi Islam terhadap investasi emas adalah mubah (boleh) dengan catatan tidak untuk menimbun harta melainkan ada tujuan yang sesuai dengan syariat Islam.

Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Fadil memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mengkaji bagaimana mekanisme prosedur membuka tabungan emas. Adapun perbedaanya

³² Muhammad Fadil, “Analisis Prinsip Ekonomi Islam Pada Produk Investasi Emas Di Pegadaian Syariah A Yani Cabang Jember”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023).

dalam penelitian terdahulu hanya membahas investasi emas dalam perspektif ekonomi islam sedangkan dalam penelitian ini membahas implementasi, strategi serta kendala dalam penerapan cicil emas.

9. Gilar Avi Yogi, Gusril Basir (2023). “Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya”³³.

Metode penelitian pada penelitian yang di tulis oleh Gilar Avi Yogi, Gusril Basir adalah penelitian lapangan (field research) yang bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pihak BSI KCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditulis oleh Gilar Avi Yogi & Gusril Basir dapat disimpulkan bahwa, dalam mempertahankan dan meningkatkan di BSI KCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya memiliki beberapa strategi pemasaran yakni menggunakan teknik *marketing mix*/bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses).

Penelitian yang ditulis oleh Gilar Avi Yogi & Gusril Basir memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mengkaji tentang bagaimana prosedur dan mekanisme dalam melaksanakan cicil emas serta *strategy marketingnya*. Adapun perbedaannya dalam

³³ Gilar Avi Yogi, Gusril Basir, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya” *Jurnal Astina Mandiri* 2, No. 2 (Juli 2023).

penelitian terdahulu hanya membahas tentang prosedur dan mekanisme dalam melakukan cicil emas serta *strategy marketing* dalam cicil emas. Sedangkan pada penelitian ini menjelaskan tentang investasi berbasis emas dengan menggunakan produk pembiayaan cicil emas serta *strategy marketing* dan kendalanya dalam melakukan *strategy marketing*.

10. Nurfatwa Ridatami (2023). “Investasi melalui produk pembiayaan BSM cicil emas pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor cabang pembantu bandung setiabudi Bandung”³⁴.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang ditulis oleh Nurfatwa Ridatami adalah metode deskriptif yaitu Penulis menggambarkan hasil studi dengan teknis pengumpulan data berupa studi pustaka, observasi, dan wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditulis oleh Nurfatwa Ridatami dapat disimpulkan bahwa, pelaksanaan investasi melalui produk pembiayaan BSM Cicil Emas pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bandung Setiabudi dimulai dari pengajuan pembiayaan, pemeriksaan data, proses analisis, dan pemberian keputusan hingga pelaksanaan akad. Selain itu, pertumbuhan yang bersifat fluktuatif terjadi karena beberapa hambatan pada pelaksanaannya.

Penelitian yang ditulis oleh Nurfatwa Ridatami memiliki beberapa persamaan serta perbedaan dengan penelitian ini.

Persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian saat ini mengkaji

³⁴ Nurfatwa Ridatami, “investasi melalui produk pembiayaan BSM cicil emas pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor cabang pembantu bandung setiabudi” (Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas, 2023).

tentang bagaimana prosedur dan mekanisme dalam pengajuan investasi emas pada produk pembiayaan cicil emas. Adapun perbedaannya dalam penelitian terdahulu hanya menjelaskan tentang bagaimana prosedur dan mekanisme dalam pengajuan investasi emas pada produk pembiayaan cicil emas sedangkan pada penelitian ini membahas tentang bagaimana penerapan investasi emas dengan produk cicil emas, prosedur, mekanisme, dan strategi pemasarannya serta kendalanya.

Tabel. 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No.	NAMA PENULIS DAN TAHUN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Eva Fauziyah	Sama Mengkaji bagaimana mekanisme dan penerapan akad serta strategi promosinya pada pembiayaan cicil emas.	1. Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang 2. Variabel yang digunakan yaitu Minat Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam
2	Afif Fatkhurohman	Sama membahas implementasi investasi emas dengan produk pembiayaan cicil emas.	1. Lokasi penelitiannya adalah Bank Syariah Mandiri (BSM). 2. Hanya fokus terhadap prosedur dan mekanisme pengajuan cicil emas
3	Silvi Oktavia	Mengkaji bagaimana cara atau strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas	1. Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro 2. Strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran 7P
4	Cut Nurvajri Tr	Bagaimana cara atau strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas	1. Studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh 2. Fokus penelitian hanya fokus terhadap strategi pemasaran

			3. Strategi pemasaran yang digunakan yaitu bauran pemasaran
5	Putri Nur Mulyantari	Hambatan dalam melakukan strategi pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Studi kasus Bank Syariah Mandiri KCP Setiabudhi Bandung 2. Variabel yang digunakan adalah Bauran Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas 3. Fokus penelitian adalah strategi pemasaran dan hambatannya
6	Mustafida	Membahas Strategi marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Studi kasus Pt. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pasar Legi Jombang 2. Produk yang digunakan adalah tabungan emas 3. Variabel yang digunakan yaitu Meningkatkan Jumlah Nasabah
7	Rika Septi Mega Safira	Sama membahas mekanisme pelaksanaan cicil emas dan mengkaji tentang kendala dalam pelaksanaan cicil emas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Studi kasus Bank Syariah Indonesia KCP Selatpanjang 2. Fokus terhadap penerapan akadnya yaitu akad murabahah serta kendala dalam penerapan pembiayaan cicil emas
8	Gilar Avi Yogi, Gusril Basir (2023)	Sama membahas prosedur dan mekanisme dalam melaksanakan cicil emas serta <i>strategy marketingnya</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Studi kasus Bank Syariah Indonesia KCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya 2. Variabel yang digunakan ialah Meningkatkan Jumlah Nasabah 3. Membahas prosedur serta strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan minat nasabah
9	Muhammad Fadil	Sama membahas	1. Studi kasus

		mekanisme prosedur dalam membuka tabungan emas.	Pegadaian Syariah A Yani Cabang Jember 2. Membahas tentang investasi berbasis emas dalam prinsip ekonomi islam 3. Membahas tentang prosedur membuka tabungan emas
10	Nurfatwa Ridatami	Sama membahas prosedur dan mekanisme dalam pengajuan investasi emas pada produk pembiayaan cicil emas.	1. Studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri Kantor cabang pembantu Bandung setiabudi Bandung 2. Hanya Fokus terhadap prosedur dan mekanisme dalam pengajuan investasi emas

Sumber : Data kajian terdahulu yang diolah

Jadi dapat disimpulkan bahwasanya persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah :

1. Persamaan
 - a. Mengkaji tentang penerapan, prosedur pembiayaan cicil emas.
 - b. Mengkaji tentang strategi promosi dalam meningkatkan minat nasabah.
 - c. Mengkaji tentang kendala dalam penerapan cicil emas.
2. Perbedaan
 - a. Ditinjau dari segi lokasi studi, yang dimana memiliki karakteristik yang berbeda dengan penelitian sebelumnya dan tingkat urgensinyapun berbeda.
 - b. Ditinjau dari subjek penelitiannya, dimana pada penelitian terdahulu subjek penelitiannya menggunakan nasabah dengan jumlah 9 nasabah, sedangkan pada penelitian ini menggunakan informan dari staff di BSI

- c. Ditinjau dari objek penelitiannya, pada penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah minat nasabah, sedangkan pada penelitian ini objek penelitiannya adalah investasi emas dg produk pembiayaan cicil emas.

B. Kajian teori

Bagian ini mengandung uraian teori yang digunakan sebagai acuan penelitian Anda. Pembahasan yang lebih luas dan menjuru semakin memperdalam pengetahuan peneliti dalam menghadapi persoalan yang perlu diselesaikan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian.

1. Kajian teori investasi

a. Pengertian investasi

Investasi berasal dari bahasa Inggris *Investment* dari kata dasar *Invest* yang berarti menanam, atau *istathmara* dalam bahasa Arab, yang berarti menjadikan sebuah, berkembang jumlahnya. Dengan kata lain, investasi adalah harta tidak bergerak atau harta benda yang dimiliki oleh orang pribadi atau badan usaha yang mempunyai harapan memperoleh penghasilan atau keuntungan secara berkala dan umumnya dikuasai dalam jangka waktu yang relatif lama³⁵.

Investasi menurut Islam adalah menanam dana atau penyertaan modal untuk suatu bidang usaha tertentu yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, baik objek maupun prosesnya.

³⁵ Elif Pardiansyah, "Investasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Pendekatan Teoritis Dan Empiris" *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 8 No. 2 (2017): 340.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa yang dimaksud dengan investasi adalah : 1) Penanaman uang atau modal di suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan, dan 2) Jumlah uang atau modal yang ditanam.

b. Tujuan investasi

Tujuan dari investasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan para investor dan memperoleh keuntungan baik saat ini maupun dimasa yang akan datang dari kegiatan yang dilakukan pada saat ini. Keuntungan akan diperoleh melalui kegiatan investasi yang dilakukan dengan menyumbangkan sejumlah dana tertentu pada saat ini dengan harapan memperoleh pengembalian dalam jumlah tertentu dikemudian hari³⁶.

Ada beberapa alasan mengapa seseorang melakukan investasi, Kamaruddin Ahmad mengemukakan tiga alasan sehingga banyak orang yang melakukan investasi³⁷, diantaranya adalah:

- 1) Untuk mendapat kehidupan yang lebih layak dimasa yang akan datang,
- 2) Mengurangi tekanan inflasi.
- 3) Dorongan untuk menghemat pajak.

³⁶ Afriyeni, Doni Marlius, “Analisis Tingkat Pengembalian Dan Risiko Investasi (Studi Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”, *Akademi Keuangan dan Perbankan Padang*, (2019): 6.

³⁷ Adia Nur Fadilah, Jalaludin, “Manajemen Risiko Investasi Pada Perbankan Syariah”, *Eksisbank* 3, No. 1, (Juni 2019): 42.

2. Kajian Teori Cicil

a. Pengertian Cicil

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) cicilan/cicil adalah pembayaran sedikit demi sedikit secara mencicil. Cicilan emas merupakan fasilitas yang diberikan oleh lembaga *finance* untuk membantu nasabah memiliki emas dalam bentuk *bullion* (batangan) dengan mudah.

I Wayan Sudirman menjelaskan bahwasanya cicilan atau kredit adalah pemberian sejumlah uang atau dana atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu oleh bank berdasarkan persetujuan pinjam meminjam antara bank dengan pihak pemberi pinjaman atau debitur, kemudian peminjam diwajibkan melunasi pinjaman atau utangnya itu dalam jangka waktu tertentu dan dengan jumlah bunga yang disepakati³⁸.

b. Mekanisme Cicil Emas

1) Tahap awal pengajuan pembiayaan

- a) Datang ke kantor BSI (Bank Syariah Indonesia)
- b) Mengisi formulir pengajuan cicil emas
- c) Melampirkan fotocopy kartu identitas (KTP/Paspor)
- d) Bayar uang muka 40% dari harga emas yang akan di cicil
- e) Tanda tangan akad cicil emas
- f) Nasabah menerima surat bukti kepemilikan emas

³⁸ I Wayan Sudirman, *Manajemen Perbankan* (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013), 57.

2) Tahap cicilan

Nasabah mulai mencicil/mengansur sesuai dengan tanggal yang telah di tentukan, dan dengan jangka waktu 1 tahun - 5 tahun.

3) Tahap penerimaan

Ketika nasabah sudah melunasi cicilannya, nasabah berhak menerima emas logam mulia dengan menyerahkan lembar kepemilikan emas serta Foto Copy KTP kepada pihak bank³⁹.

c. Akad Pada cicil emas

Akad atau perjanjian merupakan bentuk perikatan atau penghubung terhadap dua hal. Menurut istilah tidak ada hal lain yang diperlukan untuk membuat komitmen tertentu. Akad yang digunakan pada pembiayaan kepemilikan emas adalah akad *Murabahah*. Secara umum pengertian akad *Murabahah* adalah jual beli barang dengan harga semula dengan tambahan keuntungan yang disepakati, penjual harus memberitahukan harga produk yang dibelinya dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

d. Minat Cicil Emas

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia di artikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan. Apabila konsumen mempunyai hasrat untuk membeli suatu barang, maka konsumen akan menunjukkan sikap positif dan perasaan

³⁹ Tiara Agustin, "Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas di Bank Sumselbabel Syariah Cabang Muhammadiyah Palembang". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 2, No. 1 (Maret 2022): 214.

senang terhadap barang tersebut, sehingga konsumen akan memmanifestasikan minat tersebut dengan perilaku membeli⁴⁰.

Minat terhadap cicil emas artinya adanya kecenderungan dan keinginan untuk berinvestasi emas, namun dilakukan dengan pembayaran cicil (tidak *cash*). Hal ini disebabkan kurangnya modal untuk memperoleh emas dengan cara *cash* misalnya.

3. Kajian teori pembiayaan

Penyaluran dana bank syariah disebut dengan pembiayaan. Pengertian pembiayaan atau *dinancing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain untuk mendukung penanaman modal yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun oleh lembaga⁴¹.

Pembiayaan cicil emas merupakan pembiayaan yang dapat digunakan sebagai alat investasi, karena antara margin pembiayaan dan perubahan fluktuasi nilai emas terdapat kompas yang dapat dijadikan keuntungan investor, dan emas merupakan jenis *asset* yang dikenai pajak oleh pemerintah. Emas juga merupakan *asset* yang bisa melawan inflasi dan seiring dijadikan sebagai alat penyimpanan kekayaan di negara-negara maju.

Produk pembiayaan cicil emas adalah layanan yang dikeluarkan Bank Syariah dalam transaksi pembelian/kepemilikan emas dalam bentuk

⁴⁰ Devano Agusli, Yohanes Sondang Kuto, "Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Konsumen Hotel Midtown Surabaya" *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1, No. 2 (2013): 3.

⁴¹ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: YKPN, 2005), 17.

batangan (BAR) dengan menggunakan prinsip *murabahah*. Pembiayaan cicil emas merupakan inovatif produk yang dikeluarkan oleh Bank Syariah yang hadir di tengah-tengah masyarakat. Produk cicil emas adalah salah satu produk kepemilikan emas untuk masyarakat yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri pada 25 Maret 2013⁴².

4. Kajian teori strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah kumpulan kebijakan atau aturan yang memberikan arahan bagi suatu bisnis dari waktu ke waktu, terutama sebagai respon perusahaan dalam menghadapi kondisi persaingan yang selalu berubah⁴³. Unsur utama proses manajemen pemasaran adalah strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat menggerakkan kegiatan pemasaran.

Pada dasarnya penjualan dan promosi/periklanan hanyalah sebagian kecil dari pemasaran. Promosi penjualan merupakan salah satu upaya pemasaran yang bersifat media dan nonmedia untuk merangsang trial and error dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk meningkatkan kualitas produk⁴⁴.

Leaser robert bettel definition of strategy ia a fundamental plan of action that is intenden to accomplish the company's object. Definisi

⁴²Aulia Rahmawati, "Sistem Dan Prosedur Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk. Cabang Bogor" *Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan*, (2020): 1.

⁴³M.F. Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, Nur Ika Mauliyah, "STRATEGI DIGITAL MARKETING DENGAN INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA BUTIK DOT.ID," *HUMAN FALAH : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 10, No. 1 (2023), 129.

⁴⁴Nurul Setyaningrum, Handoyo Djoko W, Andi Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3, No. 1 (Dec 2013), 4.

strategi ialah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang menciptakan individu atau kelompok dengan tujuan akan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala aktivitas yang melibatkan pengenalan produk atau jasa kepada khalayak umum⁴⁵. Untuk peningkatan pangsa pasar bank syariah adalah dengan menyebarluaskan produk dan jasa kepada masyarakat⁴⁶.

Jadi dapat di simpulkan bahwa strategi pemasaran secara sederhana adalah suatu keseluruhan strategi yang terpadu dalam bidang pemasaran, yang dijadikan sebagai pedoman terhadap kegiatan-kegiatan yang akan diinterprestasikan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

a. Prinsip-prinsip *strategy marketing* 4.0

1) Dari eksklusif ke inklusif

Bisnis sendiri bergerak menuju inklusivitas, kemungkinan teknologi terlaksanakannya *automasi* dan *miniaturisasi*, yang dapat menurunkan biaya produk dan kemungkinan pula perusahaan melayani pasar berkembang.

Inovasi disruptif diseluruh sektor bisnis mendatangkan produk

⁴⁵ Agustian Shinta, Manajemen Pemasaran (Malang: Penerbitan Elektronik Pertama dan Terbesar di Indonesia. 2011), 2.

⁴⁶ Khamdan RIFA'I, "Bri Syariah Banyuwangi: Strength And Strategy To Improve Customer Loyalty," *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences* 1, No. 1 (2020), 90.

yang lebih murah dan sederhana bagi masyarakat miskin, yang sebelumnya masih di anggap sebagai kelompok masyarakat “non pasar”. Produk dan jasa yang dulunya dianggap eksklusif kini tersedia untuk pasar masal diseluruh dunia.

Di era pada saat ini, dimana teknologi sudah mulai canggih, media sosial mendefinisikan ulang cara orang berinteraksi satu sama lain, memungkinkan orang membangun relasi tanpa hambatan geografis dan demografis. Dampak media sosial tidak hanya berhenti disitu saja, media sosial juga dapat memfasilitasi kolaborasi global dalam inovasi. Faktanya, semua media sosial yang menggunakan pendekatan *crowdsourcing* telah menjadi contoh inklusivitas sosial yang baik. Media sosial mendorong inklusivitas sosial dan membangun rasa memiliki dalam komunitas mereka.

Inklusivitas sosial tidak hanya terjadi secara *online* akan tetapi juga terjadi secara *offline*. Konsep kota inklusif-kota yang menyambut keragaman penduduknya sering dijuluki sebagai model yang baik untuk kota berkelanjutan. Inklusivitas sosial bisa juga muncul dalam bentuk perdagangan yang adil, kesetaraan lapangan kerja, dan pemberdayaan perempuan. Praktik ini menyambut perbedaan manusia dalam hal gender, ras, dan status ekonomi⁴⁷.

⁴⁷ Philip Kotler, Dkk, “Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital,” 7-9.

2) Dari vertikal ke horizontal

Dimasa lalu, perusahaan percaya bahwa inovasi seharusnya muncul dari dalam, oleh karena itu, mereka membangun infrastruktur penelitian dan pengembangan yang kuat. Aliran inovasi yang dahulunya vertikal (dari perusahaan ke pasar) kini menjadi horizontal. Akhirnya mereka menyadari bahwa laju inovasi tidak pernah cukup cepat bagi mereka untuk bisa bersaing dipasar yang senantiasa berubah. Procter & Gamble (P&G), misalnya, mempelajari hal ini pada tahun 2000 ketika penjualan produk baru tidak meningkat. Perusahaan ini kemudian mengubah model terhubung dan mengembangkan. Model yang lebih horizontal mengandalkan pada sumber luar untuk memperoleh gagasan yang pada gilirannya di komersialkan menggunakan kapabilitas P&G internal.

Pesaingnya, unilever, melangkah ke arah yang sama dengan memanfaatkan luasnya ekosistem inovasi mereka. Saat ini, inovasi bersifat horizontal pasar penyediaan gagasan dan perusahaan mengomersialkan gagasannya.

Pada saat ini konsep kepercayaan pelanggan sudah tidak lagi vertikal, namun kini menjadi horizontal. Pelanggan dimasa lalu mudah terpengaruh oleh kampanye pemasaran. Mereka juga mencari dan mendengarkan para ahli serta pihak yang berwenang. Namun penelitian terkini terhadap industri

menunjukkan bahwa kebanyakan pelanggan lebih mempercayai faktor *friend* (teman), *family* (keluarga), *fans facebook*, *follower* (pengikut) dari pada iklan yang bertebaran dan dari pendapat pakar.

Dalam konteks ini, merek seharusnya tidak sekedar memandang pelanggan sebagai target. Beberapa perusahaan bahkan menciptakan pembela yang sebenarnya tidak terlalu autentik agar dapat tampil menonjol diantara kerumunan orang dan pendukung citra merek mereka. Akibat dari hal tersebut, sering diperlakukan sebagai kemasam kulit luar, yang memungkinkan terjadinya resepsentasi palsu atas nilainya yang sebenarnya. Sebuah relasi antara merek dan pelanggan seharusnya tidak vertikal tetapi horizontal. Pelanggan seharusnya dianggap sebagai rekan dan teman dari mereknya.

Merek harus mengungkapkan karakter sejatinya dan jujur dengan nilai yang sebenarnya. Hanya dengan cara ini mereknya dapat dipercaya⁴⁸.

3) Dari individu ke sosial

Melihat konektivitas pada masa kini, pengaruh dari kesesuaian sosial semakin meningkat untuk semua pihak. Pelanggan semakin peduli dengan pendapat orang lain. Mereka juga berbagi pendapat mereka dan mengumpulkan sejumlah

⁴⁸ Philip Kotler, dkk, "Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital," 10-12

besar ulasan. Secara bersama, pelanggan melukis gambar perusahaan dan merek mereka sendiri, yang kerap sangat berbeda dari citra yang hendak diproyeksikan oleh perusahaan dan merek. Internet, terutama media sosial, memfasilitasi pergeseran besar ini dengan menyediakan platform dan alatnya.

Memang tidak mudah menerima tren ini, karena pada masa sebelumnya, perusahaan mengendalikan komunikasi pemasaran dan menangani keluhan pelanggan secara individual. Dengan konten yang dihasilkan komunitas, ternyata perusahaan tidak dapat mengendalikan percakapan yang berkembang. Kini perusahaan harus siap menghadapi reaksi sosial negatif yang masif ketika ada sesuatu yang tidak berjalan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, perusahaan dan merek yang mempunyai reputasi kuat dan klaim jujur tentang produk mereka tidak perlu khawatir. Sebaliknya, mereka yang membuat klaim palsu dan mempunyai produk yang buruk tidak akan bertahan hidup. Praktis, di dunia digital yang transparan ini menyembunyikan cacat atau mengucilkan keluhan pelanggan adalah hal yang mustahil⁴⁹.

⁴⁹ Philip Kotler, dkk, 12-13.

b. Perpaduan antara konsep *Strategy Marketing 3.0* dengan *Strategy Marketing 4.0*

1) Segmentasi

Dalam dunia bisnis, segmentasi pasar adalah suatu hal yang sangat lumrah, dimana segmentasi pasar digunakan untuk memilih pasar sasaran, mencari sebuah peluang dengan menggerogoti pemimpin pasar, merumuskan pasar, komunikasi, melayani lebih baik, menganalisis perilaku konsumen, mendesain produk dan lainnya. Segmentasi tidak amat dibutuhkan selama tidak ada persaingan, tetapi globalisasi ekonomi dan kemajuan teknologi seperti ini tidak ada produsen yang bebas dari persaingan⁵⁰.

Dalam melakukan segmentasi pasar konsumen, perlu diperhatikan variabel segmentasi pasar utama seperti

Segmentasi Perilaku, Geografis Dan Demografis, dan Psikografis.

a) Segmentasi Perilaku

Segmentasi berdasarkan perilaku adalah pengelompokkan pasar yang didasarkan kepada perilaku para pembeli yang dibagi dalam kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap hasil suatu produk.

⁵⁰ Agustina Shinta, Manajemen Pemasaran, 62.

b) Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis adalah komponen yang secara kompeten melengkapi strategi pemasaran untuk menargetkan produk atau layanan berdasarkan tempat tinggal konsumennya. Pembagian berdasarkan negara, negara bagian, wilayah, kota, perguruan tinggi, atau area dilakukan untuk memahami konsumen dan memasarkan produk/jasa yang sesuai.

c) Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis pengelompokan atas variabel Demografis seperti usia, ukuran keluarga, siklus kehidupan, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, agama, ras, generasi kewarganegaraan, dan kelas sosial.

d) Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis, pembeli dibedakan menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan atau kepribadian. Orang-orang dalam kelompok demografis yang sama dapat menunjukkan gambaran psikografis yang berbeda.

2) Dari Segmentasi dan Penargetan ke Konfirmasi Komunitas Pelanggan

Pada era saat ini dalam ekonomi digital, cara supaya dapat terhubung dengan pelanggan yaitu masuk secara jaringan

horizontal komunitas yang saat ini dikenal dengan segmen baru. Komunitas pelanggan kebal akan spam dan iklan yang tidak relevan, mereka justru akan menolak upaya perusahaan untuk merangsek ke dalam jaringan relasi ini. Untuk terlibat secara efektif dengan komunitas pelanggan, mereka harus meminta izin terlebih dahulu. Pemasaran berizin, yang diperkenalkan oleh Seth Godin, berkuat seputar gagasan tentang meminta persetujuan pelanggan sebelum mengirimkan pesan pemasaran, akan tetapi, ketika meminta izin mereka harus bersikap layaknya sebagai teman biasa yang ingin membantu dengan tulus, bukan membantu dengan umpan. Serupa dengan mekanisme di sosial media yaitu *facebook*, pelanggan akan memutuskan untuk “mengonfirmasi” atau “mengabaikan” bahkan sampai “menghapus” permintaan teman. Hal ini menunjukkan reaksi horizontal antara merek dan pelanggan. Akan tetapi perusahaan mungkin akan terus menggunakan segmentasi. Penargetan, dan pemosisian selama hal ini dibuat transparan untuk pelanggan⁵¹.

3) Memadukan Pemasaran Tradisional dan Digital

Pemasaran digital pada saat ini bukan berarti untuk menggantikan pemasaran tradisional. Namun keduanya kini dipadukan dengan peran yang saling bertukar disepanjang jalur pelanggan. Pada tahap awal interaksi antara perusahaan dengan

⁵¹ Philip Kotler, dkk, Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital, 40-41.

pelanggan, pemasaran tradisional memainkan peran utama dalam membangun kesadaran dan minat. Salah satu aktivitas pemasaran tradisional adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik supaya nasabah memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan perusahaan, karena kualitas pelayanan akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan dapat meningkatkan minat serta kepuasan nasabah yang menyenangkan⁵².

Ketika interaksinya berlanjut dan pelanggan merasa nyaman mereka akan menuntut hubungan yang lebih erat dengan perusahaan, pemasaran digital menjadi semakin penting.

Peran terpenting dari pemasaran digital pada saat ini adalah mendorong tindakan dan penganjuran. Karena pemasaran digital lebih akuntabel dari pada pemasaran tradisional, fokusnya adalah mendorong tercapainya hasil sementara fokus esensi *marketing* 4.0 adalah mengenali peran peralihan dari pemasaran tradisional dan digital dalam membangun keterlibatan pelanggan dan advokasi⁵³.

⁵² Anang Asari, Misbahul Munir, Khamdan Rifa', "engaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi," *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance* 10, No. 10 (Desember 2022), 27.

⁵³ Philip Kotler, dkk. 41

5. Kajian teori kendala dalam implementasi pembiayaan cicil emas

Teori kendala mengakui bahwasanya pada setiap perusahaan dibatasi oleh kendala – kendalanya. Dalam hal ini menyebabkan teori kendala untuk mengembangkan pendekatan spesifik untuk mengelola kendala guna mendukung untuk tujuan perbaikan yang berkelanjutan, menurut teori kendala Woven, Hansen & Heitger, jika hendak memperbaiki kinerja pada suatu perusahaan harus mengidentifikasi kendala-kendala mengeksploitasi mereka dalam jangka pendek, serta menemukan cara untuk mengatasinya dalam jangka panjang⁵⁴.

Dalam melakukan kegiatan pelaksanaan pembiayaan cicil emas, ada beberapa kendala yang timbul di antaranya, faktor internal dimana produk cicil emas adalah produk baru dalam perusahaan sehingga bank perlu lebih intens dan efektif lagi dalam mengenalkan produknya kepada nasabah, kemudian faktor eksternal yaitu masyarakat pada umumnya masih kurang mengetahui bahwasanya di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo terdapat produk cicil emas⁵⁵.

⁵⁴ Budi Kurniawan, “Teori Kendala Sebagai Alat Pengukuran Kinerja”, Jurnal Akuntansi Bisnis 9, No. 2 (2017): 216

⁵⁵ Silvi Oktavia, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Produk Cicil Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro)” (Skripsi Universitas Muhammadiyah Jakarta 2019), 38-39.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Metode penelitian diartikan sebagai bekal, strategi observasi, atau perilaku logis yang terorganisir dan memiliki dasar atau alasan tertentu, baik fungsional maupun operasional. Metode adalah cara kerja atau proses kerja yang memungkinkan pemahaman suatu pokok bahasan pembahasan yang menjadi tujuan dari ilmu yang bersangkutan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris atau penelitian kualitatif dengan studi lapangan, yaitu penelitian profesional yang diupayakan mengungkapkan berbagai sumber informasi sebagai pribadi, benda, keadaan, kerangka berpikir, atau peristiwa yang terjadi sebagai fungsi hukum dan hubungan yang telah ditekankan. Data diperoleh melalui proses identifikasi oleh informan menurut pandangan mereka, wawancara, dan dokumentasi untuk informasi tentang berbagai data tentang pemeriksaan terarah. Jadi intinya adalah informasi yang dapat dipresentasikan dan memiliki pemulihan data tepat tergantung pada informasi yang sudah dibutuhkan.

Alasan pendekatan kualitatif seperti pada umumnya. Pertama karena lebih mudah untuk menerapkan metode kualitatif ketika berhadapan banyak kenyataan. Kedua, metode ini secara langsung mengungkapkan sifat, hubungan antara penulis dan informan. Ketiga, metode ini lebih peka dan

lebih adaptif pada berbagai eksaserbasi dampak bersama pada nilai yang ditemukan⁵⁶.

penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah. Sedangkan dalam pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, data-data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis.

Hasil penelitian ini menjelaskan temuan sebagai berikut diantaranya adalah, pertama, penggunaan akad murabahah pada produk pembiayaan cicil emas, karena dalam transaksi pembiayaan terdapat transaksi didalam pembiayaan tersebut. Hampir semua transaksi yang dilakukan di lembaga keuangan syariah menggunakan akad syariah. Kedua, alternatif investasi pada produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo menggunakan emas sebagai alternatif investasi. Ada beberapa cara yang bisa dipilih masyarakat untuk investasi berupa emas batangan tanpa membeli secara tunai. Salah satunya dengan membeli emas secara mencicil. Pemilihan emas sebagai media investasi karena emas memiliki banyak kelebihan seperti kebal akan inflasi, nilainya cenderung meningkat dan dapat digunakan untuk investasi jangka panjang. Ketiga, aplikasi investasi cicil emas dengan produk cicil emas, yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki emas batangan dengan cara mencicil dengan jangka waktu 2 sampai 5 tahun.

⁵⁶ Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 5.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisikan tentang lokasi (desa, Organisasi, peristiwa, teks dan sebagainya) dan unit analisis.

Penelitian ini berlokasi di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo di Jl. Soekarno – Hatta No. 12, Sukabumi, Kec. Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur.

C. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini, Penentuan subyek penelitian menggunakan *purposive*. Sedangkan yang dimaksud dengan *purposive* adalah teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya, orang tersebut yang dianggap paling tahu apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai pengusaha sehingga akan memudahkan peneliti menjelajah objek atau situasi sosial yang diteliti dengan menggunakan *purposive*, data yang terkumpul memiliki variasi yang lengkap dengan melibatkan pihak yang dianggap paling mengetahui dan memahami hal-hal yang ada di lokasi penelitian⁵⁷.

Dalam penelitian ini subjek yang dijadikan sebagai informan adalah sebagai berikut:

1. Bapak Dendi Kushamdani selaku *Branch Manager*
2. Ibu Rahmi Hasanah selaku *Staff Pawning Sales Officer*
3. Ibu Fitri Maulidia selaku *Staff Pawning Appraisal*

⁵⁷ Lexy, J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 300.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian dari sesuatu yang penting dalam penelitian ini karena teknik ini merupakan metode untuk memperoleh fakta-fakta penting.

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah beberapa alat tertua untuk mendapatkan data yang diperlukan. Berbeda dengan pengamatan biasa, kemudian dalam observasi ilmiah peneliti terkait dengan beberapa persyaratan tertentu. Dalam hal ini peneliti dapat mengetahui fakta bahwa investasi emas dengan produk pembiayaan cicil emas merupakan salah satu kegiatan yang diminati masyarakat karena minimnya risiko yang menggunakan akad *murabahah*.

Dengan metode observasi, peneliti dapat langsung mencatat setiap kejadian yang berlangsung dilapangan, dan peneliti dapat langsung memperoleh data dari informan yang dibutuhkan. Peneliti berterus terang kepada sumber data, bahwa sedang melakukan penelitian sehingga mereka yang diwawancarai atau diteliti mengetahuinya dari awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti dalam melakukan pengumpulan data. Akan tetapi peneliti tidak harus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang dirahasiakan. Kemungkinan apabila dilakukan secara terang-terangan akan tidak diizinkan untuk melakukan observasi.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu kaidah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam penelitian. Wawancara adalah proses penting dalam melaksanakan suatu penelitian khususnya dalam penelitian kualitatif. Dalam wawancara ini peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur, yakni wawancara bebas dimana Dalam metode wawancara ini peneliti membuat sebuah pertanyaan tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya, peneliti memberikan sebuah kepada beberapa karyawan di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo khususnya bagian *pawning* tentang bagaimana penerapan investasi emas pada produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo tersebut.

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan informan yakni ketua pimpinan unit dan bagian *pawning* untuk menggali keterangan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti yakni Implementasi investasi emas dengan produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. Hasil dari observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. Yakni mencermati mekanisme produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data yang disimpan dalam bentuk dokumentasi⁵⁸. Adapun cara untuk mendapatkan data-data dari dokumen-dokumen yang ada seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan data di *website* dan lain-lain.

Data jenis ini mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan dan metode dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mencari data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Adapun data yang akan diperoleh melalui penanaman ini adalah:

- a. Sejarah berdirinya PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Probolinggo.
- b. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Probolinggo.
- c. Dokumen lain yang relevan yang diperoleh dari berbagai sumber yang dilakukan validitasnya dalam memperkuat analisis obyek pembahasan.

E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan saling keterikatan antara bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah

⁵⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka BaruPress, 2015), 32.

dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi. Dalam penelitian analisis yang digunakan analisis deskriptif.

Proses analisis data dimulai dengan peneliti menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang telah diperoleh baik itu catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, dan foto. Adapun langkah-langkah peneliti dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Kondensasi data

Dalam kondensasi data merujuk kepada proses menyeleksi, memfokuskan menyederhanakan, mengabraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip. Dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

- a. *Selecting*

Peneliti harus bertindak selektif, yaitu menentukan dimensi-dimensi mana yang lebih penting, hubungan-hubungan mana yang mungkin lebih bermakna, dan sebagai konsekuensinya, informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis. Informasi-informasi yang dikumpulkan berhubungan dengan analisis pengimplementasian investasi emas dengan menggunakan produk pembiayaan cicil emas pada Bank BSI KCP Probolinggo. Peneliti mengumpulkan seluruh informasi tersebut untuk memperkuat penelitian.

b. Focusing

Memfokuskan data merupakan bentuk pra-analisis. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan fokus penelitian. Tahap ini merupakan tahap kelanjutan dari tahap seleksi data. Peneliti hanya membatasi data berdasarkan fokus penelitian, yaitu berhubungan dengan analisis pengimplementasian investasi emas dengan menggunakan produk pembiayaan cicil emas pada Bank BSI KCP Probolinggo.

c. Abstracting

Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang menjadi inti, proses dan pernyataan-pertanyaan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Pada tahap ini, data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data. Data yang dievaluasi yang berhubungan dengan analisis pengimplementasian investasi emas dengan menggunakan produk pembiayaan cicil emas pada Bank BSI KCP Probolinggo.

d. Simplifying dan transforming

Data dalam penelitian ini selanjutnya disederhanakan dan ditransformasikan dalam berbagai cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data dalam satu pola yang lebih luas (*Data Display*).

2. Penyajian data (*Data Display*)

Data Display adalah kumpulan informasi yang terorganisasi dan sistematis yang digunakan untuk penarikan kesimpulan dan aksi yang akan dilakukan selanjutnya. Peneliti dapat dengan mudah memahami makna dari sebuah data yang ada dapat merencanakan langkah kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami. Peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat untuk menggambarkan yang berhubungan dengan pengimplementasian investasi emas dengan menggunakan produk pembiayaan cicil emas pada Bank BSI KCP Probolinggo.

3. Kesimpulan

Peneliti menyimpulkan data sesuai dengan fokus penelitian yang telah dikemukakan. Data -data yang sudah dideskripsikan disimpulkan secara umum. Simpulan tersebut meliputi hal-hal yang berhubungan dengan pengimplementasian investasi emas dengan menggunakan produk pembiayaan cicil emas pada Bank BSI KCP Probolinggo.

F. Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian keabsahan data dilakukan untuk memperoleh hasil yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan serta dapat dipercaya oleh semua pihak. Sedangkan untuk menguji keabsahan data, peneliti ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber⁵⁹.

⁵⁹ Babun Suharto Dkk, *Pedoman Penulisan Ilmiah*. 48

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan *sumber, metode, penyidik* dan *teori*.

Alasan peneliti menggunakan triangulasi sumber yaitu untuk menguji data yang sudah didapat oleh peneliti, sudah valid atau belum sesuai dengan data yang peneliti cari untuk penelitiannya. Sehingga, data yang sudah didapat perlu diuji menggunakan triangulasi.

G. Tahap-tahap penelitian

Tahapan-tahapan dalam penelitian kualitatif adalah serangkaian langkah sistematis yang dilakukan oleh peneliti untuk menggali dan memahami fenomena secara mendalam. Creswell menjelaskan bahwa tahapan-tahapan ini meliputi pemilihan topik, pengumpulan data, pengelolaan data, analisis data, serta interpretasi temuan. Setiap tahapan memiliki peranan penting dalam memastikan kualitas dan keabsahan hasil penelitian⁶⁰.

Tahapan-tahapan penelitian akan meliputi:

1. Tahap Pra Lapangan

- a. Pengajuan judul kepada Dosen Penasehat Akademik (DPA) dan Koordinator Program Studi/

⁶⁰ Levitt, H. M., Bamberg, M., Creswell, J. W., Frost, D. M., Josselson, R., & Suárez-Orozco, C. (2018). *Journal article reporting standards for qualitative primary, qualitative meta-analytic, and mixed methods research in psychology: The APA Publications and Communications Board task force report*. *American Psychologist*, 73(1), 26–46.

- b. Menentukan lokasi penelitian yaitu pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.
- c. Menyusun Proposal penelitian
- d. Mengurus surat izin (jika diberlakukan)

2. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap ini peneliti melakukan observasi dengan melibatkan beberapa informan yang dirasa paham dengan judul yang akan diteliti di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo, yaitu *Staff Pawning Sales Officer* dan *Staff Pawning Appraisal* Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

3. Tahap penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahap yang paling akhir dari sebuah penelitian, pada tahap ini, peneliti akan menemukan objek terakhir untuk pengumpulan data kepada para informan dan melakukan penghimpunan data dengan observasi, bertemu dan mencatat dengan segera untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan Implementasi investasi Emas dengan produk pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo. tahap penelitian yang mengkonsolidasikan tindakan hasil penelitian, menyarankan hasil penelitian serta revisi pada hasil penelitian.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISI DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Bank Syariah Indonesia

Keberadaan industri Perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan *Trend* yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap

kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamiin)⁶¹.

2. Visi & Misi Bank Syariah Indonesia

Syarat berdirinya suatu lembaga keuangan syariah adalah dengan memiliki visi-misi yang nantinya dapat diterapkan oleh *Stakeholder* masing-masing Lembaga.

a. Visi

“TOP 10 ISLAMIC BANK”

Menciptakan Bank Syariah yang masuk kedalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

⁶¹ Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Perseroan – Bank Syariah Indonesia.”

3. Logo Bank Syariah Indonesia



Gambar. 4.1
Logo bank syariah Indonesia

Pada logo BSI terdapat tanda bintang bersudut lima yang merepresentasikan 5 Pancasila dan 5 Rukun Islam. Hal ini menjelaskan bahwa Bank Syariah Indonesia menjunjung tinggi Pancasila dan Rukun Islam. Pancasila dan Rukun Islam nantinya dapat menjadi pandu dalam bekerja dengan prinsip kesetaraan, kejujuran, dan inovasi.

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

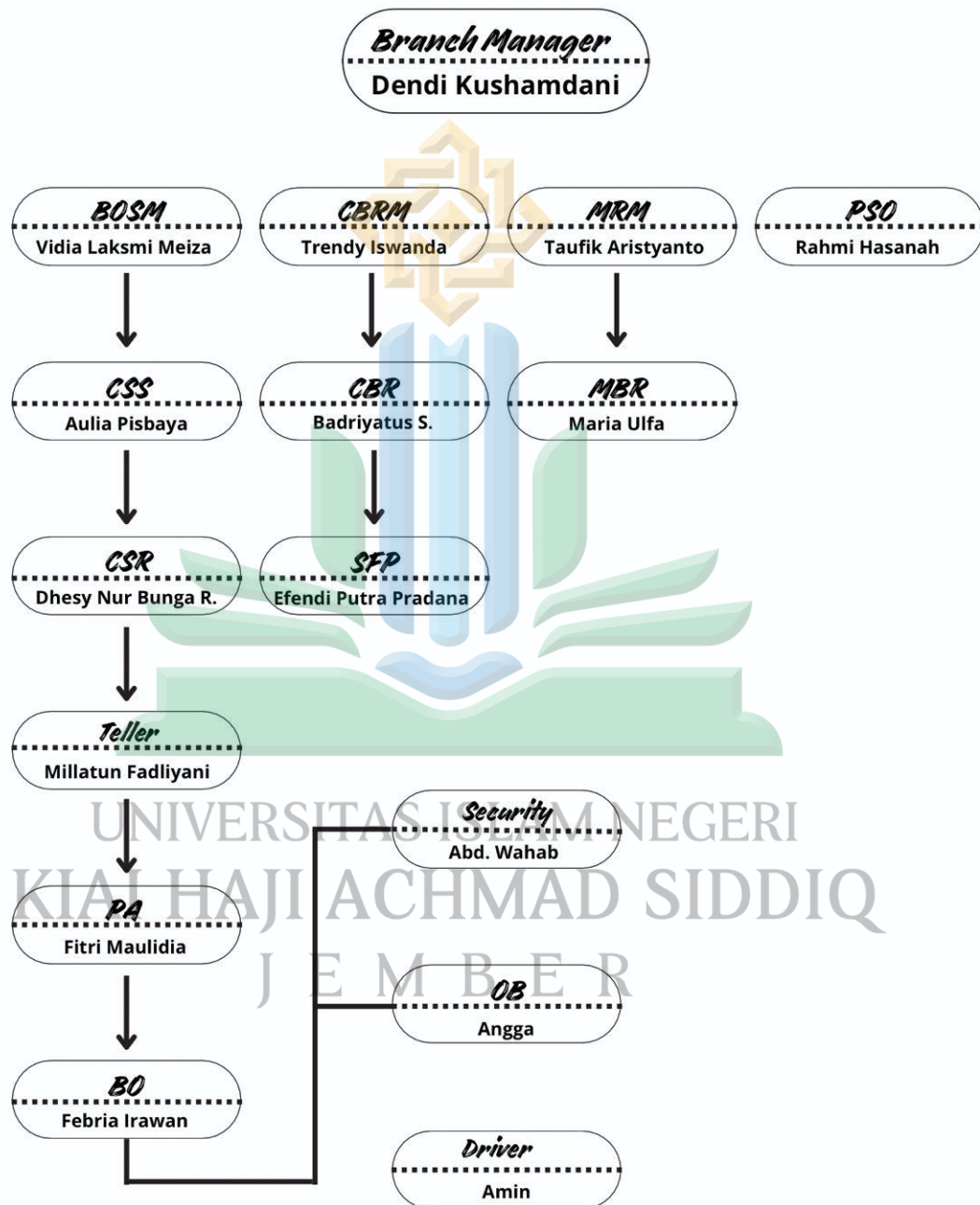
Struktur organisasi adalah sebagai suatu kerangka yang mewujudkan pola tetap dari hubungan-hubungan diantara bidang-bidang kerja, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam suatu sistem kerja sama⁶².

Fungsi dari struktur organisasi itu sendiri adalah untuk menentukan kelancaran jalannya pelaksanaan dan berupa pewadahan atau pengaturan lebih lanjut daripada kekuasaan, pekerjaan, tanggung jawab dan orang-orang yang harus ditata hubungan satu sama lain sedemikian rupa.

Adapun struktur organisasi pada BSI KCP Probolinggo yaitu sebagai berikut:

⁶² Asep Muljawan, "Struktur Organisasi Perguruan Tinggi Yang Sehat Dan Efisien", *Jurnal Tahdzibi: Manajemen Pendidikan Islam* 4, No. 2 (November 2019): 69.

STRUKTUR ORGANISASI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PROBOLINGGO



4.2

Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia

5. Produk – Produk pembiayaan Perusahaan

Pembiayaan dalam perbankan syariah berlandaskan pada satu prinsip dimana tidak ada bagian keuntungan yang dapat dinikmati pihak tertentu jika pihak yang berkaitan tidak ikut ambil bagian dalam menanggung sesuatu risiko yang mungkin terjadi.⁶³ Adapun produk pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo sebagai berikut :

a) KPR Syariah

Kepemilikan pembiayaan rumah (KPR) yang dapat berupa pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang guna membiayai pembelian rumah tinggal, baik baru ataupun bekas dengan prinsip/akad (*Murabahah*) atau akad lainnya. Akad yang digunakan umumnya akad *Murabahah*, yaitu akad jual beli antara bank dan nasabah. Dimana bank membeli barang yang dibutuhkan (Rumah) dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan/ *margin* yang sudah disepakati bersama. Namun terdapat juga akad lainnya yaitu *Istishna*, *Musyarokah Mutanaqishah* dan *Ijarah Muntahiyyah bit Tamlik* (IMBT)⁶⁴

b) Gadai Emas Syariah

Layanan yang memberikan pinjaman dengan jaminan berupa logam mulia dan perhiasan emas, serta minimum pinjaman yang diberikan adalah sebesar Rp 1 juta dengan menawarkan jangka waktu

⁶³ Sufyan Fai Uni, Produk Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syari'ah, Risâlah, *Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 6, No. 2, September (2020): 6

⁶⁴ Ojk, Apa Itu Kpr Syariah?

pinjaman yaitu 12 bulan, 18 bulan, 24 bulan atau 36 bulan, dimana nasabah mengangsur setiap bulannya. Pengajuan pinjaman dengan gadai emas cukup mudah, nasabah perlu menyerahkan fotokopi KTP/SIM/Paspor, menyerahkan barang jaminan, mengisi formulir pengajuan serta menandatangani akad⁶⁵.

c) Cicil Emas

BSI Cicil Emas adalah salah satu layanan yang disediakan BSI dimana nasabah dapat membeli emas (logam mulia) dalam bentuk batangan atau perhiasan dengan cara mencicil. Nasabah dapat membeli emas batangan minimal 10 gram dan maksimal 150 gram per orangnya, dan cicilan harus diselesaikan dalam 2-5 tahun. Prosedur dan syarat yang diperlukan untuk melakukan investasi cicilan emas di BSI cukup mudah dan cepat, hanya perlu KTP saja serta mengisi formulir yang telah disediakan oleh Bank⁶⁶.

6. Landasan Hukum Cicil Emas

Emas adalah logam mulia yang nilainya selalu stabil dari zaman dulu hingga sekarang. Hal itu yang menyebabkan banyak orang yang lebih memilih untuk menyimpan hartanya dalam bentuk emas daripada menyimpannya dalam bentuk uang tunai, karena nilai suatu mata uang bisa turun sewaktu-waktu tidak seperti emas.

⁶⁵ Nur Jamal Sahid, syarat dan cara gadai emas fisik lewat BSI Mobile, (kompas.com), Juli 2022.

⁶⁶ Johny Budiman, Yulfiswandi, Ellen, Florentina Jasmine DKK, "Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Cicil Emas BSI," *JPEK : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 7 No. 1, Juni 2023: 15.

Kini Lembaga Keuangan seperti Pegadaian dan Bank Syariah Indonesia menyediakan produk cicilan emas di mana masyarakat bisa membeli emas batangan secara kredit atau cicilan. Hal itu sangat memudahkan masyarakat untuk berinvestasi melalui kepemilikan emas. Tetapi, bagaimana hukum kredit atau cicil emas tersebut dalam Islam?

Melalui fatwa No: 77/DSN-MUI/V/2010 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengemukakan bahwa hukum transaksi jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa atau jual beli *murabahah*, adalah boleh (*mubah, jaiz*) selama emas tidak menjadi alat tukar/mata uang yang resmi..

DSN-MUI juga banyak merujuk pada pendapat para Ulama Kontemporer seperti Syaikh 'Ali Jumu'ah, Prof. Dr. Wahbah al-Zuhailly, Dr. Khalid Mushlih, Syaikh 'Abd al-Hamid Syauqiy al-Jibaliy, dan Ulama kontemporer lain di mana semuanya berpendapat bahwa jual beli emas secara tidak tunai diperbolehkan, jika melihat dari perkembangan zaman pada saat ini membuat emas itu tidak lagi menjadi alat tukar, tetapi sebagai barang yang dapat dipakai dalam kehidupan sehari-hari seperti menjadi perhiasan berbentuk gelang, kalung, dan lain-lain⁶⁷.

7. Jam Kerja PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

Adapun jam kerja karyawan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo yaitu⁶⁸:

⁶⁷ Bayu Setiawan, "kredit atau cicil emas : begini hukumnya dalam islam," kumparan.com, Desember 11, 2022.

⁶⁸ Dendi kushamdani, "jam kerja PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo," diwawancarai oleh penulis, 19 Februari 2024.

Tabel 4.2
Jam operasional PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

Hari	Jam
Senin	08.00 – 12.00 12.30 – 16.00
Selasa	08.00 – 12.00 12.30 – 16.00
Rabu	08.00 – 12.00 12.30 – 16.00
Kamis	08.00 – 12.00 12.30 – 16.00
Jumat	08.00 – 11.30 13.00 – 16.00
Sabtu	Libur
Minggu	Libur

Sumber : PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

8. Letak Geografis PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

Letak geografis merupakan letak suatu negara atau suatu wilayah yang sesuai dengan kenyataannya dipermukaan bumi serta didasarkan kepada keadaan alam di sekitarnya. Penelitian ini berlokasi di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo di Jl. Soekarno – Hatta No. 12, Sukabumi, Kec. Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur. Dilihat dari lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo ini sangat strategis di mana lokasinya yang berada dipusat kota, dilalui jalur angkutan umum sehingga mudah dijangkau oleh nasabah, termasuk tempat lalu lintas pembayaran⁶⁹.

⁶⁹ Dendi Kushamdani, "Letak Geografis PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo," diwawancarai oleh Penulis, 19 Februari 2024.

9. Keunggulan Produk Cicil Emas

Cicil emas merupakan salah satu produk pembiayaan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo yang berdiri pada Oktober 2021, cicil emas merupakan transaksi pembelian emas (logam mulia) dengan melalui sistem menabung atau mengangsur berdasarkan perjanjian yang sudah disepakati kedua belah pihak (yakni pihak Bank Syariah Indonesia dan Nasabah) dimana penarikannya hanya dapat dilakukan dengan ketentuan tertentu dan sudah sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo ini adalah produk unggulan yang memiliki banyak kelebihan serta menjadi pilihan investasi yang tepat bagi masyarakat. Berikut beberapa keunggulan produk cicil emas

- a. Aman, karena Emas nasabah di simpan di brankas bank dan di asuransikan pada bank.
- b. Menguntungkan, tarif murah dan harga emas semakin lama semakin meningkat.
- c. Layanan profesional, perusahaan terpercaya dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dengan kualitas terbaik.
- d. Mudah, pembelian emas dengan cara mencicil dan harga sesuai dengan kesepakatan antara dua belah pihak (nasabah & bank).

- e. Likuid, apabila ada kebutuhan mendesak emas bisa diuangkan dengan cara digadai atau dijual⁷⁰.

B. Penyajian Data Dan Analisis

Penyajian data dan analisis adalah bagian yang mengungkapkan data dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah data analisa dengan data relevan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Berikut akan dipaparkan hasil penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti terkait Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan ke dalam dua hal yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu: (1) Bagaimana implementasi investasi pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo? (2) Bagaimana strategi untuk meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo? (3) Apa saja kendala dalam implementasi pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo? Untuk memperjelas hasil penelitian ini maka akan disajikan data-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi yaitu sebagai berikut:

⁷⁰ Fitri Maulidia, "Keunggulan Produk Cicil Emas," diwawancarai oleh penulis, 28 Februari 2024.

1. Implementasi Investasi Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

Dalam implementasi pembiayaan cicil emas terdapat mekanisme pada sistem cicil emas, yang melalui beberapa tahapan yang harus dilakukan, sebagai berikut:

a. Tahap awal pengajuan pembiayaan

- 1) Datang ke kantor BSI (Bank Syariah Indonesia)
- 2) Mengisi formulir pengajuan cicil emas
- 3) Melampirkan fotocopy kartu identitas (KTP/Paspor)
- 4) Bayar uang muka 40% dari harga emas yang akan di cicil
- 5) Tanda tangan akad cicil emas
- 6) Nasabah menerima surat bukti kepemilikan emas

b. Tahap cicilan

Nasabah mulai mencicil/mengansur sesuai dengan tanggal yang telah di tentukan, dan dengan jangka waktu 1 tahun - 5 tahun.

c. Tahap penerimaan

Ketika nasabah sudah melunasi cicilannya, nasabah berhak menerima emas logam mulia dengan menyerahkan lembar kepemilikan emas serta *Fotocopy* KTP kepada pihak bank.

Beberapa informan yang sudah menjawab mengenai mekanisme pengajuan cicil emas yaitu Dendi Kushamdani selalu *Branch Manager* PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo menjelaskan bahwa:

“Dalam penerapan pembiayaan cicil emas di BSI itu cukup mudah mbak, datang saja ke kantor BSI lalu melakukan

pengajuan cicil emas ke bagian *Pawning*, nanti pihak *Pawning* menjelaskan mengenai cicil emas dulu, memberikan informasi tentang syarat - syarat nya, jika dirasa sudah paham barulah nasabah membuat kesepakatan untuk melakukan pembiayaan cicil emas di BSI dengan ketentuan yang ada. Untuk syaratnya nasabah mengisi formulir dan mengisi data diri nasabah, kemudian pihak bank akan melakukan proses selanjutnya yaitu order emas sesuai dengan permintaan nasabah di galeri 24 surabaya⁷¹”.

Hal serupa dikatakan Ibu Rahmi Hasanah selaku *Staff Pawning*

Sales Officer di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo bahwa:

“Dalam proses pengajuan cicil emas itu sangat mudah, jadi nasabah tidak perlu repot untuk melakukan pengajuan cicil emas di BSI. Syarat mudah dan untuk ketentuan umurnya di BSI sudah bisa melakukan pengajuan cicil emas mulai dari umur 17 tahun dengan ketentuan yang telah di tetapkan dengan cacatan harus menyertai pernyataan verifikasi penghasilan. Dan untuk maksimal pembiayaan cicil emas adalah 150 juta rupiah per orang, caranya mudah nasabah tinggal mengisi formulir saja dengan mengisi data diri, kemudian pernyataan verifikasi pendapatan penghasilan nasabah untuk memastikan DSR (*Debt Servise Ratio*)”⁷².

Hal serupa dikatakan Ibu Fitri Maulidia selaku *Staff Pawning*

Appraisal di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo bahwa:

“Proses pengajuan cicil di BSI (Bank Syariah Indonesia) sangat mudah, sekarang sudah bisa melakukan pengajuan secara *offline* dan *online*, kalau mau melakukan pengajuan secara *offline* nasabah bisa datang langsung ke kantor dengan membawa foto copy KTP lalu mengisi formulir yang sudah di sediakan pihak pembiayaan cicil emas. Dan untuk pengajuan secara *online* nasabah langsung melakukan pengajuan lewat M-Banking BSI saja jadi nasabah tidak perlu repot - repot datang ke kantor, karena disana sudah terdapat fitur cicil emas dan juga nabung emas. Dalam proses pengajuan cicil emas pihak bank masih menanyakan tentang penghasilan nasabah sebagai pernyataan verifikasi pendapatan dan untuk mencegah terjadinya angsuran macet dan untuk memastikan DSR (*Debt Servise Ratio*) nya. Jika dirasa sudah *deal* maka nasabah langsung melakukan akad dan

⁷¹ Dendi Kushamdani, Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo 5 Januari 2024

⁷² Rahmi Hasanah, Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo 5 Januari 2024

tanda tangan pengajuan cicil emas. kemudian pihak bank memberikan surat pemilikan emas kepada nasabah. setelah itu nasabah sudah bisa melakukan cicilan sesuai dengan ketentuan yang telah di sepakati sampai dengan lunas, dan setelah lunas nanti nasabah datang kembali ke kantor untuk mengambil barang pesanan (logam mulia) dengan membawa foto copy KTP dan juga bukti kepemilikan emas”⁷³.

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa implementasi investasi emas adalah mekanisme pengajuan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo dengan melakukan beberapa tahapan yaitu, Tahap pengajuan pembiayaan dengan cara nasabah datang langsung ke kantor BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Probolinggo menyerahkan kartu identitas (KTP/Paspor) nasabah lengkapi dan tanda tangan akad cicil emas kemudian nasabah akan menerima surat bukti kepemilikan emas. Tahap kedua yaitu tahap cicilan, nasabah mulai bisa mencicil setelah tanda tangan akad dengan tanggal yang telah di tentukan, dan dalam jangka waktu 1 tahun – 5 tahun. Tahap terakhir yaitu tahap penerimaan, nasabah akan mendapatkan haknya yaitu emas (logam mulia) ketika nasabah sudah melunasi kewajibannya yaitu cicilan emas, dengan menyerahkan lembar kepemilikan emas serta *Fotocopy* KTP kepada pihak Bank.

2. Strategi Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

⁷³ Fitri Maulidia, Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo 5 Januari 2024

Strategi pemasaran sangat mengutamakan konsumen dengan memberikan kepuasan dan fokus tertinggi penampilan lembaga dalam melayani konsumen. Tanpa adanya pemasaran, perusahaan seperti kehilangan dorongan untuk bertahan dan bersaing. Oleh karena itu, pemasaran selalu menjadi posisi yang paling penting dan dipandang sebagai acuan dalam suatu perusahaan. Tentunya, Bank Syariah Indonesia memiliki strategi pemasaran dalam memasarkan produknya.

Beberapa informan yang sudah menjawab mengenai strategi pemasaran yaitu Bapak Dendi Kushamdani selalu *Branch Manager* PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo menjelaskan bahwa :

“Strategi pemasaran pada di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo memiliki berbagai macam variasi, dan juga tergantung kepada kepribadian pada karyawan masing-masing, dan bagaimana cara mempromosikan produknya, namun pada produk cicil emas ini kami lebih mengutamakan dan memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa pentingnya berinvestasi emas dan keuntungannya berinvestasi emas. Masyarakat diberikan wawasan dengan penyajian data-data harga emas setiap tahunnya. Dari penyajian data-data harga emas tersebut terlihat bahwa harga emas, naik setiap tahun. Kenaikan harga emas dibanding dengan harga yang lain, lebih tinggi harga emas. Dan kami juga memasarkan produk Pembiayaan Cicil Emas ke semua kalangan tanpa membedakan konsumen satu dengan yang lainnya, dengan syarat sudah memiliki KTP⁷⁴”

Hal serupa dikatakan Ibu Rahmi Hasanah selaku *Staff Pawning*

Sales Officer di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo bahwa:

“jadi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo khususnya bagian *Pawning* adalah kami memadukan strategi pemasaran tradisional dengan pemasaran digital. Jadi disini strategi pemasaran tradisional

⁷⁴ Dendi Kushamdani, Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo 13 Desember 2023

berperan interaksi antara Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo dengan nasabah secara langsung, misalnya dengan cara berliterasi ke sekolah-sekolah, ke kelurahan, pasar dan sosialisasi kepada instansi pemerintah, nah yang biasa melakukan pemasaran adalah bagian *marketing* mbak. Biasanya saya terjun langsung ke lapangan, bisa dengan *door to door* dan juga melakukan pengenalan produk di *outlet* langsung kepada nasabah. Memberikan edukasi, layanan seputar penjualan logam mulia, dan juga memberikan informasi mengenai produk logam mulia, keuntungan, dan juga memberikan informasi bahwasanya bisa membeli emas dengan cara dicicil dan bisa dijadikan sebagai peluang untuk berinvestasi. sedangkan strategi pemasaran digital untuk menginformasikan produk cicil emas secara *online* (media sosial), karena hal itu dapat mempermudah nasabah berkomunikasi dengan memberi tanggapan tentang produk yang dipasarkan lewat media sosial, dan menganjurkan calon nasabah lain yang mulai tertarik produk cicil emas dengan media sosial. kadang teman-teman karyawan juga ikut membantu mempromosikan lewat media sosialnya⁷⁵”

Hal serupa dikatakan Ibu Fitri Maulidia selaku *Staff Pawning*

Appraisal di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo bahwa :

“Jadi untuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia dalam menawarkan produk cicil emas lebih disarankan ke lembaga-lembaga, terkadang ke rumah sakit, kemudian yang lagi hangat baru-baru ini adalah kita disuruh ke nasabah haji yang lagi dalam masa tunggu. Diketahui bahwasanya sekarang masa tunggu nasabah haji itu lama jadi kita dikasi data nama-nama orang calon haji 20 tahun – 30 tahun lagi. Sudah tertera No. *Handphone* dan alamatnya. Kemudian kita langsung menghubungi para calon haji dengan cara *online* maupun terjun langsung dilapangan. Dan alasan kenapa kita menawarkan kepada nasabah haji, karena dari pada uang yang bentuk uang disimpan dalam bentuk uang, lebih baik di investasikan dalam bentuk logam mulia, karena harga emas dalam 5 tahun – 30 tahun kedepan tidak akan sama melainkan akan semakin meningkat. Kemudian kita juga menawarkan ke BUMN. Dan juga minta bantuan promosi melalui nasabah - nasabah cicil emas itu sendiri, misalnya nasabah cicil emas menawarkan atau mengajak kepada temannya untuk melakukan cicil emas. Oleh karena itu produk pembiayaan akan terus meningkat dan kenal oleh orang banyak”.

⁷⁵ Rahmi Hasanah, Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo 14 Desember 2023

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pada produk cicil emas (logam mulia) yaitu, pihak bank memberikan sebuah dedikasi kepada masyarakat bahwa pentingnya berinvestasi emas dengan keuntungan yang telah menjanjikan dari investasi emas. Masyarakat diberikan wawasan baru serta penyajian data-data harga emas tiap tahunnya. Dari penyajian data-data dan harga-harga yang telah diberikan dapat memberikan suatu hasrat untuk melakukan cicil emas karena harga emas dari tahun ke tahun kian meningkat. Kenaikan harga emas sebagai pembandingan dengan harga yang lain lebih tinggi harga emas. Selain itu, emas juga cocok dijadikan sebagai investasi jangka panjang karena harganya yang cenderung stabil dan tidak terpengaruh dampak inflasi. Dengan sifat emas yang liquid atau mudah untuk dicairkan, emas juga bisa dijual atau digadaikan ketika kita membutuhkan dana darurat.

Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo juga memadukan strategi pemasaran tradisional dengan pemasaran digital. Dengan cara berliterasi ke lembaga pendidikan, ke kelurahan dan mensosialisasikan kepada instansi-instansi pemerintah serta kepada para nasabah haji. Kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan agar dapat menarik minat nasabah dan memberikan informasi tentang produk pembiayaan cicil emas (logam mulia). BSI KCP Probolinggo juga melakukan pengenalan *door to door* produk di *outlet* langsung ke nasabah, memberikan informasi mengenai produk, harga dan daftar rincian pembiayaan cicil emas (logam mulia).

Sedangkan pemasaran secara digital yaitu memperkenalkan produk melalui media sosial sehingga dapat mempermudah pihak Bank dalam mempromosikan produknya.

3. Kendala Dalam Implementasi Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

Sama halnya dengan bisnis lainnya, Bank Syariah Indonesia KCP probolinggo juga terdapat beberapa kendala dalam hal pemasaran dan juga dalam menghadapi kreditor (nasabah) cicil emas, oleh karena itu hal ini akan menjadi sebuah rintangan bagi Bank untuk terus berinovasi.

Beberapa informan yang sudah menjawab mengenai kendala dalam pembiayaan cicil emas yaitu Bapak Dendi Kushamdani selalu *Branch Manager* PT. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo menjelaskan bahwa:

“Kendala yang kami alami yaitu pada saat memasarkan produk cicil emas ini, dimana nasabah masih kurang minat untuk menggunakan produk cicil emas karena mereka masih beranggapan investasi tidak terlalu penting, kemudian sulitnya nasabah untuk memahami tentang naik turunnya harga emas (logam mulia). Calon nasabah masih belum sepenuhnya paham tentang manfaat dari produk cicil emas”.⁷⁶

Hal serupa dikatakan Ibu Rahmi Hasanah selaku *Staff Pawning*

Sales Officer di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo bahwa :

“Sejauh ini untuk kendala cicil itu pasti nasabah tidak sanggup mengangsur kewajibannya mungkin ada masalah dalam keuangannya, oleh karena itu untuk mencegah terjadinya kredit macet atau nantinya Bank akan mengalami kerugian, maka di tahap awal ada pernyataan verifikasi pendapatan dan membayar

⁷⁶ Dendi Kushamdani, Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo 5 Januari 2024

uang muka 20%. Jadi nanti ketika nasabah sudah tidak sanggup untuk melanjutkan maka barang pesanan kita bisa lelang dan tidak mengalami kerugian. Kemudian sisa hasil lelang itu kita di kembalikan kepada nasabah”⁷⁷

Hal serupa dikatakan Ibu Fitri Maulidia selaku *Staff Pawning*

Appraisal di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo bahwa:

“Kendala pada pembiayaan cicil emas yaitu kami masih perlu terus-menerus untuk mempromosikan produk cicil emas ini, karena cicil emas ini kan produk baru jadi otomatis masyarakat masih belum tahu tentang manfaat dan keuntungan dalam berinvestasi dengan cicil emas ini, bisa dikatakan masih kurang peminatnya. Kemudian ketika nasabah sudah mulai menggunakan produk cicil emas ini biasanya terjadi kendala dalam pembayaran angsurannya, sehingga terjadinya kredit macet, atau nunggak pembayaran. Ketika sudah terjadi kredit macet pihak bank masih menanyakan masalah kenapa bisa terjadi kredit macet, biasanya dengan menghubungi secara *Online*, namun ketika tidak ada respon jadi kita harus terjun langsung atau datang ke rumahnya. Kemudian pihak bank dan nasabah mendiskusikan tentang kelanjutan cicilannya, apakah mau lanjut atau tidak. Kalau misal masih mau lanjutkan jadi nasabah harus menutupi seluruh kekurangannya. Dan kalau misal sudah tidak sanggup untuk melanjutkannya berarti kita lelang dengan syarat Surat kepemilikan di kembalikan dan mengisi formulir yang sudah di sediakan. Ketika hasil dari lelang ada sisa (uang) maka uang tersebut akan di kembalikan ke nasabah.”⁷⁸

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa kendala dalam implementasi cicil emas yaitu dalam pemasaran dan terjadinya kredit macet. Dalam hal pemasaran cicil emas masih kurang peminatnya dan masyarakat masih beranggapan bahwa investasi cicil emas tidak terlalu penting untuk menyimpan kekayaannya. Hal ini terjadi karena masyarakat belum sepenuhnya mengetahui manfaat dari investasi dengan emas (logam mulia), maka dari itu pihak bank masih perlu melakukan

⁷⁷ Rahmi Hasanah, Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo 5 Januari 2024

⁷⁸ Fitri Maulidia, Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo 5 Januari 2024

promosi produk cicil emas dengan lebih baik lagi dan membuat nasabah tertarik dengan produk cicil emas ini.

Kredit macet terjadi karena nasabah sudah tidak sanggup lagi untuk membayar angsurannya, untuk mengatasi masalah tersebut pihak bank dan nasabah melakukan diskusi tentang kelanjutannya. Terdapat dua pilihan yaitu mau dilanjut atau tidak, ketika sudah tidak sanggup untuk membayar maka barang akan di lelang oleh pihak bank dengan syarat surat kepemilikan dikembalikan dan mengisi formulir yang sudah di sediakan. Kemudian sisa uang dari hasil dari lelang akan di kembalikan kepada nasabah.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh penulis dari data penelitian melalui, observasi wawancara dan dokumentasi berkenaan dengan Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia, maka disini perlu adanya pembahasan temuan dalam bentuk interpretasi yaitu dikaitkan antara teori-teori relevan yang digunakan dengan kegiatan yang dilakukan. Pada bagian ini berisi gagasan peneliti, keterkaitan antara kategori dengan dimensi, posisi dari hasil temuan dengan hasil temuan sebelumnya, serta juga ditampilkan pembahasan terkait hasil temuan yang didapat di lapangan⁷⁹. Dengan ini, bahasan temuan akan disesuaikan dengan apa yang menjadi pokok pembahasan, hal ini dilakukan

⁷⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 77

guna untuk mempermudah dalam menjawab pertanyaan – pertanyaan yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian. Dijelaskan sebagai berikut:

1. Implementasi Investasi Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

Dalam praktik, Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo sudah memenuhi kriteria mekanisme cicil emas. Jika hal ini didasarkan dengan teori tentang prosedur pembiayaan *Murabahah* yang tercantum pada fatwa dewan syariah nasional No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*, yaitu seperti yang sudah di jelaskan oleh Ibu Fitri Maulidia Selaku *Staff Pawning Appraisal* diantaranya ialah⁸⁰:

a. Tahap awal pengajuan pembiayaan

- 1) Datang ke kantor BSI (Bank Syariah Indonesia)
- 2) Mengisi formulir pengajuan cicil emas
- 3) Melampirkan *Fotocopy* kartu identitas (KTP/Paspor)
- 4) Bayar uang muka 40% dari harga emas yang akan di cicil
- 5) Tanda tangan akad cicil emas
- 6) Nasabah menerima surat bukti kepemilikan emas

Pada tahap pengajuan pembiayaan, nasabah melakukan pembelian barang dengan cara nasabah meminta bank melalui formulir tertulis produk tertentu (berat logam mulia) dimana nasabah akan membeli melalui akad *Murabahah*. Formulir tersebut berisi tentang spesifikasi produk yang diminta, persyaratan dokumen, total

⁸⁰ Ibu Fitri Maulidia (*Staff Pawning Appraisal*), Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo, 19 Februari 2024

nilai produk yang akan di beli, serta informasi tentang nasabah. Kemudian di lanjut dengan tahap pelaksanaan akad, pada tahap ini pihak bank menjelaskan dalam fatwa DSN MUI No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah* yang salah satu isinya berbunyi “bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian”.⁸¹

Tahap pengadaan emas yaitu dalam hal pengadaan emas, pihak Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo melakukan kerja sama dengan anak perusahaan dari PT pegadaian yaitu Galeri 24 Surabaya. Toko emas atau perorangan yang telah memiliki kerja sama dengan Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo.

Tahap penyimpanan agunan, pada tahap ini emas disimpan di brankas bank selama cicilan berlangsung. Karena emas akan menjadi agunan selama nasabah belum bisa melunasi angsurannya.

b. Tahap cicilan

Pada tahap ini Nasabah mulai mencicil/mengansur sesuai dengan tanggal yang telah di tentukan, dan dalam jangka waktu 1 tahun - 5 tahun.

c. Tahap penerimaan

Dalam tahap ini nasabah akan menerima emas (logam mulia) ketika nasabah sudah melunasi cicilannya, nasabah berhak menerima

⁸¹ Fatwa DSN MUI No: 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah.

emas (logam mulia) dengan cara menyerahkan lembar kepemilikan emas serta Foto Copy KTP kepada pihak bank.

Prosedur pengajuan cicil emas terdapat beberapa tahapan, yaitu tahap pengajuan, tahap cicilan, dan tahap penerimaan. Syarat untuk melakukan pengajuan cicil emas dibagi menjadi 2 jenis kriteria yaitu Golbertap (Golongan berpenghasilan tetap) dan Non Golbertap (Golongan berpenghasilan tetap).

Adapun beberapa kriteria umum untuk melakukan pengajuan pembiayaan cicil emas sebagai berikut:

1) Usia Nasabah

a) Golbertap (Golongan Berpenghasilan Tetap)

(1) Nasabah minimal 21 tahun/sudah menikah pada saat pengajuan

(2) Maksimal:

1. Pegawai tetap : usia 55 tahun/belum pensiun

2. Pensiun : usia 70 tahun saat pembiayaan jatuh tempo

b) Non Golbertap

(1) Nasabah minimal 21 tahun/sudah menikah pada saat pengajuan

(2) Maksimal 60 tahun pada saat pembiayaan jatuh tempo

Pada Non Golbertap bisa mengajukan cicil emas di usia 17 tahun dengan cacatan sepengetahuan orang tua nasabah serta

melakukan pernyataan verifikasi pendapatan orang tua, hal ini dilakukan untuk mencegah adanya kredit macet.

Dalam melakukan pengajuan cicil emas kini terdapat dua cara yaitu bisa secara *Offline* (datang langsung ke kantor) dan secara *Online* (M-Banking). Untuk pengajuan secara *Offline* nasabah datang langsung ke kantor untuk melakukan proses pengajuan cicil emas, pada tahap awal nasabah mengisi formulir pengajuan cicil emas, melampirkan fotocopy kartu identitas (KTP/Paspor), bayar uang muka 40% dari harga emas yang akan di cicil, kemudian nasabah tanda tangan akad cicil emas lalu nasabah menerima surat kepemilikan emas. Tidak jauh beda jika melakukan pengajuan cicil emas secara *Online* (M-banking), nasabah bisa langsung melakukan pengajuan sesuai dengan arahan yang ada di M-Banking, perbedaannya hanya nasabah tidak perlu pergi ke kantor⁸².

Secara prakteknya pembiayaan cicil emas ini sudah sesuai dengan prinsip syariah, dikatakan bahwa pembiayaan ini menggunakan akad *Murabahah* karena berhubungan dengan jual beli suatu barang. Hal ini sesuai dengan dalil Q.S Al-Baqarah ayat 275 yang menjelaskan tentang diperbolehkannya akad jual beli. Barang yang di perjual belikan sesuai dengan syariat Islam, sahnya akad yakni dengan adanya si penjual dan pembeli, akad serta obyek yang

⁸² Fitri Maulidia, Wawancara, PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo, 28 Februari 2024.

diperjual belikan. Hal ini juga di perkuat lagi dengan fatwa DSN tentang *Murabahah* No. 04 tahun 2000.

2. Strategi Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

Strategi pemasaran yang diterapkan pada produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah KCP Probolinggo dalam meningkatkan minat nasabah ialah sebagai berikut:

a. Prinsip-prinsip *strategy marketing* 4.0

1) Dari Eksklusif ke Inklusif

Dalam praktiknya Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo memasarkan produknya ke semua kalangan tanpa membedakan nasabah satu dengan yang lainnya, dengan syarat sudah memiliki KTP. Sebelumnya pihak bank syariah pasti memberikan pemahaman terkait pentingnya investasi untuk masa depan, terutama investasi dengan produk pembiayaan Cicil Emas yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo dengan memberikan penyajian data-data bahwa harga emas meningkat setiap tahunnya. Dan dengan adanya media media sosial saat ini dapat mempermudah perusahaan untuk mengenalkan produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

Hal ini didasarkan dengan teori Philip Kotler yang menyatakan bahwa inklusivitas sosial bisa juga muncul dalam bentuk perdagangan yang adil, keragaman pekerjaan, dan pemberdayaan perempuan. Praktik ini menyambut perbedaan manusia dalam hal gender, ras, dan status ekonomi⁸³.

2) Dari Vertikal ke Horizontal

Dalam pemasarannya bank syariah Indonesia KCP Probolinggo menggunakan pendekatan selayaknya teman kepada nasabah, hal ini dilakukan agar ada kenyamanan antara nasabah dengan perusahaan dalam kegiatan pemasaran. Dan juga dalam praktiknya pada saat menciptakan produk pembiayaan cicil emas, perusahaan menyesuaikan dengan gagasan kriteria emas yang dibutuhkan nasabah seperti, berat kepingan dan harganya.

Hal ini didasarkan dengan teori Philip Kotler yang menyatakan bahwa sebuah relasi antara merek dan pelanggan seharusnya tidak vertikal tetapi horizontal. Pelanggan seharusnya dianggap sebagai rekan dan teman dari mereknya. Merek harus mengungkapkan karakter sejatinya dan jujur dengan nilai yang sebenarnya. Hanya dengan cara ini mereknya dapat dipercaya⁸⁴.

⁸³ Philip Kotler, dkk, Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital, 7-9.

⁸⁴ Philip Kotler, Dkk, 10-12

3) Dari Individu ke Sosial

Dalam pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo kepada nasabahnya sesuai dengan janji-janji yang mereka ucapkan pada saat memasarkan produk pembiayaan cicil emas. hal ini dilakukan agar nasabah yang bertransaksi produk cicil emas puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Dan dengan adanya era digital pada saat ini dapat mempermudah masyarakat terhubung satu sama lain, dengan begitu bagi masyarakat dapat mempermudah memperoleh info tentang produk pembiayaan cicil emas sehingga nasabah nantinya akan puas dengan produk pembiayaan cicil emas bank syariah Indonesia KCP Probolinggo sehingga masyarakat dapat merekomendasikan kepada nasabah lainnya.

Hal ini didasarkan dengan teori Philip Kotler yang menyatakan bahwa perusahaan dan merek yang mempunyai reputasi kuat dan klaim jujur tentang produk mereka tidak perlu khawatir, sebaliknya, mereka yang membuat klaim palsu dan mempunyai produk yang buruk tidak akan bertahan hidup, praktis, di dunia digital yang transparan ini, menyembunyikan cacat atau mengucilkan keluhan pelanggan adalah hal yang mustahil⁸⁵.

⁸⁵ Philip Kotler, Dkk, 12-13

b. Perpaduan antara konsep *Strategy Marketing 3.0* dengan *Strategy Marketing 4.0*

1. Segmentasi

Prinsip pemasaran segmentasi yang dilakukan oleh bank syariah Indonesia KCP Probolinggo ialah segmentasi variabel perilaku dimana bank memasarkan produk Pembiayaan Cicil Emas kepada nasabah-nasabah yang dan segmentasi variabel geografis bank syariah Indonesia KCP Probolinggo memasarkan produknya di daerah Probolinggo, contohnya seperti berliterasi ke lembaga pendidikan, ke kelurahan dan mensosialisasikan kepada instansi-instansi pemerintah serta kepada para nasabah haji. Kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan agar dapat menarik minat nasabah dan memberikan informasi tentang produk pembiayaan cicil emas (logam mulia). Pihak Bank juga melakukan pengenalan *door to door* produk di *outlet* langsung ke nasabah, memberikan informasi mengenai produk, harga dan daftar rincian pembiayaan cicil emas (logam mulia). Strategi pemasaran juga dilakukan secara tidak langsung di antaranya yaitu penyediaan dan penyebaran brosur, pemasaran dari mulut ke mulut dan iklan.

Hal ini didasarkan dengan teori dari Agustina yang menyatakan bahwa, dalam kegiatan bisnis segmentasi pasar digunakan untuk memilih pasar sasaran, mencari peluang

menggerogoti segmen pemimpin pasar, merumuskan pasar, komunikasi, melayani dengan cara terbaik, menganalisis perilaku konsumen, mendesain produk dan lain-lain. Segmentasi tidak dibutuhkan selama tidak ada persaingan. Tetapi globalisasi ekonomi dan kemajuan teknologi seperti ini tidak ada produsen yang bebas dari persaingan⁸⁶.

2. Dari Segmentasi Dan Penargetan Ke Konfirmasi Komunitas Pelanggan

Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo sebagai penyedia produk pembiayaan Cicil Emas mampu memasarkan produknya kepada komunitas pelanggan dengan cara mendatangi mendekati pelanggan bersikap selayaknya teman yang akan membantu kebutuhan calon nasabahnya dan memasarkan produk Cicil Emas yang sebelumnya tentu sudah meminta ijin kepada pelanggan sebelum melakukan kegiatan pemasaran, contohnya seperti komunitas yang pernah di datangi oleh *Staff Pawning Appraisal* Cicil Emas adalah ibu-ibu PNS yang sedang berada di sekolah, menawarkan ke BUMN, ibu-ibu posyandu serta yang baru – baru ini *Staff Pawning Appraisal* menawarkan kepada nasabah Haji sebelum pemberangkatan Haji.

⁸⁶ Agustina Shinta, “Manajemen Pemasaran”, 62.

Hal ini didasarkan dengan teori dari Philip Kotler yang menyatakan bahwa dalam ekonomi digital, pelanggan terhubung secara sosial dengan satu sama lain, hal ini dalam jaringan horizontal komunitas, saat ini komunitas dalam segmen baru. Tidak seperti segmen, komunitas tentunya dibentuk oleh pelanggan dalam batasan yang ditentukan oleh mereka sendiri. Komunitas pelanggan kebal terhadap spam dan iklan yang tidak relevan. Mereka justru akan menolak upaya perusahaan untuk merengsek ke dalam jaringan relasi ini. Untuk terlibat secara efektif dengan komunitas pelanggan, mereka harus meminta izin. Pemasaran berizin, yang diperkenalkan oleh Seth Godin, berfokus seputar gagasan tentang persetujuan pelanggan sebelum mengirim pesan pemasaran. Akan tetapi, ketika meminta izin mereka harus bertindak sebagai layaknya teman dengan keinginan tulus untuk membantu, bukan memburu dengan umpan⁸⁷.

3. Memadukan Pemasaran Tradisional dan Digital

Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo tetap menggunakan prinsip-prinsip tradisional untuk pemasaran produknya dan juga diapadukan dengan strategi marketing 4.0 untuk mempermudah calon nasabah mendapatkan informasi tentang produk Pembiayaan Cicil Emas. tidak hanya itu pada

⁸⁷ Philip Kotler, dkk, Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital, 44.

zaman saat ini dengan adanya media sosial dapat mempermudah nasabah untuk memberikan tanggapan tentang produk pembiayaan Cicil Emas yang ditawarkan. dan nasabah yang pernah puas dengan transaksi cicil emas bisa memberikan evaluasinya kepada calon nasabah yang lain di media sosial. Dengan cara memadukan antara strategi pemasaran tradisional dengan strategi digital ini justru lebih membantu meningkatkan nasabah produk cicil emas karena jaringan untuk mengenalkan produk pembiayaan cicil emas ini sangat mudah.

Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler yang mengatakan bahwa Pemasaran digital tidak dimaksudkan untuk mengganti pemasaran tradisional. Sebaliknya, keduanya harus hidup berdampingan dengan peran yang saling bertukar di sepanjang jalur pelanggan. Pada tahap awal interaksi antara perusahaan dengan pelanggan, pemasaran tradisional memainkan peran utama dalam membangun kesadaran dan minat. Saat interaksinya berlanjut dan pelanggan menuntut hubungan yang lebih erat dengan perusahaan, pemasaran digital menjadi semakin penting⁸⁸.

⁸⁸ Philip Kotler, dkk, 49

3. Kendala Dalam Implementasi Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

a. Kendala

Dalam pengimplementasian pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo mengalami beberapa kendala, sebagai berikut:

1) Pemasaran

- a) Kurangnya minat nasabah, dikarenakan nasabah masih beranggapan bahwasanya mereka masih belum membutuhkan produk Cicil Emas untuk menyimpan kekayaannya.
- b) Nasabah masih belum begitu memahami tentang naik dan turunnya harga emas.
- c) Sebagian masyarakat yang masih belum bisa mengoperasikan smartphone, sehingga hal ini mengakibatkan masyarakat tidak bisa menerima informasi tentang produk cicil emas dengan media online.
- d) Persaingan dengan perusahaan lain.

2) Cicilan

Kendala pada tahap pencicilan yaitu terjadinya kredit macet, biasanya nasabah tidak sanggup lagi untuk membayar angsuran.

Dari penjelasan diatas kendala yang sesuai dengan penelitian Gabriel yang berpendapat bahwa persaingan bisnis secara *online* yang sangat tinggi. Dalam penjelasannya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendukung sebagian besar orang memasarkan produknya melalui internet. Dengan demikian dapat dipastikan akan terjadi persaingan yang sangat ketat, karena peluang bisnis *online*, *reseller*, atau *affiliator* yang sudah dijalankan ribuan orang, tidak hanya di Indonesia saja akan tetapi diberbagai negara

b. Solusi

Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo memberikan beberapa upaya untuk menanggapi berbagai kendala yang di hadapinya terutama dalam pemasaran dan proses pencicilan, supaya pemasaran yang dilakukan tetap efektif dan efisien, dan juga agar tidak terjadi kredit macet. Beberapa upaya yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Upaya dalam pemasaran

- a. Pada saat melakukan promosi secara langsung Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo menjelaskan secara detail kepada calon nasabah tentang produk pembiayaan cicil emas beserta manfaatnya.
- b. Memberikan brosur-brosur yang terbaru kepada para calon nasabah, agar nasabah dapat dengan mudah membaca

langsung sehingga dapat dengan mudah memahami dan menerima informasi tentang produk pembiayaan cicil emas lengkap dengan harga terbaru pada saat itu.

- c. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo memasarkan produk pembiayaan cicil emas dengan pendekatan mendatangi calon nasabah sesuai dengan segmentasi yang telah di tentukan.
- d. Memberikan pelayanan dengan sangat baik agar nasabah yang pernah bertransaksi produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo nyaman dan puas, sehingga dengan begitu mereka bisa nyaman dan bahkan memberikan rekomendasi yang baik kepada calon nasabah lainnya.

2) Upaya dalam penyelesaian kredit macet

Ketika terdapat nasabah yang mengalami kesulitan

dalam mengangsur kewajibannya sehingga terjadinya kredit macet maka upaya yang dilakukan oleh pihak bank adalah :

- 1) Menghubungi nasabah secara *online*.
- 2) Mendatangi nasabah ketika dari nasabah tidak ada respon sama sekali.
- 3) Menanyakan kendala kenapa tidak melakukan cicilan secara intens.
- 4) Memberikan sebuah penawaran yaitu mau dilanjut atau tidak (ketika masih sanggup untuk melanjutkan cicilannya, maka

nasabah wajib melunasi semua kekurangannya yang selama ini macet).

- 5) Ketika sudah tidak sanggup bayar/mengangsur maka barang pesanan (logam mulia) akan di lelang, dengan cacatan hasil dari lelang ada sisa (uang) maka uang tersebut akan di kembalikan kepada nasabah.
- 6) Nasabah mengembalikan surat kepemilikan dan mengisi formulir yang sudah di sediakan.

Hal diatas didasarkan dengan pendapat Budi Kurniawan yang menjelaskan bahwa menurut teori kendala Mowen, Hansen, & Heitger, jika hendak memperbaiki kinerja, suatu perusahaan harus mengidentifikasi kendala-kendala, mengeksploitasi mereka dalam jangka pendek, serta menemukan cara untuk mengatasinya dalam jangka panjang.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai implementasi investasi emas dengan produk pembiayaan cicil emas pada bank syariah Indonesia KCP Probolinggo dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi dalam pembiayaan cicil emas pada bank syariah Indonesia KCP Probolinggo sudah sesuai dengan prosedur yang telah di tentukan yaitu dilakukan dengan beberapa tahapan yang baik dan benar yaitu tahap pengajuan, tahap cicilan dan tahap penerimaan, kemudian penerapannya juga sudah sesuai dengan syariat Islam yaitu transaksi dengan menggunakan akad (*Murabahah*).
2. *Strategy Marketing*

Dalam praktiknya Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo menggunakan prinsip *Marketing 4.0*, dimana perusahaan memberikan peluang yang sama kepada seluruh masyarakat yang akan bertransaksi produk cicil emas tanpa membeda-bedakan nasabah. Melakukan pendekatan selayaknya teman yang akan membantu kebutuhan nasabah, dan dengan era yang terhubung saat ini bank memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji-janji perusahaan saat memasarkan produk cicil emas. kemudian Bank juga memadukan strategi pemasaran tradisional

dengan pemasaran digital, hal ini dilakukan supaya dapat memperluas jaringan dengan nasabah.

Pemasaran tradisional memainkan peran utama dalam membangun animo dan kesadaran calon nasabah yaitu perusahaan akan memberikan kualitas pelayanan terbaik agar nasabah semakin terikat dengan perusahaan. Saat interaksinya berlanjut dan pelanggan menuntut untuk hubungan lebih erat dengan perusahaan, maka disinilah peran *Strategy Marketing* 4.0. Selain itu pada era saat ini *Strategy Marketing* 4.0 dapat mempermudah bank syariah Indonesia KCP Probolinggo untuk mempromosikan produk cicil emas dengan media sosial.

3. Kendala dalam pembiayaan cicil emas

a. Kendala

Dalam praktiknya, pada produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo mengalami 2 kendala yaitu:

1) *Strategy Marketing*

Kurangnya minat nasabah, dikarenakan nasabah masih beranggapan bahwasanya mereka masih belum membutuhkan produk Cicil Emas untuk menyimpan kekayaannya. Nasabah masih belum begitu memahami tentang naik dan turunnya harga emas. Persaingan dengan perusahaan lain

2) Cicilan

Kendala pada tahap pencicilan yaitu, biasanya nasabah tidak sanggup lagi untuk membayar angsuran sehingga terjadi kredit macet.

b. Solusi

Berikut adalah beberapa solusi dalam menyelesaikan kendala yang ada pada pembiayaan cicil emas.

1) *Strategy Marketing*

Solusi dari kendala *Strategy Marketing* dalam memasarkan produk Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo ialah perusahaan melakukan pemasaran secara langsung kepada calon nasabah, memberi pemahaman yang lebih jelas, membagikan brosur-brosur terbaru dengan harga emas terbaru kepada calon nasabah, mendatangi nasabah sesuai dengan segmentasi yang telah di tentukan, dan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada nasabah.

2) Cicilan

Upaya penyelesaian kredit macet pada cicilan emas, Bank akan memberikan sebuah penawaran kepada nasabah yaitu cicilan akan di lanjut atau tidak, ketika nasabah masih bersedia untuk melanjutkan cicilannya, maka nasabah wajib melunasi semua kekurangannya, namun ketika sudah tidak sanggup lagi untuk membayar, maka barang pesanan akan di lelang dengan

catatan sisa uang dari lelang akan di kembalikan kepada nasabah.

B. Saran

Bertumpu pada pembahasan penelitian implementasi investasi emas dengan produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.

kepada beberapa pihak dapat diutarakan saran sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo, perlu adanya evaluasi mengenai strategi pemasaran cicil emas yang telah dilakukan. Hal ini, guna untuk mengetahui seberapa efektif dan efisien strategi pemasaran yang dilakukan saat ini, dan bisa menjadi acuan Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo untuk terus berinovasi menarik minat nasabah terhadap produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.
2. Agar informasi produk pembiayaan cicil Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo semakin mudah menyebar dimasyarakat, Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo bisa dengan mempromosikan produk cicil emas dengan iklan melalui media televisi, pemasangan *Bilboard*, dan memperbanyak baliho produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.
3. Agar informasi produk-produk pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo semakin mudah menyebar dimasyarakat, manfaatkan canggihnya teknologi pada saat ini, dimana Bank Syariah

Indonesia KCP Probolinggo juga bisa memasarkan produk cicil emas di *Market Place* seperti, *Shopee*, *Lazada*, dll.

4. Bagi peneliti selanjutnya, yang menggunakan objek penelitian yang sama, penulis berharap dapat mengembangkan penelitian seperti membuat analisis pelayanan Bank Syariah di era industri 4.0 saat ini atau mengembangkan penelitian dengan sudut pandang yang berbeda.



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

DAFTAR PUSTAKA

- A. Fauzi, Rizki, Siti Nurbijah, “Analisis Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Omset Perum Pegadaian Cabang Cicurug” *Jurnal Ilmiah Binaniaga*, 3 No. 2, (2007):37
- Agus Susilo, Ahdiyati. “Investasi Reksa Dana Syariah di Indonesia”, *Jurnal ekonomi dan bisnis Islam* 3, No. 1, (2017): 24.
- Agusli, Devano. Sondang Kuto, Yohanes. “Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Konsumen Hotel Midtown Surabaya” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1, No. 2 (2013): 3.
- Agustin, Tiara. “Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas di Bank Sumselbabel Syariah Cabang Muhammadiyah Palembang”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 2, No. 1 (Maret 2022): 214, <https://doi.org/10.36908/jimpa>
- Asari, Misbahul Munir. Khamdan Rifa’i. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi,” *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance* 10, No. 10 (Desember 2022): 27.
- Astuti, Mita. “Sistem Pengelolaan Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palangka Raya 2.” Skripsi, IAIN Palangkaraya, 2021.
- Aulia Rahmawati, “Sistem Dan Prosedur Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk. Cabang Bogor” *Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan*, (2020): 1. [10.13140/RG.2.2.15160.78080](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15160.78080)
- Aurellia, Anindyadevi. “Apa itu implementasi? Pengertian, tujuan dan contoh penerapannya” [DetikJabar.com] Juli 2022. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6185222/apa-itu-implementasi-pengertian-tujuan-dan-contoh-penerapannya>
- Avi Yogi, Gilar. Basir, Gusril. “Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya” *Jurnal Astina Mandiri* 2, No. 2 (Juli 2023): 222-231.
- Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Perseroan – Bank Syariah Indonesia,” https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Perseroan – Bank Syariah Indonesia,” https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html

- Basrowi. Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta (2008):93.
- Choerul Pajar, Rizki. Dkk. “pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi dipasar modal pada mahasiswa FE UNY”. *Profita kajian ilmu akuntansi* 5, No. 1 (2017): 2.
- Dewan Syariah Nasional MUI, “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 77/DSNMUI/V/2010 Tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai,” (2010): 11.
- Doni Marlius, Afriyeni. “Analisis Tingkat Pengembalian Dan Risiko Investasi (Studi Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia), *Akademi Keuangan dan Perbankan Padang*, (2019): 6.
- F.Z, Nurul Azizah. “Investasi Berbasis Emas Pada Produk Bsm Cicil Emas Di Bank Syariah (Bsm) Kantor Cabang Ungaran” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2016.
- Fadil, Muhammad. “Analisis Prinsip Ekonomi Islam Pada Produk Investasi Emas Di Pegadaian Syariah A Yani Cabang Jember.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023.
- Fatkhurohman. Afif, “Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas (Studi Kasus di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ajibarang)” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (2019): 4.
- Fatwa DSN MUI No: 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah.
- Fauziah, Anggriani. Emas Surya, Mintaraga. “Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Pembiayaan Bsm Cicil Emas (Studi Pada Bank Syariah Mandiri K.C. Purwokerto)” *Jurnal Pemikiran Islam*, 17 No. 1 (Maret 2016): Hal 61. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v0i0.1817>
- Fauziah, Eva. “Analisis Mekanisme Dan Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Haerisma, Alvien Septian. Ahdi, Makmuri. Ahda, Laelatul. “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas Pada Pegadaian Bank Syariah Pasar Baru Indramayu” *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1 No. 2, (2021):93, <https://doi.org/10.53566/jer.v1i2.44>

- Harpen, Rayana. "Kajian Akad Pembiayaan Logam Mulia untuk Masyarakat pada Pegadaian Syariah". *Jurnal Kewirausahaan* 13, No.1 (Januari-Juli 2014): 48.
- Hartono, Jogiyanto. "*Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*" Banten: universitas terbuka, 2020.
- Haryati, Mardhiyah. "Investasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam", *Journal of Islamic Economics and Business*, 1.1 (2016): 66–78.
- Hendi Zaelani, Rahmad. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KC. Rogojampi." *Ribhuna : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1 No. 1 (Januari 2022).
- Heradhyaksa, Bagas. "Implementasi Investasi Emas Syariah Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)* 6, No. 1, (2002): 43.
- Hidayatullah, M.F. Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, Nur Ika Mauliyah, "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id," *Human Falah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 10, No. 1 (2023): 129.
- Huppiah, Laila. "Investasi Berbasis Emas Pada Produk Bsi Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru" Skripsi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin (2022).
- Ifthor, Mahmudi, Linawati, "Aplikasi Deposito Syariah Pada Bank Syariah KCP Ngawi", *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Islam* 3, No. 2, (Desember 2020): 38
- Indriasari, Ika. "Sukuk Sebagai Alternatif Instrumen Investasi Dan Pendanaan", *jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 2, No. 1, (Juni 2014): 62.
- Isti Nabila, Aida. "Strategi Penanganan Risiko Kerugian Cicil Emas Pada Bank Syariah (Studi Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Ciputat)", Skripsi, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014.
- Johny, Budiman. Yulfiswandi, Ellen, dan Florentina Jasmine. "Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Cicil Emas BSI," *JPEK : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 7 No. 1, Juni 2023: 15.
- Kotler, Philip. Kartajaya, Hermawan. Setiawan, Iwan. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Kurniawan, Ihsan. "analisis keuntungan investasi emas dengan IHSG", *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3, No. 2 (Maret 2019):16.

- Kurniawan. Budi, "Teori Kendala Sebagai Alat Pengukuran Kinerja", *Jurnal Akuntansi Bisnis* 9, No. 2 (2017): 216
- Mega Safira, Rika Septi. "Pelaksanaan Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di BSI KCP Selatpanjang" Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.
- Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2017.
- Muhammad, "Manajemen Pembiayaan Bank Syariah" Yogyakarta: YKPN (2005):17.
- Muljawan, Asep. "Struktur Organisasi Perguruan Tinggi Yang Sehat Dan Efisien", *Jurnal Tahdzibi: Manajemen Pendidikan Islam* 4, No. 2 (November 2019): 69.
- Mulyani, Fitri. Fauziah, N. Eva. Suharman, Fauziah. "Analisis Fatwa DSN MUI NO. 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Cicil Emas Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Surapat" *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 3 No. 2 (Agustus 2017): 521.
- Mustafrida. "Analisis Strategi Pemasaran Investasi Logam Mulia Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pt. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pasar Legi Jombang." Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.
- Ningsih, Puji Rahayu. "Investasi Emas Pada Produk Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia (Pendekatan Narrative Review)." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang, 2022.
- Nur Fadhillah, Eva. "Investasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas (Cilem) Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Indramayu Soeprapto" Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati, 2021.
- Nur Fadilah, Adia. Jalaludin. "Manajemen Risiko Investasi Pada Perbankan Syariah", *Eksisbank* 3, No. 1, (Juni 2019): 42.
- Nur Mulyantari, Putri. "Tinjauan Bauran Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri KCP Setiabudhi Bandung" Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas, 2020.
- Nurvajri Tr, Cut. "Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh" Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2019).
- Ojk. "Apa Itu Kpr Syariah?," <https://sikapiuangmu.ojk.go.id> .

- Oktavia, Silvi. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Produk Cicil Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bintaro)" Skripsi Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019.
- Pardiansyah, Elif. "Investasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Pendekatan Teoritis Dan Empiris" *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 8 No. 2 (2017):340, <http://dx.doi.org/10.21580/economica.2917.8.2.1920>
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Erlangga. 2014), 5.
- Prasetyo, Yoyok. "Rasio Keuangan Sebagai Kriteria Saham Syariah", *Jurnal Ekubis* 1, No. 2, (Februari 2017): 163.
- Pratama, Devan Aditya. "Pinjaman Hingga Rp 50 Juta Lewat KTA BSI, Pengajuan Dan Syarat Tidak Berbelit, Gampang Disetujui," (radartegal.com), September 2020.
- Presiden Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah (Indonesia, 2008).
- Rahmawati, Aulia. "Sistem Dan Prosedur Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk . Cabang Bogor", Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan, (2020). DOI:[10.13140/RG.2.2.15160.78080](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15160.78080)
- Ridatami, Nurfatwa. "Investasi Melalui Produk Pembiayaan Bsm Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bandung Setiabudi" Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, (2023) [Http://Repository.Ekuitas.ac.id/Handle/123456789/1931](http://Repository.Ekuitas.ac.id/Handle/123456789/1931)
- Rifa'I, Khamdan, "Bri Syariah Banyuwangi: Strength And Strategy To Improve Customer Loyalty," *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences* 1, No. 1 (2020): 90.
- Rifa'i, Khamdan. Nurul Setianingrum. Nurul Widyawati IR, Retna Anggitaningsih, Fauzan1, M. Hamdi HS, "Cost Analysis Of Banking Transactions In The Digital Age," *Journal of Positive School Psychology* 6, No. 10, (2020): 2966.
- Rosalina, Mita. "Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif" *Jurnal Ilmu Budaya*, 11, No. 2 (Februari 2015):71
- Rusdianto, Hutomo. Ibrahim, Chanafi. "Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati" *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4 No. 1 (Juni 2016): 43-61
- Sahid, Nur jamal. "Syarat Dan Cara Gadai Emas Fisik Lewat BSI Mobile, (kompas.com) Juli 2022.

<https://money.kompas.com/read/2022/03/13/095109926/syarat-dan-cara-gadai-gadai-emas-fisik-lewat-bsi-mobile>.

Setiawan, Bayu. “kredit atau cicil emas : begini hukumnya dalam islam,” (kumparan.com) Desember 11, 2022.
<https://kumparan.com/goodbaayy163/kredit-atau-cicil-emas-begini-hukumnya-dalam-islam-1zPXGVeC7Xu>.

Setyaningrum, Nurul. Handoyo Djoko W, Andi Wijayanto, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap,” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3, No. 1 (Dec 2013): 4.

Shinta, Agustian. *Manajemen Pemasaran*, Malang: Penerbitan Elektronik Pertama dan Terbesar di Indonesia, 2011.

Sudirman, I Wayan. *Manajemen Perbankan* (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013), 57.

Syafi,i, Muhammad. Antonio. “bank syariah: dari teoru ke praktik, Jakarta: gema insani press

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Jember: IAIN Jember Press, 2020.

Uni, Sufyan Fai. Produk Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syari’ah, Risâlah, *Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 6, No. 2, September (2020): 6.

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



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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Mutmainnah Pelita Putri
NIM : 204105010066
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul **“Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo”** Adalah benar – benar hasil karya saya kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 20 Maret 2024

Saya yang menyatakan



Dwi Mutmainnah Pelita Putri

NIM. 204105010066

PEDOMAN WAWANCARA

Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

1. Bagaimana sejarah awal mula berdirinya Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?
2. Apa visi dan misi dari Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?
3. Bagaimana struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?
4. Pembiayaan apa saja yang di tawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo??
5. Bagaimana implementasi investasi Pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?
6. Bagaimana mekanisme Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?
7. Bagaimana hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?
8. Bagaimana proses penyimpanan dan pemeliharaan barang yang di inginkan dalam Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo?
9. Bagaimana strategi untuk meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo??
10. Apa saja cara yang sudah dilakukan pihak Bank (karyawan) dalam memperkenalkan Cicil Emas pada masyarakat?
11. Dalam proses pencicilan, selain di bank langsung, cicilan tagihan bisa dibayardi mana saja?
12. Apa landasan hukum Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia?
13. Apa saja kendala dalam implementasi pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo dan bagaimana mitigasinya?



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-1711 /Un.22/7.a/PP.00.9/09/2023
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

22 September 2023

Kepada Yth.

Pimpinan PT Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo di Jl. Soekarno – Hatta No. 12, Sukabumi,
Kec. Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur.

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

Nama : Dwi Mutmainnah Pelita Putri
NIM : 204105010066
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi dan Bisnia Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai "Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo".

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

An. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik.



Nurul Widyawati Islami Rahayu



SURAT KETERANGAN

No. 04/ 403-3/8054

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Vidhaya Laksmi Meiza
NIP : 2189012420
Jabatan : *Branch Operation & Service Manager*
Unit Kerja : BSI KCP Probolinggo

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa

Nama : Dwi Mutmainnah Pelita Putri
NIM : 204105010066
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah melakukan magang dan penelit di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. KCP Probolinggo mulai tanggal 01 Januari 2024 s/d 19 Februari 2024 dalam rangka penyusunan Laporan Skripsi dengan judul "*Implementasi Investasi Emas Dengan Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo*".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Probolinggo, 12 Maret 2024

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.
KCP Probolinggo


BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Probolinggo

Vidhaya Laksmi Meiza

Branch Operation & Service Manager

JURNAL
KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Dwi Mutmainnah Pelita Putri
 No. Induk Mahasiswa : 204105010066
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI INVESTASI EMAS DENGAN PRODUK
 PEMBIAYAAN CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH
 INDONESIA KCP PROBOLINGGO**

NO	HARI TANGGAL	KEGIATAN	INFORMAN	PARAF
1	Rabu 13-09-2023	Pengajuan surat izin penelitian & observasi	Vidhaya Laksmi Meiza	
2	Jum'at 22-09-2023	Memberikan surat izin penelitian	Vidhaya Laksmi Meiza	
3	Jum'at 17-11-2023	Wawancara terkait Profil Bank, Visi & Misi	Bapak Dendi Kushamdani	
4	Jum'at 05-01-2024	Wawancara	Bapak Dendi Kushamdani	
5	Kamis 25-01-2024	Wawancara	Ibu Rahmi Hasanah	
6	Senin 19-02-2024	Wawancara	Ibu Fitri Maulidia	
7	Rabu 27-02-2024	Meminta berkas-berkas yang dibutuhkan sebagai pelengkap data penelitian	Ibu Fitri Maulidia	
8	Selasa 12-03-2024	Mengambil surat keterangan selesai penelitian	Febria Irawan	

Probolinggo, 12 Maret 2024
 BOSM



BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
 KCP Probolinggo

Vidhaya Laksmi Meiza
Branch Operation & Service Manager

DOKUMENTASI PENELITIAN



Staff Pawning Appraisal Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo



Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo

Duplikat Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo



Staff Pawning Sales Officer Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo



Duplikat produk pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo



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: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa:

Nama : DWI MUTMAINNAH PELITA PUTRI
NIM : 204105010066
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Judul : IMPLEMENTASI INVESTASI EMAS DENGAN
PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS PADA BANK
SYARIAH INDONESIA KCP PROBOLINGGO

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 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 25 Maret 2019

Operator Turnitin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
(Mariatyah ulfaah. M.F.I.)





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: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Dwi Mutmainnah Pelita Putri
NIM : 204105010066
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 25 Maret 2024

Koordinator Prodi. Perbankan Syariah



Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA.
NIP. 198809232019032003

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Dwi Mutmainnah Pelita Putri
Nim : 204105010066
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 28 Februari 2002
Alamat : Dsn Krajan RT/RW 001/003, Desa Watuwungkuk,
Kec. Dringu, Kab. Probolinggo, Jawa Timur
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah
Email : pelitap088@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MI : MI. Miftahul Ulum
MTs : MTs. Miftahul Ulum
MA : MA. Miftahul Ulum
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Pengalaman Organisasi

1. *Vice Chairman* OSIS MA. Miftahul Ulum (2017-2019)
2. *Part of the squad Leader* Gerakan Pramuka Miftahul Ulum
3. *Chairman of the organization* English Community (EC) Miftahul Ulum
4. *Part of the organization* Arabic Community (AC) Miftahul Ulum
5. *Part of the* Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS)
6. *Part of the field secretary* Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas (DEMA F)
7. *Part of the head of the department* Unit Bela diri Mahasiswa (UBM)
8. *Part of the* Taekwondo UIN KHAS Jember (TKD)
9. *Part of the* Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)
10. *Part of the field secretary* Ikatan Mahasiswa Bayuangga (IKMABAYA)