

**SKRIPSI**

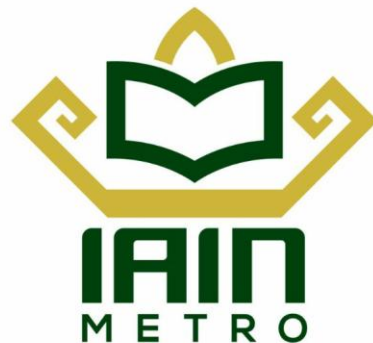
**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
MINAT BELI PRODUK CICILAN EMAS**

**(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman)**

**Oleh:**

**MUHAMAD FADILLA**

**NPM. 1704100225**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1443 H / 2022 M**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
MINAT BELI PRODUK CICILAN EMAS  
(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

MUHAMAD FADILLA

NPM. 1704100225

Pembimbing : Era Yudistira, M.Ak

Jurusan S1 Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1443 H / 2022 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

---

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

NOMOR: .....

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan, maka Skripsi saudara:

Nama : MUHAMAD FADILLA  
NPM : 1704100225  
Jurusan : S1-Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI  
PRODUK CICILAN EMAS (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC  
Metro Sudirman)

### **MENYETUJUI**

Dengan ini dapat kami setuju untuk dimunaqosahkan dalam sidang munaqosah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Metro Lampung.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan  
sebagaimana mestinya.

Metro, 18 Maret 2022  
Pembimbing Akademik,

**Era Yudistira, M.Ak**  
NIP. 19901003201 503 2010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Website: www.metro.univ.ac.id; email: iainmetro@metro.univ.ac.id

**NOTA DINAS**

Nomor : -  
Lampiran : 1 (Satu) Berkas  
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk Dimunqosahkan**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di -

Tempat

*Assalamualaikum, Wr. Wb*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan, maka Skripsi saudara:

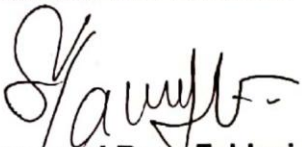
Nama : MUHAMAD FADILLA  
NPM : 1704100225  
Jurusan : S1-Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI  
PRODUK CICILAN EMAS (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia  
KC Metro Sudirman)**

Dengan ini dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunqosahkan.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Mengetahui,  
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah

  
**Muhammad Ryan Fahlevi, M.M**

NIP. 19920829 201903 1 007

Metro, 18 Maret 2022

Menyetujui,  
Pembimbing Akademik

  
**Era Yudiantira, M.Ak**

NIP. 1990003201 503 2010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No : B-1433/10.28.3/D/PP.00.9/05/2022

Skrripsi dengan judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas  
(Studi Kasus BSI KC Metro Sudirman), Nama : MUHAMAD FADILLA, NPM : 1704100224, Jurusan  
: Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
(FEBI) pada hari/tanggal : Jumat, 08 April 2022.

**TIM UJIAN MUNAQOSYAH**

- 1 Ketua Sidang : Era Yudistira, M.Ak
- 2 Penguji 1 : Hermanita, M.M
- 3 Penguji 2 : Atika Lusi Tania, M.Acc, CA
- 4 Sekretaris : Dian Oktarina, M.M

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. Mat Jalil M.Hum**

NIP. 19620812 199803 1 001

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
MINAT BELI PRODUK CICILAN EMAS  
(STUDI KASUS BSI KC METRO SUDIRMAN)**

**ABSTRAK**

**Oleh :**

**MUHAMAD FADILLA**

**1702100225**

Strategi pemasaran merupakan konsep yang digunakan untuk membentuk kegiatan memperkenalkan produk untuk mencapai tujuan jangka pendek atau Panjang. Keberhasilan pemasaran dilakukan melalui proses yang disesuaikan dengan kaidah serta melakukan penyesuaian dengan keadaan dan kemauan calon konsumen. BSI KC Metro Sudirman melakukan proses pemasaran untuk menarik minat beli konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran produk cicil emas di BSI KC Metro Sudirman

Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif. Mempertgunakan Teknik pengumpulan data melalui Wawancara dan Dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknis analisis data kualitatif pada cara berfikir Induktif. Penelitian ini memberikan manfaat keilmuaan mengenai penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli produk.

Hasil penelitian ini menunjukkan pemasaran BSI KC Metro Sudirman dilakukan dengan cukup baik dan telah sesuai dengan bauran pemasaran yang meliputi : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan Bukti Fisik. Berdasarkan hasil penelitian tersebut BSI KC Metro Sudirman menarik minat beli konsumen melalui Strategi Harga melalui potongan dan pembebasan biaya, strategi promosi dengan memfokuskan target pemasaran serta penetrasi pasar untuk memberikan kegiatan pemasaran yang masif. Sehingga, BSI KC Metro Sudirman dapat meningkatkan penjualan yang dibuktikan melalui Peningkatan Jumlah nasabah dan peningkatan jumlah pembiayaan.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

---

## **ORISINALITAS PENELITIAN**

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi Perbankan Syariah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Di –

Tempat

*Assalamualaikum, Wr. Wb*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHAMAD FADILLA  
NPM : 1704100225  
Jurusan : S1-Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI  
PRODUK CICILAN EMAS (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC  
Metro Sudirman)

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang ditujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka..

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Metro 18, Maret 2022  
Yang Menyatakan



**MUHAMMAD FADILLA**  
NPM. 1704100225

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya  
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah : 5-6)



## **PERSEMBAHAN**

Ucapan syukur setinggi-tingginya kepada Allah SWT berkat nikmatnya saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan atas-Nya kemudahan dan kelancaran. Saya sebagai peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang hadir dalam perjuangan saya dalam menyelesaikan skripsi ini, terkhusus kepada:

1. Orang tua Bapak Suhariyono dan Ibu Wagiyem, yang senantiasa selalu mendoakan, memberikan dukungan baik materil dan moril dengan setulus hati, semoga diberkahi oleh Allah SWT disegala sisi.
2. Kakak kandung Rizky Amalia Hariono dan Feri Ardiansyah, ucapan terima kasih atas motivasi dan semangat menyelesaikan penelitian ini.
3. Pembimbing Ibu Era Yudistira, M.Ak, yang selalu sabar untuk membimbing kepada peneliti dengan arahan-arahan dan masukan-masukan yang membangun untuk selalu semangat menyelesaikan pendidikan.
4. Sahabat-sahabat, yang selalu ada untuk memberikan bantuan dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Almamater IAIN Metro Lampung.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualikum Wr.Wb*

Puji dan syukur periset panjatkan kepada Allah SWT karena karunia-Nya periset dapat menyelesaikan Skripsi dengan berjudul ‘**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK CICILAN EMAS (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman)**’ dengan baik. Penelitian Skripsi ini adalah salah satu bagian dalam persyaratan dalam kelulusan Pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag.PIA selaku Rektor IAIN Metro Lampung.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevy, M.M selaku ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Era Yudistira, M.Ak selaku Pembimbing yang telah membantu dan memberi masukan dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Ari Kirsnowati selaku Operasional yang telah membantu dan memberikan informasi terkait administrasi penelitian.

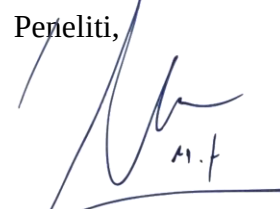
6. Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) yang telah memberikan pernyataan dan data dalam keperluan penyusunan Skripsi penelitian.
7. Bapak Rijan Rinanto selaku Retail Sales Execurive (RSE) yang telah memberikan keterangan-keterangan dalam keperluan penyusunan Skripsi penelitian.
8. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan di IAIN Metro Lampung yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan fasilitas selama periset melaksanakan Pendidikan.

Peneliti sadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam Menyusun Skripsi penelitian ini, peneliti harapkan atas kritik serta saran yang akan diterima dengan lapangan dada. Akhirnya, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dalam meningkatkan ilmu pengetahuan tentang perbankan Syariah.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Metro. 18 Maret 2022

Peneliti,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'M. Fadilla' or similar, written over a horizontal line.

**MUHAMAD FADILLA**

NPM. 1704100225

## DAFTAR ISI

|                                       |      |
|---------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL .....                  | i    |
| HALAMAN JUDUL .....                   | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....             | iii  |
| NOTA DINAS .....                      | iv   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....              | v    |
| ABSTRAK .....                         | vi   |
| HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN ..... | vii  |
| HALAMAN MOTTO .....                   | viii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....             | ix   |
| KATA PENGANTAR .....                  | x    |
| DAFTAR ISI .....                      | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                    | xiii |
| DAFTAR GAMBER .....                   | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                 | xv   |

## BAB I PENDAHULUAN

|                                         |   |
|-----------------------------------------|---|
| A.. Latar Belakang Masalah .....        | 1 |
| B.. Pertanyaan Penelitian .....         | 8 |
| C.. Tujuan dan Manfaat Penelitian ..... | 9 |
| D.. Penelitian Relevan .....            | 9 |

## BAB II LANDASAN TEORI

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| A. Strategi Pemasaran .....            | 12 |
| 1. Pengertian Strategi Pemasaran ..... | 12 |
| 2. Tahapan-tahapan Pemasaran .....     | 13 |
| B.. Bauran Pemasaran .....             | 14 |

|                                                                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Pengertian Bauran Pemasaran .....                                                                           | 14        |
| 2. Macam-macam Bauran Pemasaran .....                                                                          | 14        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                                                                               |           |
| A. Jenis dan Sifat Penelitian .....                                                                            | 19        |
| B.. Sumber Data .....                                                                                          | 20        |
| C.. Teknik Pengumpulan Data .....                                                                              | 21        |
| D. Teknik Analisi Data .....                                                                                   | 22        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>                                                                  |           |
| A.. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia KC Metro<br>Sudirman .....                                            | 23        |
| B.. Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas BSI KC Metro<br>Sudirman .....                                        | 27        |
| C.. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Beli<br>Produk Cicil Emas BSI KC Metro Sudirman ..... | 35        |
| <b>BAB V PENUTUP</b>                                                                                           |           |
| A. Kesimpulan .....                                                                                            | 58        |
| B.. Saran .....                                                                                                | 58        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                    | <b>59</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>                                                                                 | <b>62</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>                                                                                     | <b>85</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Cicil Emas ..... | 05 |
| Tabel 4.1 Data Jumlah Pembiayaan Cicil Emas .....         | 57 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.1 Peta Lokasi BSI KC Metro Sudirman ..... | 24 |
|----------------------------------------------------|----|

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
2. Formulir Bimbingan
3. Alat Pengumpul Data (APD)
4. Outline
5. Dokumentasi
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Foto Dokumentasi
10. Riwayat Hidup



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Lembaga keuangan adalah badan yang mengelola secara umum keuangan untuk memberikan pelayanan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat luas<sup>1</sup>. Perbankan Syariah merupakan salah satunya, dimana perusahaan tersebut bertugas untuk memberikan pelayanan pembiayaan atau jasa lainnya termasuk pada lalu lintas pembayaran atau pun sistem persebaran uangan dengan menekankan prinsip Syariat<sup>2</sup>. Bank Syariah hadir untuk memberikan fasilitas terhadap kebutuhan masyarakat untuk melakukan transaksi, baik jasa dan atau produk Bank Syariah.

Strategi adalah seluruh konsep untuk perusahaan menjalankan dirinya serta kegiatan-kegiatan agar sesuai dengan tujuan sehingga bisnisnya dapat berhasil dilaksanakan, dapat bersaing, hingga membagi deviden kepada pemegang saham. strategi pemasaran merupakan seluruh tujuan dan target, serta kebijakan hingga hukum untuk memberi arah pada kegiatan-kegiatan upaya pemasaran dari waktu ke waktu, tingkatan, acuan

---

<sup>1</sup> Jamal Wiwoho, "Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat," *Jurnal Mmh*, Jilid 43, No. 1, Januari 2014. Hal 89

<sup>2</sup> Setia Budhi Wilardjo, "Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syari'ah Di Indonesia," *Jurnal VALDE ADDED* 2, No. 1 (September 2004): Hal 3.

relokasinya, utamanya respon perusahaan untuk menghadapi kondisi lapangan yang berubah-ubah<sup>3</sup>.

Adapun alasan atas pentingnya strategi pemasaran yaitu besarnya persaingan yang dihadapi perusahaan itu sendiri. Dalam keadaan tersebut, perusahaan hanya memiliki opsi untuk berusaha menghadapi atau harus dipaksa untuk mundur dari kerasnya persaingan. Persaingan membuat perusahaan akan terus melakukan Tindakan untuk memberikan jaminan kepada konsumen atas produk yang diawarkan<sup>4</sup>. Sehingga, perusahaan dapat memenuhi permintaan pangsa pasar sesuai dengan keinginan atau minat konsumen.

Minat beli yaitu Langkah-langkah kecenderungan individu untuk bersikap sebelum keputusan membeli dijalankan. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli yaitu *product, price, dan promosi*. Sedangkan, keinginan membeli lagi konsumen dipengaruhi oleh loyalitas konsumen<sup>5</sup>. Sehingga, dalam perumusan atau perencanaan harus disesuaikan dengan keinginan calon konsumen, agar pemasaran lebih efektif dan lebih mudah mendapatkan nasabah.

---

<sup>3</sup> t. Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinaton Hotel Yogyakarta," *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1, No. 2 (Oktober 2018). Hal 85

<sup>4</sup> Ainun Mardhiyah dan Feby Aulia Safrin, "Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern," *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 8, No. 1 (2021). Hal 95

<sup>5</sup> Dewi Sartika, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 100 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen," *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis (JPEB)* 2, No. 1 (2017). Hal 13

Pandemi *Covid-19* juga menimbulkan dampak yang mengerikan terhadap investasi yang membuat masyarakat akan memilih untuk sangat berhati-hati dalam membeli barang bahkan untuk melakukan investasi. Pandemi juga sangat mempengaruhi proyeksi pasar. Investor dapat cenderung untuk tidak berinvestasi dikarenakan berubahnya asumsi pasar dan tidak jelasnya *supply chain*<sup>6</sup>. Bukan hanya dampak Kesehatan, pandemi sendiri memberikan dampak signifikan terhadap ketidakpastian harga, sehingga investor harus sangat bijak dan Berhati-hati dalam memilih investasi.

Investasi adalah suatu komitmen untuk menanamkan dana pada periode tertentu untuk mendapatkan pembayaran di masa depan sebagai kompensasi investor. Salah satu investasi dalam bentuk aktiva riil adalah emas<sup>7</sup>. Ketidakpastian harga emas yang terjadi di masa pandemi, membuat orang yang memiliki emas akan cenderung untuk menjual emasnya karena dirasa telah menguntungkan dengan harga emas tertinggi di tahun 2020. Serta, menurunnya ekonomi membuat Sebagian masyarakat mengadakan emasnya untuk memenuhi hidupnya.

Perbankan Syariah menjalankan komitmen pembayaran dengan meluncurkan berbagai produk unggulan. Salah satu produk tersebut merupakan Pembiayaan Cicilan Emas untuk menunjang investasi masyarakat, Emas yang merupakan benda berharga yang digunakan untuk

---

<sup>6</sup> dito Aditia Darma Nnasution, Al., "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia," *Jurnal Benefita* 5, No. 2 (Juli 2020). Hal 214.

<sup>7</sup> Diana Tambunan, "Investasi Saham di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Sekretari dan Manajemen* 4, No. 2 (September 2020). Hal 118

Investasi. Bagi masyarakat yang belum memiliki emas dapat mendapatkannya melalui Produk Cicilan Emas. Serta nasabah yang memiliki emas dapat menggadaikan emasnya melalui Produk Gadai Emas Bank Syariah.

Berdasarkan hal tersebut yang tertuang pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 77/DSN-MUI/V/2010, tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai. Diperbolehkan perjual-belian logam mulia dengan tidak tunai dengan perjual-belian biasa atau melalui murabahah, selama emas tersebut tidak menjadi alat tukar atau uang. Ketentuan juga diterapkan, untuk harga jual tidak bertambah dan berkurang dan emas dijadikan sebagai jaminan hingga transaksi murabahah dianggap lunas<sup>8</sup>.

Firman Allah SWT Q.S. An-Nisa (4); 9<sup>9</sup>:

وَالَّذِينَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا  
عَلَيْهِمْ فَلَا يَتَّقُوا اللَّهَ وَلَيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : “...Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”

Berdasarkan ayat Al-Qur'an di atas merupakan perintah kepada kita agar dalam menghadapi masa yang akan datang untuk mempersiapkan

<sup>8</sup> Annas Syams Rizal Fahmi, al., “Implementasi Fatwa Dsn-Mui No: 77/Dsn-Mui/V/2010 Terhadap Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri,” *Jurnal al-Mizan* 4, No. 2 (2020). Hal 10

<sup>9</sup> Departemen Agama RI, *AL-QURAN DAN TERJEMAHNYA* (Bandung: Diponegoro, 2005).

diri dan mengantisipasinya, baik dari dalam diri (keimanan dan ketaqwaan), serta pada sisi rencana ekonomi pun wajib untuk dipersiapkan, menabung merupakan caranya. Sehingga, dapat memenuhi kebutuhan yang akan datang.

Berdasarkan *Pra-Survey* yang penulis laksanakan pada Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman. Menurut Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer (PSO)*, menjelaskan bahwa pada Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman memiliki produk cicilan emas. Emas batangan yang menggunakan akad murabahah dengan ketentuan DP 20% dan Pembiayaan 80%. Berikut ini jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan produk cicilan emas:

**Tabel 1.1**

**Data Jumlah Nasabah Produk Cicilan Emas<sup>10</sup>**

**BSI KC METRO SUDIRMAN**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah Nasabah Pembiayaan Cicilan Emas</b> |
|--------------|-----------------------------------------------|
| 2017         | 69                                            |
| 2018         | 57                                            |
| 2019         | 67                                            |
| 2020         | 154                                           |

*Sumber: Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman tahun 2017-2020*

---

<sup>10</sup> “Wawancara dengan Ibu ERY SURYANIKA selaku *Pawning Sales Officer*” (Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman, 24 Maret 2021).

Dari tabel tersebut dipaparkan untuk nasabah yang menggunakan penyelenggaraan produk cicilan emas mengalami penurunan pada tahun 2018 dan mengalami peningkatan pada tahun berikutnya. Serta, mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2020. Hal ini dikarenakan adanya Program Promosi Pusat dengan memberikan keringanan serta pemodelan pembiayaan yang baru serta dipengaruhi isu ekonomi politik dan pandemi yang terjadi beberapa tahun terakhir. Sehingga, mendorong untuk berinvestasi melalui emas.

Menurut keterangan *Pawning Sales Officer*, hambatan utama yang dihadapi adalah persepsi masyarakat yang menganggap emas adalah perhiasaan. Dimana, kami sebagai pihak penyedia produk memperuntukkan sebagai investasi yang dapat di tuang dikemudian hari. Hal ini yang mendorong bank tidak hanya melakukan pemasaran untuk memperkenalkan produk tetapi juga menyampaikan edukasi pentingnya investasi dikemudian hari. Pemasaran dan mekanisme transaksi pun dilaksanakan sesuai dengan Syariat Islam.

Berdasarkan wawancara kepada Bapak Rijan Rinanto sebagai *Retail Sales Executive* di Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman mengungkapkan bahwa kunci dari pemasaran adalah melaksanakan pemasaran secara masif untuk memperkenalkan produk dan memikat minat nasabah melalui pemasaran yang dilakukan dilapangan dengan minim kontak langsung. Seperti penyebaran brosur di kendaraan parkir rumah sakit dan pusat perbelanjaan. Serta melakukan pemasaran kepada

orang-orang sudah dikenal dan dipercaya melalui media komunikasi digital. Sehingga, pemasaran Produk Cicilan Emas tetap dapat dilaksanakan dengan menimbang kendala-kendala yang timbul<sup>11</sup>.

Bank Syariah memiliki peran sebagai pihak yang mempunyai produk dan jasa yang diawali rancangan yang tentu sesuai dengan hukum Islam yang kemudian dipasarkan kepada calon nasabah atau pangsa pasar yang Sebagian besar adalah muslim. Oleh karenanya, perilaku konsumen dalam memilih dan membeli produk atau jasa menjadi dasar bank Syariah untuk melaksanakan kegiatan peningkatan operasional. Oleh karna itu, efektifitas kinerja dan kualitas produk di bank Syariah dapat meningkat<sup>12</sup>. Alasan memilih dan membeli masyarakat terhadap Produk Pembiayaan Cicilan Emas dapat dinyatakan dalam bentuk minat yang dirumuskan dengan teori. Sehingga, kegiatan pemasaran bank Syariah lebih bisa menyesuaikan kondisi dan keinginan masyarakat.

Hal tersebut juga diperkuat pada keterangan Bapak A sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman dimana keinginan nasabah untuk melakukan investasi timbul karena melihat pemasaran yang dilakukan dengan Teknik pemasaran media sosial. hal tersebut, minat tersebut didasari karena bisa mendapatkan emas dengan cara dicicil dengan angsuran tetap meskipun harga berubah setiap waktunya. Nasabah

---

<sup>11</sup> "Wawancara dengan Bapak Rijan Rinanto *Retail Sales Executive*." (Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman, 26 Maret 2021)

<sup>12</sup> Juneda, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare," *Jurnal Blanca* 1, No. 2 (Juli 2019). Hal 215

tersebut juga mengharapkan dapat membeli Kembali jika tidak diharuskan memberikan DP pada awal transaksi.<sup>13</sup>

Banyak aspek pemasaran yang dapat meningkatkan pemasaran. *Marketing mix* adalah suatu strategi yang dipergunakan dalam melihat keinginan yang merupakan harapan target pasar. Marketing Mix memiliki beberapa bagian yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*<sup>14</sup>. kemudian, melalui aspek tersebut dapat dilihat strategi pemasaran produk cicilan emas yang sesuai untuk meningkatkan minat beli. Hal tersebut merupakan aspek yang dapat memaksimalkan penjualan.

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk itu peneliti menarik judul penelitian tentang “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas di Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti menetapkan rumusan masalah adalah Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman?

---

<sup>13</sup> “Wawancara dengan Bapak A selaku nasabah” (Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman, 8 April 2021).

<sup>14</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2013). Hal 291-295.



### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran produk cicilan emas di Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman.

#### **2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian ini dari segi teoritis bisa menyalurkan tambahan ilmu secara teoritis kepada peneliti dan pembaca dalam hal Penerapan Strategi Pemasaran dan Minat Beli Produk Pembiayaan Cicilan Emas.

##### **b. Manfaat Praktis**

Melalui sudut praktis diharapkan dapat bermanfaat kepada Manajer, *Pawning Sales Officer* (PSO), Marketing dan Manajemen Perusahaan dalam menerapkan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pemasaran dan Minat Beli Nasabah terhadap Produk Pembiayaan Cicilan Emas.

### **D. Penelitian yang Relevan**

Secara kontekstual materi telah diteliti oleh beberapa peneliti namun penelitian belum spesifik pada produk dan minat nasabah pada serta pada kondisi berbeda. Adapun riset yang telah lalu untuk menjadi acuan, antara lain:

1. Ahmad Ainul Yaqin, Universitas Ibn Khaldun, Tahun 2019 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga”. Hasil penelitian ini adalah Bank X menerapkan Strategi Pemasaran dengan konsep bauran pemasaran 3P: Periklanan, Penjualan Pribadi, Publistis<sup>15</sup>. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan konsep bauran pemasaran sebagai alat pemasaran. Perbedaan peneliti menambahkan Faktor Minat nasabah membeli produk sebagai tumpuan perancangan pemasran.
2. Giri Dwinanda dan Yuswari Nur, STIE Nobel Indonesia Makassar, Tahun 2020 dengan judul “Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Gian Ekspres Makassar<sup>16</sup>”. Hasil penelitian ini menunjukkan bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli. Persamaan dalam penelitian ini menggunakan teori dan dasar konsep bauran pemasaran. Peberedaan pada penelitian ini terletak pada metodologi penelitian.
3. Feibe Kereh, ‘Altje L Tumbel, Sjendry S R’ Loindong, Universitas Sam Ratulangi Manado, Tahun 2018, dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan penjualan Motor Yamaha Mio pada PT Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi”. Hasil penelitian

---

<sup>15</sup> Ahmad Ainul Yaqin, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, No. 2 (Juli 2019).

<sup>16</sup> Giri Dwinanda dan Yuswari Nur, “Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar,” *Jurnal Mirai Management* 6, No.1 (2020).

tersebut menunjukkan garansi, strategi harga, strategi promosi, ekspansi, kecepatan proses, kualitas pelayanan dan store image meningkatkan penjualan motor<sup>17</sup>. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu menggunakan variabel strategi pemasaran yang sama. Perbedaannya penelitian ini terletak pada melihat efektivitas strategi pemasaran,

Tujuan pada riset tersebut melalui perbandingan persamaan dengan perbedaan pada penelitian yang telah dan akan dilaksanakan. Penelitian tersebut menghasilkan hasil dan pembahasan berlainan, namun ada sebagian persamaan pembahasan point-point yang spesifik, namun hasil ini dikaji dari peneliti pada penelitian kali ini lebih terperinci pada strategi dalam meningkatkan minat beli nasabah terkhusus pembiayaan barang berupa logam mulia di Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman.

---

<sup>17</sup> Feibe Kereh, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha SAM Ratulangi," *Jurnal EMBA* 6, No. 2 (2018).

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Pemasaran

##### 1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi merupakan instrument yang dipergunakan perusahaan oleh organisasinya untuk menysasar targetnya dengan menerapkan hubungan dengan lingkungan sosial yang ditujuh<sup>18</sup>. Strategi pemasaran adalah susunan rancangan yang menjelaskan tata olah dalam memasarkan pada permintaan produk atau garis penjualannya di pangsa *market*. Rancangan tersebut berisi kegiatan perusahaan untuk melaksanakan Tindakan pemasaran yang merupakan respon permintaan produk, antara lain: memodifikasi harga, pembaruan iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi dan seterusnya<sup>19</sup>.

Firman Allah SWT Q.S Al-Baqarah ayat 2<sup>20</sup>:

ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ

Artinya : “Kitab (Al-Quran) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertakwa”

Dalam ayat tersebut diatas terkandung bagaimana produk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan sepamakai, dengan jaminan

---

<sup>18</sup> Sesra Budio, “Strategi Manajemen Sekolah,” *Jurnal MENATA* Vol. 2, No. 2 (Juli 2019). Hal 58

<sup>19</sup> *Ibid.* Hal 61

<sup>20</sup> Departemen Agama RI, *AL-QURAN DAN TERJEMAHNYA*.

garansi yang menjamin kebaikan transaksi. Sehingga dapat memberikan produk yang bermanfaat bagi konsumen<sup>21</sup>. Sehingga dalam merancang, membuat dan memasarkan produk haruslah memperhatikan berbagai macam aspek, agar dapat mewujudkan produk dan pemasaran yang terbaik.

## 2. Tahapan-tahapan Pemasaran

Strategi pemasaran dalam kegiatan bank Syariah harus dijalankan pada kegiatan pemasaran, karena hal tersebut adalah Langkah untuk meningkatkan penjualan melalui tahapan-tahapan pemasaran. Pada upaya meningkatkan penjualan berorientasi pada: 1) produk *funding*; 2) bertujuan terhadap konsumen; 3) meningkatkan kualitas jasa; dan 4) keuntungan atas jasa. sehingga, strategi pemasaran menjadi sangat pokok pada kegiatan pemasaran pada perbankan Syari'ah. Adapun strategi pemasaran merupakan upaya memilih pangsa pasar yang kemudian menerapkan elemen strategi pemasaran.

Secara umum pemasaran Syariah merupakan konsep bisnis untuk memberikan arahan pada kegiatan penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari inisiator kepada stake holdersnya dengan memperhatikan kesesuaian akad dan ketentuan transaksi muamalah dalam hukum Islam. Artinya, seluruh proses tersebut dalam kegiatan

---

<sup>21</sup> Rizki Syahputra, "Strategi Pemasaran dalam AlQuran Tentang Promosi Penjualan," *Jurnal ECOBISMA* 6, No. 2 (2019). Hal 87.

pemasaran Syariah dilarang untuk berlawanan dengan prinsip hukum Islam<sup>22</sup>.

## **B. Bauran Pemasaran**

### **1. Pengertian Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran merupakan serangkaian variabel marketing teratur yang dibuat suatu perusahaan sehingga dapat merespon keinginan pangsa pasar. Selain itu, bauran pemasaran serta jasa merupakan segolongan variabel yang diatur serta digunakan perusahaan untuk memberikan pengaruh kepada konsumen, dalam hal memutuskan minat beli kepada produk tertentu<sup>23</sup>.

Berdasarkan kedua pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa bauran pemasaran merupakan strategi yang diterapkan pada segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar, dimana menggunakan titik tumpu pada produk, harga, kualitas produk, promosi dan distribusi yang mana ditunjukkan bagi *market place*. Upaya melaksanakan strategi tersebut harus efisien dan efektif menggunakan tujuan sehingga dapat meningkatkan penjualan dengan memberikan pengaruh pada keputusan membeli konsumen.

### **2. Macam-macam Bauran Pemasaran**

Macam-macam cara yang digunakan dalam memasarkan yang disebut Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang dirancang sehingga

---

<sup>22</sup> M. Nur Rinanto Al Arif, S.E., M.Si., *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: ALFABETA, 2012). Hal 21-24

<sup>23</sup> Syaribulan, "Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Tabungan Tampan Bank SulSelBar," *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* 5, Vol. 1 (Juni 2018). Hal 41

bisa menanggapi keinginan pangsa pasar. Bauran pemasaran yang didasarkan pada beberapa pendekatan 4P yaitu : Product, Price, Place, Promotion<sup>24</sup>. Bauran pemasaran memiliki empat indikator, antara lain:

### 1. *Product*

*Product* merupakan benda atau layanan yang ditunjukkan untuk memberikan nilai guna pada yang membeli atau memiliki. tidak sekedar pada manfaat dan nilai yang didapat konsumen pada benda dan layanan tersebut.<sup>25</sup>. Sehingga dapat dijadikan evaluasi dalam hal pengembangan produk dan memaksimalkan pelayanan kepada nasabah. Serta dalam membuat dan menetapkan produk untuk memenuhi permintaan konsumen agar saat diperhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi dapat sesuai dengan keinginan nasabah.

### 2. *Price*

*Price* adalah ketentuan nilai yang perlu dipenuhi konsumen untuk memiliki produk yang diinginkan, sehingga permintaan pangsa pasar sangat dipengaruhi oleh kualitas pada barang dan jasa. Sehingga, ketentuan nilai harus berdasarkan pertimbangan yang telah disesuaikan dengan besarnya permintaan dan jumlah produk yang tersedia.

---

<sup>24</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13, Jilid 1, t.t.

<sup>25</sup> Bearic M. J. Kondoy, "Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BPR Prisma Dana Manado," *Jurnal EMBA* 4, No. 4 (Desember 2016): Hal 1027.

### 3. *Place*

*Place* merupakan lokasi untuk menempatkan produk atau jasa dalam upaya transaksi jual beli<sup>26</sup>. Tempat merupakan hal yang sangat vital dan menentukan terhadap keberhasilan strategi pemasaran. Setiap tempat memiliki karakter yang berbeda-beda, sehingga konsep pemasaran harus sesuai pangsa pasar dan memberikan fasilitas yang memudahkan bagi bank dan nasabah.

### 4. *Promosi*

Promosi dilaksanakan sebagai bentuk penyampaian informasi kepada konsumen. Kegiatan tersebut adalah kegiatan harus ditempuh agar dapat menyampaikan informasi atas kebermanfaatan pada barang tersebut dalam upaya menarik minat nasabah untuk membeli produk<sup>27</sup>. Konsep dalam promosi adalah untuk mempermudah nasabah untuk mendapatkan informasi dan nilai-nilai, sehingga menimbulkan tertarik terhadap suatu produk.

Beberapa bauran pemasaran di atas dikembangkan melalui beberapa sektor, antara lain<sup>28</sup>:

---

<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> Bearic M. J. Kondoy, Loc. cit.

<sup>28</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*. 293



### 1. *People*

*People* merupakan seseorang yang memiliki aktivitas pembuatan barang atau penyampaian informasi atas barang atau jasa bank. Pegawai tersebut memiliki tugas untuk merancang, membuat, dan memasarkan produk kepada calon konsumen sesuai dengan strategi pemasaran yang dipakai.

### 2. *Physical Evidence*

*Physical Evidence* merupakan serangkaian alat yang memiliki nilai guna, digunakan untuk mendukung layanan atas barang dan jasa kepada calon konsumen atau nasabah<sup>29</sup>. Hal tersebut terdiri atas produk tersebut, tempat atas bangunan atau kantor, serta alat yang digunakan untuk melakukan promosi atau pemasaran.

### 3. *Process*

*Process* merupakan upaya yang dilakukan untuk memberikan penjelasan atas informasi produk dan atau jasa kepada konsumen atau nasabah. Upaya tersebut baik berupa langkah atas penyampaian prosedur serta ketentuan yang harus di taati seorang nasabah.

Tindakan-tindakan pemasaran perbankan harus disesuaikan antara produk dan jasa dengan permintaan pasar. Sehingga, hal tersebut membuat kepuasan pelanggan melalui produk yang dibutuhkan.

---

<sup>29</sup> *Ibid.*

Kesesuaian juga akan mempermudah dalam menentukan strategi pemasaran dikondisi tertentu. Serta, strategi pemasaran yang tepat dan maksimal akan memberikan keuntungan yang baik dan memberikan kemudahan yang baik pula.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Sifat Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan pada Skripsi ini adalah Penelitian *Field Research* (Penelitian Lapangan). *Field Research* merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan mengungkap pernyataan yang diberikan melalui terjun langsung di lapangan<sup>30</sup>. Penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi tersebut adalah Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Metro Sudirman yang beralamatkan di Jalan Jend. Sudirman No. 43 E-F Kelurahan Imopura, Kecamatan Metro Pusat, Metro Lampung (32111).

##### 2. Sifat Penelitian

Sifat Penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan metode riset yang ditekankan untuk mengamati masalah secara mendalam lewat aspek pemahaman. Penelitian deskriptif adalah penelitian mengemukakan fakta dan katakteristik objek serta subjek melaui kata-kata dan gambar yang teliti secara tepat<sup>31</sup>. Oleh karena itu, penelitian kualitatif deskriptif pada penelitian ini periset akan memaparkan dan

---

<sup>30</sup> Salmon Priaji Martana, "Porblematika Penerapan Metode Field Research untuk Penelitian Aaristektur Vernakular di Indonesia," *Jurnal Dimensi Teknik Arsitektur* 34, No. 1 (Juli 2006). Hal 59

<sup>31</sup> Sumardi Ssuryabarata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Pt Grafindo Persada, 2011). Hal

menjelaskan Upaya Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman menerapkan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Pembiayaan Cicilan Emas.

## **B. Sumber Data**

### **1. Sumber Data Primer**

Data Primer merupakan informasi atau data yang didapat dari sumber pertama atau dengan kontak langsung<sup>32</sup>. Sumber data primer yang didapat melalui Pegawai Ibu Ery Suryanika *Pawning Sales Officer* (PSO), dan Bapak Rijan Rinanto *Retail Sales Executive* (RSE) Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman.

Pada peneltian ini *Pawning Sales Officer* (PSO) sebagai responden pemaparan strategi pemasaran *marketing mix* bank. *Retail Sales Executive* (RSE) menjelaskan penerapan strategi pemasaran yang telah dilakukan bank. Serta Responden Nasabah yang akan memaparkan minat beli dan untuk mencocokkan apa yang telah dilakukan dalam hal pemasaran Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman.

### **2. Sumber Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan informasi atau data yang didapat dari sumber historis<sup>33</sup>. Sumber data sekunder yang diperoleh pada penelitian kali ini yaitu buku-buku teoritis dan penelitian jurnal yang bertema sesuai dengan judul yang di ambil oleh peneliti.

---

<sup>32</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013). Hal 129

<sup>33</sup> Ibid.

## C. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi secara langsung antara periset dan responden. Komunikasi tersebut dalam bentuk tanya-jawab dalam hubungan kontak langsung, sehingga gerak dan mimik responden adalah pola media yang secara khusus melengkapi kata-kata secara verbal<sup>34</sup>. Penelitian ini mempergunakan Teknik Tak Terstruktur, sebab dirasa lebih leluasa dari pada Teknik wawancara terstruktur. Tujuan wawancara jenis ini untuk menjabarkan sistem Strategi Pemasaran yang telah ditrapkan serta minat nasabah membeli Produk Pembiayaan Cicilan Emas melalui Pawning Sales Officer, dan Retail Sales Executive di Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode untuk mendapatkan informasi langsung dari tempat riset<sup>35</sup>. metode ini periset pakai dalam perihal mendapatkan penjelasan lewat informasi yang diperoleh. Data yang periset miliki lewat tata cara ini merupakan buku saku tentang sejarah, visi serta misi, brosur pembiayaan sampai struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman.

---

<sup>34</sup> W. Gulo, *Metodoogi Penelitian* (Jakarta: PT Grasindo, 2004). Hal 199

<sup>35</sup> M. Burhan Bungin, *Loc. cit.* Hal 152

#### **D. Teknik Analisa Data**

Analisa data merupakan sesuatu proses yang dilakukan untuk mengurutkan data sesuai dengan pola, jenis serta urutannya<sup>36</sup>. Oleh karena, pada penelitian kali ini periset menggunakan cara atau Teknik Berfikir Induktif. Data kualitatif yang berupa keterangan-keterangan yang berupa penjelasan yang didapat dari informasi yang diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

Setelah itu, data yang didapat di Analisa menggunakan pola berfikir Induktif. Dalam pelaksanaannya teknik berfikir Induktif dilaksanakan untuk menarik suatu kesimpulan terhadap hal-hal dan fenomena-fenomena dari informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara serta dokumentasi, sehingga dapat ditarik kesimpulan umum mengenai Penerapan Strategi Pemasaran dan Minat Beli Produk Pembiayaan Cicilan Emas oleh Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman.

---

<sup>36</sup> Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019). Hal 203

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman**

##### **1. Sejarah Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Mandiri melalui PT Bank Syariah Mandiri (Perseroan Terbatas). Sebagai Bank Syariah Umum Membangun perusahaan jasa yang memberikan berbagai pilihan produk. Produk dan jasa diberikan melalui berbagai macam tingkatan bank diberbagai daerah. Mulai dari Kantor Pusat, Kantor Wilayah, Bank Cabang dan Kantor Kas.

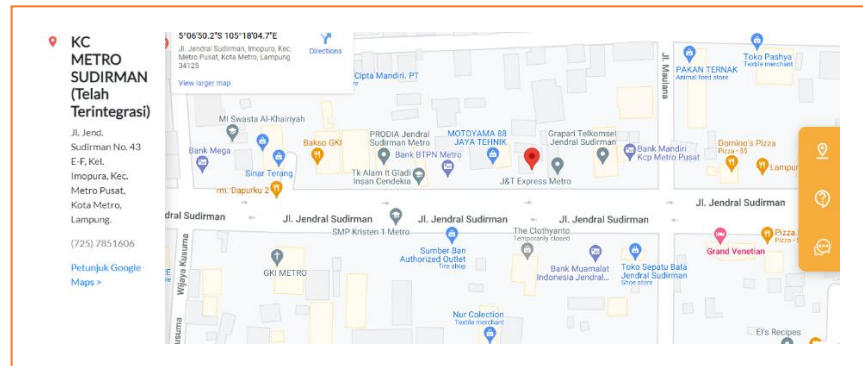
Salah satu daerah yang menjadi fokus pemasaran produk dan jasa adalah Kota Metro Lampung. Pada tanggal 24 Oktober 2005 PT Bank Syariah Mandiri mendirikan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Jl. Mayjend. Ryacudu No. 8 B Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung. beroperasi kurang lebih 6 tahun untuk memberikan pelayanan di daerah tersebut<sup>37</sup>.

Performa yang baik didapatkan BSM dalam memberikan produk dan jasa, bank Syariah mandiri berkesempatan untuk melakukan peningkatan status dari Kantor Cabang Pembantu menjadi Kantor Cabang. Hal tersebut terealisasi pada tanggal 11 November 2011 dengan dibarengi perpindahan lokasi yaitu di Bank Syariah

---

<sup>37</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021.

Mandiri Kantor Cabang Jl. Jend, Sudirman No. 43 E-F, Kel. Imopura, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung<sup>38</sup>.



*Gambar 4.1 Peta Lokasi BSI KC Metro Sudirman*

Pada Lokasi yang Sama BSM mencatatkan sejarah dengan adanya penggabungan Bank Syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah dan BNI Syariah diseluruh wilayah Indonesia. Penerapan tersebut terealisasi secara resmi pada tanggal 1 Februari 2021. Sehingga, Penggabungan tersebut merubah nama dari Bank Syariah Mandiri menjadi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Metro Sudirman, yang beralamatkan dilokasi yang sama yaitu Jl. Jend, Sudirman No. 43 E-F, Kel. Imopura, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung<sup>39</sup>.

<sup>38</sup> “Bank Syariah Indonesia "Sejarah Bank" <https://www.bankbsi.co.id/jaringan/684>" d akses tanggal 8 Maret 2022”.

<sup>39</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku Pawning Sales Officer (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada, interview.



Penggabungan tiga bank Syariah menjadi sebuah upaya besar untuk menjadi bank Syariah yang baik ditingkat nasional dan international. Upaya penggabungan tersebut memberikan dampak mulai dari jangkauan yang lebih luas hingga dapat memberikan layanan yang optimal. Sehingga, dapat memberikan dampak positif yang lebih besar bagi banyak hal dan dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi sebagai Bank Syariah terbesar di Indonesia.

## **2. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman**

### **a. Visi<sup>40</sup> :**

“Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha”

### **b. Misi :**

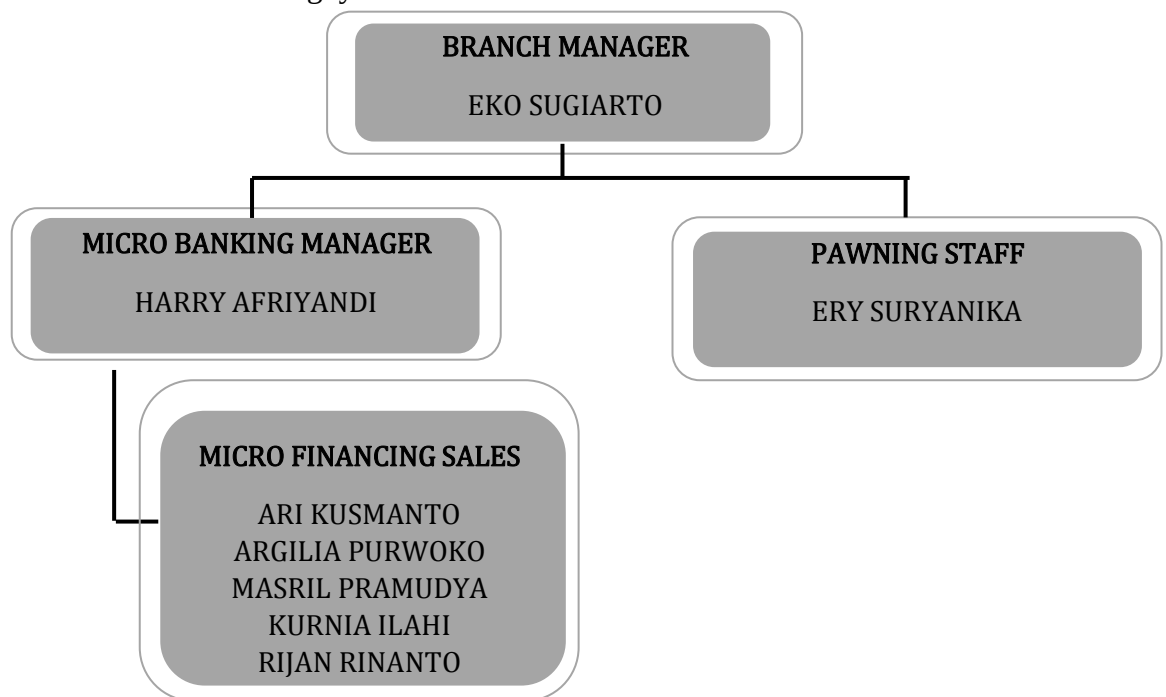
- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai Syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

---

<sup>40</sup> “Bank Syariah Indonesia” “Visi dan Misi” <https://www.bankbsi.co.id>. di akses pada tanggal 8 Maret 2022”.

### 3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman

Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman yang di isi berbagai bagian dengan tugasnya. BSI Metro Sudirman sebagai kantor cabang menjalankan tugasnya bagi pegawai yang berkompeten ditugasnya. Sehingga, dapat memberikan pelayanan terbaik dibidangnya.



Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman dalam menjalankan oprasionalnya pada *Pawning Sales Officer* (PSO) oleh Ery Suryanika<sup>41</sup>, sebagai penaksir Cicil dan gadai Emas. Upaya penerapan pengenalan dan penawaran produk cicil dan gadai emas dibantu oleh staf marketing bank. Sehingga, pemasarn produk dapat berjalan maksimal.

---

<sup>41</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021.

## **B. Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman**

Pembiayaan menjadi salah satu cara untuk seseorang memiliki, memperoleh dan atau mendapatkan barang melalui cara dicicil atau melalui angsuran. Pembiayaan cicil emas BSI KC Metro Sudirman hadir dalam rangka memenuhi hal tersebut. Sehingga, dapat terselenggaranya keinginan konsumen atas dasar investasi dan menabung.

Pembiayaan Cicil Emas BSI KC Metro Sudirman menjadi salah satu fokus dalam memasarkan produk. Tahap awal yang dilakukan adalah memetakan target pasar yang akan dituju, untuk mengetahui kelompok ada individu yang memiliki potensi minat pada pembiayaan cicil emas. Hal tersebut dijelaskan oleh Ibu Ery Suryanika selaku Pawning Sales Officer (PSO), yaitu:

*“kalau untuk cicil emas biasanya itu ke ibu-ibu, atau bapak yang rata-rata berpenghasilan tetap, karyawan swasta, PNS, Guru,. Usia kisaran 30 sampai 50 tahun, kurang lebih mereka lebih minat untuk cicil emas.”<sup>42</sup>*

Berdasarkan pernyataan tersebut, BSI KC Metro Sudirman sebagai penyalur produk Cicil emas, menyasarkan produknya berdasarkan target konsumen yaitu pegawai atau pekerja dan atau bukan (pensiunan) baik swasta atau pemerintah dan atau bukan dengan memiliki penghasilan

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021.

tetap. Namun, konsumen tetap dapat melakukan pembiayaan cicil emas selama memiliki penghasilan walaupun tidak tetap.

Berdasarkan target pemasaran tersebut BSI KC Metro Sudirman melakukan tindakan untuk mendapatkan minat beli konsumen dengan memberikan penawaran produk cicil emas untuk dikenalkan. BSI KC Metro Sudirman memberikan Produk dengan berbagai macam ketentuan dan syarat yang harus dipenuhi. Seperti halnya produk yang dikemukakan produk

*“salah satu alat investasi yang sangat mudah, umum, mudah didapat jualnya mudah siapapun tau ini investasi jaman ‘dahulu. Kalau cicil emas itu mudah banget yang penting dia punya KTP, dia punya penghasilan bisa. Misal sama-sama ambil 10 gram yang satunya full menggunakan fasilitas dari banknya itu hanya menggunakan 20% DP-nya ya, ada juga yang pengennya 50% DP-nya bisa seperti itu. Pemesanan emas itu ada dua tempat. Jadi, untuk 1 provinsi itu hanya diperbolehkan punya toko rekanan satu tempat, satu tempat disini diteluk betung Namanya Toko Sinar Mas. Kedua, kedua pemesanan emas langsung ke PT Antam di Jakarta.”<sup>43</sup>*

Berdasarkan pernyataan tersebut produk pembiayaan Cicil Emas BSI KC Metro Sudirman, memberikan jaminan keamanan, kemudahan, serta keaslian kepada konsumen. Dengan memberikan syarat yang lebih ringkas dari pembiayaan lain serta memberikan kebebasan mengenai

---

<sup>43</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021.

besaran DP dari yang ditetapkan. Segi kualitas dijamin oleh bank karna dari produsen yang terpercaya. Sehingga, nasabah merasa dimudahkan dan kepuasan atas produk dalam layanan dalam melakukan pembiayaan.

BSI KC Metro Sudirman menjadikan strategi harga menjadi upaya utama untuk menarik minat konsumen. Hal tersebut dijelaskan pada wawancara tgl Ibu ery:

*“Harga boleh dibandingin. kami jelasin diawal karna Namanya cicil emas itu Murabahah itu jual beli kami sebutkan harga emasnya misal 10 juta Dpnya 2 juta 8 juta pembiayaan dibank karna memang ini sistemnya cicil emas kami juga ada keuntungan misal dalam jangka waktu 1 tahun kami jual ke ibu dengan harga 11 juta kami sebutin diawal dengan keuntungan bank senilai 1 juta dalam jangka waktu 1 tahun”<sup>44</sup>*

Berdasarkan pernyataan tersebut, penerapan harga BSI KC Metro Sudirman dapat dibandingkan dengan tempat lain, sehingga BSI dapat kompetitif memberikan harga terbaik bagi konsumen. Besaran pembiayaan dengan ketetapan 20% atau lebih DP serta administrasi dan 80% atau kurang untuk pembiayaan, dalam jangka waktu pembiayaan 1 sampai 5 tahun.

*“Biaya administrasi untuk umum memang sudah ditetapkan tapi kalo memang ada promo tadi bisa kita ada potongan. Itu si kalo*

---

<sup>44</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021.

*untuk nasabah tertentu kita biasa ada promo-promo tertentu tergantung program”<sup>45</sup>*

Strategi harga yang ditetapkan saat ini adalah merupakan ketetapan pusat Bank Syariah Indonesia. pilihan program yang diberikan telah cukup baik sesuai dengan sasaran yang dipilih dan akan dicapai. Program tersebut memberikan pembebasan biaya administrasi hingga pricing khusus, promo tersebut ditujukan pada kalangan tertentu. sehingga hal tersebut dapat memberikan daya tarik bagi konsumen.

Aspek lokasi yang dimiliki BSI KC Metro terletak di Pusat kota metro yang mudah untuk ditemukan diakses nasabah. Selain penetapan lokasi bank, penetapan juga dilakukan untuk mencapai target pemasaran. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Rijan Rinanto selaku Marketing, antara lain sebagai berikut:

*“setelah dimetro habis itu kita bisa pasar yang terdekat jadi waktu itu kita kepasar pekalongan, itu Nama programnya gerebek pasar jadi kita kepasar yang menurut kita ramai kita bagi brosur. Untuk memberikan informasi itu kita juga ada strategi, kita membuat surat penawaran ke instansi-instansi misal ke kantor dinas, kementerian agama ke Badan pusat statistik ke lapas terus ke KUA..”<sup>46</sup>*

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku Pawning Sales Officer (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021 .

<sup>46</sup> Wawancara dengan Bapak Rijan Rinanto selaku *Micro Financing Sales* Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman pada 27 Maret 2021.

BSI KC Metro Sudirman mendasarkan lokasi melalui dua konsep yaitu lokasi sebagai tempat untuk melakukan transaksi dan pelayanan yaitu Kantor BSI KC Metro Sudirman yang terletak dipusat kota sehingga mudah dijangkau. Serta, lokasi sebagai tempat untuk melakukan pemasaran. Lokasi pemasaran dilakukan sesuai terget yaitu kantor-kantor terkait hingga tempat-tempat keramaian. Tempat keramaian dipilih karena memiliki keberagaman segmentasi dalam satu lokasi.

Penerapan merupakan peran utama untuk mendapatkan minat beli konsumen. Penerapan yang tepat serta ketekunan pada kegiatan pemasaran akan memberikan kemudahan serta pelayanan yang optimal pada nasabah, sehingga nasabah dapat tertarik. Seperti yang dikemukakan Ibu Ery Suryanika selaku Pawning Sales Officer (PSO), yaitu:

*“Kami ini biasanya setiap hari dikasih informasi untuk harga emas, nanti saya share ke karyawan nanti karyawan ikut membantu untuk menjualkan selain info harga emas ke nasabah-nasabah, dari luar itu biasanya kami ada web untuk cicil emasnya. Yang paling efektif sebernnya itu dari nasabah sendiri yang referral untuk bisa cicil atau gadai di BSI. Jadi, karena orang lain itu lebih percaya kepada temannya yang sudah pernah gadai atau cicil mereka lebih percaya. Kalau untuk promosi-promosi biasanya si kami pasang spanduk, menepel stiker dirumah makan, sebar brosur dan ke instansi presentasi. Untuk keterbatasan ada karna memang kita tidak bisa lagi dengan mudah untuk presentasi*

*offline, paling kita ganti metodenya dengan webinar. Chandra buka gerai, cuci emas gratis, sosialisasi, presentasi, webinar.”*<sup>47</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut dijelaskan bahwa pemasaran yang dilakukan BSI KC Metro Sudirman. Pemasaran produk cicil emas dilakukan secara rutin dengan memberikan informasi harga setiap harinya dilingkungan bank dan masyarakat umum. Kegiatan cukup kompleks diulai dari menempelkan stiker dan banner untuk memperkenalkan produk dan mendatangi perorangan dan instansi-instansi terdekat untuk melakukan sosialisasi dan presentasi. Ketika pembatasan dilakukan perubahan dilakukan untuk merespon pemasar dengan melakukan metode webinar. Melalui hal tersebut pemasaran diperkuat oleh wawancara oleh Bapak Rijan Rinanto selaku Marketing Micro. Sebagai berikut:

*“Waktu itu strategi dari kepala cabang itu kita memasarkan cilem gadai emas secara masif , jadi semua anak-anak mobile itu diarahkan untuk memasarkan produk cilem dan gadai emas situ secara masif. Untuk tahap awal kita masif yang penting mengenalkan ke masyarakat kita tu ada produk gadai emas, jadi kita cetak brosur sebanyak-banyaknya terus kita tentukan target untuk pemasarnya dimana, kemarin kebetulan kita tetapkan itu yang paling pertama rumah sakit kita kasih brosur ke kendaraan sama ke orang-orang waktu keluar, semua bergerak diseluruh rumah sakit, kaya PB swalayan iya chandra kita sewa. Intinya kita*

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer (PSO)* BSI KC Metro Sudirman pada, 24 Maret 2021.



*sebatas memperkenalkan bahwa di BSI ada produk cicil emas dan gadai emas.”<sup>48</sup>*

Strategi untuk melakukan pemasaran secara masih dilakukan BSI KC Metro Sudirman untuk mendapatkan minat beli konsumen. Pemasaran dilakukan secara masif dengan melibatkan seluruh pegawai dibidangnya. Pemasarn dilakukan dikeruamain untuk memperkenalkan produk cicil emas. Serta, menyebarkan brosur baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen.

Prosedur dalam pembiayaan yang dilakukan BSI KC Metro Sudirman. Proses yang cepat dan tepat menjadi salah satu aspek ketertarikan konsumen pada suatu produk. Pelayanan dilakukan untuk memberikan informasi hingga pelaksanaan pembiayaan. Hal tersebut dikemukakan Ibu Ery Suryanika selaku Pawning Sales Officer (PSO), sebagai berikut:

*“Kalau untuk cicil emas nasabah harus datang, bertemu dengan pegawai bank. Kalau kami cukup simpel untuk cicil emas sendiri, jadi tidak perlu memang harus syarat-syarat, kaya misalnya SK, KTP suami istri, kartu keluarga, kita cukup simpel aja cukup KTP nasabah, Akta pasangan, NPWP misal pembiayaan diatas 50 juta, untuk penghasilanpun kita cukup wawancara aja jadi tidak perlu slip gaji. Ketika proses itu memenuhi syarat untuk nasabah, emasnya itu akan kita pesan, emas nya akan disimpan di khasanah central tempat penyimpanan emas di BSI pusat setelah itu ketika sudah masuk kuota baru dikirim ke provinsinya, kurang lebih 2 kg*

---

<sup>48</sup> Wawancara dengan Bapak Rijan Rinanto selaku *Micro Financing Sales Bank Syariah Indonesia* KC Metro Sudirman pada 27 Maret 2021.

*akan dikirim atau sesuai permintaan. Setelah sudah selesai untuk proses tanda tangan permohonan cicil emas nanti akan ada bukti cicil emas yang kita berikan ke nasabah. Ketika pembiayaan selesai emas mau diambil harus dibawah Surat bukti kepemilikan emasnya.”<sup>49</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, BSI KC Metro Sudirman dalam menjalankan pelayanan sesuai dengan prosedur yang berlaku. Pertama, calon nasabah datang ke bank untuk menerima penawaran dan mengajukan permohonan berupa berkas syarat dan formulir pengajuan pembiayaan cicil emas. Setelah permohonan dikabulkan, maka nasabah dapat menerima surat bukti kepemilikan emas sesuai dengan yang dipesan. Setelah, pembiayaan dinyatakan selesai nasabah datang kebank untuk mengambil emas tersebut dengan menunjukkan bukti kepemilikan.

Pelaksanaan pembiayaan tidak terlepas pada alat-alat yang digunakan. BSI KC Metro Sudirman menyediakan alat untuk prngelolaan produk emas yang dipergunakan untuk mengukur, mengecek dan memelihara emas. Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Rijan Rinanto Selaku Marketing bank, sebagai berikut:

*“ada bahan-bahan kimia. Alat untuk ngikirnya jadi emas perhiasan itukan selain ditimbang kalau misal ditemukan kejanggalan yang tidak sesuai perlu sampai digergaji untuk*

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer (PSO)* BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021.

*melihat adanya dalamnya logam lain. Jadi, memang resikonya cukup tinggi jadi perlengkapannya cukup lengkap.”*<sup>50</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut bukti fisik yang dimiliki BSI KC Metro Sudirman dinilai cukup baik atas kelengkapan alat-alat dalam pengelolaan pembiayaan. Alat-alat tersebut mulai dari timbangan, bahan kimia, alat kikir, alat pemotong. Alat-alat tersebut digunakan untuk membantu pengelolaan emas dari bank ke nasabah atau sebaliknya

### **C. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman**

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian tersebut, Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman melaksanakan berbagai proses dan tindakan untuk melakukan upaya kegiatan pemasaran terhadap produk-produk bank untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menerapkan strategi pemasaran telah sesuai dengan bauran pemasaran Kotler yang mengemukakan bahwa alat yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran<sup>51</sup>. Kegiatan penerapan pemasaran melalui proses dan pertimbangan yang telah didiskusikan, antara lain:

---

<sup>50</sup> Wawancara dengan Bapak Rijan Rinanto selaku *Micro Financing Sales* Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman pada 27 Maret 2021.

<sup>51</sup> Ricky Martjiono all, “Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk, Ayam Geprek!!!,” *Jurnal FE Univ. Kristen Petra*, 18 Maret 2014, Hal 485.

## 1. Segmentasi

Tindakan yang pertama dilakukan BSI KC Metro Sudirman yaitu melakukan Segmentasi Pasar. Proses Segmentasi dilakukan untuk melihat kebutuhan dan karakteristik pada calon konsumen. Menurut wawancara Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO)<sup>52</sup>, menyebutkan Proses Segmentasi Pasar BSI KC Metro Sudirman menerapkan segmentasi daerah khusus untuk memfokuskan daerah pemasaran melalui pendekatan, yaitu, Geografi dan Demografi.

Secara Geografi, dalam memaksimalkan penjualan BSI KC METRO memperluas jaringan pemasaran hingga menjangkau perbatasan Kota Metro ke Kecamatan Punggur dan Kota Metro ke Kecamatan Pekalongan. Melalui daerah tersebut BSI KC METRO menjangkau produknya pada pasar strategis, yaitu mulai dari lingkungan pendidikan, instansi sekitar, pusat perbelanjaan hingga masyarakat umum. Fasilitas pengajuan mobile banking lebih dapat dipahami oleh kelompok tersebut, serta ketentuan untuk memiliki penghasilan telah dipastikan pada kalangan yang bekerja ditempat-tempat tersebut.

Secara Demografi, cicilan Emas BSI Kc Metro Sudirman menjangkau konsumen yang memiliki usia 21 tahun sampai 50 tahun, BSI juga memperluas pemasaran nya pada konsumen berjenis kelamin perempuan atau laki-laki. Pada usia tersebut dengan ketentuan

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021.

memiliki penghasilan dirasa mampu untuk melakukan pembiayaan cicil emas dengan minimal besaran 10 gram.

Melalui pendekatan-pendekatan tersebut BSI KC Metro Sudirman dapat mengidentifikasi sasaran-sasaran untuk dijadikan nasabah berdasarkan klasifikasi yang diambil. Klasifikasi tersebut berguna untuk memetakan target pasar serta memberikan gambaran lokasi-lokasi pemasaran yang dapat diambil. Sehingga pemasaran dapat lebih optimal tertuju pada sasaran yang diharapkan.

## 2. *Targeting*

Penarapan *Targeting* BSI KC Metro Sudirman sebagai upaya untuk menentukan target pasar, ditergetkan pada Calon Konsumen dengan Umur diatas 21 Tahun serta memiliki Penghasilan. Hal tersebut, dikarenakan produk Cicil Emas BSI merupakan pembiayaan yang berbasis investasi berjangka baik Panjang ataupun dapat diambil untuk investasi jangka pendek.

Berdasarkan wawancara Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer (PSO)*<sup>53</sup>, memaparkan *Targeting* yang dilakukan BSI KC Metro Sudirman untuk mendapatkan minat beli konsumen menempatkan diri pada karakteristik yang telah ditentukan. Karakteristik yang diterapkan dalam menargetkan pasarnya ditunjukkan pada Pekerja atau Pegawai yang memiliki penghasilan

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer (PSO)* BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021.

tetap dan atau memiliki penghasilan tidak tetap. Hal tersebut membuka peluang untuk pembiayaan yang besar serta menghindari potensi macet sampai gagal bayar.

### 3. *Positioning*

Merespon hal tersebut, BSI KC METRO A YANI merupakan Lembaga yang aman dan terjamin dalam melaksanakan Produk Pembiayaan Cicilan Emas. Hal tersebut, dikarenakan Pembiayaan Cicilan Emas dijamin oleh Program Penjaminan bank secara langsung, serta emas dibuat dan dikelola secara khusus oleh perusahaan berlisensi. Sehingga, BSI KC Metro Sudirman memberikan upaya maksimal dalam Pelayanan dan Fasilitas sebagai Lembaga terpercaya pada penerapan Produk Cicilan Emas kepada konsumen.

### 4. *Marketing Mix*

#### a. *Product*

Berdasarkan wawancara Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO)<sup>54</sup>, Penerapan Strategi dalam mengambil minat konsumen, Bank Syariah Indonesia memberikan berbagai keuntungan dan kemudahan yang didapat nasabah. Hal-hal yang menjadi karakteristik produk, sebagai berikut :

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 22 November 2021.

- 1) Produk Cicil Emas berpedoman pada Prinsip Syariat Islam, dengan memberikan produk yang halal dan sesuai dengan Akad Murabahah.
- 2) Ukuran dan jumlah kepingan emas dapat dipilih sesuai dengan keinginan konsumen.
- 3) Emas yang ditawarkan memiliki Sertifikat dan Legalitas perusahaan terpercaya.
- 4) Emas yang diberikan dapat digadaikan di BSI KC METRO A YANI dengan prinsip Akad Rahn.
- 5) Memberikan rasa aman dengan menjamin asuransi dan menyimpan produk di ruang penyimpanan terbaik.
- 6) Memberikan kemudahan akses cicil emas dan gadai melalui *mobile banking* BSI KC METRO A YANI.
- 7) Memberikan jangka waktu pembiayaan yang bervariasi, dari Jangka Pendek hingga Jangka Panjang.
- 8) Memberikan keleluasaan konsumen memilih bentuk emas sesuai dengan minat yaitu berbentuk Perhiasan atau dalam bentuk Batangan.

Prinsip kemudahan menjadi senjata bagi BSI KC Metro Sudirman dalam memberikan penawaran produk. Salah satunya, kemudahan dan ringkanya syarat yang diajukan untuk melakukan pembiayaan Cicil Emas dalam. Adapun syarat-syarat yang harus

dipenuhi sebagai nasabah pada Pembiayaan Cicil Emas, antara lain:

- a) Berstatus Warga Negara Indonesia (WNI) dengan menunjukkan Kartu Tanda Penduduk (E-KTP).
- b) Menunjukkan *ID Card* bagi pegawai sesuai program.
- c) Menunjukkan Slip Gaji bagi pegawai yang dimaksud.
- d) NPWP untuk pembiayaan diatas 50.000.000,00
- e) Memiliki usia minimal 21 Tahun hingga 55, dan untuk professional dan wiraswasta maksimal 60 tahun.
- f) Khusus Pensiunan maksimal usia 70 tahun pada saat pembiayaan dinyatakan jatuh tempo.

Asas kemudahan diterapkan pada penerapan syarat pembiayaan. Calon konsumen yang tidak memiliki penghasilan tetap akan tetap mendapatkan potensi pembiayaan cicil emas. Syarat yang mudah tersebut, seperti slip gaji yang bisa dapat diminimalkan lewat wawancara. Sehingga, keringkasn berkas atas syarat pembiaayan dinilai cukup memudahkan bagi calon konsumen.

#### *b. Price*

Penerapan Harga salah satu fokus BSI KC Metro Sudirman dalam memberikan penawaran produk. Penerapan tersebut dapat dilihat dan diakses melalui Poster Brosur baik cetak dan digital,



*Mobile Banking* dan *Website* resmi Bank Syariah Indoensia. Berikut beberapa hal yang menjadi ketentuan penerapan dan ketentuan harga pembiayaan Cicil Emas :

- 1) '*Down Payment*' mulai dari 0% - 20% dan atau lebih, ditambah dengan biaya Administrasi.
- 2) Pemberian berbagai variasi diskon atau potongan harga.
- 3) Anggsuran tiap bulan 'flat' atau tidak berubah besarnya

Berdasarkan wawancara Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO)<sup>55</sup>, Harga sudah merupakan ketetapan kantor pusat. Namun, sebagai penawar produk BSI KC Metro Sudirman menerapkan tetap menerapkan strategi dalam menarik minat nasabah yaitu dengan memberikan informasi secara rutin mengenai perubahan harga terbaru. Serta memberikan potogan harga, potongan biaya adminstrasi dan *pricing* khusus.

Bank Syariah Indonesia menerapkan beberapa program untuk menerapkan strategi harga pada pembiayaan cicil emas. Program tersebut disesuaikan berdasarkan kategori. Kategori tersebut dibedakan mulai dari nasabah, pegawai hingga untuk masyarakat umum. Hal tersebut, direalisasikan Bank Syariah

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 22 November 2021.

Indonesia melalui Strategi harga yang berbeda-beda pada setiap kelompok.

Bank Syariah Indonesia meluncurkan beberapa program untuk menarik minat nasabahnya. Program tersebut berisi mulai dari pembebasan biaya administrasi hingga kepada besaran pembiayaan khusus. sehingga, hal tersebut dapat menarik minat beli konsumen dtengah ketidakpastian harga dan pandemi. Berikut jenis-jenis Program harga yang diberikan BSI KC Metro Sudirman, yaitu;

1) Program *Gold Ownership*,

**BSI BANK SYARIAH INDONESIA**

**Program Cicil Emas**  
**Gold Ownership Program**  
 Spesial untuk seluruh pegawai Bank Syariah Indonesia

- **Pricing khusus** untuk pegawai Bank Syariah Indonesia, Tbk.
- **Bebas** biaya administrasi
- Syarat : 1. Pegawai Bank Syariah Indonesia, Tbk.  
2. KTP, ID Card dan DP 0%

simulasi angsuran  
2 Maret 2022

| Gram | Harga Emas | DP (0%) | Pembiayaan | 12 Bulan<br>1 Thn | 24 Bulan<br>2 Thn | 36 Bulan<br>3 Thn | 48 Bulan<br>4 Thn | 60 Bulan<br>5 Thn |
|------|------------|---------|------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 10   | 9,407,142  | -       | 9,407,142  | 824,851           | 431,924           | 301,339           | 236,337           | 197,567           |
| 25   | 23,391,791 | -       | 23,391,791 | 2,051,074         | 1,074,022         | 749,308           | 587,675           | 491,271           |
| 50   | 46,704,227 | -       | 46,704,227 | 4,095,191         | 2,144,401         | 1,496,074         | 1,173,357         | 980,876           |
| 100  | 93,330,104 | -       | 93,330,104 | 8,183,511         | 4,285,204         | 2,989,639         | 2,344,745         | 1,960,106         |

max pembiayaan sd Rp150jt/nasabah

**PROMO 9,5% by adm 0%**  
1 S.D 4 MARET 2022

BSI, App Store, Google Play, REGION 1

Gambar 4.2 Program *Gold Ownership*

Kegiatan pemasaran produk cicil emas tumbuh dengan penawaran harga khusus di lingkungan Bank Syariah Indonesia. Melalui Program Harga Pemberian Bebas Biaya Administrasi dan Bebas biaya Uang Muka sebesar 0%, yang diterapkan pada seluruh pegawai Bank Syariah Indonesia. Pembebasan biaya tersebut dapat diterapkan dengan memberikan tambahan syarat yaitu tanda pengenalan resmi Bank Syariah Indonesia.

## 2) Program Pegawai BUMN, BO2, RS dan Dokter.

**BSI BANK SYARIAH INDONESIA**

**Program Cicil Emas Khusus pegawai BUMN, BO2, RS dan Dokter**

- Pricing khusus
- Logam mulia 24K bersertifikat
- Angsuran ringan dan fix (tidak berubah) sampai lunas

simulasi angsuran 2 Maret 2022

| Gram | Harga Emas  | DP (20%) + ADM | Pembiayaan (80%) | 12 Bulan 1 Thn | 24 Bulan 2 Thn | 36 Bulan 3 Thn | 48 Bulan 4 Thn | 60 Bulan 5 Thn |
|------|-------------|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 10   | 9,407,142   | 1,939,057      | 7,525,714        | 659,881        | 345,539        | 241,071        | 189,070        | 158,054        |
| 25   | 23,391,791  | 4,791,925      | 18,713,433       | 1,640,860      | 859,218        | 599,446        | 470,140        | 393,017        |
| 50   | 46,704,227  | 9,547,662      | 37,363,382       | 3,276,153      | 1,715,521      | 1,196,859      | 938,685        | 784,701        |
| 100  | 93,330,104  | 19,059,341     | 74,664,083       | 6,546,809      | 3,428,164      | 2,391,711      | 1,875,796      | 1,568,085      |
| 250  | 233,059,067 | 83,829,067     | 150,000,000      | 13,152,527     | 6,887,174      | 4,804,942      | 3,768,471      | 3,150,279      |

max pembiayaan sd Rp150jt/nasabah

**PROMO 9,5% by adm 0.5% 1 S.D 4 MARET 2022**

BSI, Apple Store, Google Play, REGIO

Gambar 4.3 Program Pegawai BUMN, BO2, RS dan Dokter

Konsep penerapan harga yang diberikan Bank Syariah Indonesia muncul di beberapa lingkungan kerja, yaitu Pegawai BUMN, BO2, RS dan Dokter. strategi menarik target pasar tersebut yaitu dengan memberikan *Pricing Khusus*, terhadap besaran angsuran yang berbeda dari program lain. Serta penawaran pembiayaan hingga tingkat maksimal yaitu 150 juta rupiah dengan besaran emas 250 gram per-nasabah.

### 3) Program Investasi Tanpa Harap-harap Cemas



Gambar 4.4 Porgram Investasi Tanpa Harap-harap Cemas

Strategi harga dalam menarik target pasar juga di terapkan pada masyarakat umum. Strategi harga yang diterapkan Bank Syariah Indonesia adalah dengan memberikan penawaran keberagaman besaran emas serta syarat yang simple untuk melakukan pembiayaan. Syarat hanya dengan memberikan Kartu Tanda Penduduk serta Uang Muka sebesar 20%, masyarakat umum telah dapat mendapatkan pembiayaan cicil emas.

## 4) Program Nasabah Prioritas BSI

**BSI** BANK SYARIAH INDONESIA

**Program Cicil Emas Khusus Nasabah Prioritas BSI**  
 Karena Anda Pribadi yang Istimewa

- pricing khusus nasabah prioritas Bank Syariah Indonesia
- logam mulia 24K bersertifikat
- Angsuran ringan dan fix (tidak berubah) sampai lunas
- Syarat: KTP dan DP 20%

simulasi angsuran  
2 Maret 2022

| Gram | Harga Emas  | DP (20%) + ADM | Pembiayaan (80%) | 12 Bulan<br>1 Thn | 24 Bulan<br>2 Thn | 36 Bulan<br>3 Thn | 48 Bulan<br>4 Thn | 60 Bulan<br>5 Thn |
|------|-------------|----------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 10   | 9,407,142   | 1,939,057      | 7,525,714        | 659,881           | 345,539           | 241,071           | 189,070           | 158,054           |
| 25   | 23,391,791  | 4,791,925      | 18,713,433       | 1,640,860         | 859,218           | 599,446           | 470,140           | 393,017           |
| 50   | 46,704,227  | 9,547,662      | 37,363,382       | 3,276,153         | 1,715,521         | 1,196,859         | 938,685           | 784,701           |
| 100  | 93,330,104  | 19,059,341     | 74,664,083       | 6,546,809         | 3,428,164         | 2,391,711         | 1,875,796         | 1,568,085         |
| 250  | 233,059,067 | 83,829,067     | 150,000,000      | 13,152,527        | 6,887,174         | 4,804,942         | 3,768,471         | 3,150,279         |

max pembiayaan sd Rp150jt/nasabah

**PROMO 95%**  
- ADM 0,5% -  
15.04 Mar 2022

BSI App Store Google Play REGION 3

Gambar 4.5 Program Nasabah Prioritas

Strategi harga Bank Syariah Indonesia juga diterapkan pada nasabah yang memiliki hak istimewa atau Nasabah Prioritas. Bank Syariah Indonesia menawarkan Pricing Khusus dengan besaran pembiayaan cicil emas, yaitu dengan memberikan besaran pembiayaan yang lebih rendah dari pada program masyarakat umum. Harga tersebut sebagai bentuk penghargaan tas loyalitas nasabah pada bank.

### 5) Program Pegawai Mandiri, BRI, & BNI Group

**BSI BANK SYARIAH INDONESIA**

**Program Cicil Emas Khusus pegawai Mandiri, BRI, & BNI Group**

simulasi angsuran  
2 Maret 2022

| Gram | Harga Emas  | DP (20%) + ADM | Pembiayaan (80%) | 12 Bulan<br>1 Thn | 24 Bulan<br>2 Thn | 36 Bulan<br>3 Thn | 48 Bulan<br>4 Thn | 60 Bulan<br>5 Thn |
|------|-------------|----------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 10   | 9,407,142   | 1,901,428      | 7,525,714        | 659,881           | 345,539           | 241,071           | 189,070           | 158,054           |
| 25   | 23,391,791  | 4,698,358      | 18,713,433       | 1,640,860         | 859,218           | 599,446           | 470,140           | 393,017           |
| 50   | 46,704,227  | 9,360,845      | 37,363,382       | 3,276,153         | 1,715,521         | 1,196,859         | 938,685           | 784,701           |
| 100  | 93,330,104  | 18,686,021     | 74,664,083       | 6,546,809         | 3,428,164         | 2,391,711         | 1,875,796         | 1,568,085         |
| 250  | 233,059,067 | 83,079,067     | 150,000,000      | 13,152,527        | 6,887,174         | 4,804,942         | 3,768,471         | 3,150,279         |

max pembiayaan sd Rp150jt/nasabah

- **Pricing khusus**
- **Diskon** biaya administrasi
- Syarat : 1. Pegawai Mandiri, BRI dan BNI Group  
2. KTP, ID Card dan DP 20%

**PROMO 9,5% by adm 0%**  
**1 S.D 4 MARET 2022**

BSI App Store Google Play REGIONAL

Gambar 4.6 Program Pegawai Mandiri, BRI & BNI Group

Strategi harga juga diterapkan pada Pegawai yang bekerja Bank Mandiri, BRI & BNI. Dimana, Bank Syariah Indonesia sebagai penyedia memberikan penawaran Pricing Khusus dan Potongan Biaya Administrasi. Pembiayaan pada program ini menjadikan ID Card juga tambah syarat Pengajuan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia.

c. *Place*

BSI KC Metro Sudirman sebagai perusahaan penyedia jasa, memberikan fasilitas tempat untuk melakukan penawaran, pelayanan prosedur pembiayaan hingga memberikan fasilitas lain. Tempat juga menjadi pertimbangan matang bagi bank dalam menentukan lokasi pemasaran, sehingga penyampaian informasi tepat pada sasaran. Berdasarkan Wawancara Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer (PSO)*<sup>56</sup>, berikut ini tempat-tempat pelayanan dan penyampaian informasi nasabah :

- 1) BSI KC METRO SUDIRMAN yang bertempat di jalan Jend. Sudirman No. 43 E-F, Kel, Imopura, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung. Lokasi yang berhadapan di jalan protokol Pusat Kota menjadi tempat strategis dalam memberikan kemudahan untuk calon atau nasabah menemukan kantor bank. Serta, lokasi strategis dapat menjadi pertimbangan bank dalam menentukan lokasi pemasaran.
- 2) *Mobile Banking* BSI yang dapat diakses nasabah yang telah memiliki nasabah Bank BSI seluruh nasabah, untuk dapat mengajukan pembiayaan cicilan emas di BSI KC METRO SUDIRMAN. Selain Cicilan emas *Mobile Banking* juga

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer (PSO)* BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021.



memberikan fasilitas Gadai emas BSI yang tentu untuk akses kemudahan informasi bagi nasabah.

- 3) *Website* resmi Bank Syariah Indonesia memberikan berbagai informasi mengenai Pembiayaan Cicil Emas. Informasi tersebut mulai dari pembaruan harga emas setiap harinya, hingga ketentuan dan syarat pembiayaan.

Melalui fasilitas yang tersedia dan sumber daya manusia yang memiliki kewajiban dalam hal memasarkan, BSI KC Metro Sudirman memfokuskan diri untuk menunjukkan produknya pada lokasi-lokasi strategis. Berdasarkan wawancara Bapak Rijan Rinanto selaku *Marketing Micro*<sup>57</sup>, lokasi yang dipilih dalam hal memasarkan produk adalah kerabat dekat pegawai Bank BSI KC Metro Sudirman, instansi-instansi perkantoran wilayah Kota Metro serta pusat-pusat perbelanjaan.

- 1) Kantor dan lingkungan Rumah Sakit di Kota Metro.
- 2) Kantor Kementerian Agama.
- 3) Kantor Badan Pusat Statistik.
- 4) Kantor Urusan Agama.
- 5) Kantor Lingkungan Pendidikan.
- 6) Kantor Lembaga Perasyarakatan.

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Bapak Rijan Rinanto selaku *Micro Financing Sales* Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman pada 27 Maret 2021.

- 7) Pusat-pusat Perbelanjaan modern.
- 8) Pusat perbelanjaan tradisional.
- 9) Kantor rekanan perusahaan jasa.

BSI KC Metro Sudirman melakukan pemasaran melalui beberapa metode pemberian informasi produk. Pertama, Seluruh pegawai BSI KC Metro Sudirman memasarkan produk melalui media elektronik. Kedua, pembagian Brosur produk cicil emas di berbagai lokasi. Ketiga, Melakukan sosialisasi dan presentasi dikantor-kantor wilayah Kota Metro. Keempat, melakukan *Webinar* ke instansi wilayah kota metro.

#### d. *Promotion*

BSI KC Metro Sudirman sebagai perusahaan yang bergerak diperusahaan jasa serta bergerak pada penjualan cicil emas. Seperti yang dilakukan BSI KC Metro Sudirman dalam melakukan penawaran. Berdasarkan wawancara Rijan Rinanto selaku *Markeing Micro*<sup>58</sup>, BSI KC Metro Sudirman menerapkan beberapa Langkah strategis dalam menjangkau calon kosumennya melalui beberapa cara, yaitu:

- 1) Pemasaran melalui iklan

Kegiatan pemasaran yang dilakukan BSI KC Metro Sudirman dalam memperkenalkan produk melalui banyak hal,

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan Bapak Rijan Rinanto selaku *Micro Financing Sales Bank Syariah Indonesia* KC Metro Sudirman pada 27 Maret 2021.

salah satunya pemasaran dilakukan melalui periklanan. Kegiatan ini dilakukan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Kegiatan periklanan diterapkan melalui beberapa cara yaitu mulai dari pembagian brosur cetah serta posting brosur dalam bentuk poster di media sosial.

Kegiatan pemasaran periklanan BSI KC Metro Sudirman terus dimaksimalkan melalui pemasangan Stand Banner, Wall Banner, Replikas Emas di lingkungan BSI KC Metro Sudirman. Hal tersebut dilakukan dalam rangka BSI memperkenalkan produk yang disediakannya.

## 2) Pemasaran dengan *Sales Promotion*

BSI sebagai kantor cabang melakukan berbagai cara untuk menarik minat beli kosumen. Pemasaran dilakukan dengan menerapkan Potongan Harga pada periode khusus, memberikan jaminan asuransi, pemberian hadiah pada periode khusus, serta memberikan penawaran jasa gratis seperti cuci emas yang diterapkan pada gerai untuk menarik minat konsumen. Hal-hal tersebut menjadi senjata utama BSI KC Metro Sudirman untuk mendapatkan perhatian calon konsumen.

### 3) Hubungan Masyarakat

BSI KC Metro Sudirman membangun pemasaran kepada publik melalui beberapa kategori masyarakat umum. Pemasaran dilakukan di beberapa tempat-tempat strategis untuk membangun hubungan baik pada lingkungan Pendidikan. Pemberian Beasiswa Berprestasi dengan dibarengi pemasaran produk, sehingga dapat memberikan bantuan materi informasi produk secara langsung pada calon konsumen<sup>59</sup>.

### 4) Penjualan Personal

Penerapan pemasaran BSI KC Metro Sudirman dalam memperkenalkan produk Cicil Emas pada pegawai dan pekerja yang telah berusia minimal 21 tahun dengan penghasilan tetap. Pemasaran tersebut dilakukan menggunakan cara mendatangi langsung lokasi pekerja terkait untuk memberikan penawaran. Hal tersebut menjadi hak istimewa bagi calon nasabah yang didatangi.

### *e. People*

Bank Syariah Indonesia Metro Sudirman adalah kantor cabang yang bergerak di perusahaan jasa dibawah naungan pemerintah pusat. Kualitas pegawai dan kualitas pelayanan menjadi pantauan dan bahan koreksi dalam pelaksanaannya. Oleh

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan Bapak Rijan Rinanto selaku *Micro Financing Sales (RSE)* BSI KC Metro Sudirman pada 18 April 2022.

karena itu, peningkatan dalam bentuk pelatihan menjadi salah satu tugas bagi kantor pusat hingga wilayah.

Berdasarkan wawancara Bapak Rijan Rinanto selaku *Marketing Micro*. Petugas Pemasaran BSI KC Metro Sudirman menerima pelatihan-pelatihan dan *webinar* baik berupa masukan hingga arahan dalam melaksanakan pemasaran. Hal tersebut dilakukan dalam upaya peningkatan kualitas SDM dalam melaksanakan pelayanan dan pemasaran produk.

*f. Process*

Pembiayaan adalah salah satu cara bank untuk mendapatkan keinginan nasabah melalui. BSI KC Metro Sudirman sebagai Lembaga penyedia produk memberikan penawaran emas di dalam perusahaan jasa, tentu akan menjadi pertimbangan dalam menarik minat beli nasabah. Berdasarkan Wawancara Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer (PSO)*<sup>60</sup>, Salah satu caranya adalah dengan memberikan kemudahan dalam syarat dan prosedur pada jual beli cicil emas yang dilakukan bank dengan nasabah.

- 1) Calon nasabah bertemu dengan staf pawning untuk mengajukan rencana pembiayaan Cicil Emas pada BSI KC Metro Sudirman.

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer (PSO)* BSI KC Metro Sudirman pada 24 Maret 2021

- 2) Staf Pawning memberikan penjelasan tentang produk yang ditawarkan. Hal-hal yang dijelaskan, antara lain:
  - a) Persyaratan pembiayaan
  - b) Besaran biaya yang akan dikeluarkan
  - c) Prosedur apabila terjadi tungakan dan gagal bayar
  - d) Prosedur permintaan besaran emas, asuransi, dan penyerahan emas
- 3) Nasabah memberikan dokumen syarat pembiayaan untuk diperiksa staf pawning kelengkapannya.
- 4) Bank Menjalankan prosedur untuk memverifikasi data serta kelayakan nasabah.
- 5) Kepala cabang memberikan keputusan atas pengajuan pembiayaan.
- 6) Nasabah datang ke bank untuk melaksanakan akad pembiayaan cicil emas.
- 7) Bank Syariah mengajukan permintaan Besaran dan jumlah keping yang diminta nasabah.
- 8) Nasabah melakukan setor tunai pembiayaan setiap bulan.
- 9) Setelah dinyatakan selesai bank dan nasabah melakukan prosedur penyelesaian pembiayaan dan penyerahan emas kepada nasabah.

Kemudahan menjadi prinsip utama, selain itu kecepatan pelayanan menjadi kunci bagi kenyamanan nasabah. Proses yang

ringkas membuat daya tarik tersendiri bagi nasabah. Karena, pembiayaan masuk dalam penjualan produk barang, namun berbeda dengan pembiayaan pada umumnya. Sehingga, dapat menghemat waktu dan biaya administrasi lainnya.

*g. Physical Evidence*

BSI KC Metro Sudirman sebagai tempat penyalur memberikan pelayanan yang terbaik dengan memberikan fasilitas yang terbaik baik konsumen dan pegawai melalui konsep *An attentuin-creating* yaitu membuat sarana fisik semenarik dan menyenangkan mungkin. Sehingga nasabah mendapatkan fasilitas sebaik mungkin.

Konsep tersebut diterapkan di beberapa hal bagian seperti Sertifikat dengan tampilan terbaru dan brosur dengan tampilan yang menarik dengan *update* setiap hari. Selain pelayanan secara langsung BSI juga memberikan pelayanan mengenai informasi Cicil Emas melalui website <https://www.bankbsi.co.id> serta *Mobile Banking*. Sehingga BSI KC Metro Sudirman dapat memberikan pelayanan terbaik baik secara langsung dan tidak langsung.

Bukti fisik juga diterapkan BSI KC Metro Sudirman sebagai penyedia Produk Gadai dan Cicil Emas. Hal tersebut berupa fasilitas pengelolaan emas sebagai penaksir. Mulai dari timbangan, bahan kimia hingga alat cuci emas sebagai pengelolaan

emas di BSI KC Metro. Selain Sebagai pengelolaan Emas di kantor, Media cuci emas juga digunakan untuk memberikan fasilitas cuci emas gratis pada calon nasabah. Sehingga, masyarakat dapat menerima manfaat dan dapat menarik minat beli<sup>61</sup>.

Penerapan bauran pemasaran yang dilakukan BSI KC Metro Sudirman tersebut telah dilakukan cukup baik dan kompleks. Target yang jelas serta asas kemudahan dalam hal syarat, membuat marketing melakukan strategi perluasan pemasaran. Hal tersebut, berdampak positif untuk membantu penyebaran informasi ke target pasar yang lebih luas.

Perluasan pemasaran tersebut juga diterapkan pada internal BSI KC Metro Sudirman. Dimana, seluruh bagian BSI KC Metro ikut serta dalam hal memperkenalkan hingga memasarkan produk cicil emas. Hal tersebut, memberikan peningkatan minat beli menjadi lebih baik, atas perluasan informasi tersebut. Karena individu atau kelompok yang dituju mendapat jaminan karena kedekatan pemberi informasi dan konsumen.

Ketidakpastian harga yang sangat tinggi, ditengah pandemi dan inflasi. BSI KC Metro Sudirman tetap hadir untuk memberikan pengenalan dan penawaran produk dengan mengubah metode sesuai dengan batasan yang ada. Ketidakpastian harga tersebut direpon dengan timbulnya program yang menggiurkan. Sehingga, hal tersebut dapat

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman pada 22 November 2021.



menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan walaupun ditengah tingginya harga emas.

**Tabel 4.1**

**Data Jumlah Pembiayaan BSI KC Metro Sudirman**

| <b>TAHUN</b> | <b>JUMLAH<br/>NASABAH</b> | <b>PEMBIAYAAN CICIL EMAS</b> |
|--------------|---------------------------|------------------------------|
| 2017         | 69                        | Rp. 797,000,000.00           |
| 2018         | 57                        | Rp. 892,000,000.00           |
| 2019         | 67                        | Rp. 939,000,000.00           |
| 2020         | 154                       | Rp. 2,313,000,000.00         |

*(Sumber : Data BSI KC Metro Sudirman tahun 2017-2020)*

Berdasarkan data tersebut, secara umum pemasaran dan upaya BSI KC Metro Sudirman menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat beli sudah cukup baik. Hanya, BSI perlu untuk memperluas pemasaran diluar pada sasaran yang telah ditentukan. Sehingga, produk pembiayaan cicil emas lebih dikenal dan dapat meningkatkan penjualan lebih besar. Peningkatan besar yang didapat pada tahun 2020 bukan sepenuhnya pada upaya penjualan, tetapi juga atas dasar inflasi pada pandemi yang membuat ketidakpastian harga menjadi tinggi. Sehingga, calon nasabah memilih emas karena dirasa aman dari segi harga.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan analisi pada penelitian Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan minat beli dapat disimpulkan bahwa, penerapan pemasaran yang dipaparkan telah sesuai dengan bauran pemasaran 7P yaitu: *product, Price, Place, Promotion, People, Proses and Physical Evidence*. Penerapan pemasaran yang dilaksanakan BSI KC Metro Sudirman sudah sangat baik atas perluasan pemasaran yang kompleks dan masif. BSI KC Metro Sudirman berhasil dalam meningkatkan jumlah nasabah dan meningkatkan jumlah pembiayaan cicil emas. Hal tersebut, dibuktikan dengan jumlah nasabah dan pembiayaan pada tahun 2017-2020 meningkat secara signifikan ditengah ketidakpastian harga yang cukup tinggi.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian secara umum pada kajian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk BSI KC Metro Sudirman yaitu, membuat tempat untuk layanan yang mudah diakses informasi untuk masyarakat luas mengenai program promo yang tersedia, sehingga informasi dapat lebih luas didapat calon nasabah. Selain itu, menurunkan batas minimal biaya uang muka atau dengan memberikan promo potongan pada biaya administrasi dan uang muka serta membuat *event* khusus untuk pembiayaan emas. Sehingga, masyarakat umum lebih tertarik untuk melakukan pembiayaan serta tidak terbebani dengan besarnya uang muka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ainul Yaqin. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, No. 2 (Juli 2019).
- Ainun Mardhiyah dan Feby Aulia Safrin. "Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 8, No. 1 (2021).
- Annas Syams Rizal Fahmi, al. "Implementasi Fatwa Dsn-Mui No: 77/Dsn-Mui/V/2010 Terhadap Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri." *Jurnal al-Mizan* 4, No. 2 (2020).
- Bearic M. J. Kondoy. "Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BPR Prisma Dana Manado." *Jurnal EMBA* 4, No. 4 (Desember 2016).
- Departemen Agama RI. *Al-Quran Dan Terjemahnya*. (Bandung: Diponegoro) 2005.
- Dewi Sartika. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 100 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen." *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis (JPED)* 2, No. 1 (2017).
- Diana Tambunan. "Investasi Saham di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Sekretari dan Manajemen* 4, No. 2 (September 2020).
- Dimas Handika Wibowo. "Anlisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29, No. 1 (2015).

Dito Aditia Darma Nnasution, al. "DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA." *Jurnal Benefita* 5, No. 2 (Juli 2020).

Feibe Kereh. "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penuualan Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha SAM Ratulangi." *Jurnal EMBA* 6, No. 2 (2018).

Giri Dwinanda dan Yuswari Nur. "Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar." *Jurnal Mirai Management* 6, No.1 (2020).

Bank Syariah Indonesia, "Visi dan Misi" "<https://www.bankbsi.co.id/jaringan> diakses pada 8 Maret 2022

Ismail Nurdin dan Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. (Surabaya: Media Sahabat Cendekia) 2019.

Jamal Wiwoho. "Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat." *Jurnal MMH, Jilid 43, No. 1*, Januari 2014.

Juneda. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare." *Jurnal Blanca* 1, No. 2 (Juli 2019).

Khaerul Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*. (Bandung: CV PUSTAKA SETIA) 2013.

M. Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. (Jakarta: Kencana) 2013.

M. Nur Rinanto Al Arif, S.E., M.Si. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*.  
(Bandung: ALFABETA) 2012.

Philip Kotler dan K L Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13, Jilid 1, t.t.

Ricky Martjiono all. “Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk, Ayam Geprek!!!” *Jurnal FE Univ. Kristen Petra*, 18 Maret 2014, Hal 485.

Rizki Syahputra. “Strategi Pemasaran dalam AlQuran Tentang Promosi Penjualan.” *Jurnal ECOBISMA* 6, No. 2 (2019).

Salmon Priaji Martana. “Porblematika Penerapan Metode Field Research untuk Penelitian Aaristektur Vernakular di Indonesia.” *Jurnal Dimensi Teknik Arsitektur* 34, No. 1 (Juli 2006).

Sesra Budio. “Strategi Manajemen Sekolah.” *Jurnal MENATA* Vol. 2, No. 2 (Juli 2019).

Setia Budhi Wilardjo. “Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syari’ah Di Indonesia.” *Jurnal VALDE ADDED* 2, No. 1 (September 2004).

Sumardi Ssuryabarata. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Grafindo Persada) 2011.

Syaribulan. “Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Tabungan Tampan Bank SulSelBar.” *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* 5, Vol. 1 (Juni 2018).

T. Prasetyo Hadi Atmoko. “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volme Penjualan Di Cavinaton Hotel Yogyakarta.” *Journal Of Iindonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1, No. 2 (Oktober 2018).

W. Gulo. *Metodoogi Penelitian*. (Jakarta: PT Grasindo), 2004.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 3518/In.28.3/D.1/PP.00.9/12/2020  
Lampiran : -  
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

14 Desember 2020

Kepada Yth:  
Era Yudistira, M.Ak.  
di – Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : Muhamad Fadilla  
NPM : 1704100225  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)  
Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi mahasiswa sampai dengan selesai.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan  $\pm$  2/6 bagian.
  - b. Isi  $\pm$  3/6 bagian.
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan

  
MUHAMMAD SALEH



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021

| No | Hari/Tgl        | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Tanda Tangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Selasa.<br>2/03 | <ul style="list-style-type: none"><li>- permasalahan apa yg ditemukan shg penelitian ini perlu dilakukan.</li><li>- Terkait dg merger yg dilakukan, berdampak tidak thdp penelitian. Konsultasikan lebih lanjut.</li><li>- Tambahkan data prasurvey pd LBM.</li><li>- Sajikan LBM secara berstruktur dan sistematis.</li></ul> | <br><br><br> |

Dosen Pembimbing



Era Yudisira, M.Ak

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.



Muhammad Fadilla

NPM. 1704100225





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021

| No | Hari/Tgl              | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Tanda Tangan                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Senin<br>8/-2021<br>3 | <ul style="list-style-type: none"><li>- Apakah ada fenomena khusus yg diangkat pd masa pandemi, terkait dg judul penelitian? Kalau tidak ada tidak perlu dimunculkan pd LBM &amp; pertanyaan penelitian.</li><li>- tujuan penelitian menyesuaikan dg pertanyaan penelitian.</li><li>- perbaikan footnote pd penelitian relevan.</li></ul> Dan tambahkan pembahasan dari tiap penelitian relevan yg disajikan. | <br><br> |

Dosen Pembimbing

Era Yudistira, M.Ak

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.

Muhamad Fadilla

NPM. 1704100225



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS

NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021

| No | Hari/Tgl       | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Tanda Tangan                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Senin,<br>15/3 | <ul style="list-style-type: none"><li>- pertanyaan sesuaikan dg LBM yg disajikan. seperti apa masalah yg timbul shg muncul pertanyaan penelitian tsb.</li><li>- tambahkan seperti apa peneliti menganalisis fenomena yg terjadi di lapangan shg ingin meneliti judul tsb.</li><li>- tambahkan teori/ayat yg terkait dlm LBM</li></ul> | <br><br> |

Dosen Pembimbing

Era Yudistira, M.Ak

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.

Muhamad Fadilla

NPM. 1704100225



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id)

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021

| No | Hari/Tgl              | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Tanda Tangan               |
|----|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|    | Rabu/<br>17-2021<br>3 | <ul style="list-style-type: none"><li>- memunculkan teori yg berkaitan dg strategi pemasaran, bukan manajemen pemasaran, sbg alat analisis utamanya.</li><li>- utk produk menyesuaikan dg teori yg ada, bukan berdasarkan data di lapangan.</li><li>- gunakan teori minat beli yg utama saja, karna pembahasan terfokus pd strategi pemasaran. Minat beli hanya pelengkap saja.</li></ul> | <br>ef<br><br>ef<br><br>ef |

Dosen Pembimbing

**Era Yudistira, M.Ak**

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.

**Muhamad Fadilla**

NPM. 1704100225





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021

| No | Hari/Tgl                     | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                        | Tanda Tangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Jum'at /<br>19 / - 2021<br>3 | <ul style="list-style-type: none"><li>- sistematisa pd Bab 3 sesuai dgn pedoman yg ada.</li><li>- sifat penelitian belum muncul.</li><li>- munculkan informan yg akan diwawancarai.</li><li>- lagi kembali utk penentuan teknik berfikir yg digunakan dan analisa</li></ul> | <br><br><br> |

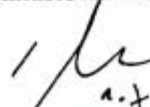
Dosen Pembimbing



Era Yudistira, M.Ak

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.



Muhamad Fadilla

NPM. 1704100225



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021

| No | Hari/Tgl            | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Tanda Tangan                                                                                                                                                                 |
|----|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Jum'at/<br>9/4-2021 | <ul style="list-style-type: none"><li>- dari hasil prasurvey yg telah didapat, uraian secara jelas keterkaitan nya dg permasalahan / tema yg akan diangkat.</li><li>- tambahkan uraian singkat terkait dg strategi pemasaran pd BSI KC metro seperti gbr, sbg hasil data prasurvey penelitian</li></ul> | <br> |
|    |                     | ACC Bab 1,2,3<br>lanjutkan ke proses berikutnya.                                                                                                                                                                                                                                                        |  11/4-2021                                                                              |

Dosen Pembimbing



**Era Yudistira, M.Ak**  
NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.



**Muhamad Fadilla**  
NPM. 1704100225



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [febi.metrouniv.ac.id](http://febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021

| No | Hari/Tgl                 | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                        | Tanda Tangan        |
|----|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|    | Rabu/<br>21/10/2021<br>7 | <ul style="list-style-type: none"><li>- munculkan dokumentasi pd wawancara.</li><li>- masih ada indikator pd bahan pemasaran yg belum muncul pd APD, cek kembali terkait hal tsb.</li></ul> <p>ACC APD penelitian.</p> <p>ef 22/10/2021</p> | <p>ef</p> <p>ef</p> |

Dosen Pembimbing

**Era Yudistira, M.Ak**  
NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.

**Muhamad Fadilla**  
NPM. 1704100225





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [febi.metrouniv.ac.id](http://febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021

| No | Hari/Tgl                  | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Tanda Tangan                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Senin,<br>19/12/2021<br>7 | <ul style="list-style-type: none"><li>- utk permintaan data terkait profil perusahaan bisa melalui dokumentasi, tidak perlu diwawancara.</li><li>- pastikan alat analisis pd bab 2 sudah tercover pd APD penelitian.</li><li>- perbaiki urutan informan pd wawancara. baik sbg informan utama.</li></ul> | <br><br> |

Dosen Pembimbing

**Era Yudistira, M.Ak**

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.

**Muhamad Fadilla**

NPM. 1704100225



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [febi.metrouniv.ac.id](http://febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021

| No | Hari/Tgl                 | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                                               | Tanda Tangan        |
|----|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|    | Selasa/<br>13/-2021<br>7 | <ul style="list-style-type: none"><li>- perbaiki point b pd bab IV, langkung pd strategi pemasaran</li><li>- utk poin C, belum dimunculkan terkait modal beli. karna yg dianalisis tidak hanya 7 t, tpi jg kaitannya dg minat beli</li></ul> <p>acc outline penelitian</p> <p>ef 15.2021<br/>7</p> | <p>ef</p> <p>ef</p> |

Dosen Pembimbing

**Era Yudistika, M.Ak**

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa /bs.

**Muhammad Fadilla**

NPM. 1704100225





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Ilirangmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [febi.metrouniv.ac.id](http://febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

**Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS**  
**NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021**

| No | Hari/Tgl                | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Tanda Tangan                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Selasa<br>8/7-2021<br>3 | <ul style="list-style-type: none"><li>- pastikan msg<sup>ry</sup> analisis sudah sesuai dg indikatornya.<br/>Pahami perbedaan dari setiap indikator.</li><li>- pastikan setiap hasil wawancara telah dilengkapi footnotenya</li><li>- tambahkan 1 paragraf terakhir yg berisi ttg penilaian secara keseluruhan dan penerapan strategi pemasaran thdp peningkatan pmk nasabah.</li></ul> | <br><br> |

Dosen Pembimbing

**Era Yudistira, M.Ak**

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.

**Muhammad Fadilla**

NPM. 1704100225



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [febi.metrouniv.ac.id](http://febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

**Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS**  
**NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021**

| No | Hari/Tgl             | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Tanda Tangan                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Jumat<br>11/3 - 2022 | <ul style="list-style-type: none"><li>- fokus pd rumusan masalah terkait dg strategi permasalahan yg ada pd bank terkait.</li><li>- pd sub strategi menjelaskan ttg bagaimana strategi pemasaran yg telah diterapkan disana.</li><li>- bagian analisis baru terkait dg landasan teori (bagaimana indikatornya)</li></ul> | <br><br> |

Dosen Pembimbing

**Era Yudistira, M.Ak**

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.

**Muhammad Fadilla**

NPM. 1704100225



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [febi@metrouniv.ac.id](mailto:febi@metrouniv.ac.id) Website : [febi.metrouniv.ac.id](http://febi.metrouniv.ac.id)

**BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

**Nama Mahasiswa : MUHAMAD FADILLA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS**

**NPM : 1704100225 Semester/TA : VIII/2021**

| No | Hari/Tgl                 | Hal Yang Dibicarakan                                                                                                                                                                                                                                     | Tanda Tangan                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Rabu,<br>16/ - 2021<br>3 | <ul style="list-style-type: none"><li>- sajian kumpulan secara padat, singkat dan jelas.</li><li>- sesuai dg rumusan masalah yg ada.</li><li>- saran disesuaikan dg temuan yg ada. agar peringatan jml nasabah produk cicil emas lebih efektif</li></ul> | <br><br> |

Dosen Pembimbing

**Era Yudistira, M.Ak**

NIP. 199010032015032010

Mahasiswa Ybs.

**Muhammad Fadilla**

NPM. 1704100225







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

---

## **APD WAWANCARA**

### **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman)**

(Informan : Pihak Bank – *Pawning Sales Officer*)

1. Sejak kapan produk cicilan emas dioperasikan oleh BSI KC Metro Sudirman?
2. Apakah Produk Cicilan emas sesuai dengan Prinsip Syariah?
3. Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan BSI KC Metro Sudirman untuk menarik minat nasabah pada produk cicilan emas?
4. Bagaimana bank menentukan target pasar sehingga dapat menerapkan harga yang diminati calon konsumen?
5. Cara pemasaran apa yang dilakukan di BSI KC Metro Sudirman?
6. Bagaimana cara dan alat yang digunakan dalam memasarkan produk cicilan emas?
7. Siapa saja yang berperan dalam melaksanakan pemasaran produk cicilan emas?
8. Bagaimana alur pembelian produk cicilan emas BSI KC Metro Sudirman
9. Apa saja kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk cicilan emas BSI KC Metro Sudirman?
10. Bagaimana bank memberikan solusi dan atas kendala dalam layanan maupun pemasaran produk cicil emas BSI KC Metro Sudirman?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

---

## **APD WAWANCARA**

**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas  
(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman)**

(Informan : Pihak Bank – *Marketing*)

1. Sejak kapan memasarkan produk cicilan emas BSI KC Metro Sudirman?
2. Bagaimana cara memasarkan produk cicilan emas BSI KC Metro Sudirman?
3. Diaman marketeer memasarkan cicilan emas BSI KC Metro Sudirman?
4. Konsumen seperti apa yang menjadi sasaran produk cicilan emas BSI KC Metro Sudirman?
5. Alat apa saja yang digunakan dalam memasarkan produk?
6. Apa perbedaan sebelum dan sesudah pandemi dalam memasarkan produk cicilan emas BSI KC Metro Sudirman?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

---

**APD WAWANCARA**

**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas  
(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman)**

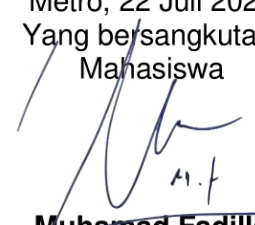
(Informan : Pihak Bank)

1. Bagaimana Sejarah BSI KC Metro Sudirman?
2. Apa Visi dan Misi BSI KC Metro Sudirman?
3. Bagaimana struktur Organisasi BSI KC Metro Sudirman?

Menyetujui,  
Pembimbing Akademik

  
**Era Yudistira, M.Ak**  
NIP. 1990103201 503 2010

Metro, 22 Juli 2021  
Yang bersangkutan,  
Mahasiswa

  
**Muhamad Fadilla**  
NPM. 1704100225

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA**  
**Nomor : P-212/In.28/S/U.1/OT.01/03/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Muhamad Fadilla  
NPM : 1704100225  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704100225

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 22 Maret 2022  
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H. /  
NIP.19750505 200112 1 002



## **OUTLINE**

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Strategi Pemasaran**

1. Pengertian Strategi Pemasaran
2. Tahapan-tahapan Pemasaran

### **B. Bauran Pemasaran**

1. Pengertian Bauran Pemasaran
2. Macam-macam Bauran Pemasaran

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

### **B. Sumber Data**

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

### **D. Teknik Analisis Data**

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum BSI KC Metro Sudirman**

1. Sejarah BSI KC Metro Sudirman
2. Visi dan Misi BSI KC Metro Sudirman
3. Struktur Organisasi BSI KC Metro Sudirman

### **B. Strategi Pemasaran Produk Cicilan Emas BSI KC Metro Sudirman**

### **C. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas BSI KC Metro Sudirman**

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan

B. Saran

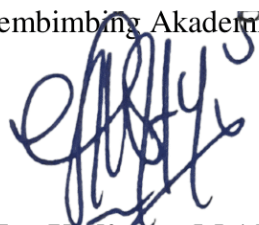
## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui,

Pembimbing Akademik

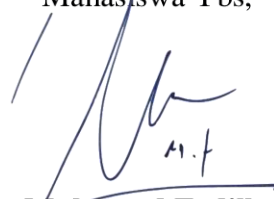


**Era Yudistira, M.Ak**

NIP. 19901003201 503 2010

Metro, 13 Juli 2021

Mahasiswa Ybs,



**Muhamad Fadilla**

NPM. 1704100225



PT Bank Syariah Indonesia  
KC Metro Sudirman

Jl. Jend. Sudirman No. 43 E-F  
Kota Metro, Lampung 34111  
Telp. (0725) 7851606 (hunting)  
Fax. (0725) 7851605

Metro, 2 Maret 2021  
No.01/0767- 3/107

Kepada  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur  
Kota Metro

Up. Yth. Bapak Drs. H. M. Saleh MA, Wakil Dekan I

Perihal: **Persetujuan Izin Riset Penelitian**

Reff: - Surat Bank Syariah Indonesia Region III Palembang No. 001/1163-3/RO III tanggal 22  
Februari i 2021 perihal Persetujuan Izin Penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. Amin.

Menunjuk perihal tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa pelaksanaan penelitian dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa dapat dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia Branch Office Metro, dengan keterangan sebagai berikut:

| No | Nama, NIM                         | Universitas/<br>Fakultas                      | Periode<br>Penelitian               | Judul Skripsi                                                              | Unit Kerja<br>Penelitian           |
|----|-----------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 1  | Muhammad<br>Fadila,<br>1704100225 | IAIN Metro/<br>Ekonomi<br>dan Bisnis<br>Islam | 3 Maret 2021<br>sd 17 Maret<br>2021 | Strategi Pemasaran<br>Dalam Meningkatkan<br>Minat Pembiayaan<br>Cicil Emas | Branch Office<br>Metro<br>Sudirman |

Perlu kami tegaskan bahwa dalam pelaksanaan penelitian tersebut agar selalu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Peserta harus mematuhi UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Indonesia yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta harus mematuhi SPO HC perihal Riset, Survey, Penelitian Ilmiah, Pengisian Quisioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi; program studi S1 – S3 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma.
3. Peserta hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarluaskan kepada pihak lain.
4. Peserta tidak diperkenankan menyalin (fotocopy) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
5. Peserta melaksanakan riset selama  $\pm 2$  (dua) minggu, dan bila diperlukan dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan.
6. Peserta akan dibawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.

7. Setelah melaksanakan penelitian/riset, peserta menyerahkan 1 (satu) buah copy hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Indonesia.
8. Peserta wajib menandatangani **Surat Pernyataan** bermaterai (terlampir).
9. Pelaksanaan penelitian dapat dilakukan dengan wawancara melalui videocall dan data yang diperlukan agar diberikan secara online (dengan tetap mengacu pada poin 1 dan 3)

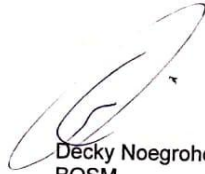
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PT. BANK SYARIAH INDONESIA  
KC METRO SUDIRMAN



Firdaus  
Branch Manager



Decky Noegroho A.K.  
BOSM



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: [digilib.metrouniv.ac.id](http://digilib.metrouniv.ac.id); [pustaka.iain@metrouniv.ac.id](mailto:pustaka.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-212/In.28/S/U.1/OT.01/03/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Muhamad Fadilla  
NPM : 1704100225  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704100225

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 22 Maret 2022  
Kepala Perpustakaan



Muhammad Fadilla, S. Ag., S. Hum., M.H.  
19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Muhamad Fadilla  
NPM : 1704100225  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Cicilan Emas (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Metro Sudirman)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 9%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 25 Maret 2022  
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



**Muhammad Ryan Fahlevi**

NIP.199208292019031007

## DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan Ibu Ery Suryanika selaku *Pawning Sales Officer* (PSO) BSI KC Metro Sudirman.



2. Wawancara dengan Bapak Rijan Rinanto selaku *Retail Sales Executive* (RSE) BSI KC Metro Sudirman.





## RIWAYAT HIDUP



Peneliti Bernama Muhamad Fadilla lahir di Tanggulangin, 05 Februari 1999. Alamat Dusun 1 Tanggulangin, Kec. Punggur, Kab. Lampung Tengah, Lampung. Peneliti adalah anak laki-laki ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri Bapak Suhariyono dan Ibu Wagiyem, peneliti memiliki kakak perempuan Bernama Rizki Amalia Hariyono dan kakak laki-laki Bernama Feri Ardiansah. Peneliti melaksanakan Pendidikan formal di TK Pertiwi pada tahun 2005, SDN 3 Tanggul Angin pada tahun 2011, SMPN 2 Pungur tahun 2014, dan SMAN 1 Punggur pada tahun 2017.

Pada tahun 2017 Peneliti melanjutkan Pendidikan formal di Perguruan Tinggi Negeri dengan fokus jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Peneliti melaksanakan Program Skripsi dengan melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK CICILAN EMAS (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA KC METRO SUDIRMAN”**.