

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah Indonesia adalah salah satu lembaga keuangan yang membantu perekonomian masyarakat. Secara umum Bank Syariah adalah instansi keuangan yang usaha utamanya berfokus pada pemberian pinjaman dan layanan keuangan lainnya dalam proses pembayaran dan peredaran uang, dengan operasionalnya yang sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Undang – Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, telah dijelaskan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹ Adapun fungsi Bank Syariah adalah sebagai *intermediary* yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan menyalurkannya kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan.²

Ketika suatu perusahaan berkembang, persaingan tidak dapat dihindari lagi. Untuk menghadapi persaingan ini, perusahaan harus belajar tentang situasi internalnya dan lingkungan eksternal dimana mereka akan bersaing. Selanjutnya, strategi pengembangan Bank Syariah direncanakan.

¹ M Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: Cv Pustaka Setia 2012), 98

²Irfan Harmoko, *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional* (wadiah jurnal perbankan syariah 2017) <https://repository.iainkediri.ac.id/548/>
Diakses 2 Desember 2023

Beberapa strategi yang dapat digunakan oleh bank syariah adalah sebagai berikut: memasuki pasar, menciptakan produk yang inovatif dan kompetitif, meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan promosi dan sosialisasi produknya, meningkatkan kerjasama dengan institusi lain, meningkatkan jaringan kantor, meningkatkan cakupan pasar melalui *aliansi* strategis, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan meningkatkan efisiensi internal. Dimana produk yang sering Bank Syariah tawarkan dan menjadi produk yang paling diminati banyak nasabah saat ini adalah *giro, deposito*, tabungan, gadai emas dan cicilan emas.³

Emas di butuhkan untuk memfasilitasi kebutuhan masyarakat dalam jangka panjang, disamping itu juga sebagai sarana berinvestasi, melihat kebutuhan masyarakat akan emas tinggi, namun kemampuan masyarakat beli emas itu rendah, oleh sebab itu Bank hadir menawarkan salah satu produknya untuk masyarakat yang ingin memiliki emas tetapi tidak mampu membayar secara kontan maka investasi emaslah menjadi solusinya dimana Bank memberikan pembiayaan kepada nasabah untuk melakukan pembelian berupa emas batang atau lantakan yang pembayarannya di lakukan secara cicil setiap bulan kepada bank dan tentunya dengan akad yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

³ Hafidh Munawir, *Perencanaan Strategi Pengembangan Bank Syariah Di Indonesia JURNAL ILMIAH TEKNIK INDUSTRI* 4, No.1 (Agustus 2005): 41
<https://journals.ums.ac.id/index.php/jiti/article/view/1295> Diakses Agustus 23, 2023

Berinvestasi dapat dikatakan untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang seperti pendidikan anak, tabungan haji, dana pensiun, dan kebutuhan masa depan lainnya, salah satunya berinvestasi dengan cara mencicil emas, dalam konteks sekarang cicilan emas itu menarik terutama bagi masyarakat Aceh Barat, masyarakat Aceh Barat lebih memilih emas karena lebih mudah di jual ketimbang tanah, dan di lihat dari tingginya minat masyarakat Aceh Barat terhadap emas, tidak hanya untuk kaum hawa, kaum adam pun tertarik melakukan cicilan emas, namun sedikit dari kaum adam yang tertarik dengan investasi emas, sebagian besarnya adalah ibu rumah tangga yang ingin berinvestasi jangka panjang. ⁴

Dalam upaya peningkatan nasabah terhadap produk yang di tawarkan oleh Bank Syariah Indonesia, maka di perluka strategi pemasaran.⁵ Strategi pemasaran yang digunakan yaitu: seperi pembagian brosur, sosialisasi kesekolah, pasar, dan melakukan promosi dengan cara membuat stan melalui expo, itu merupakan kesempatan besar untuk melakukan promosi produknya kepada masyarakat, dengan harga yang relative murah, serta promo yang diberikan menjadi salah satu strategi yang menarik minat nasabah.⁶

Strategi juga dapat dikatakan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan *mengimplementasikan* misinya.

⁴Wawancara dengan abrar mukri, sebagai *Pawning Selles Officer* tanggal 19 januari 2024 di BSI KC. Meulaboh

⁵ William J. Stanton, *Pemasaran Fundamental* (Jakarta: Erlangga, 1987) , 7

⁶ Wawancara dengan Abrar Mukri, sebagai *Pawning Selles Officer* tanggal 19 januari 2024 di BSI KC.Meulaboh

Makna yang terkandung dari strategi ini adalah, bahwa para manajer memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Menurut George Steiner “strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan, strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan”.⁷

Dari penjelasan diatas perlu menganalisis atau mengkaji lebih dalam pemasaran produk cicilan emas di BSI Kc Meulaboh Imam Bonjol melihat dengan kebutuhan masyarakat Aceh terhadap emas. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana cara Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh dalam pemasaran produk peningkatan minat nasabah terhadap produk cicilan emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol. Dengan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICILAN EMAS PADA KEBUTUHAN MASYARAKAT ACEH BARAT DI BANK SYARIAH INDONESIA KC MEULABOH IMAM BONJOL KABUPATEN ACEH BARAT.***

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti membatasi masalah yaitu analisis strategi pemasaran produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat Aceh Barat di Bank Syariah Indonesia Kc Meulaboh Imam Bonjol kabupaten Aceh Barat.

⁷ Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014), 2

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat Aceh Barat di Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol kabupaten Aceh Barat.?
2. Apa saja kendala yang dihadapi saat melakukan strategi pemasaran produk cicilan emas Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol.?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk cicilan pada kebutuhan masyarakat Aceh Barat di Bank Syariah Indonesia kantor cabang Meulaboh Imam Bonjol kabupaten Aceh barat.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi saat melakukan strategi pemasaran produk cicilan emas Bank syariah Indonesia Kantor cabang Meulaboh Imam Bonjol

E. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah kemampuan yang intelektual mengembangkan wawasan dalam berfikir, dan memperdalam pengetahuan tentang strategi pemasaran produk cicilan pada kebutuhan masyarakat di Bank Syariah Indonesia kantor cabang meulaboh, kabupaten Aceh Barat.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Dari hasil peneliti ini di harapkan dapat di gunakan untuk memperluas ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan maupun praktik kerja dan dipaparkan dalam karya ilmiah sebagai tugas akhir dari penyelesaian akademik saya dari Fakultas Ekonomi Islam Dan Syariah Di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tengku Di Rundeng Meulaboh

b. Bagi BSI KC Meulaboh

Dari hasil menganalisis strategi pemasaran produk cicilan diharapkan penelitian dapat dijadikan informasi yang bermanfaat bagi semua pihak dan menjadi referensi ini biar membantu mereka meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan memenuhi kebutuhan masyarakat aceh barat.

c. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi kepada masyarakat Aceh barat dan menambah. pengetahuan masyarakat tentang produk cicilan emas

pada Bank Syariah Indonesia Kc Meulaboh Imam Bonjol dan menjadi pilihan alternatif nasabah sebagai produk untuk berinvestasi.

F. Penjelasan Istilah

1. Strategi

Strategi adalah langkah-langkah bertahap yang terus berkembang dan terus dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan pelanggan di masa mendatang.⁸ Strategi juga merupakan suatu rencana untuk mencapai tujuan tertentu dengan menciptakan inovasi yang baru.

2. pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan perusahaan baik barang maupun jasa. Pemasaran menjalin hubungan langsung dengan konsumen seperti tawar-menawar produk, berkomunikasi langsung dengan konsumen, menjadikannya penting untuk memahami kebutuhan konsumen dan merespon kebutuhan pasar.⁹

3. Produk cicilan emas

Produk cicilan emas merupakan produk dari PT atam persero yang bekerja sama dengan Bank. Kemudian Bank memberikan solusi bagi masyarakat yang ingin memiliki emas namun belum mampu memilikinya yaitu dengan cara mencicilnya. Dengan syarat foto copy ktp, mengisi fomulir lalu melakukan akad *murabahah* (jual beli) kemudian Bank

⁸ Fandy Tjiptono Andi, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 3

⁹ Nuri Salami dan Dhea Nita Syafina Rambe, “ *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global*” EL:MUJTAMA:jurnal pengabdian masyarakat 1, no 2 (2021) : 3
<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmujtama/article/view/853> Diakses April 25,2024

memberikan pembiayaan kepada nasabah sesuai keinginan nasabah dan membeli emas sesuai keinginan dapat berupa emas lantakan dan emas batang.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai strategi pemasran produk cicil emas sebelumnya sudah pernah dilakukan penelitian oleh penelitian seselurnya. Oleh karena itu peneliti melihat perbedaan dari table sebagai berikut:

NO	Nama Penulis, Tahun, Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Cut Nuryajri Tr 2019, <i>“strategi pemasaran produk cicilan emas di bank syariah mandiri KCP darusslam Banda Aceh ”</i>	Kualitatif	Pemasaran yang dipakai adalah periklanan dan penjualan pribadi, Publisitas. Pemasaran yang melalui penjualan pribadi untuk menarik minat pelanggan dianggap efektif, tetapi pembukaan gerai untuk produk cicil emas dianggap kurang efektif selama pelaksanaan dan sosialisasi produk. Akibatnya, penjualan melalui gerai dan biaya yang dikeluarkan belum maksimal. Sementara penjualan melalui telepon dan <i>open table, website</i> tidak meningkatkan minat	Dari segi pemasran melalui penjualan pribadi dan brosur, sama- sama menggunakan akad <i>murabahah</i> dan <i>rahn</i> dan sama- sama menggunakan metode kualitatif	Analisis strategi pemasarah produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat aceh barat di BSI KC Meulaboh kabupateh Aceh Barat.

NO	Nama Penulis, Tahun, Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			pelanggan, dan masih sedikit informasi tentang pembiayaan produk cicil emas, terutama promosi melalui <i>website</i> . Hanya strategi penjualan pribadi (<i>personal seling</i>) yang paling efektif dari semua strategi promosi yang digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh		
2	Dyah Lestari 2019, “ <i>analisis strategi pemasaran produk tabungan emas dalam upaya menarik minat nasabah dipegadaian syariah(Studi di Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Pasar Tamin, Bandar Lampung)</i> ”	Kualitatif	Penelitian ini menerangkan bahwa strategi yang di pakai untuk meningkatkan minat nasabah dan strategi pemasaran yang tepat digunakan yaitu dengan cara sosialisasi ke sekolah-sekolah atau lembaga public lainnya strategi menarik minat nasabah dari koessioner 95% telah mengikuti sosiali yang dilakukan namun dalam penyebaran brosur kurang efektif	Persamaan di sini yaitu dari segi pemasaran secara sosialisasi, dan penyebaran brosur, sama-sama menggunakan metode kualitatif dan akad yang digunakan yaitu <i>murabahah</i>	Analisis strategi pemasaran produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat Aceh Barat di Bank Syariah Indonesia kantor cabang meulaboh imam bonjol kabupaten Aceh barat. Dan dalam penelitian saya tidak menggunakan spsifikasi pemasaran dalam islam dan akad yang saya gunakan dalam penelitian

NO	Nama Penulis, Tahun, Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			karena rendahnya minat literature masyarakat. Adapun dalam islam Persaingan tetap dihadapi karena secara alami pasti ada. Tetap imanlah yang membuat pemasar memiliki kekayaan akal untuk melihat diri, harta dan kehidupan tidak menggunakan parameter kapitalis. Imanlah yang mengendalikan pemasar untuk bertindak dan bertenggang rasa. Sehingga dengan akal yang dikendalikan iman inilah yang mebuat pemasar muslim untuk bersaing secara sehat dan menghindari praktik bisnis yang penuh keserakahan.		<i>murabahah</i> dan <i>rahn</i> sedangkan dalam penelitian sebeumnya menggunakan ada <i>murabahah</i> dan <i>wadiah</i>
3	Asti Marlina dan Yuninda Hartati, 2019, “ <i>Prosedur Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri</i> ”	Kualitatif	<i>Pertama</i> , mekanisme pembiayaan produk BSM Cicil Emas di BSM Kantor Cabang Pembantu Sudirman Bogor terdiri dari beberapa tahapan	Persamaan terletak di prosedur cicilan emas serta akad yang di gunakan yaitu <i>murabahah</i>	Analisis strategi pemasaran produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat Aceh barat di Bank Syariah Indonesia

NO	Nama Penulis, Tahun, Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	<i>Kcp Sudirman Bogor”.</i>		mulai dari syarat pengajuan, penilaian agunan, pemutusan pembiayaan, pelaksanaan akad dan pencairan pembiayaan. Dalam proses pembiayaan cicil berpedoman pada Fatwa No: 77/DSN- MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas secara tidak tunai. <i>Kedua</i> , akad yang digunakan menggunakan akad murabahah(jual beli) dimana bank sebagai pihak penjual yang menalangi pembelian emas terlebih dahulu dan nasabah sebagai pembeli, membayar dengan cara menyicil selama kurun waktu 2-5 tahun	dan sama sama menggunakan metode kualitatif	,kantor cabang Meulaboh Imam bonjol kabupaten Aceh Barat. dan dalam penelian sebelumnya hanya memperkenalkan prosedur cicilan emas emas saja tidak membahas dengan stetegi pemasaran dan penelitian sebelumnya hanya menggunakan satu akad yaitu akad <i>murabahah</i>
4	Hamdan supriono, 2017, “ <i>Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pt Gadai (Persero) Cabang Syariah</i>	Kualitatif	Dalam penelitian ini Stategi yang digunakan untuk menarik minat nasabah ialah tidak lain strategi <i>marketing mix</i> , yang teridri dari periklanan	Persamaan di penelitian ini adalah strateginya yang menggunakan marketing mix	Analisis strategi pemasaran produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat Aceh barat di Bank Syariah Indonesia

NO	Nama Penulis, Tahun, Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	<i>Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Cabang Syariah</i>		seperti penyebaran brosur strategi, elektronik, internet, percetakan dan lain sebagainya, strategi penjualan dilakukan seperti sosialisasi, strategi publitas, dan penjualan pribadi yang di lakukan setiap pegawai, satpam maupun cleaning service produk yang di tawarkan pun sangat bervariasi sesuai kebutuhan masyarakat dan menurut perspektif islam dalam hal produk, harga, promosi, lokasi individu, dan elemen fisik semuanya sejalan dengan prinsip-prinsip hukum islam dan etika bisnis islam	seperti sosialisasi, periklanan seperti penyebaran brosur, internet, penjual pribadi, sama-sama menggunakan akad <i>murabahah</i> dan sama sama menggunakan metode kualitatif	,kantor cabang Meulaboh imam bonjol kabupaten Aceh Barat. Dan juga dalam penelitian saya tidak menggunakan spesifikasi islam, akad dalam penelitian saya menggunakan akad <i>murabahah</i> dan <i>rahn</i> sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan akad <i>murabahah</i> , <i>wadi'ah</i> , dan <i>istisnah</i>
5	Sarini Syarifuddin Muhammad Yasir Yusuf Yulindawati, 2020, " <i>Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Produk Tabungan</i>	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi marketing dalam meningkatkan produk tabungan emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Banda, memberikan	Seperti penelitian yang sudah ada penelitian ini juga sama yang dimana terletak persamaan di target pasar yang	Analisis strategi pemasaran produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat Aceh Barat di Bank Syariah Indonesia ,kantor cabang

NO	Nama Penulis, Tahun, Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	<i>Emas Pada Pt Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh”</i>		informasi cukup memuaskan melakukan segmentasi berupa sosialisasi semua kalangan masyarakat dengan target pasar melakukan literasi (pengenalan) produk tabungan cicilan emas kepada masyarakat, kantor dan sekolah, serta berhubungan dengan bauran pemasaran di antaranya produk, harga, promosi dan tempat. Dari strategi marketing tersebut paling baik adalah literasi (pengenalan) produk tabungan emas kepada masyarakat, sehingga banyak diminati oleh kalangan Ibu Rumah Tangga (IRT) dan pegawai non PNS	dilakukan serta strategi pemasaran menggunakan sosialisasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan produk cicilan emas kepada masyarakat, sekolah maupun perusahaan lainnya sama-sama menggunakan akad <i>murabahah</i> dan sama sama menggunakan metode kualitatif	Meulaboh imam bonjol kabupaten Aceh Barat. Akad dalam penelitian saya menggunakan akad <i>murabahah</i> dan <i>rahn</i> penelitian sebelumnya menggunakan akad <i>murabahah</i> , dan <i>wadiah</i>

H. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif yang berarti menganalisa ,dan mengkaji lebih dalam fenomena yang sudah

terkaji dan penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya melainkan lebih ke deskriptif analisis hasil kutipan dari jurnal, buku serta yang di peroleh dari hasil lapangan yang didapatkan dengan hasil observasi maupun hasil wawancara yang dilakukan oleh penelitian dan informasi yang didapatkan oleh peneliti dalam bentuk dokumen.

Metode bersifat deskriptif suatu penelitian yang menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat lampau. penelitian ini tidak mengadakan manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel bebas, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya. Penggambaran kondisi bisa individual atau menggunakan angka-angka.¹⁰

2. Jenis data dan sumber data

a. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data *primer* dan *sekunder*. Data *primer* adalah data yang pertama kali diperoleh melalui wawancara dan dokumen-dokumen yang berkaitan langsung dengan penelitian. Data *sekunder* adalah informasi yang diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya bukan hasil pengumpulan data secara langsung, data sekunder seperti literatur ilmiah atau buku-buku lain.

¹⁰ Fitrah, dkk, *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: Jejak Publisher, 2017), 36

b. Sumber data

1) Data *primer*

Data *primer* merupakan jenis data yang diperoleh dari penelitian langsung dengan teknik observasi, dokumentasi dan mewawancarai 2 karyawan *pawning appraisal* dan *pawning sales officer* yang bekerja di bidang gadai emas dan cicilan emas dan 13 nasabah yang mengambil cicilan emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol, kabupaten Aceh Barat. Dalam data *primer* yang ingin dicari oleh peneliti adalah strategi pemasaran produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat Aceh Barat di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh.

2) Data *sekunder*

Data *sekunder* merupakan data yang diperoleh dari laporan tahunan, dokumen, rujukan skripsi terdahulu, sumber buku referensi yang sudah ada, data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh Objek dan subjek penelitian. Objek penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh. Subjek penelitian berupa 2 karyawan yaitu : *pawning appraisal* dan *pawning sales officer*, ini adalah karyawan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh dan 13 nasabah yang mengambil produk cicilan emas. Dalam

penelitian ini penulis menggunakan *purposive sampling* “yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu apa yang diharapkan” (sugiyono, 2009:300). *Purposive sampling* dari penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi pemasaran cicilan emas pada kebutuhan masyarakat Aceh barat serta kendala yang dihadapi saat melakukan strategi pemasaran.

3. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung pada lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data dengan observasi sangat baik dilakukan tujuan menggabungkan wawancara dan dokumentasi dan sekaligus menginformasikan kebenarannya. Oleh karena itu peneliti harus mengamati dan mendengar jawaban langsung yang akan di lantarkan oleh informan yang bersangkutan.

b. Wawancara

Wawancara adalah saluran komunikasi dua arah yang digunakan untuk menggali informasi dari responden dengan panduan

wawancara berisi pertanyaan terbuka yang fokus utamanya adalah interaksi antara pewawancara dan informan.¹¹

Melalui penelitian ini, penulis mengambil data-data dengan melakukan wawancara dengan pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh. khususnya wawancara yang ditujukan kepada *pawning appraisal* dan *pawning sales officer* bagian gadai emas dan cicilan emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh dan nasabah yang mengambil cilem untuk memperoleh data tentang strategi pemasaran produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat Aceh Barat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan beberapa informasi pengetahuan, fakta dan data, dengan demikian dapat dikumpulkan data-data dengan katagorisasi dan klasifikasi bahan bahan tertulis yang berhubungan dengan masa penelitian, baik dari sumber dokumen, buku, jurnal ilmiah, website, dan lain sebagainya.¹²

4. Teknik Analisis Data

Noeng Muhadjir (1998: 104) mengatakan analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi

¹¹ Saryono dan Mekar Dwi Anggreni, “*Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Kesehatan*” cet-2, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 15

¹² Hadari Nawan *Instrument Penelitian Bidang Social* (Yogyakarta:Gajah Mada University Press ,2010)

orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.

Dalam pengetian di atas data lapangan akan dikumpulkan dan diolah secara sistematis. Teknik analisis data kualitatif dimulai dengan mengumpulkan semua data, mempelajarinya, dan menyusunnya menjadi kelompok-kelompok yang kemudian dikategorikan. Setelah itu, data diabsahkan dan ditafsirkan sesuai dengan kemampuan peneliti untuk memahami apa yang mereka temui.

Teknik analisi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Pengumpulan data

Pengumpulan data di lapangan tentu terlibat secara langsung dalam proses mengumpulkan data di lapangan melalui pemilihan, evaluasi, dan penentuan metode serta kualitas pertanyaan yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, mengingat setiap jenis pertanyaan mungkin memerlukan pendekatan pengumpulan data yang unik, seperti dokumen atau sumber data tertulis, foto.¹³

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio tapes, pengambilan foto, atau film. Sedangkan sumber data tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber

¹³ Feny Rita Fiantika et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Sumatra Barat: 2022)

buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.

2) Reduksi data

Meliputi proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, perbaikan kata kasar yang muncul dari catatan yang tertulis dilapangan saat melakukan observasi. Reduksi data sebenarnya bertujuan untuk menganalisis data agar memperoleh kesimpulan yang kemudian akan di tarik verivikasi. Dalam penelitian ini proses reduksi data dilakukan dengan mengumpulkan data dari hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi kemudian di pilih dan di kelompokkan berdasarkan kemiripan data atau hal penting yang berkaitan dengan permasalahan dalam skripsi.

3) Penyajian data

Penyajian data melakukan perbandingan serta menghubungkan semua data yang telah diperoleh dilapangan dengan teliti dan menghubungkan dengan data yang di peroleh di perpustakaan. Kemudian melakukan *interpetasi* terhadap data tersebut guna membagi konsep yang bermakna.

4) Verivikasi data dan penarikan kesimpulan

Verivikasi data adalah sebagian dari suatu kegiatan yang utuh , artinya makna-makna yang muncul dari kata yang telah di sajikan dan diuji kebenarannya, yang kemudian di tarik kesimpulan dari kata tersebut.

I. Sistematika

Pada bab I ini terdapat latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat masalah, penelitian terdahulu, metode penelitian, sistematika.

Dalam bab II ini memuat pengertian strategi pemasaran, produk cicilan emas, akad cicilan emas, dan alasan masyarakat dalam memilih produk cicilan emas.

Pada bab III ini memuat gambaran umum dari lokasi penelitian dan paparan data dari hasil penelitian.

Pada bab IV ini memuat analisis penelitian atau pengolahan data dari rumusan masalah serta pengolahan data dari hasil wawancara.

Pada bab V terakhir ini memuat kesimpulan dan saran penulis untuk hasil penelitian di BSI kc. Meulaboh kabupaten Aceh Barat.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Promosi

1. strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah pendekatan pemasaran yang *komprehensif, fleksibel* dan mencakup semua yang memberikan informasi tentang kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui kampanye periklanan, penjualan pemasaran, produk, dan distribusi. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan yang digunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁴ Menurut Kurtz (2008), “strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari *marketing mix*, produk, distribusi, promosi, dan harga”.

Salah satu strategi pemasaran yang digunakan BSI untuk menarik minat nasabah adalah memberikan reward kepada nasabah yang aktif dalam melakukan cicilan emas berupa hadiah motor, mobil, logam mulia, dan smartphone. Selain mendapatkan manfaat dari investasi emas, nasabah juga bisa mendapatkan reward dari BSI sebagai bentuk apresiasi BSI untuk nasabah yang aktif melakukan cicilan emas program ini disebut sebagai hujan emas.¹⁵

¹⁴ Sofyan, *Asuransi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 168

¹⁵ Petrus Debu, *Apresiasi Nasabah Gadai Emas Dan Cicilan Emas, BSI Memberikan Hadiah Program Hujan Emas*, 13 Januari 2023 <https://www.theeconomics.com/art-of-execution/apresiasi-nasabah-gadai-emas-dan-cicil-emas-bsi-berikan-hadiah-program-hujan-emas/> Diakses 26 Mei 2024

2. bauran pemasaran (*marketing mix*)

strategi pemasaran adalah gabungan dari variable atau tindakan yang menjadi bagian dari system pemasaran. Variable-variabel ini dapat di gunakan oleh bisnis untuk memengaruhi reaksi pelanggan atau pembeli.

Dan untuk keberhasilan suatu bisnis terdapat 4 unsur bauran pemasaran yaitu:

a. produk(product)

produk adalah segala sesuatu yang dapat di jual di pasar untuk di beli, digunakan atau di konsumsi dengan tujuan memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pemasaran mencakup produk, dalam al-quran dan sunnah nabi seperti ,bangkai, daging babi, darah hewan, minuman beralkohol, perjudian , portitusi dan penggunaan Bunga dalam bisnis keuangan dan perbankan adalah semua barang yang dilarang. Menurut pemasaran Islam, produk harus memenuhi standar halal, tidak menyebabkan pikiran kotor atau rusak, tidak mengganggu, tidak mengandung riba atau maysir, bermoral, dan kepemilikan yang sah. Produk juga harus diserahterimakan dengan jelas karena penjualan produk palsu tidak dapat dibenarkan (seperti penjualan ikan di sungai). Produk juga harus tepat secara kuantitas dan kualitas.

b. harga(price)

Untuk memastikan bahwa produk mereka bersaing dipasaran, pengusaha dapat menggunakan strategi penetapan harga yang sesuai dengan pasar, yaitu mengikuti harga di bawah pasaran atau di atas pasaran . Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang sangat penting bagi suatu perusahaan karena berhubungan dengan elemen lainnya.

c. Lokasi (place)

Salah satu komponen dalam Bauran Pemasaran adalah "tempat", yang bukan hanya tempat bisnis dijalankan; lebih jauh lagi, "tempat" tersebut mencakup seluruh proses distribusi produk, yang mencakup barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam saluran distribusi, semakin banyak perangkat yang digunakan biasanya akan memungkinkan lebih banyak orang untuk mengaksesnya. Semakin mudah mendapatkan produk, semakin baik proses distribusi, dan kemungkinan besar penjualan produk akan meningkat . Untuk alasan ini, pemasar merencanakan saluran distribusi penting dengan baik.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku pembeli yang tidak mengenal menjadi mengenal sehingga mereka menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut. Pada hakikatnya,

promosi adalah jenis komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran tentang perusahaan dan produknya.¹⁶

1) Fungsi dan tujuan strategi promosi

Strategi promosi membantu perusahaan menetapkan pemasaran yang jelas dan terukur. Berikut fungsi dari pemasaran:

a) Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan

Strategi promosi adalah metode yang memotivasi manajemen perusahaan untuk memikirkan dan melihat masa depan dengan metode yang berbeda. Hal ini sangat penting untuk menilai kemampuan dalam beradaptasi dengan ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus menjalani hubungan dengan produk baru.

b) Koordinasi pasar yang lebih efektif

Strategi promosi ini berfungsi memodifikasi perusahaan untuk mengembangkan struktur tim yang lebih efisien dan efektif.

c) Merumuskan tujuan perusahaan

Dalam strategi promosi ini pemiliknya akan usaha membantu dalam membuat rincian yang diperlukan untuk tujuan yang akan dituju baik tugas kecil, maupun besar yang akan di capai.

¹⁶ Roni Muhammad, Endang Rahim *Strategi Baruan Pemasaran(Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariaah* JURNAL EKONOMI SYARIAH V2.NO1 April 2021 <https://doi.org/10.54045/Mutawazin.V2i1.113> Diakses 6 Agustus 2024

d) Pengawasan kegiatan promosi

Dengan adanya strategi promosi maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja karyawannya. Hasilnya , peserta akan lebih mudah mengawasi kegiatan kelompok dan mencapai hasil kerja yang berkualitas.

Adapun tujuan dari promosi yaitu:

- 1) Untuk meningkatkan koodinasi individu dalam jangka waktu pemasaran.
- 2) Sebagai alat untuk mengukur hasil penilaian berdasarkan standar penyajian yang telah di tetapkan.
- 3) Dasar logis untuk memahami promosi.
- 4) Untuk meningkatkan kemampuan menyesuaikan diri ketika terjadi perubahan lapangan.¹⁷

a. Jenis strategi promosi

Assauri mengatakan bahwa strategi prompsi umum ini terdiri dari tiga jenis strategi promosi yang dapat diterapkan perusahaan:

¹⁷ Ahmad Syarif Iskandar et al., *Strategi Pemasaran ,Konsep ,Teori, Implementasi* (Banten:Pascal Book 2021) ,11

1) Strategi promosi yang tidak membedakan pasar
(*Undifferentiated marketing*).

Strategi ini melihat pasar secara keseluruhan, sehingga perusahaan hanya memperhatikan kebutuhan umum konsumen. Oleh karena itu, perusahaan hanya membuat dan memasarkan satu jenis produk saja dan menggunakan satu strategi pemasaran untuk menarik pelanggan tetap dan potensial. Tujuan strategi ini adalah untuk mengurangi biaya melalui penjualan massal. Perusahaan yang menggunakan strategi ini tidak mempertimbangkan kelompok pembeli yang berbeda. Sebaliknya, mereka memfokuskan perhatian mereka pada seluruh konsumen dan kebutuhannya dengan membuat produk yang menarik mereka. Pasar dianggap sebagai kumpulan kebutuhan yang sama.

Salah satu keuntungan dari strategi promosi ini adalah perusahaan dapat menekan biaya sehingga lebih ekonomis. Sebaliknya, jika banyak perusahaan lain menggunakan strategi yang sama, akan terjadi persaingan yang tajam untuk menguasai pasar, atau *hyper competition*, yang mengabaikan *segmen* pasar sayangnya lebih kecil. Karena banyaknya persaingan yang semakin tajam, strategi ini

dapat membuat upaya pemasaran perusahaan kurang menguntungkan.

2) Strategi promosi yang membeda-bedakan pasar
(*Differentiated marketing*)

Dengan strategi ini, perusahaan hanya memenuhi kebutuhan beberapa kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu pula. Akibatnya, perusahaan membuat dan memasarkan berbagai macam produk dan campuran untuk tiap segmen pasar. Dengan kata lain, perusahaan membuat dan memasarkan berbagai macam produk dan campuran yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan berbagai kelompok konsumen atau pembeli, dengan program pemasaran yang paling sesuai.

Perusahaan yang menerapkan strategi ini berusaha untuk meningkatkan kepercayaan kelompok konsumen tertentu terhadap produk yang dibuat dan dipasarkan sehingga mereka mau membeli berulang kali, sehingga diharapkan penjualan yang lebih tinggi dan posisi produk perusahaan yang lebih kuat atau stabil di pasar. Keuntungan dari strategi pemasaran ini termasuk posisi produk yang lebih baik di setiap segmen pasar dan peningkatan total penjualan perusahaan. Kelemahan strategi ini adalah bahwa

biaya akan lebih tinggi karena biaya administrasi, promosi, produksi, dan perubahan produk.

3) Strategi promosi yang terkonsentrasi (*Concentrated Marketing*)

Dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber dayanya, perusahaan menggunakan strategi ini untuk memfokuskan pemasaran produknya pada beberapa segmen pasar. Dalam hal ini, bisnis. Strategi pemasaran ini mengutamakan seluruh usaha pemasaran pada satu atau beberapa *segmen* pasar tertentu saja setelah produsen memilih *segmen* pasar tertentu dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kelompok konsumen tersebut. Oleh karena itu, organisasi akan menghasilkan hasil yang paling menguntungkan dengan mengkonsentrasikan seluruh operasinya.

Salah satu keuntungan menggunakan strategi ini adalah perusahaan dapat memperoleh posisi atau kedudukan yang kuat di segmen pasar tertentu yang dipilih karena perusahaan akan memiliki pengetahuan dan pengalaman yang lebih baik dalam menerapkan strategi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dari segmen pasar yang dilayaninya. Perusahaan juga

memperoleh keuntungan karena memiliki spesialisasi dalam produksi, distribusi, dan promosi.

Dengan pemilihan segmen pasar yang tepat, perusahaan dapat memasarkan produknya dengan sukses. Salah satu kelemahan strategi pemasaran ini adalah perusahaan akan menghadapi risiko yang besar jika hanya bergantung pada satu segmen pasar. Ini karena kemungkinan perubahan preferensi pelanggan atau peningkatan daya saing bisnis lain yang memiliki kemampuan untuk melayani pasar dengan lebih baik dan efisien daripada perusahaan ini.¹⁸

Sedangkan Tedjasatesan mengatakan jenis strategi promosi terbagi menjadi 4 jenis yaitu:

- 1) Kebutuhan-kebutuhan primer semakin meningkat dengan meningkatkan jumlah asupan.
- 2) Tingkatkan kebutuhan primer dengan mengatur tingkat pembelian.
- 3) Meningkatkan *selektifitas* dengan merangkum pelayanan yang ada.
- 4) Menjaring adanya pelanggan untuk merangsang kebutuhan *selektif*.

¹⁸ Eko Susanto *Peranan Strategi Pemasaran Pada Pedagang Di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2017)26-28 2024 <https://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/20526/> Diakses 10 Januari, 2024

Strategi kebutuhan primer dibentuk agar menaikannya tingkat permintaan akan bentuk atau kelas produk dari bukan pemakaian sekarang (yang tidak ada atau hanya mempunyai pesaing sedikit), serta produk-produk dengan bagian pasar yang besar.

Strategi kebutuhan *selektif* dibentuk agar meningkatnya suatu produk, bisnis atau industri. Fokus utama strategi ini adalah pasar karena penjualan diperkirakan akan meningkatkan dengan mengembangkan suatu katagori produk. Strategi kebutuhan *selektif* dapat diterapkan dengan cara menekankan pelanggan baru atau memperkuan pelanggan yang sudah ada.¹⁹

B. Produk Cicilan Emas

Cicilan emas adalah pembiayaan kepemilikan emas bank syariah Indonesia untuk membantu nasabah dalam pembelian emas lantakan. Pasar emas sangat terbuka, transaksi jual beli yang *fleksibel*, nilai investasi yang tidak terpengaruh oleh inflasi, tren, dan harga yang terus meningkat menjadikan emas salah satu pilihan investasi yang sangat menguntungkan. Di bank syariah, Anda dapat melakukan investasi emas dengan menggunakan akad *murabahah*.

¹⁹ Khoirul Anam, *Strategi Pemasaran Dan Implementasinya Dalam Lembaga Pendidikan*, TA'ALLUM:JURNAL PENDIDIKAN ISLAM 1 No.2 (November 2013) ,162-163 <https://doi.org/10.21274/taalum.2013.1.2.159-170> Diakses 6 Mei 2024

Adapun akad-akad yang terdapat dalam ciclan emas ini adalah sebagai berikut:

1. ***Murabahah***

Murabahah adalah jual beli barang pada harga awal dengan keuntungan yang disepakati. Dalam *terminologi* Bank Syariah, *murabahah* didefinisikan sebagai suatu perjanjian yang diputuskan antara Bank Syariah dan pelanggannya, di mana bank memberikan pembiayaan untuk membeli bahan baku atau modal kerja lainnya yang dibutuhkan oleh pelanggan, yang akan dibayar kembali oleh pelanggan sebesar harga jual Bank (harga beli bank ditambah margin keuntungan) pada tanggal tertentu.²⁰

Ulama syafiiyah dan hanabilah mengatakan *murabahah* sebagai suatu proses jual beli dengan harga pokok di tambah keuntungan dengan syarat penjual dan pembeli yang telah mengetahui harga pokok barang.²¹

Contoh:

Bank memberikan pembiayaan kepada nasabah sesuai keinginan nasabah, dan pembelian emas dapat berupa emas lantakan maupun emas batangan misalnya 10gr/3 mayam, dengan harga permayam Rp. 1,075,000 total harga Rp. 10,750,000 DP awal biaya admin 20% yaitu Rp. 2.150.000 maka pembiayaan yang di berikan oleh bank sebesar Rp.

²⁰ Rivai Veithzal, et al. *Islamic Banking And Finance*”, (Yogyakarta: BPFE 2013), 319

²¹M.Sholeh Mauluddin, *Pebiayaan Murabahah Dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI* JURNAL QAWANIN 2 No.1 (januari 2018) :2 <https://doi.org/10.30762/q.v2i1.1044> Diakses 5 Mei 2024

8.600.000 nasabah wajib mencicil kepada bank dengan kesepakatan dan margin tertentu dengan jangka waktu maksimal 5 tahun misalnya nasabah dan pihak bank membuat kesepakatan untuk mencicil 12 bulan/1 tahun maka biaya cicilan perbulan Rp.754,078. $754,078 \times 12 = 9.048.936$ jadi, total keseluruhan cicilan tersebut dengan tempo waktu 12 bulan/1 tahun adalah Rp.11.198.936 dan margin untuk pihak Bank Rp.448.936 .

Hukum *murabahah* dalam jual beli emas secara angsuran menimbulkan berbagai macam pendapat dalam kalangan ulama Ulama yang mayoritas *fuqaha* seperti mazhab Hanafi, Maliki , Syafi'i Dan Hambali mengatakan “ janganlah engkau menjual emas dengan emas, dan perak dengan perak, kecuali secara tunai.” Menurut mereka emas dan perak hanyalah bentuk uang(harga, cara pembayaran, mata uang) yang tidak dapat di ubah secara tidak tunai atau angsuran karena dapat menyebabkan riba.

Namun menurut Ibnu Qayyim, Ibnu Taimiyah, dan ulama kontemporer;

1. Emas dan perak merupakan barang (*sil'ah*) yang di perdagangkan sama dengan barang biasa, tetapi tidak sama dengan harga, cara pembayaran, dan mata uang.
2. Umat manusia memiliki kebutuhan yang sangat besar maka terlibat dalam jual beli emas, jika tidak diperbolehkan maka

akan berpengaruh kepada kehatan manusia dan masyarakat akan mengalami kesulitan.

3. Setelah di *reduksi* menjadi perhiasan emas dan perak tidak lagi berfungsi sebagai emas (harga, cara pembayaran, mata uang). Sebaliknya, mereka berubah menjadi serupa dengan pakaian dan barang lainnya. Oleh karena itu tidak ada riba dalam pertukaran atau jual beli antara perhiasan dan uang bahkan ketika barang lain tidak memiliki tipe yang sama.
4. Jika jual beli emas secara angsuran hilang maka masyarakat akan mengalami kesulitan yang tidak terduga.

Berdasarkan hal tersebut, fatwa dewan syariah nasional No. 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai memutuskan bahwa:

Pertama: Hukum

jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa atau jual beli *murabahah* hukumnya (*mubah, ja'iz*) selama emas tidak menjadi alat tukar yang remi (uang)

kedua : Batasan Dan Ketentuan

1. Harga jual (*tsaman*) tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perpanjangan waktu selama jatuh tempo.
2. Emas yang dibeli secara tidak tunai boleh dijadikan jaminan (*rahn*)
3. Emas dijadikan jaminan sebagaimana yang dimaksud dalam angka 2 tidak boleh diperjual belikan atau dijadikan objek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Ketiga : Ketentuan Penutup

Fatwa ini berlaku semenjak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan akan di rubah dan akan disempurnakan sebagaimana mestinya.²²

Firman Allah SWT QS.al-baqarah ayat 275

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... .

“ Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Hadis Nabi SAW riwayat Ibnu Majah dan Al-Baihaqi dari Abu Sa'id Al-Khudri:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ،
(رواه ابن ماجة و البيهقي وصححه ابن حبان)

Rasullullah saw bersabda “ sesungguhnya jual beli itu hanya boleh dilakukan atas dasar kerelaan (anantara kedua belah pihak)” (HR. Ibnu Majah dan Al- Baihaqi, dan dinilai shasih oleh Ibnu Hibban)

2. *rahn*

rahn merupakan jaminan atau gadai, secara *syara'* *rahn* adalah menahan suatu benda yang bernilai untuk dimanfaatkan, artinya menahan suatu harta yang bernilai sebagai jaminan. Menurut ulama Syafii akad *rahn* adalah suatu benda yang ditetapkan sebagai jaminan utang kemudian jaminan tersebut di jadikan untuk melunasi utang, apabila pihak-pihak yang terlibat tidak mampu melunasi utang. Menurut Ibnu Qudamah barang yang dijadikan jaminan hutang dapat dijual kembali oleh sipemberi pinjaman utang apabila yang berhutang

²² Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 77/Dsn-Mui/V/2010 “ Jual Beli Emas Tidak Tunai” https://ditbinganis.badilag.net/ekonomisyariah/dokumen_kompilasi/81.pdf Diakses 8 Mei 2024

tidak mampu menembus jaminan tersebut. Menurut Al-Qurthubi Benda yang dijadikan sebagai jaminan hutang ditahan oleh pihak pemberi hutang sampai sipeminjam hutang dapat menembusnya kembali.²³

Dapat disimpulkan *rahn* adalah suatu perjanjian untuk menggadaikan suatu barang yang jenis barangnya bernilai, bermanfaat yang berkualitas dan memiliki nilai kekayaan, sebagai jaminan sipemberi hutang, apabila sipeminjam tidak dapat melunasi hutang tersebut.

Selain *murabahah*, *rahn* merupakan akad yang dipergunakan dalam cicilan emas atau bisa dikatakan pengabungan antara akad *murabahah* dan *rahn* dalam mencicil emas sebagaimana dikatakan oleh fatwa dewan syariah nasional No. 77/DSN-MUI/V/2010 yang kedua dalam angka 3 yang artinya *rahn* sebagai akad jaminan apabila dalam proses pencicilan emas nasabah tidak sanggup melanjutkan cicilannya maka emas tersebut menjadi milik bank tanpa penambahan akad lainnya.

QS. Al-baqarah ayat 283

²³Maman Suharman Dan Panji Adam “ *Penerapan Prinsip Syariah Pada Akad Rahn Di Lembaga Pegadaian Syariah*” JURNAL Law And Justice, 2 No. 2 (Oktober 2017), 137 <https://doi.org/10.23917/laj.v2i2.3838> Diakses 9 Mei 2023

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنِ مَقْبُوضَةً
 فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ
 اللَّهَ رَبَّهُ ۖ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۚ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۚ
 وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨﴾

“Dan jika kamu dalam perjalanan dan kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang di percayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, tuhan nya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena barang siapa yang menyembunyikannya sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

a. Pengertian produk cicilan emas

Penggunaan emas sebagai logam mulia yang dapat dibentuk menjadi perhiasan seperti kalung dan cincin. Cicilan emas adalah pembiayaan kepemilikan emas bank syariah Indonesia untuk membantu nasabah dalam pembelian emas lantakan²⁴ Selain itu, Produk cicilan emas merupakan produk dari PT Antam, PT Harta Dinata, dan Pegadaian Geleri 24 perusahaan dagang yang telah mempunyai kerja sama dengan Bank. Banyak masyarakat yang belum bisa memiliki emas sendiri karena keterbatasan ekonomi namun sekarang agar masyarakat dapat memiliki emas, Bank memberikan dorogan kepada masyarakat agar dapat memiliki emas dengan cara dicicil, dengan kata lain Bank memberikan peluang

²⁴ Brosur bsi “cicilan emas”

kepada masyarakat untuk memiliki emas dengan jual beli secara angsuran atau tidak tunai dengan jangka waktu pembayaran 1 sampai 2 tahun.²⁵

Dari *survey* awal saat saya mewawancarai *pawning seles officer* dibidang cicilan dan gadai emas mengatakan; nasabah diarahkan melakukan cicilan emas kepada Bank, dengan syarat foto copy KTP, NPWP, asuransi jiwa, usia minimal 21 maksimal 60 tahun, biaya adm 1% uang muka 20% mengisi fomulir dan melakukan akad *murabahah* (jual beli).

b. Manfaat Produk Cicilan Emas

1) Sifatnya mudah dicairkan

Ini adalah manfaat utama yang hampir sering di abaikan dalam melakukan investasi , seperti jenis dan bentuk investasi lain yang mempunyai tingkat pengambilan yang lebih sulit untuk direalisasikan atau hanya diklaim dalam jangka waktu tertentu. Berbeda dengan investasi emas yang menawarkan bagi *investor* karena dapat mengubah uangnya menjadi tunai dengan cara yang relatif sederhana, dengan jangka waktu relatif singkat serta lebih *fleksibel*.

²⁵ Jefik Zulfikar Hafizd *Investasi Emas Dengan Perspektif Hukum Islam JURNAL HUKUM EKONOMII SYARIAH* 5 No.2 (2021): 98 <https://doi.org/10.26618/j-hes.v5i02.5302>
Diakses 3 desember 2023

2) Bebas pajak

Keuntungan yang diperoleh dari investasi bijak yang dilakukan pada suatu bisnis tertentu tidak serta merta disadari oleh orang-orang yang memiliki saham bisnis tersebut. Keuntungan yang diperoleh organisasi dari investasi yang bijaksana tidak segera *direalisasikan* oleh pemegang saham perusahaan. Secara umum, *realisasi* keuntungan ini juga sering kali bertepatan dengan adanya *margin* keuntungan atau rencana bagi hasil, dan tidak hanya dinyatakan dalam mata uang. Memiliki emas sebagai bahan investasi merupakan pilihan bijak jika anda ingin melakukan investasi bebas pajak.

3) Melindungi nilai kekayaan

Bentuk kecenderungan yang kurang meningkat pada tahun ketahun, emas sering sebagai investasi yang melindungi nilai kekayaan seseorang. Dampak investasi emas terhadap kekayaan seseorang dapat dikurangi dengan tingkat pengembalian yang stabil secara konsisten, artinya ketika investasi tersebut dijual kembali, investor akan secara konsisten memperoleh tingkat pengembalian yang lebih tinggi.²⁶

C. Minat Cicilan Emas

Minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka ingin ketika mereka mempunyai pilihan.

²⁶Wastam Wahyu Hidayat, *Konsep Dasar Investasi Dan Pasar Modal* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019) 121

Ketika seseorang percaya bahwa sesuatu akan bermanfaat, mereka akan tertarik padanya dan kemudian akan merasa puas. Namun ketika kepuasan berkurang, minat mereka juga akan berkurang, minat adalah kombinasi keinginan yang dapat berkembang dengan dorongan.²⁷

Seperti halnya cicil emas, nasabah melakukan cicil emas tentunya karena puas dengan manfaat emas yang nilainya stabil dan mudah di jual membuat nasabah memilih emas sebagai investasi jangka panjang maupun pendek namun dengan investasi jangka pendek kurang menguntungkan dan apabila melakukan investasi emas dengan jangka panjang tentu sangat menguntungkan.

D. Alasan Masyarakat Dalam Memilih Produk Cicilan Emas

Emas adalah investasi utama, nilainya tidak pernah berkurang. Sebagai alat kekuasaan dan kekayaan emas juga efektif sebagai cara untuk melindungi nilai asset dari inflasi dan fluktuasi nilai tukar. Untuk itulah sebabnya, sejak zaman nabi sulaiman emas sudah langka di kalangan manusia.²⁸

Seperti pembahasan sebelumnya emas sangat menguntungkan bagi kekayaan seseorang dalam jangka waktu yang panjang. Maka dari itu, keinginan masyarakat untuk memiliki emas sangat tinggi namun daya beli yang rendah karena perekonomian yang kurang memadai. Mereka bisa memilih mencicil emas di bank, alasan kuat untuk berinvestasi atau mencicil emas ini ialah :

²⁷ Tumpubolon *Mengembangkan Minat Dan Kebiasaan Membaca Pada Anak* . (Angkasa 1991)

²⁸ Sholeh Dipraja *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede?* (Jakarta: Tangga Pustaka 2011):7

1. persiapan pensiun

Dana pensiun adalah dana yang dikelola dan diawasi oleh badan hukum untuk memberikan manfaat pensiun dimana perusahaan memberikan uang kepada karyawan pensiun secara berkala. Perencanaan dana pensiun dibutuhkan saat menghadapi masa tua agar keluarga selalu harmonis dan tidak menghadapi kesulitan ekonomi dimasa tua.²⁹

supaya dana pensiun tersebut dapat di manfaatkan dengan jangka waktu panjang maka bisa melakukan ivestasi, salah satu pengelolaan dana pensiun yang paling efektif dengan cara mencicil emas, karena kita dapat membangun kekayaan untuk masa pensiun secara bertahap dengan memanfaatkan peningkatan nilai emas.

2. pendidikan anak

pendidikan adalah suatu proses untuk mengubah sikap, perilaku, pola pikir, serta pengetahuan agama bagi anak agar tumbuh berkembang, kreativitas dan memiliki pengetahuan yang luas, maka dari itu pentingnya pendidikan sejak dini hingga ke perguruan tinggi, namun untuk melanjutkan kejenjang pendidikan yang lebih tinggi tentunya membutuhkan biaya yang tidak sedikit.³⁰

²⁹ Sistia Edi Anisa D. H *Analisis Keuangan Keluarga Lansia Pensiun* Jembar 1 No 1 (31 Juli 2023) <https://journal-iasssf.com/index.php/JEMBAR/article/view/26> Diakses 10 Mei 2024

³⁰ Yustina Ari, *Investasi Emas Untuk Ibu Rumah Tangga* (Yogyakarta : Suaka Media 2013), 26

Karena itu orang tua di anjurkan menabung untuk biaya pendidikan anaknya, cara efektif ialah dengan mencicil emas sejak dini karena membantu mencadangkan dana pendidikan anak mudah dijual, dan tahun ketahun harga emas naik 5%.³¹ misalnya buat anak sekolah usia anak 5 tahun mau mempersiapkan biaya untuk masuk fakultas contohnya; 100gr, 100gr jika di beli saat ini harganya 130JT tetapi jika uang di tabung senilai 130 jt 5-10 tahun akan datang tidak ada nilai belinya lagi tapi dalam bentuk emas 100gr akan di gunakan 10 atau 15 tahun yang akan datang bisa jadi 100M itu bisa di gunakan untuk biaya sekolah anak.

3. biaya perjalanan haji

Ibadah haji merupakan impian semua orang, namu tidak semua orang bisa menunaikan ibadah haji sangatlah besar, dengan melakukan investasi emas semua bisa terwujud jika dilihat dari tahun ketahun harga emas semakin tinggi dan merupakan alternatif melindungi nilai kekayaan.

Apabila emas beralih sebagai biaya ibadah haji maka biayanya akan turun dari tahun ketahun yang pada dasarnya 310 gram emas pada tahun 1997 dengan harga Rp.7,5JT, pada tahun 2000 mengalami penurunan menjadi 280 gram dengan harga 21JT, dan di tahun 2023 turun lagi menjadi 40 gram dengan harga Rp.44,3JT. Jika kita menabung semisal kita butuh 30JT untuk ibadah haji 5 tahun kedepan

³¹ Ikana putri “*bukan uang, investasi emas pilihan tepat tabungan pendidikan anak*” detik finance ,8 mei 2023. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6708840/bukan-uang-investasi-emas-pilihan-tepat-tabungan-pendidikan-anak>. Diakses 16 mei 2024

bisa jadi 50JT tetapi jika kita berinvestasi dengan emas emas 30gr setara 35JT pada beberap tahun yang akan datangbisa jadi 50JT-80JT namu, jika digunakan untuk beberapa tahun yang akan datang cukup untuk perjalanan ibadah haji atau umroh tapi kalau nabung nilainya akan tetap, oleh karena itu dengan investasi emas ini bisa mewujudkan perjalanan ibadah haji.³²

Gambar: 1.1 Mekanisme Pengambilan Cicilan Emas Di BSI



Gambar di atas adalah mekanisme pengambilan cicil emas, persyaratan npwp adalah untuk nasabah yang mengambil cilem di atas Rp.50JT, untuk cicilan perbulannya kita cukup mempunyai rekening tabungan (wadiah)

³² Dea Duta Aulia “ *nabung emas bikin naik haji lebih muurah, benarkah?*” detik finance 28 mei 2023 . <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6742877/nabung-emas-bikin-naik-haji-lebih-murah-benarkah> diakses 16 mei 2024

sebagai rekening debitnya, jadi kita setor uang kerekening tersebut untuk cicil emas 1jt setiap bulan, jadi setiap bulan didebet dari situ ke rekening emasnya. Apabila butuh mendadak emasnya dapat di jual. Jika di pertengahan tahun misal batas tempo 5 tahun, hanya 3 tahun nasabah sanggup membayar namun 2 tahun lagi nasabah tidak sanggup membayarnya lagi maka dia harus membuat laporan ke pada *pawning apprissal / pawning selles officer* di BSI tempat nasabah melakukan cicil emas, supaya emasnya bisa di jual setelah itu BSI bisa lunasi berapa sisa pembiayaan, dan sisa uangnya hasil jual emas tersebut dikembalikan kepada nasabah.

E. Kendala Dalam Pemasaran Produk Cicil Emas

Dalam pemasaran tentu saja tidak berjalan dengan mulus banyak kendala yang di hadapi saat melakukan pemasaran sebagai berikut:

1. Strategi marketing kurang matang

Ketidak siapan strategi pemasaran adalah masalah umum yang di hadapi oleh pembisnis ini menyebabkan strategi mejadi tidak sempurna. Si pihak pemasaran mungkin tidak memiliki rencana yang matang untuk meluncurkan produk tersebut dan tidak mempertimbangka pasar dan pesaing. Ini adalah salah satu hal yang sering terlupakan.

2. Target calon nasabah tidak tepat

Sangat penting mengetahui latar belakang calon nasabah karena salah satu target dapat menjadi kendala besar dalam pemasaran. Upaya

pemasaran tidak akan berhasil jika produk di ajukan pada calon nasabah yang latar belakangnya kurang meyakinkan.

3. *Branding* yang lemah

Branding yang kuat sangat penting untuk keberhasilan pemasaran. Jika merek produk tidak menonjol dari pesaing atau tidak memiliki citra yang kuat sulit untuk menarik perhatian pelanggan. Ada saat-saat dimana tidak memperhatikan aspek *branding* yang penting sehingga merek produk tersebut tidak meninggalkan kesan yang kuat.

4. Timing atau pilihan waktu yang salah

Faktor lain yang sangat penting dalam pemasran produk adalah menentukan kapan melakukannya. Memilih waktu yang tidak tepat dapat membuat usaha sia-sia. Misalnya peluncuran produk yan terlalu cepat atau lambat dapat berdampak pada kinerja pemasaran.

5. Susah mendapatkan *tarffic*

Mungkin mengalami kesulitan mendapatkan lalulintas kesitus web atau look fisik. Hal ini dapat di sebabkan oleh banyak hal, seperti kampaye pemasaran yang tidak memadai atau strategi SEO yang buruk.

6. Cara promosi kurang tepat

Bisnis mungkin tidak akan berkembang jika tidak melakukan promosi yang tepat. Mungkin metode promosi yang digunakan tidak sesuai dengan karakteristik produk atau tidak menarik perhatian konsumen.

7. Tidak *update* dengan di gital

Bisnis di era digital harus terus berkembang dan berubah. Jika mereka tidak mengikuti perkembangan, mungkin akan ketinggalan dan menghadapi kendala pemasaran.

8. Media beriklan kurang

Selain itu, jenis media yang dipilih untuk menampilkan iklan juga dapat mempengaruhi seberapa efektif kampanye pemasaran yang berfokus hanya pada satu jenis media, seperti televisi, sementara calon nasabah telah lebih aktif di platform online, hasilnya mungkin kurang memuaskan.

9. Kurang interaksi dengan konsumen

Keberhasilan jangka panjang bergantung pada hubungan yang kuat dengan konsumen. Tanpa hubungan ini bisnis akan kehilangan daya tariknya.³³

F. Perbedaan Produk Cicilan Emas Dan Tabungan Emas

BSI juga menawarkan layanan tabungan emas, terdapat perbedaan antara tabungan emas dan cicil emas, dimana tabungan emas kita dapat menyetor atau menabung uang dengan jumlah tertentu dengan layanan ini. Setelah itu uang tabungan dapat ditukar kembali ke batang emas, kemudian emas yang di ubah dapat di cetak. Tabungan emas

³³ Ahmad Ilham Cahyono *Ungkapan Kendala Pemasaran Produk;Yuk Kenali Masalah Dan Solusinya (Di Yogyakarta 2024)*

menggunakan akad *wadiah yad amanah*. Adapun syarat untuk menabung emas yaitu:

1. Nasabah harus membayar biaya sewa tabungan emas di BSI sebesar Rp.24.000 yang masih belum masuk PPH dan NPWP yang berlanjut, namun tetap ringan.
2. Selanjutnya membuka rekening tabungan BSI, kita perlu memiliki rekening dan data pribadi serta minimal pembelian emas dari klien sebesar Rp. 50.000 atau setara dengan 0,01gram.

Sedangkan, cicil emas adalah cara yang berbeda untuk membeli emas. kita dapat membeli emas dengan membayar cicilan bulanan dan membayar biaya tambahan untuk menggunakan layanan. Namun tergantung pada jumlah cicil dan jumlah emas yang kita beli, kita akan mendapat potongan harga yang berbeda, dan akad yang digunakan adalah akad *murabahah* (jual beli) . Adapun syarat cicilan emas yaitu:

1. Usia minimal 21 tahun
2. Fotocopy KTP Menggunakan NPWP bagi pembelian cicil di atas 50 juta
3. Serta DP awal sebesar 20%.

Tabungan emas lebih murah dari pada cicil emas hal ini di sebabkan oleh fakta bahwa biaya cetak emas tidak termasuk dalam harga beli emas di tabungan emas. Jika dilihat sekilas tabungan emas memang lebih menguntungkan, namun harus pertimbangkan biaya cetak emas yang

tinggi yang di hitung pergram. Sedangkan dicicil emas sudah termasuk harga cetak jadi tidak perlu mengeluarkan biaya cetak lagi dikemudian hari.³⁴

³⁴ Bank Lescadana “ cicil emas vs tabungan emas apa bedanya”? bank perekonomian rakyat 29 oktober 2021 <https://banklancadana.co.id/news/cicil-emas-vs-nabung-emas-apa-bedanya>. Diakses 14 Agustus 2024

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Bsi Kc Meulaboh Imam Bonjol

Untuk memenuhi kebutuhan Indonesia, lembaga keuangan sangat penting. Kemajuan perbankan syariah Indonesia di Indonesia telah terlihat dalam beberapa tahun terakhir dan banyak bisnis yang berkomitmen untuk mencapai tujuan ini. Bank adalah salah satu lembaga keuangan dengan pertumbuhan yang cepat. Hal ini karena system keuangan islam yang menarik, yang didasarkan pada prinsip-prinsip moral seperti keadilan, etikan dan bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang adil dan sehat.

Oleh karena itu, diluncurkan PT Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya untuk masyarakat. BSI merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah melarang riba, sistemnya bagi hasil, melarang gharar(ketidak pastian), transaksi yang adil dan transpara secara resmi didirikan pada 1 februari 2021, atau 19 jumadil akhir 1442, industri perbankan syariah memasuki era baru.

BSI adalah hasil gabungan dari BRI syariah, BNI syariah, dan Bank Syariah mandiri. Pada tanggal 27 januari 2021 otoritas jasa keuangan secara resmi mengizinkan penggabungan tiga perusahaan

Bank Syariah tersebut. Perizinan ini dikeluarkan dengan nomor SR-3/PB.1/2021. Selain itu, kehadiran BSI resmi didirikan oleh presiden jokowidodo pada 1 februari 2021.

Penggabungan ketiga bank syariah ini memberikan layanan yang lebih lengkap, jangkauannya lebih luas dan kapasitas permodalannya yang lebih besar. BSI diharapkan dapat bersaing di era global dengan mendukung sinergi dengan perusahaan dan komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN.

BSI adalah upaya untuk lahirnya bank syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat, yang diharapkan akan menjadi kekuatan dalam pembangunan ekonomi bangsa dan memberikan kontribusi pada kesejahteraan umum. Keberadaan BSI juga menunjukkan wajah perbankan Indonesia yang modern, universal, dan menawarkan kebaikan kepada setiap makhluk hidup.³⁵

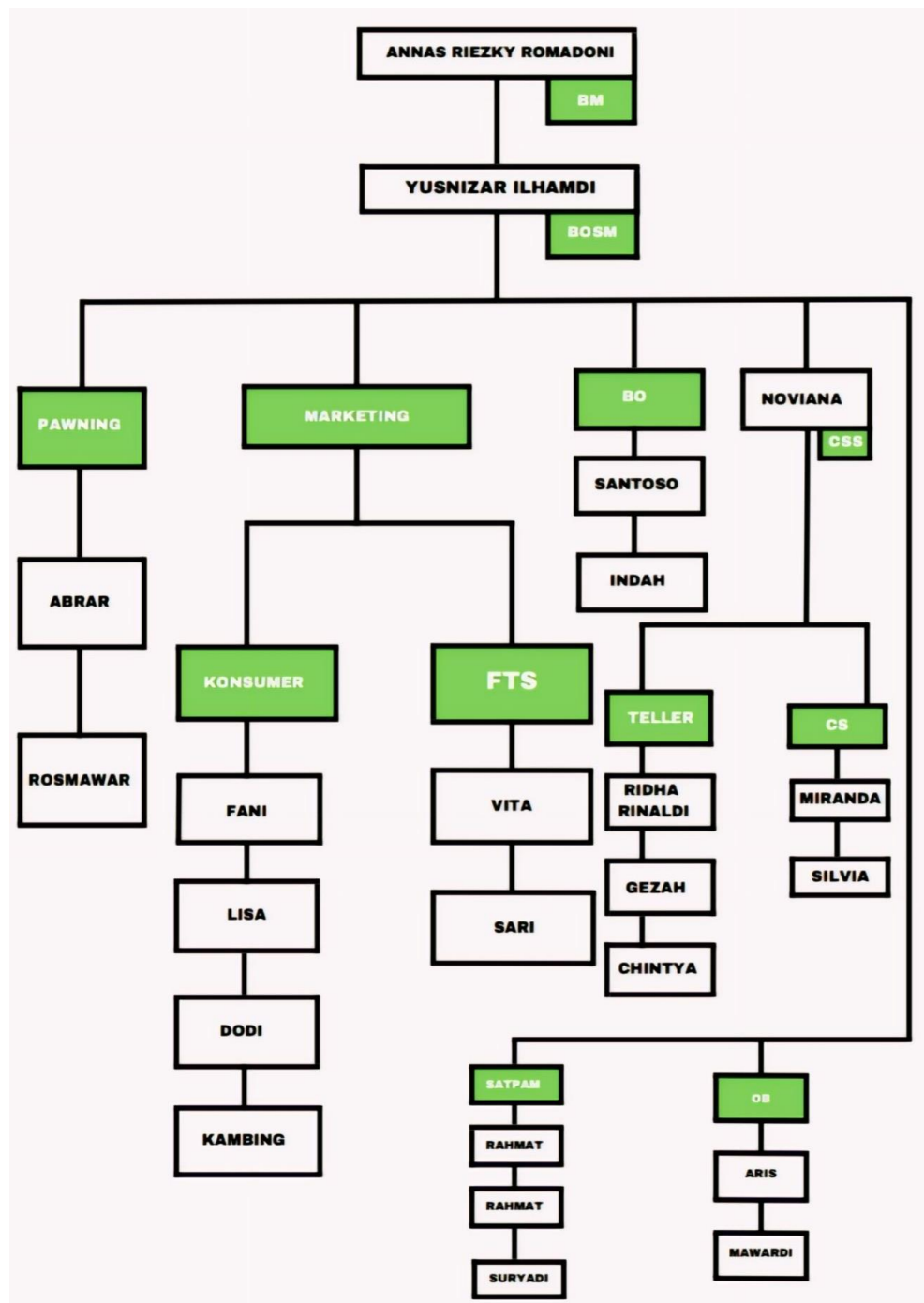
BSI memiliki peluang besar untuk berkembang dan menjadi salah satu bank syariah terkemuka di seluruh dunia. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim yang diberikan pemerintah Indonesia, dan fakta bahwa Indonesia adalah Negara dengan populasi muslim terbesar didunia.

Dalam situasi seperti ini kehadiran BSI menjadi sangat penting karena tidak hanya memiliki kemampuan untuk membantu seluruh

³⁵ Bank syariah Indonesia *sejarah perseroan* http://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html diakses 4 juni 2024

aktifitas perekonomian dalam industry halal, tetapi juga berusaha untuk mewujudkan apresiasi bangsa.

Adapun Stuktur Organisasi BSI Kc Meulaboh Imam Bonjol sebagai berikut:



2. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Top 10 global Islamic bank “menjadi top 10 bank syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu 5 tahun”

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia “melayani > 20juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500T) dan nilai buku 50T di tahun 2025”
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham “top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valusi kuat (PBV>2)
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia “perusahaan dengan nilai yang kuat dan memperdayakan masyarakat serta berkomitmen pada perkembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja”.

3. Simulasi cicil emas

Cicil emas adalah memiliki emas dengan angsuran tetap dan ringan, tanpa risau harga emas kemudian. berikut table cicil emas:

Table 1.1

Simulasi Cicil Emas Untuk Walking Customer 2024

pecahan		Harga beli emas	Uang muka (20%)	Pembiayaan (80%)	Angsuran perbulan				
gram	mayam				12	24	36	48	60
10	3	10.842.038	2.168.408	8.673.630	776.741	414.400	294.342	234.850	199.579
25	8	26.979.280	5.395.865	21.583.424	1.932.839	1.031.192	732.440	584.400	496.631
50	15	53.879.363	10.775.873	43.103.490	3.860.005	2.059.356	1.462.729	1.167.084	991.805
100	30	107.680.530	21.536.106	86.144.424	7.714.408	4.115.723	2.923.336	2.332.474	1.985.170
150	45	161.559.893	32.311.979	129.247.914	11.574.413	6.175.079	4.386.065	3.499.558	2.973.975

*Harga emas dapat berubah mengikuti harga dunia

Berdasarkan tabel 1.1 di atas mengenai simulasi cicil emas produk cicil emas di buat oleh penulis berdasarkan yang di dapatkan dari Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol. Untuk cicilan emas minimal 10 gr-150 gr, tentukan berapa lama angsuran ingin berjalan maksimal 5 tahun jika ingin mengambil 10 gram nasabah cukup membayar DP sebesar Rp.2.168.408 dan bank akan memberikan pembiayaan sebesar Rp.8.673.630 dan akan dicicil perbulan dengan harga Rp.776.741 jika mengambil cicil emas selama 1 tahun ,apabila mengambil cicilan selama 5 tahun maka

harga yang dikenakan sekitar Rp.199.579, margin yang diterima oleh Bank sebesar 13% harga emas ini tentunya mengikuti harga emas dunia.³⁶

B. Paparan data

Sebelum menyampaikan penelitian ini, penulis telah melakukan beberapa langkah. Pertama, penulis memberikan surat izin penelitian kepada Bank Syariah Indonesia Kc Meulaboh Imam Bonjol. Setelah mendapatkan izin penelitian, penulis segera melakukan penelitian dan juga melakukan penelitian kepada masyarakat.

Penulis melakukan penelitian mengenai Strategi Pemasaran Pada Promosi Produk Cicilan Emas Pada Kebutuhan Masyarakat Aceh Barat Di Bank Syariah Indonesia Kc Meulaboh Kabupaten Aceh barat. Berikut hasil dari wawancara dari *Pawning appraisal* dan *pawning selles officer* BSI KC Meulaboh dan nasabah:

1. Pertanyaan *Pawning appraisal* dan *pawning selles officer* BSI KC Meulaboh
 - a. strategi pemasara yang efektif dalam pemasaran produk cicilan emas

Hasil wawancara dengan ibu Rosmawar yang menjabat sebagai *pawning appraisal* di BSI KC Meulaboh mengatakan strategi promosi yang digunakan yaitu dengan bersosialisasi (sekolah, pasar, dan kantor) untuk pemasaran dengan intensi sendiri kami menggunakan seminar. Target utama dalam promosi ini yaitu pasar,

³⁶ Hasil Wawancara Dengan Ibu Rosmawar jabatan sebagai *pawning appraisal* di BSI KC Meulaboh sabtu 4 jun I 2024, pukul 15.40 Wib-16.50 Wib

karena mereka tidak semua punya waktu untuk datang ke Bank oleh sebab itu kami memfokuskan promosi dalam pasar. Selain bersosialisai kami juga menggunakan brosur dan melakukan pemasaran dengan media sosial.³⁷

Hasil wawancara dengan bapak Abrar Mukri yang menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI KC Meulaboh mengatakan untuk strategi promosi yang paling efektif tergantung dari nasabah dan kebutuhan nasabah saat itu, kita juga melihat penjual-penjual yang berada ditoko dan lihat tipe nasabah yang ingin berinvestasi, seperti nasabah yang suka membeli surat hutang Negara pada saat nasabah ingin berinvestasi kami harus melihat dulu kondisi keuangan nasabah, katakanlah nasabah punya penghasilan 100% dan pandai untuk menyisihkan uang untuk kebutuhan sehari-hari dan untuk berinvestasi dan kami bisa memilih invetasi emas yang cocok dengan nasabah tersebut. Strategi pemasaran dengan media social ini kurang efektif karena masyarakat Meulaboh kurang tertarik bahkan banyak yang tidak mau tau sertamalasnya membaca menjadikan media sosial kurang efektif. Begitu juga dengan brosur dimana tingkat minat membaca masyarakat yang kurang membuat strategi promosi menggunakan brosur sedikit dilirik masyarakat. Sosialisasi adalah strategi promosi yang paling efektif terutama teman keteman, contohnya nasabah yang pernah cicil emas di BSI mereka akan

³⁷Hasil Wawancara Dengan Ibu Rosmawar jabatan sebagai *pawning appraisal* di BSI Kc Meulaboh sabtu 4 jun I 2024, pukul15.40 Wib-16.50 Wib.

mengatakan kepada temannya untuk berinvestasi ke BSI jadi lebih banyak dapat nasabah dari mulut-kemulut.³⁸

b. Kendala yang dihadapi BSI saat promosi produk cicilan emas

Hasil wawancara dengan bapak Abrar Mukri yang menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI Kc Meulaboh mengatakan kendala dalam strategi promosi produk cilem yaitu penolaka dari nasabah yang sering terjadi, mungkin pada saat itu mungkin mereka belum butuh, misalnya hari ini kita tawari mereka belum berpendapat buat apa mencicil emas sekarang karena belu butuh. Tapi pada dasarnya semua perlu investasi karena kalau Cuma nabung nilainya tidak akan bertambah jika 1 bulan 1 juta setahun dapat 12JT di kali 5 tahun dapat 60 juta, uang 60 jt pada saat 5 tahu nyang akan datang daya belinya tidak ada karena kadar uang berkurang tetapi jika mencicil emas misal 50JT hari ini cicil 1jt/bulan emas yang harganya 160jt 5 tahun kedepanakan dating kemungkinan bisa jadi 200JT, 300JT, jadi ada kenaikan nilai. Dan juga biasanya dari kebiasaan nasabah tergantung juga tingkat pendidikan nasabah dan kebiasaan nasabah jadi relatif penolakan, misalnya ada orang yang menjual baju gamis tetapi pembeli tidak membutuhkan karena juga bukan musim lebaran jadi beralih kepakaian lain, begitu juga emas belum semuanya, dimana kita

³⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Abrar Mukri menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI KC. Meulaboh, selasa 4 juni, pukul 15.40 Wib -16.50 Wib

melihat keanaikan nasabah cicilan emas dari tahun ketahun terus meningkat.³⁹

Hasil wawancara dengan ibu Rosmawar yang menjabat sebagai *pawning appraisal* di BSI Kc Meulaboh mengatakan dari kenaikan nasabah ini mencerminkan bahwa nasabah juga teredukasi bahwa investasi emas itu lebih menguntungkan dibandingkan investasi lainnya, dari segi resikonya emas relatif kecil dari pada yang lain. Seperti saham jika kita tidak benar-benar mengerti tentang saham bisa jadi kerugian besar, namun emas relatif aman secara jangka panjang nilai terus naik.⁴⁰

- c. Program khusus yang menarik minat nasabah seperti pembagian hadiah dan diskon lainnya

Hasil wawancara dengan bapak Abrar Mukri yang menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI Kc Meulaboh mengatakan program pembagian hadiah dari BSI untuk menarik minat nasabah paling diskon, seperti saat 17 agustus ulang tahun BSI, mengadakan potongan harga terhadap cilem, namun untuk pembagian hadiah tidak ada, juga untuk nasabah utama kita berbeda dengan nasabah baru, karena pada dasarnya nasabah yang ingin mengambil cilem

³⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Abrar Mukri menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI KC. Meulaboh, selasa 4 juni, pukul 15.40 Wib -16.50 Wib

⁴⁰ Hasil Wawancara Dengan Ibu Rosmawar jabatan sebagai *pawning appraisal* di BSI Kc Meulaboh selasa 4 jun I 2024, pukul 15.40 Wib-16.50 Wib

ini tujuannya untuk berinvestasi dimana mengharapkan keuntungan yang lebih besar dimasa akan datang.⁴¹

Pada tahun 2023 harga emas dibulan 5 masih Rp.3,2JT-Rp.3,4JT ditahun 2024 harga emas rata-rata Rp.3,9JT-Rp.4JT permayam lumayan naik dalam 1 tahun saja, ya apabila pegang uang ya segitu gitu saja, ya kalau emas 10 mayam misal Rp.30JT kemarin bisa jadi hari ini Rp.40JT naik Rp.10JT.

Hasil wawancara dengan ibu Rosmawar yang menjabat sebagai *pawning appraisal* di BSI Kc Meulaboh mengatakan nasabah prioritas berbeda penawarannya dengan nasabah biasa mereka punya penawaran khusus, nasabah *payroll* gajinya di BSI berbeda dengan nasabah non *payroll*, jadi tidak ada strategi dan reward yang diberikan karena mereka datang untuk berinvestasi bukan untuk mendapatkan reward.⁴²

d. Yang menjadi pesaing dalam pasar investasi BSI

Hasil wawancara dengan bapak Abrar Mukri yang menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI Kc Meulaboh mengatakan yang menjadi pesaing pasar investasi BSI untuk saat ini hanya pegadaian syariah, selain itu belum ada karena setau saya di Bank Aceh belum ada cicilan emas dan Cuma bisa gadai emas.⁴³

⁴¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Abrar Mukri menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI KC. Meulaboh, selasa 4 juni, pukul 15.40 Wib -16.50 Wib

⁴² Hasil Wawancara Dengan Ibu Rosmawar jabatan sebagai *pawning appraisal* di BSI Kc Meulaboh sabtu 4 jun I 2024, pukul 15.40 Wib-16.50 Wib

⁴³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Abrar Mukri menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI KC. Meulaboh, selasa 4 juni, pukul 15.40 Wib -16.50 Wib

- e. Yang membedakan produk cicilan emas BSI dengan dengan produk cicilan emas di pasar investasi lain.

Hasil wawancara dengan bapak Abrar Mukri yang menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI Kc Meulaboh mengatakan Perbedaananya produk cicilan emas kita dengan produk cicilan emas di pasar investasi lain berada di DPnya yang ringan untuk nasabah payrol bisa jadi DP 0% , untuk nasabah biasa 5-20% namun untuk gadai syariah itu sekiranya 15% di BSI untuk dapat harga promonya cukup mudah minimal punya 2 produk BSI, untuk DP 5% syaratnya cukup mempunyai rekening BSI yang aktif dan produk BSI lainnya seperti Hasanah card, produk pinjaman, dan produk BSI lainnya, untuk DP 10% baginasabah yang mempunyai BSI mobile banking yang masih aktif dan DP normalnya untuk nasabah yang baru buka rekening atau belum mempunyai rekening BSI sama sekali yaitu 20%.⁴⁴

⁴⁴ Hasil Wawancara Dengan Bapak Abrar Mukri menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI KC. Meulaboh, selasa 4 juni, pukul 15.40 Wib -16.50 Wib

- f. Besar minat nasabah untuk mencicil emas dari tahun ketahun dan dari kalangan mana saja yang mengambil cilem

Table 1.2

data peningkatan nasabah cicil emas pertahun

Tahun	Bulan	Jumlah yang mengambil cilem
2022	Desember	30 orang
2023	Desember	250 orang
2024	Mei	410 orang

Sumber: *pawning appraisal* dan *pawning selles officer*

Adapun peminat dari cicilan emas ini dari kalangan PNS, Wiraswasta, pedagang.⁴⁵

2. Wawancara dengan nasabah

- a. Berapa gram nasabah harus melakukan cicilan emas untuk mendapatkan hadiah dan hadiah apa saja yang diberikan oleh BSI.

Dari 13 orang nasabah hasil wawancara dengan Rian selaku nasabah dan teman teman lain mengatakan bahwa beliau belum pernah mendapatkan hadiah selama mencicil emas dan tidak tau bahwa jika mencicil emas mendapat hadiah.⁴⁶

⁴⁵ Hasil Wawancara Dengan *Pawning Appraisal* Dan *Pawning Selles Officer* Selasa 4 Juni 2024 Pukul 15.40 Wib-16.00 Wib

⁴⁶ Hasil Wawancara Dengan Rian, ddk Pada Sabtu, 5 juni 2024 Pukul 08.30 WIB

b. Tujuan nasabah memilih mencicil emas

Dari 13 orang nasabah hasil wawancara dengan Rian selaku nasabah pedagang kain dan nasabah lainnya mengatakan tujuan nasabah mengambil cicil emas, setiap nasabah rata-rata mempunyai dua tujuan dimana mengambil cicilan emas yaitu 10 jawaban untuk modal usaha ada untuk dan 7 jawaban pendidikan anak.⁴⁷

c. Alasan nasabah mengambil cilem

Dari 13 orang nasabah hasil wawancara dengan Rian sebagai pedagang kain dan 4 teman lainnya mengatakan alasan mengambil cilem ini karena emas ini menguntungkan dan jarang terkena inflasi dan sekalinya naik nilainya tinggi maka dari itu memilih investasi emas kalau tabung uang, uangnya tidak berubah segitu saja, maka saya memilih invetasi emas jangka panjang karena menguntungkan.⁴⁸ Hasil wawancara dengan ibu rahmi bekerja sebagai PNS dan 7 teman teman lainnya mengatakan alasan mengambil cilem karena jika investasi emas jangka panjang akan menguntungkan karena niai emas semakin tinggi pertahunnya dan juga mudah di jual, apabila kita menyimpan uang 5-10 tahun kedepan tidak ada nialinya lagi karena uang semakin naik tahun kadar nilainya berkurang sedangkan emas stabil.⁴⁹

⁴⁷ Hasil Wawancara Dengan Rian, dkk Pejual Kain Pada Sabtu, 1juni 2024 Pukul 08.00 WIB

⁴⁸ Hasil Wawancara Dengan Rian, dkk Pejual Kain Pada Sabtu, 1juni 2024 Pukul 08.00 WIB

⁴⁹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Rahmi, dkk Bekerja Sebagai PNS Pada Kamis, 6 Juni 2024 Pukul 16.00 WIB

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Pada Promosi Produk Cicilan Emas Pada Kebutuhan Masyarakat Aceh Barat Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh, Kabupaten Aceh Barat.

Semua dapat memiliki emas tanpa harus memiliki uang senilai emas yang ingin kita miliki atau belum memiliki uang yang cukup dengan cara berinvestasi emas, maka BSI meluncurkan produk cicilan emas, cicilan emas sangat menguntungkan bagi yang ingin berinvestasi jangka panjang, dengan angsuran tetap dan ringan, tanpa risau harga emas dikemudian. Dengan berinvestasi emas lebih menguntungkan dari pada investasi lainnya, karena emas minim resiko dan kebal terhadap inflasi, dan harga emas dapat berubah mengikuti harga dunia apabila mencicil emas, katakanlah emas 50gr hari ini, cicilnya Rp.1JT /bulan dengan harga Rp.160JT 5 tahun yang akan datang bisa jadi harga emasnya Rp.200JT-Rp.300 JT, jadi ada kenaikan nilai, ini salah satu keuntungan kita memiliki emas memiliki dengan jangka waktu panjang.

1. Analisis hasil wawancara dengan *pawning selles officer* dan *pawning appraisal*

Dari hasil wawancara sebagaimana di jelaskan di bab III bahwa strategi yang digunakan ada pembagian brosur, sosialisasi dan media sosial, namun dengan membagikan brosur dan promosi dengan media

sosial ini kurang efektif karena kurangnya literasi dari masyarakat. Dengan melihat kondisi masyarakat yang kurang terhadap literasi maka strategi yang tepat digunakan adalah sosialisasi, terutama sosialisasi yang di targetkan adalah pasar karena pedagang seperti ini kurang ada waktu untuk ke Bank mereka turun langsung kelapangan untuk melihat kondisi nasabah dan menjelaskan kepada mereka bahwa dengan berinvestasi emas sangat menguntungkan dan minim resiko, namun sosialisasi dari teman-keteman merupakan salah satu yang membuat nasabah cicil emas ini meningkat,. Jadi, strategi promosi yang tepat, cocok dan efektif untuk masyarakat itu adalah sosialisasi terutama sosialisasi dari teman keteman dan jenis strategi yang digunakan adalah jenis strategi yang melihat kebutuhan *selektif* yang fokus utamanya kepada pasar, menekankan pelanggan baru dan memperkuat pelanggan yang sudah ada menurut saya jenis strategi ini sinkron dengan teori yang di kemukakan oleh Tedjasatana

Untuk program khusus yang menarik minat nasabah BSI mengandalkan diskon pada saat memperingati hari-hari tertentu, terutama saat ulang tahun BSI, pihak BSI tidak menawarkan hadiah apapun kepada nasabah BSI KC Meulaboh hanya memberikan penawaran khusus kepada nasabah *payrol* (nasabah utama) menurut penulis pernyataan ini tidak sinkron dengan teori Petrus Debu. Adapun peningkatan nasabah bisa dilihat dalam tabel 1.2 minat nasabah untuk mencicil emas semakin meningkat dari tahun ketahun itu menandakan

mereka berhasil mengajak nasabah untuk ikut melakukan cicil emas dan menandakan bahwa strategi yang digunakan efektif dan peminat cicil emas ini dari kalangan PNS, wiraswasta dan pembisnis. Pernyataan ini menurut penulis sinkron dengan dengan teori Wastam Wahyu Hidayat.

2. Analisis wawancara dari nasabah

Dari ke 13 orang nasabah tersebut semuanya mengatakan tidak pernah mendapatkan hadiah selama mencicil emas dan tidak tahu mengenai hadiah dari BSI jika mencicil emas, pernyataan ini sama seperti pihak BSI kemukakan bahawa tidak memberian hadiah kepada nasabah dan teori ini tidak sinkron dengan yang di kemukakan oleh Petrus Debu. Adapun tujuan nasabah mengambil cicilan emas ini untuk pendidikan anak dengan alasan emas ini menguntungkan nilai emas semakin tinggi jika di investasi jangka panjang, terlindungi dari *inflasi* dan juga mudah di jual. Pernyataan ini menurut penulis sinkron dengan teori yang di kemukan oleh Sholeh Diprja dan Ikana Putri.

B. Kendala Yang Dihadapi Saat Melakukan Strategi promosi Produk Cicilan Emas

1. Analisi hasil wawancara dengan *Pawning selles officer* dan *pawning appraisal*

Hasil penelitian di lapangan mengatakan bahwa kendala yang dihadapi saat melakukan strategi pemasaran adalah penolakan yang sering terjadi dari nasabah kemungkinan nasabah belum butuh, penolakan bisa terjadi jika kurang interaksi dengan konsumen dan

pemilihan waktu untuk menawarkan produk yang kurang tepat, pernyataan ini sinkron dengan teori yang di kemukakan oleh Ahmad Ilham Cahyono. Dan pesaing pasar investasi emas saat ini hanya gadai syariah namun BSI menawarkan promo khusus dari 0%-20% yang dimana DP awalnya bisa 0% untuk nasabah *payroll* nasabah yang mempunyai gaji di BSI sedangkan untuk *walking cutomer* minimal mempunyai 2 produk BSI seperti produk pinjaman, produk *hasanah card* serta memiliki rekening BSI yang aktif bisa mendapatkan diskon sebesar 5%, apabila hanya mempunyai 1 produk BSI maka mendapatkan diskon 10%. Tentunya prosesnya aman dan cepat ini yang membedakan produk cicilan emas di BSI dengan pasar investasi emas lain jadi tidak ada pembahagian hadiah untuk menarik minat nasabah, pernyataan ini tidak sinkron dengan teori yang di kemukakan oleh Petrus Debu.

2. Analisis dari hasil wawancara dengan nasabah

Hasil penelitian saya dilapangan tujuan nasabah mengambil cilem ini selain pendidikan anak nasabah juga menggukan cicil emas sebagai modal usaha, dengan alasan ketika mereka mendapatkan pendapatan bulanan mereka akan gunakan uang tersebut untuk berinvestasi karena investasi yang minim resiko, terjamin stabil harganya serta terhindari dari inflasi adalah emas, mereka memanfaatkannya untuk berinvestasi emas dan mengolah kembali uang hasil jual emas tersebut untuk modal usaha terutama emas ini mudah di jual dalam keadaan mendesak.

Kebanyakan nasabah menggunakan investasi ini untuk modal usaha ibaratkan investasi jangka pendek karena nilai emas ini cenderung naik pertahun namun investasi jangka pendek ini kurang cocok karena nilai emas yang *fluktuatif* dan mungkin tidak memberikan hasil yang signifikan dalam jangka waktu singkat tetapi dari pihak BSI tidak mengkhususkan cicil emas untuk modal usaha , BSI mengkhususkan cicil emas ini untuk pendidikan anak, persiapan dana pensiun, dan modal ibadah haji. dari alasan nasabah mengambil cicil emas ini mengatakan bahwa sinkron dengan teori Sholeh Diprja.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran produk cicilan emas pada kebutuhan masyarakat aceh barat di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol, Kabupaten Aceh Barat. Produk ini ditawarkan agar masyarakat dapat memiliki emas tanpa harus memiliki uang senilai emas tersebut. Cicilan emas dianggap menguntungkan untuk investasi jangka panjang karena nilai emas yang stabil dan kebal terhadap inflasi. Strategi promosi dalam produk ini menggunakan sosialisasi, pembagian brosur, media sosial, namun pembagian brosur dan media sosial dianggap kurang efektif karena kurangnya literasi dari masyarakat. Sosialisasi adalah strategi pemasaran yang paling efektif.
2. Namun ada beberapa kendala seperti penolakan dari calon nasabah yang sering terjadi karena kurangnya kebutuhan tersebut, dan kurangnya interaksi pada konsumen. Kendala lainnya adalah kebanyakan nasabah menggunakan cicil emas sebagai solusi untuk membuka usaha atau modal usaha tetapi sangat disayangkan Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol tidak menawarkan produk cicil emas berkhhusus untuk modal usaha.

B. SARAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan penulis berkaitan dengan penelitian sebagai berikut:

1. Bank kedepannya harus ditingkatkan lebih baik lagi dalam hal strategi pemasaran dalam pemberian hadiah bagi nasabah-nasabah yang aktif dalam mengambil cicilan emas, Sebagai daya tarik minat masyarakat dalam ciclan emas kedepannya.
2. penelitian selanjutnya lakukan penelitian mendalam tentang literasi keuangan masyarakat Aceh Barat untuk memahami lebih baik mengapa literasi rendah dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi penerimaan produk keuangan seperti cicilan emas. Ini bisa membantu mengembangkan strategi edukasi yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M Nur, Rianto. *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: Cv Pustaka Setia 2012) .
- Anisa, Sistia, Edi, D. H. *Analisis Keuangan Keluarga Lansia Pensiun* Jembar 1 No 1 (31 Juli 2023) <https://journal-iasssf.com/index.php/JEMBAR/article/view/26> Diakses 10 Mei 2024
- Anam, Khoirul., *Strategi Pemasaran Dan Implementasinya Dalam Lembaga Pendidikan*, TA'ALLUM:JURNAL PENDIDIKAN ISLAM 1 No.2 (November 2013) <https://doi.org/10.21274/taalum.2013.1.2.159-170> Diakses 6 Mei 2024
- Andi,Fandy, Tjiptono., *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008)
- Ari, Yustina *Investasi Emas Untuk Ibu Rumah Tangga* (Yogyakarta : Suaka Media 2013)
- Aulia, Dea, Duta.“ *Nabung Emas Bikin Naik Haji Lebih Muurah,Benarkah?*” Detik Finance 28 Mei 2023 <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6742877/nabung-emas-bikin-naik-haji-lebih-murah-benarkah> diakses 16 mei 2024
- Brosur bsi “ cicilan emas”
- Bank Lescadana “ cicil emas vs tabungan emas apa bedanya”? bank perekonomian rakyat 29 oktober 2021 <https://banklancadana.co.id/news/cicil-emas-vs-nabung-emas-apa-bedanya>. Diakses 14 Agustus 2024
- Bank syariah Indonesia *sejarah perseroan* http://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html diakses 4 juni 2024
- Cahyono, Ahmad, Ilham *Ungkapan Kendala Pemasaran Produk;Yuk Kenali Masalah Dan Solusinya (Di Yogyakarta 2024)*
- Dipraja, Sholeh.,*Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede?* (Jakarta: Tangga Pustaka 2011= Diakses Desember 2, 2023
- Debu, Petrus. *Apresiasi Nasabah Gadai Emas Dan Cicilan Emas, BSI Memberikan Hadiah Program Hujan Emas*, 13 Januari 2023 <https://www.theeconomics.com/art-of-execution/apresiasi-nasabah-gadai-emas-dan-cicil-emas-bsi-berikan-hadiah-program-hujan-emas/> Diakses 26 Mei 2024
- Fiantika, Feny, Rita, et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Sumatra Barat: 2022) , (Diakses; 28 april 2022)
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 77/Dsn-Mui/V/2010 “ *Jual Beli Emas Tidak Tunai*” <https://ditbinganis.badilag.net/ekonomisyariah/dokumen/kompilasi/81.pdf> Diakses 8 Mei 2024
- Hafizd, Jefik, Zulfikar., *Investasi Emas Dengan Perspektif Hukum Islam JURNAL HUKUM EKONOMII SYARIAH* 5 No.2 (2021): 98 <https://doi.org/10.26618/j-hes.v5i02.5302> Diakses 3 desember 2023
- Harmoko, Irfan. *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional* (wadiah jurnal perbankan syariah 2017) .) <https://repository.iainkediri.ac.id/548/> Diakses 2 Desember 2023
- Hidayat, Wastam, Wahyu., *Konsep Dasar Investasi Dan Pasar Modal* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019) Diakses Desember 2 ,2023
- Hasil Wawancara Dengan Rian, dkk Pejual Kain Pada Sabtu, 1juni 2024 Pukul 08.00 WIB
- Hasil Wawancara Dengan Ibu Rahmi, dkk Bekerja Sebagai PNS Pada Kamis, 6 Juni 2024 Pukul 16.00 WIB
- Hasil Wawancara Dengan Bapak Abrar Mukri menjabat sebagai *pawning selles officer* di BSI KC. Meulaboh, selasa 4 juni, pukul 15.40 Wib -16.50 Wib
- Hasil Wawancara Dengan Ibu Rosmawar jabatan sebagai *pawning appraisal* di BSI Kc Meulaboh sabtu 4 jun I 2024, pukul15.40 Wib-16.50 Wib
- Iskandar,Ahmad, Syarif. , et al., *Strategi Pemasaran , Konsep , Teori, Implementasi* (Banten:Pascal Book 2021)
- Mauluddin, M.Sholeh., *Pebiayaan Murabahah Dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI JURNAL QAWANIN* 2 No.1 (januari 2018) <https://doi.org/10.30762/q.v2i1.1044> Diakses 5 Mei 2024
- Muhammad,Roni, Endang Rahim *Strategi Baruan Pemasaran(Marketing Mix) Dalam Perspektif Syaraiah JURNAL EKONOMI SYARIAH* V2. NO.1 April 2021 <https://doi.org/10.54045/Mutawazin.V2i1.113> Diakses 6 Agustus 2024

- Munawir,Hafidh. *Perencanaan Strategi Pengembangan Bank Syariah Di Indonesia* JURNAL ILMIAH TEKNIK INDUSTRI 4, No.1 (Agustus 2005) Diakses Agustus 23, 2023.
- Nawan, Hadari . *Instrument Penelitian Bidang Social* (Yogyakarta:Gajah Mada University Press ,2010)
- Putri, Ikana “*bukan uang, investasi emas pilihan tepat tabungan pendidikan anak*” detik finance ,8 mei 2023. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6708840/bukan-uang-investasi-emas-pilihan-tepat-tabungan-pendidikan-anak>. Diakses 16 mei 2024
- Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014).
- Salami,Nuri dan Dhea Nita Syafina Rambe “ *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global*” EL:MUJTAMA:jurnal pengabdian masyarakat 1, no 2 (2021).
Diakses April 25,2024
- Saryono dan Mekar Dwi Anggreni, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Kesehatan* cetakan-2, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011)
- Sofyan , *Asuransi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007)
- Stanton, William, J. *Pemasaran Fundamental* (Jakarta: Erlangga, 1987) .
- Susanto, Eko. *Peranan Strategi Pemasaran Pada Pedagang Di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2017)26-28 Diakses 10 Januari, 2024 <https://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/20526/>
- Suharman, Maman Dan Panji Adam “ *Penerapan Prinsip Syariah Pada Akad Rahn Di Lembaga Pegadaian Syariah*” JURNAL Law And Justice, 2 No. 2 (Oktober 2017), <https://doi.org/10.23917/laj.v2i2.3838> Diakses 9 Mei 2023
- Tumpubolon *Mengembangkan Minat Dan Kebiasaan Membaca Pada Anak* . (Angkasa 1991
- Veithzal, Rivai et al. *Islamic Banking And Finance*, (Yogyakarta: BPFE 2013)
- Wawancara dengan Abrar Mukri, tanggal 19 januari 2024 di BSI KC. Meulaboh