

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET
PEMBIAYAAN CICIL EMAS
(Studi Kasus PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro)**

Oleh :

**REGINA PUTRI ANGGRAINI
NPM. 1903020047**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET
PEMBIAYAAN CICIL EMAS
(Studi Kasus PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

REGINA PUTRI ANGGRAINI
NPM. 1903020047

Pembimbing : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Permohonan Untuk Munaqosyah

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah saya mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka proposal penelitian yang telah disusun oleh :

Nama : REGINA PUTRI ANGGRAINI
NPM : 1903020047
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN
TARGET PEMBIAYAAN CICIL EMAS (STUDI KASUS
PT.BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS METRO)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqosyahkan sebagai syarat untuk menyusun skripsi. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 2023
Dosen Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 1979042220060420002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET
PEMBIAYAAN CICIL EMAS (STUDI KASUS PT.BPRS AMAN
SYARIAH KANTOR KAS METRO)
Nama : REGINA PUTRI ANGGRAINI
NPM : 1903020047
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 2023
Dosen Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 1979042220060420002



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metro.univ.ac.id E-mail: iainmetro@metro.univ.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-2546 / In. 28-3 / D / PP.00-9 / 07 / 2023

Skrripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET PEMBIAYAAN CICIL EMAS (Studi Kasus PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro), disusun oleh: Regina Putri Anggraini, NPM: 1903020047, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis, 22 Juni 2023.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Zumaroh, M.E.Sy

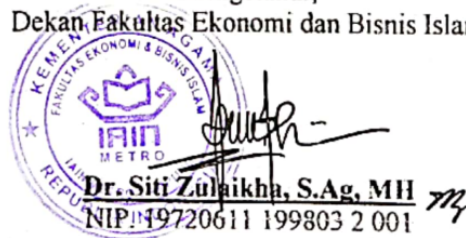
Penguji I : Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH

Penguji II : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Sekretaris : Ulul Azmi Mustofa, M.S.I



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET PEMBIAYAAN CICIL EMAS (Studi Kasus PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro)

Oleh :
Regina Putri Anggraini

Bank dalam menjalankan usahanya memerlukan strategi pemasaran yang tepat supaya produk yang ditawarkan kepada masyarakat dapat mencapai target konsumen yang diinginkan. Hal ini juga terjadi pada PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro yang mengimplementasikan konsep pemasaran sebagai strategi dalam memasarkan produknya berupa pembiayaan cicil emas.

Pembiayaan cicil emas menggunakan akad murabahah. Oleh karena itu, timbul sebuah pertanyaan bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam pencapaian target pembiayaan cicil emas pada PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa dalam menarik nasabah, PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, serta *physical evidence*. Selain itu, digunakan juga konsep STP yaitu *segmenting, targeting*, dan *positioning*.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Cicil Emas, Segmentasi Pasar*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : REGINA PUTRI ANGGRAINI

NPM : 1903020047

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Juni 2023

Yang Menyatakan



Regina Putri Anggraini

NPM. 1903020047

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah ala kulli hal, saya ucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat, rahmat, karunia serta kemudahan yang telah diberikan sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Terimakasih kepada orang-orang yang saya sayangi yang telah memberikan doa serta dukungan yang sangat berharga, maka dengan ini saya mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Ibu Sri Rahayu dan Bapak Sularto(Alm) yang selalu menjadi alasan untukku bertahan, yang selalu mendukung serta mendoakan dalam setiap langkahku.
2. Kakak ku satu-satunya Meydiatama Putra Anggara beserta istri Wahyu Hana Kesuma dan anak Abyan Kafeel Arsenio yang selalu menjadi support terbaik.
3. Ibu Zumaroh M.E.Sy selaku pembimbing skripsi terbaik yang telah membimbing dengan sabar dan selalu memberikan kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Muhamad Aditya Putra selaku kepala kantor kas Bank Aman Syariah beserta rekan-rekan karyawan yang telah membantu dalam penelitian ini.
5. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas berkat, rahmat serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salamnya Allah semoga tetap tercurahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW. Diiringi dengan upaya meneladani akhlakunya yang mulia.

Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj Siti Nurjanah, M.Ag PIA selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Hj. Siti Zulaikha, S.Ag. MH selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti
5. Bapak dan Ibu Dosen/ Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Bapak Muhamad Aditya Putra selaku kepala kantor kas Bank Aman Syariah beserta rekan-rekan karyawan yang telah membantu dalam penelitian ini.

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi menghasilkan penelitian yang baik serta bermanfaat. Seiring do'a peneliti ucapkan terimakasih.

Metro, 05 Juni 2023

Peneliti



Regina Putri Anggraini

NPM. 1903020047

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINILITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran	11
2. Tujuan Strategi Pemasaran	12
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran.....	13
4. Bauran Pemasaran	14
5. Penerapan Strategi Pemasaran	20
B. Akad Murabahah.....	26
1. Pengertian Akad Murabahah.....	26
2. Landasan Hukum	26

3. Skema pembiayaan.....	27
4. Praktik Murabahah pada Cicil Emas.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Sifat Penelitian	31
B. Sumber Data.....	32
1. Sumber Data Primer	32
2. Sumber Data Sekunder.....	32
C. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1. Teknik Wawancara.....	33
2. Teknik Dokumentasi	34
D. Teknik Analisa Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro.....	36
1. Profil PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro	36
2. Profil Pembiayaan Cicil Emas PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro	37
B. Strategi Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro	38
C. Analisis Pencapaian Target Pembiayaan Cicil Emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro Melalui Strategi Pemasaran.....	51
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	54
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Jumlah Nasabah Yang Masih Aktif	
Produk Cicil Emas PT.BPRS Aman Syariah	
Kantor Kas Metro Dari Tahun 2021-2023	5
1.2 Penelitian Relevan.....	8
2.1 Perbandingan Karakteristik Pokok Pembiayaan	
Murabahah Dalam Literatur Klasik dan Praktik di Indonesia	29
2.2 Ilustrasi Praktik Akad Murabahah pada	
Pembiayaan Cicil Emas	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Simulasi Perhitungan Angsuran di Atas per 13 April 2023.....	5

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Alat Pengumpulan Data
3. Surat Izin Pra-Survey
4. Surat Balasan Pra-Survey
5. Surat Research
6. Surat Tugas
7. Surat Balasan Izin Research
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
10. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
11. Foto-Foto Penelitian
12. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Bank sebagai salah satu lembaga keuangan yang memiliki tiga bidang usaha yakni funding, lending, dan jasa. Untuk menjalankan usahanya bank memerlukan strategi pemasaran yang tepat supaya produk yang ditawarkan kepada masyarakat dapat mencapai target konsumen yang diinginkan.

PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro mengimplementasikan konsep pemasaran sebagai strategi dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran merupakan Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan¹. Konsep pemasaran secara umum terdiri dari bauran pemasaran yaitu serangkaian variable pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan berupa target pemasaran. Selain bauran pemasaran terdapat segmentasi pasar yang dapat diartikan sebagai suatu kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau ramuan pemasaran tersendiri, selanjutnya *targeting* merupakan proses penyeleksian produk baik barang maupun jasa atau pelayanan terbaik sehingga benar-benar berada pada posisi yang terbaik guna mencapai keberhasilan suatu perusahaan, sementara itu yang dimaksud dengan *positioning* merupakan elemen yang sangat utama

¹ Lamsah & Periyadi Farida Yulianti, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 8.

dalam suatu strategi pemasaran. Sebuah perusahaan dapat menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan terhadap produk-produknya dan produk pesaingnya sehingga akan dihasilkan peta persepsi.

Strategi pemasaran salah satunya diterapkan pada pembiayaan cicil emas. Pembiayaan cicil emas merupakan transaksi jual beli emas yang pembayarannya dilakukan secara dicicil/angsuran. Pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro menggunakan akad jual beli murabahah, yang dimaksud dengan jual beli murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan adanya tambahan keuntungan yang disepakati. Selanjutnya penerapan strategi pemasaran pada pembiayaan cicil emas yang menggunakan akad murabahah bahwa harga jual (tsanam) tidak bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perpanjangan waktu setelah jatuh tempo, emas yang dibeli dengan pembayaran angsuran dijadikan jaminan, serta emas yang sudah dibeli oleh nasabah tidak diperjualbelikan atau dijadikan objek akad sehingga berpindah kepemilikan dan sesuai dengan fatwa DSN/MUI/No.77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas tidak tunai².

PT.BPRS Aman Syariah merupakan salah satu bank syariah yang kegiatannya menawarkan mengenai pembiayaan dan simpanan syariah. PT.BPRS Aman Syariah memiliki kantor kas yang salah satunya terdapat dikota Metro. Pada tanggal 12 Agustus 2021 PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro sudah mulai beroperasi, sama halnya dengan kantor pusat pada kantor kas juga memiliki beberapa produk yang ditawarkan dan salah satunya

² Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa Dewan Syariah No 77 Tahun 2010 tentang Jual - Beli Emas Secara Tidak Tunai," *Dewan Syariah Nasional MUI*, no. 51 (2010): 1–11, <https://dsnmu.or.id/jual-beli-emas-secara-tidak-tunai/>.

adalah pembiayaan cicil emas. Selain PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro, di kota Metro terdapat beberapa lembaga keuangan yang memiliki produk yang sama diantaranya: pada Bank Syariah Indonesia, BPRS Metro Madani, Pegadaian Syariah serta Pegadaian Konvensional.

Pembiayaan cicil emas pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro menggunakan akad murabahah dengan biaya administrasi sebesar Rp.50.000 dan uang muka sebesar 20% dari harga beli emas. Selanjutnya untuk margin sebesar 1,2% dan jangka waktu yang disediakan berkisar dari 1 tahun sampai 5 tahun. Untuk gramasi emas yang disediakan dimulai dari 5gram, 10gram, 25gram, dan 50gram namun jika ada pembiayaan diluar yang sudah disediakan akan dipertimbangkan terlebih dahulu³. Target capaian marketing setiap bulannya sebesar Rp.250.000.000 *include* tiga produk yang terdiri dari pembiayaan talangan haji, pembiayaan cicil emas, dan pembiayaan modal kerja⁴. Oleh karena itu capaian pembiayaan cicil emas yang diberikan perusahaan kepada para marketing pun belum tercapai dengan optimal. Adapun kelebihan pembiayaan cicil emas ini diantaranya: pertama angsurannya yang murah, kedua menggunakan emas antam yang terbaik (merk paling bagus), proses pembiayaan yang cepat serta angsuran yang lebih ringan.

Dalam menjangkau para calon nasabahnya karyawan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro melakukan sebar brosur pada acara tertentu,

³ Wawancara dengan Bapak Aditya Putra sebagai kepala kantor kas metro, tanggal 29 Mei 2023

⁴ Wawancara dengan Bapak Bayu Pratama sebagai marketing kantor kas metro, tanggal 30 Mei 2023

sosialisasi pada instansi-instansi, dan terkhusus bulan Ramadhan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro melakukan safari Ramadhan ke masjid-masjid lingkungan kantor. Para karyawan untuk melakukan promosinya diwajibkan untuk mempublikasikan sebuah pamflet di media sosialnya terkhusus via WhatsApp untuk media social lainnya hanya yang memiliki saja, dengan melalui relasi, dan silaturahmi dari tempat satu ke tempat yang lain. sementara untuk simulasi perhitungan angsuran pembiayaan cicil emas sebagai berikut:

pembiayaan kepemilikan emas



- ✓ Harga emas terkini
- ✓ Logam Mulia 24K dan Bersertifikat
- ✓ Angsuran tetap dan tidak berubah sampai LUNAS.

Simulasi Perhitungan ANGSURAN

Berat Emas*	Harga Beli Emas	Uang Muka + Admin	Jangka Waktu				
			12 Bulan	24 Bulan	36 Bulan	48 Bulan	60 Bulan
5 Gram	5.328.000	1.115.600	406.349	228.749	169.549	139.949	122.189
10 Gram	10.515.000	2.153.000	801.944	451.444	334.611	276.194	241.144
25 Gram	26.131.000	5.276.200	1.992.924	1.121.891	831.546	686.374	599.271
50 Gram	52.100.000	10.470.000	3.973.493	2.236.827	1.657.938	1.368.493	1.194.827

*tersedia juga perhitungan untuk berat emas lainnya 13 April 2023



Syarat:
Fotokopi KTP dan Uang Muka+Admin

Informasi Lebih Lanjut Hubungi
BANK AMAN SYARIAH terdekat

[@bankamansyariah](#)
Bank Aman Syariah

[Bprs Aman Syariah](#)
www.bankamansyariah.co.id



Gambar 1.1 Simulasi Perhitungan Angsuran di Atas per 13 April 2023

Sumber: PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

Berdasarkan gambar simulasi perhitungan angsuran di atas per 13 April 2023, maka untuk uang muka sebesar 20% dan uang administrasi sebesar Rp.50.000. selanjutnya untuk margin sebesar 1,2% dari harga beli emas, sehingga nya total dari perhitungan angsuran sesuai dengan jangka waktu yang sudah disediakan.

Perkembangan pembiayaan cicil emas pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro masih sulit berkembang dikarenakan kantornya yang masih baru, marketing yang selalu mengalami perputaran, dan persaingan yang cukup kuat dengan lembaga keuangan lainya yang ada dikota Metro. Berikut ini data perkembangan serta data realisasi pembiayaan cicil emas:

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah Yang Masih Aktif Produk Cicil Emas
PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro Dari Tahun 2021-2023:

NO.	Tahun	Jumlah nasabah/Gram
1.	2021	8/40
2.	2022	3/15
3.	2023	0/0
4.	Jumlah seluruh nasabah cicil emas beserta gramasi	11 / 55

Sumber: PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

Berdasarkan tabel diatas, jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan cicil emas pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro belum berkembang dengan baik. Dikarenakan masyarakat sekitar kota Metro lebih tertarik pada pembiayaan konsumtif atau pembiayaan produktif lain yang dapat digunakan untuk menambah modal kerja sehingga pembiayaan cicil emas masih kurang peminatnya. Adapun disebabkan oleh target marketing yang cukup lumayan besar perbulannya sehingganya jika hanya berfokus pada pembiayaan cicil emas target marketingnya pun tidak mencapai ketentuan yang sudah diberikan.

PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro memosisikan dirinya sebagai bank masyarakat menengah kebawah yang memiliki sasaran

pemasaran kepada para masyarakat umum, tetapi pada pembiayaan cicil emas ini para pegawai lah yang tertarik sedangkan para pedagang disekitar pasar Metro lebih tertarik pada simpanan wadiah dan pembiayaan konsumtif untuk menambah modal kerja namun ada beberapa juga pedagang yang sudah melakukan pembiayaan cicil emas ini. Pada awal pembukaan kantor kas target yang ditentukan yakni banyaknya jumlah nasabah yang akan melakukan pembiayaan, tetapi dengan seiring berjalanya waktu target yang ditentukan berubah menjadi jumlah pencapaian realisasi pembiayaan. Karena harus mengikuti ketentuan target yang harus dicapai sehingganya para marketing pun tidak berfokus pada pembiayaan cicil emas namun berpindah fokus pada pembiayaan yang lain guna mencapai target yang ditentukan.

Berdasarkan kondisi diatas, itulah yang menjadi pemantik peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait dengan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam pencapaian target pembiayaan cicil. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET PEMBIAYAAN CICIL EMAS (Studi Kasus PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro)”**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut “Bagaimana Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Pembiayaan Cicil Emas PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?”

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah “Bagaimana Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Pembiayaan Cicil Emas PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro”

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu:

- a. Secara teoritis, diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi kalangan akademik khususnya atau masyarakat secara umum, memberikan pengetahuan wawasan dan pemahaman mengenai strategi pemasaran dalam pencapaian target pembiayaan cicil emas.
- b. Secara praktis, diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi akademisi, bisa digunakan sebagai acuan guna memunculkan bahan ajar mengenai strategi pemasaran. Bagi praktisi, bisa digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan strategi pemasaran yang digunakan dalam pembiayaan cicil emas. Bagi peneliti, bisa digunakan sebagai referensi atau rujukan bagi peneliti yang lain.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Terdapat beberapa penelitian yang diangkat dalam pelibuhan penelitian kali ini. Dan terkait dengan penelitian yang sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama, diantaranya adalah:

Tabel 1.2
Penelitian Relevan

No.	Nama	Judul Penelitian/ Url	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Aulia Rahma IAIN Bukit Tinggi ⁵	Skripsi “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Murabahah Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri KC Bukit Tinggi” URL: http://e-campus.iainbukittinggi.ac.id/ecampus/AmbilLampiran?ref=95593&jurusan=&jenis=Item&usingId=false&download=false&clazz=ais.database.model.file.LampiranLain	Pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya dengan strategi promosi seperti periklanan spanduk, dan melbugi brosur	Meneliti bagaimana strategi yang dilakukan untuk memasarkan produknya dengan menggunakan bauran pemasaran	Menggunakan bauran pemasaran 7P dan tidak hanya meneliti strategi pemasarannya namun yang menjadi goals pada penelitian ini ialah bagaimana pencapaian target marketing pada pembiayaan cicil emas
2.	Sri Purwati UIN Raden Intan Lampung 2017 ⁶	Skripsi “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam persepektif ekonomi Islam strategi pemasaran yang dilakukan sudah sesuai	Dalam persamaan penelitian ini yaitu Strategi pemasaran Menggunakan STP dan bauran pemasaran	Menggunakan bauran pemasaran 7P dan tidak hanya meneliti strategi pemasarannya namun

⁵ Aulia Rahma Yenti, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Murabahah Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri KC Bukit Tinggi” 21, no. 1 (2020): 1–9.

⁶ S R I Purwati, “Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT . Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT . Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk,” *Skripsi*, 2017.

No.	Nama	Judul Penelitian/ Url	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Meningkatkan Jumlah Nasabah” URL: http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/1359	dengan prinsip syariah dan tidak bertentangan dengan etika bisnis, untuk pengelbungan produk pemasaran yaitu 4P dalam pelaksanaannya juga tidak melanggar prinsip Islam dan sesuai etika bisnis Islam.		yang menjadi goals pada penelitian ini ialah bagaimana pencapaian target marketing pada pembiayaan cicil emas
3.	Silvi Oktavia UM Jakarta 2019 ⁷	Skripsi “Strategi Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kc Bintaro)” URL: http://repository.umj.ac.id/4619/	Hasil penelitian ini yakni memasarkan produknya menggunakan pemasaran langsung seperti <i>cansing</i> , dan <i>open tabel</i>	Strategi pemasaran Menggunakan STP dan bauran pemasaran 7P	tidak hanya meneliti strategi pemasarannya namun yang menjadi goals pada penelitian ini ialah bagaimana pencapaian target marketing pada pembiayaan cicil emas
4.	Affifah Dkk, 2023 ⁸	Jurnal “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syari’ah	Hasil penelitian ini BSI KCP Bogor Sudirman lebih mengaktifkan tahap-tahap strategi pemasaran disemua line	Strategi pemasaran Menggunakan STP dan 7p	Menggunakan marketing 5A

⁷ Silvi Oktavia, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kc Bintaro),” 2019.

⁸ Lula Akmal Afifah, Ahmad Mulyadi Kosim, dan Hilman Hakiem, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syari’ah Indonesia: Studi Kasus Bank Syari’ah Indonesia KCP Sudirman,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 4 (2022): 1037–44, <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2450>.

No.	Nama	Judul Penelitian/ Url	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Indonesia: Studi Kasus Bank Syari'ah Indonesia KCP Sudirman” URL : https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elemental/article/view/2450/1801	dengan melihat kondisi kekuatan dan kelemahan serta perubahan lingkungan sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang diterapkan tepat sasaran atau tidak.		

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditegaskan bahwa penelitian ini masih penting untuk dilakukan. Nilai kebaruan dari penelitian ini terdapat pada bagaimana pencapaian target marketing pada pembiayaan cicil emas yang ada di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian¹. Menurut Buchari Alma, strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan atau usaha dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut². Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha dan pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan yang selalu berubah³.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu proses mengidentifikasi kebutuhan sebagai sasaran dari pasar itu sendiri. Kebutuhan pasar tersebut diidentifikasi dengan rencana yang terpadu mencakup seluruh bidang pemasaran untuk

¹ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 168.

² Buchari Alma, *Kewirausahaan*, ke-12 (Bandung: Alfabeta, 2008), 195.

³ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 168.

mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Tujuan tersebut ialah arah bagi perusahaan untuk menentukan kebijakan yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan pemasaran dari masa ke masa yang bisa saja berubah mengikuti perkembangan zaman.

2. Tujuan Strategi Pemasaran

Di era globalisasi, daya saing perusahaan perlu ditingkat, tidak hanya aspek produksi, tetapi juga aspek pemasarannya. Meskipun fungsi manajemen kontribusi masing-masing saat penyusunan strategi bagi tingkatan yang berbeda, namun rentang kembali perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya cenderung terbatas. Dalam kondisi ini, perusahaan perlu menempatkan strategi pemasaran agar berperan penting bagi keberlanjutannya. Hal ini berfungsi manajemen memiliki kontak yang paling besar dengan dunia luar adalah fungsi pemasaran. Disinilah fungsi dan tujuan dari strategi marketing, yaitu menciptakan nilai jual yang lebih tinggi terhadap barang atau jasa yang kita hasilkan dengan menjadikan riset pasar dan produk pesaing sebagai tolak ukur. Promosi sebagai bagian dari startegi marketing dapat menambha daya tarik konsumen untuk mengkonsumsi produk yang kita hasilkan dan secara otomatis angka penjualan akan meningkat. Prinsip dari pemasaran yaitu menghasilkan nilai terhadap pelanggan, unggul dalam bersaing, dan fokus terhadap pemasaran.

Pada prinsipnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi

pasar sasaran, posisi, elemen bauran pemasaran dan bisa pemasaran, dimana strategi pemasaran merupakan bagian integral dan strategi bisnis yang memberikan arah bagi semua fungsi manajemen suatu organisasi.⁴

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran.⁵

a. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan seperti pertumbuhan populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan pada bisnis perusahaan. Selain itu faktor-faktor seperti perkembangan teknologi, tingkat inflasi, dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan dikarenakan hal tersebut merupakan faktor lingkungan yang harus dipertimbangkan sesuai dengan produk dan pasar perusahaan.

b. Faktor Pasar

Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend, pola perilaku konsumen, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

c. Pesaing

Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk atau pasar

⁴ Henry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV Pustaka Jaya, 2013), 72.

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), 7.

pesaing tersebut apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produksi para pesaing.

d. Kemampuan Internal

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki.

e. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau, karena hal itu sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi

4. Bauran Pemasaran

a. Pengertian Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau marketing mix adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran⁶.

b. Tujuan bauran pemasaran

Bauran pemasaran memiliki beberapa tujuan dalam penerapannya, sebagai berikut:

1) Periklanan

⁶ Husni Muharram Ritonga Dkk, *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi* (Medan: CV Manhaji, 2018), 113.

Periklanan merupakan salah satu kegiatan penting dalam bauran pemasaran dengan tujuan utama dari periklanan ini yakni untuk memberikan informasi tentang produk (barang/jasa) kepada target konsumen dan untuk meningkatkan penjualan.

2) Promosi penjualan

Promosi adalah kumpulan berbagai alat intensif yang dirancang untuk mendorong pembelian suatu barang atau jasa. Kegiatan inti sebagian besar berjangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang dengan tujuan sales promotion ini adalah untuk meningkatkan penjualan.

3) Pemasaran langsung

Pemasaran langsung atau direct marketing yakni sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media iklan untuk menghasilkan tanggapan dan atau transaksi yang dapat diukur pada suatu lokasi dengan tujuan untuk mengkomunikasikan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen yang dianggap target market potensial.

c. Manfaat penerapan bauran pemasaran

Strategi bauran pemasaran dapat menjadi kesatuan yang luar biasa bermanfaat bagi sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya secara keseluruhan tanpa terkecuali dan juga memiliki tingkat kontinuitas pelaksanaannya yang bagus. Kontinuitas tersebut berarti keseluruhan strategi yang terdapat dalam prinsip bauran pemasaran ini

terus-menerus diterapkan, evaluasi hasilnya, perbaiki lagi ke depannya apabila ada kekurangan yang terdapat di penerapan sebelumnya, terus-menerus ditingkatkan hingga mencapai target pemasaran seperti yang diinginkan oleh perusahaan⁷.

1) Konsep Bauran Pemasaran

a. *Product* (Produk)

Produk adalah hal yang kita jual dalam bisnis meliputi barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan dibutuhkan oleh konsumen. Kunci utama dari sebuah produk yakni Karang atau jasa tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Selain itu, diperlukan juga nilai lebih dibanding produk lain agar produk kita lebih mudah diterima konsumen⁸.

Dalam rangka mempengaruhi anggota untuk tertarik menggunakan dan kemudian mereka menjadi puas maka kita harus mempelajari beberapa hal tentang strategi ini yaitu konsep produk, siklus kehidupan produk, dan jenis-jenis produk⁹.

b. Konsep produk, merupakan suatu pengertian atau pandangan anggota terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya.

⁷ *Ibid.*, 114.

⁸ *Ibid.*, 118.

⁹ Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Strategi)*, ed. oleh Hamdan (Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 38–39.

- c. Siklus kehidupan produk, pada setiap produk sebenarnya akan *memiliki* siklus perputaran terhadap kehidupannya. Masa pengenalan kepada masyarakat, masa pertumbuhan, masa kedewasaan, kemudian masa penurunan. Masa-masa itu semua akan dialami oleh setiap produk.
- d. Jenis-jenis produk, agar dapat memasarkan produk *pengembangan* ekonomi kreatif dengan baik kepada anggota maka para pegawai perlu mengetahui produk ekonomi kreatif termasuk dalam jenis yang mana dikarenakan masing-masing jenis produk akan memerlukan penanganan yang berbeda dalam memasarkan produk tersebut agar berhasil.

2) *Price* (Harga)

Harga merupakan uang yang harus diberikan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang dijual harga menjadi aspek yang sangat penting karena umumnya konsumen menjadikan harga sebagai pertimbangan utama sebelum membeli. Mengingat sifatnya yang sangat fleksibel, ada baiknya Anda selalu mengikuti dinamika pasar agar bisa menetapkan harga pada level yang tepat. Dimana harga tetap bisa diterima masyarakat namun juga tetap menghasilkan keuntungan¹⁰.

¹⁰ Husni Muharram Ritonga Dkk, *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*, 118.

Penentuan harga yang akan ditetapkan harus sesuai dengan tujuan perusahaan di mana tujuan secara umumnya ialah¹¹:

- a. Untuk bertahan hidup, yaitu penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk dan jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.
- b. Untuk memaksimalkan laba, yaitu bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal
- c. Untuk memperbesar market share, yaitu untuk memperbesar jumlah pelanggan
- d. Mutu produk, yaitu untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dan kualitas pesaing
- e. Karena pesaing, yaitu bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga ditawarkan pesaing

3) *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan bisnis yang mempunyai tujuan agar konsumen bisa lebih mengenal dan tertarik dengan produk bisnis Anda. Dalam kegiatan ini, Anda harus mampu mengubah persepsi konsumen menjadi positif mengenai bisnis kita. Untuk melakukannya banyak sekali teknik promosi baik secara manual

¹¹ Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Strategi)*, 40.

lewat face to face promotion hingga promosi online yang kini semakin pesat berkembang¹².

4) *Place* (Tempat)

Tempat usaha merupakan lokasi dimana kita akan melakukan proses jual beli. Bagi usaha konvensional aspek ini memang sangat penting. Anda harus memperhatikan apakah lokasi tersebut cukup strategis dan mudah dikunjungi konsumen. Namun dengan makin berkebangnya bisnis modern seperti bisnis online. Kini pengertian aspek tempat kian beragam disesuaikan dengan media yang digunakan¹³.

5) *People* (Orang)

Yang termasuk dalam aspek ini tentu saja bukan hanya konsumen namun semua SDM yang terlibat termasuk pekerja atau tim bisnis. Hal ini sangat penting diperhatikan mengingat semua orang tentunya mempunyai kecenderungan yang berbeda dalam dunia bisnis. Memberikan perhatian yang baik pada orang yang terlibat dalam bisnis Anda, merupakan langkah awal yang sangat baik¹⁴.

6) *Process* (Proses)

Dalam bisnis, proses dapat diartikan sebagai langkah langkah yang dilakukan antara penjual dan konsumen. Di dalamnya meliputi

¹² Husni Muharram Ritonga Dkk, *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*, 119.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ *Ibid.*

pelayanan serta proses transaksi Berikan pengalaman pelayanan yang memuaskan bagi konsumen lewat berbagai teknik agar mereka pun merasa puas¹⁵.

7) *Physical Evidance* (Bukti Fisik)

Merupakan semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung berjalannya bisnis kita utamanya untuk bisnis skala besar maka tentunya saja membutuhkan semakin banyak peralatan dan semakin kompleks pula fungsi serta penggunaannya¹⁶.

5. Penerapan Strategi Pemasaran

1. *Segmenting* (Segementasi Pasar)

Segmentasi pasar merupakan kegiatan memilah-milah atau membagi pasar menjadi beberapa bagian yang bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada sebuah perusahaan untuk menentukan pasar sasaran atau konsumen yang akan dituju¹⁷. Berikut ini adalah pendekatan-pendekatan dalam segmentasi pasar antara lain:

a) *Segmentasi Geografis*

Segmentasi geografis yakni mengklasifikasikan pasar berdasarkan lokasi yang akan mempengaruhi biaya operasional dan jumlah permintaan secara berbeda. Segmentasi geografi pasar dibagi menjadi unit geografi seperti : negara, provinsi, kota atau

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*, 120.

¹⁷ Nurul Huda Dkk, *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), 37.

lingkungan. Mengelompokkan konsumen menjadi bagian-bagian pasar menurut skala wilayah letak geografis dibedakan berdasarkan:

b) *Segmentasi Demografis*

Pada segmentasi demografis pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografi seperti usia, ukuran keluarga, siklus kehidupan, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, agama, ras, generasi kewarganegaraan, dan kelas sosial.

c) *Segmentasi Psikografis*

Segmentasi psikografis, segmen pasar ini dilakukan dengan mengelompokkan konsumen atau pembeli menjadi bagian pasar menurut variabel-variabel pola atau gaya hidup (lifestyle) dan kepribadian (personality). Sebagai contoh, segmen pasar masyarakat yang bergaya hidup konsumtif dan mewah berbeda dengan segmen pasar masyarakat yang bergaya hidup produktif dan hemat yang mementingkan kualitas dengan harga yang relatif murah.

d) *Segmentasi Perilaku*

Dalam segmentasi perilaku pasar diklasifikasi dalam kelompok-kelompok yang dibedakan berdasarkan pengetahuan, sikap, respon terhadap sebuah produk.

2. *Targeting* (Pasar sasaran)

Targeting adalah kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan¹⁸.

a) Faktor Penentu Target Pasar¹⁹

Faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan target pasar di antaranya:

1. Ukuran Segmen

Perkiraan besarnya segmen yang akan dituju yakni faktor penting untuk memutuskan apakah segmen tersebut cukup menjanjikan untuk ditindaklanjuti. Karena perusahaan yang besar akan memilih segmen dengan volume penjualan besar dan cenderung menghindari atau menolak segmen yang kecil dan sebaliknya perusahaan kecil menghindari segmen yang besar karena mereka memerlukan sumber daya yang lebih banyak lagi.

2. Pertumbuhan segmen

Faktor pertumbuhan segmen juga merupakan salah satu faktor yang wajib diperhatikan dalam menentukan target pasar. Meskipun ukuran sebuah segmen saat ini relatif kecil, tetapi tidak menentu kemungkinan akan berkembang di masa yang akan datang jika ada tanda-tanda perkembangan yang positif

¹⁸ Husni Muharram Ritonga Dkk, *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*, 61.

¹⁹ *Ibid.*, 63–65.

3. Analisis Situasi

Perusahaan terlebih dahulu wajib melakukan analisis situasi secara teliti dan cermat karena analisis situasi diantaranya berhubungan dengan konsumen, para pemasok dan para distributor. Yang didukung dengan analisis SWOT jika perusahaan akan melakukan analisis situasi.

4. Sumber daya Perusahaan

Perusahaan mendapat sumber daya dari dalam perusahaan sendiri maupun melalui kerjasama dengan pihak luar tetapi adapun konsekuensi dari sumber daya yang didapat dari kerjasama dengan pihak luar yakni keuntungan dan resiko perusahaan di tangan bersama. Bentuk kerjasama dengan pihak luar dapat dilakukan dengan venture atau dengan production sharing.

5. Biaya

sebuah segmen harus disesuaikan dengan kegiatan pemasaran perusahaan karena jika segmen yang dipilih ternyata tidak cocok maka sebaiknya tidak perlu untuk dilakukan. Oleh sebab itu identifikasi mengenai segmen yang akan dituju wajib dilakukan dengan teliti banyak contoh segmen dapat diperkirakan memiliki potensi besar namun ternyata tidak seperti yang diharapkan, sementara perusahaan sudah mengeluarkan biaya yang sangat besar

3. *Positioning* (Penentuan Posisi Pasar)

Positioning adalah sebuah tindakan atau langkah-langkah dari produsen untuk meningkatkan citra perusahaan dan penawaran nilai pada konsumen di mana pada suatu segmen tertentu²⁰. Berikut ini kriteria-kriteria yang dapat menentukan *positioning* ialah²¹:

a) Customer

Berdasarkan kajian di atas pelanggan *positioning* harus dipersepsikan secara positif oleh para pelanggan dan menjadi alasan dalam *pembelian* mereka. Hal ini akan terjadi bila *positioning*nya mendeskripsikan value atau nilai yang diberikan kepada para pelanggan dan value ini benar-benar merupakan suatu aset bagi mereka titik karena *positioning* mendeskripsikan value yang unggul, maka *positioning* akan menjadi penentu penting bagi pelanggan pada saat memutuskan untuk membeli.

b) Company

Didasarkan atas kajian pada kapabilitas dan kekuatan internal perusahaan *maka* *positioning* harus mencerminkan kekuatan dan keunggulan kompetitif perusahaan. Dalam hal ini jangan sampai terjadi bahwa perusahaan merumuskan *positioning*nya namun ternyata tidak mampu melakukan dan memenuhi janjinya karena tentu sangat berbahaya jika bisa kelebihan janji pelanggan pada akhirnya akan berpendapat bahwa

²⁰ *Ibid.*, 67.

²¹ *Ibid.*, 69–71.

perusahaan telah ingkar janji dan berbohong apabila hal ini terjadi maka hancurlah kredibilitas perusahaan di mata pelanggan

c) Competitif

Padahal ini maka positioning harus bersifat unik sehingga dapat dengan mudah mendiferensiasikan diri dan memiliki perbedaan khusus dibanding dengan produk saingannya. Apabila positioning unik maka keuntungan akan diperoleh bahwa positioning tersebut tidak akan mudah ditiru oleh pesaing hal ini menjadi catatan di sini keunikan tersebut haruslah menyeluruh bukan hanya pada produknya saja bila tidak mudah ditiru maka positioningnya akan berkelanjutan dalam jangka panjang berdasarkan pengamatan banyak produk baru yang lahir dengan cara meniru apa yang telah dilakukan oleh pesaing dengan strategi seperti ini biaya marketingnya bisa lebih ditekan.

d) Change

Berdasarkan kajian di atas perubahan yang terjadi dalam lingkungan *bisnis*, positif ini harus berkelanjutan dan selalu relevan dengan berbagai perubahan dalam lingkungan bisnis apakah itu perubahan pesaing, perilaku pelanggan ataupun perubahan sosial budaya dan sebagainya. Hal ini berarti bahwa apabila positioning dan perangkatnya sudah tidak relevan dengan kondisi lingkungan bisnis maka dengan cepat harus merubahnya, dengan melakukan perubahan strateginya.

B. Akad Murabahah

1. Pengertian Akad Murabahah

Dalam prinsip syariah pembiayaan murabahah termasuk kedalam akad jual beli. Pada perbankan Syariah pembiayaan murabahah salah satu dari produk yang disediakan, pembiayaan murabahah sendiri pembiayaan yang sangat pesat perkembangannya. Seacara transaksi, dalam fiqih disebut *bay' al-murabahah*, sedangkan menurut Imam Syafi'i menanamkan transaksi sejenis *bay' al-murabahah* dengan *al-amir bissyira*²².

Bai' al-murabahah merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam jual beli ini penjual wajib memberitahu harga pokok barang tersebut serta menentukan nisbah keuntungan sebagai tambahanya²³.

2. Landasan Hukum

Salah satu landasan hukum pembiayaan akad murabahah:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Terjemahan Kemenag 2019

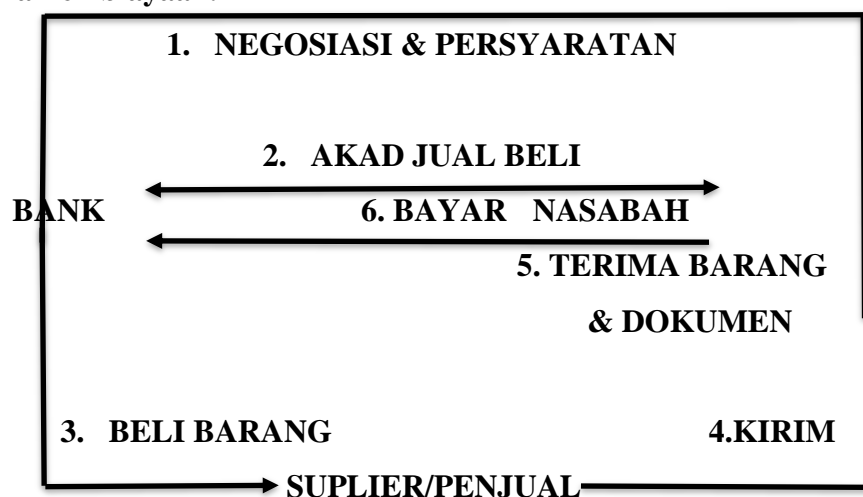
Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah

²² M S Antonio, *Bank syariah: dari teori ke praktik*, Kajian ekonomi (Jakarta: Gema Insani, 2001), 101, <https://books.google.co.id/books?id=r3yFiZMvgdAC>.

²³ *Ibid.*, 102.

telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.(Q.S Al Baqarah: 275)

3. Skema Pembiayaan.²⁴



Mengenai akad murabahah tertulis dalam Fatwa DSN MUI No:

04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah yang berisi:

Pertama: Ketentuan Umum murabahah dalam Bank Syariah:

- 1) Bank dan nasabah harus melakukan akad murabahah yang bebas riba.
- 2) Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syari'ah Islam.
- 3) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.

²⁴ Ibid., 103.

- 4) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- 5) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.
- 6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
- 7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
- 8) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
- 9) Jika bank hendak mewakili kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.

Kedua: Ketentuan Murabahah kepada Nasabah:

- 1) Nasabah mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
- 2) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.

4. Praktik Murabahah pada Cicil Emas.²⁵

Tabel 2.1.
Perbandingan Karakteristik Pokok Pembiayaan Murabahah Dalam Literatur Klasik dan Praktik di Indonesia

Karakteristik Pokok	Praktik Klasik	Praktik Indonesia
Tujuan transaksi	Kegiatan jual beli	Pembiayaan dalam rangka penyediaan fasilitas/barang
Tahapan transaksi	Dua tahap	Satu tahap
Proses transaksi	a) Penjual membeli barang dari produsen b) Penjual menjual barang kepada pembeli	Bank selaku penjual dapat mewakili kepada nasabah untuk membeli barang dari produsen untuk dijual kembali kepada nasabah tersebut
Status kepemilikan barang pada saat akad	Barang telah dimiliki penjual saat akad penjualan dengan pembeli dilakukan	Barang belum jelas dimiliki penjual saat akad penjualan dengan pembeli dilakukan
Perhitungan tingkat marjin	a) Perhitungan laba menggunakan biaya transaksi ril b) Perhitungan laba merupakan <i>lumpsum</i> dan <i>wholesale</i>	a) Perhitungan menggunakan <i>benchmark</i> atas rate yang berlaku dalam pasar uang b) Perhitungan laba menggunakan persentase per annum dan dihitung berdasarkan baku debet pembiayaan
Sifat pemesanan barang oleh nasabah	Tidak tertulis Dua pendapat: mengikat dan tidak mengikat	Tertulis dan mengikat
Pengungkapan harga pokok marjin	Harus transparan	Harus transparan
Tenor	Sangat pendek	Jangka panjang (1-5 tahun)
Cara pembayaran transaksi jual beli	<i>Cash and carry</i>	Dengan cicilan (ta'jil)
Koleteral	Tanpa koleteral	Ada koleteral atau jaminan tambahan

Tabel 2.2.
Ilustrasi Praktik Akad Murabahah pada Pembiayaan Cicil Emas²⁶

²⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2014), 221–22.

²⁶ A I Sholihin, *Ini Lho Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 218–19, <https://books.google.co.id/books?id=VxdIDwAAQBAJ>.

Nama Produk:	Pembiayaan Kepemilikan Emas
Tujuan pembiayaan:	Membantu nasabah untuk membiayai pembelian atau kepemilikan emas berupa lantakan(batangan)
Jaminan:	Barang yang menjadi objek pembiayaan (emas)
Jenis emas:	Emas lantakan (batangan)
Harga perolehan emas:	Ditentukan pada saat akad
<i>Plafon</i> pembiayaan:	Maksimum 80% dari harga perolehan untuk emas jenis lantakan(batangan)
Jangka waktu:	Mulai dari satu tahun
Uang muka:	Minimal 20% dari harga perolehan emas dan dibayar secara tunai diawal oleh nasabah kepada bank.
Pengikatan (akad):	Pembiayaan menggunakan akad murabahah, pengikatan agunan dengan menggunakan akad rahn
Cara pembayaran:	Pembayaran dilakukan dengan cara angsuran dalam jumlah yang sudah ditentukan
<i>Supplier</i> emas:	PT.Antam Persero, toko emas atau perorangan yang telah memiliki kerja sama dengan bank.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya¹.

Penelitian ini akan dilakukan di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro, karena keberaniannya membuka produk pembiayaan kepemilikan emas di antara banyaknya pesaing yang sudah lebih dulu memiliki produk tersebut dan sudah terpercaya dimasyarakat yang terdapat dikota Metro.

2. Sifat Penelitian

Jenis penelitian pada dasarnya merupakan sebuah sumber penelitian setiap pelaksanaan riset. Sehingga dalam penelitian ini akan menggunakan jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif². Karena dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam pencapaian target pembiayaan cicil emas yang dilakukan pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro.

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 157.

² *Ibid.*, 93.

B. Sumber Data

Sumber data penelitian kualitatif merupakan kata-kata, serta tindakan. Yang selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, sumber data yang dipakai oleh peneliti adalah sumber data primer dan sumber data sekunder³⁷:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber yang memberikan data dan digali langsung, serta sumber pertama atau subyek penelitian. Dalam penelitian ini yang bersumber dari PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro yang terdiri dari beberapa informan yakni kepala kas Metro, AO pembiayaan cicil emas, serta terdapat 2 nasabah yang bernama Bapak Rudi dan Ibu Kiki.

Pengambilan sumber data dilakukan dengan cara teknik snowball sampling (Teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar).

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang bersumber dari bahan-bahan bacaan seperti buku, hasil penelitian, dan lain sebagainya yang dapat mendukung data primer. Sumber data yang digunakan yakni sumber data sekunder dan merujuk pada literatur yang berkaitan dengan masalah potensi strategi pemasaran pembiayaan cicil emas. Informasi diperoleh

³⁷ *Ibid.*, 125.

dari kepustakaan dokumen-dokumen, sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian ini yang bersumber dari buku, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020). Husni Muharram Ritonga Dkk. *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*, (Medan: CV Manhaji, 2018). Dr.Lexy J.Moleong, *Medologo Penelitian Kualitatif edisi Revisi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2014).

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang sedang dibutuhkan. Pengumpulan data dilakukan langsung dengan mendekati para narasumber baik dengan melakukan *interview*(wawancara) ataupun dengan jalan *observasi*(pengamatan)³⁸.

Pencatatan data dilakukan di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data dan harus dicatat apa adanya. Pengumpulan data merupakan salah satu langkah awal yang harus ditempuh oleh seorang peneliti dalam sebuah penelitian. Pada hakikatnya penelitian adalah mengumpulkan data yang sesungguhnya secara objektif. Dalam Pengumpulan data ini peneliti menggunakan:

1. Teknik Wawancara (*Interview*)

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan

³⁸ *Ibid.*, 155.

oleh kedua belah pihak yakni pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara tak terstruktur, yang merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap. Pedoman wawancara yang digunakan dalam penelitian ini hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam wawancara ini akan mencari informasi mengenai pembiayaan cicil emas pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro guna ditunjukkan secara umum kepada masyarakat adapun secara khususnya kepada para peIbuca.

2. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan kategori dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, koran, majalah, dan lain sebagainya³⁹.

Dalam penelitian ini, dokumentasi yang menjadi sumber datanya yakni yang berkaitan dengan tempat penelitian yang terdiri dari kontrak pembiayaan, brosur produk pembiayaan, dll yang digunakan untuk mencari informasi mengenai pembiayaan cicil emas yang terdapat pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro.

³⁹ *Ibid.*, 216.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain⁴⁰. Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk memaparkan data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi.

Proses analisis dimulai dari membaca, mempelajari serta menelaah data yang didapat mengenai pembiayaan cicil emas pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro. Untuk menganalisis mengenai penerapan strategi pemasaran menggunakan konsep pemasaran yakni bauran pemasaran serta dalam pencapaian target pembiayaan menggunakan STP (*Segmentasi pasar, Targeting, dan Positioning*) pada pembiayaan cicil emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro.

⁴⁰ *Ibid.*, 280.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

1. Profil PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro adalah Kantor Kas yang didirikan pada tanggal 21 Agustus 2021 terletak di pertokoan pasar modern kopindo blok R-08 (Samping Pintu Utara) Kota Metro. Kantor Kas ini memiliki kantor pusat yang terletak di sekampung Lampung Timur. Visi dari perusahaan ini yakni menjadi BPR Syariah terbesar di Lampung yang tumbuh dan berkembang secara kuat dan sehat serta adapun berbagai macam misi yang akan dicapai diantaranya: pertama, meningkatkan perluasan jaringan dengan pembukaan kantor cabang di wilayah Lampung yang strategis. Kedua, meningkatkan pelayanan secara profesional, Syariah dan Amanah yang memiliki nilai tambah. Ketiga, meningkatkan sumber daya manusia yang mampu bersaing sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang berbasis syariah. Keempat, meningkatkan pengelolaan dengan menerapkan Good Corporate Governence (GCG) di seluruh kantor yang ada. Kelima, meningkatkan fungsi dan peran bank kepada masyarakat secara luas. Keenam, meningkatkan penerapan bisnis dan operasional dengan menerapkan prinsip prudent. Terakhir, peningkatan permodalan yang seilbung sejalanannya pertumbuhan asset dan pendapatannya.. Tujuan dari Bank Aman Syariah itu sendiri yakni menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

terbaik di Indonesia. Sama halnya dengan kantor pusat Kantor Kas juga melakukan berbagai operasional. Pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor menyediakan berbagai macam produk, diantaranya: produk pendanaan meliputi, tabungan wadiah dan deposito berjangka. Sedangkan produk pembiayaan meliputi, pembiayaan modal kerja usaha, pembiayaan konsumtif pembiayaan investasi, dan pembiayaan porsi haji.⁴¹

2. Profil Pembiayaan Cicil Emas Pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

Pembiayaan cicil emas adalah pembiayaan (jual beli) berupa emas antam yang pembayarannya dilakukan secara angsuran/dicicil. Pembiayaan ini salah satu pembiayaan investasi yang ditawarkan oleh PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro. Pembiayaan ini memiliki beberapa kelebihan diantaranya: memiliki angsuran pembiayaan yang relatif rendah, emas Antam yang digunakan pun yang terbaik (bermerk), serta dengan proses pembiayaan yang cepat dan tidak perlu menyiapkan jaminan karena yang akan menjadi jaminan adalah emas Antam tersebut⁴². Pada pembiayaan ini memiliki persyaratan yang cukup mudah hanya menyiapkan fotokopi KK, fotokopi KTP serta uang muka + admin⁴³.

Dalam pembiayaan cicil emas ini ada uang muka dan uang administrasi yang perlu dibayar di awal pembiayaan, untuk uang muka

⁴¹ Dokumentasi PT.BPRS Aman Syariah

⁴² Wawancara dengan Bapak Aditya Putra sebagai kepala kantor kas metro, tanggal 29 Mei 2023

⁴³ Dokumentasi PT.BPRS Aman Syariah

sebesar 20% dari harga beli emas antam sedangkan uang administrasi sebesar Rp.50.000 per pembiayaan. Selanjutnya untuk margin yang perusahaan ambil sebesar 1,2% dan dengan jangka waktu yang di sediakan berkisar 1 tahun - 5 tahun⁴⁴.

B. Strategi Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

Dalam memasarkan produk-produk syariah serta memantapkan posisi Bank Syariah sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran diperlukan adanya pemuas dan pelayanan yang tepat, sehingga nya saat melakukan operasional dalam melayani jasa keuangan bagi masyarakat selalu berkembang dan bertahan dalam persaingan dengan lembaga keuangan lainnya. Pelayanan yang tepat sangat diperlukan supaya pasar yang terdiri dari nasabah dan calon nasabah yang merupakan sebuah aset yang akan tertarik pada bank syariah dan juga sebagai motivasi bagi bank syariah untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan kinerja dan operasional bank syariah pada masa kini dan sekarang.

Dalam pemasaran seorang marketing perbankan syariah, menjalankan fungsinya sebagai penghimpun dana masyarakat (funding) dan menyalurkan dana melalui pembiayaan (financing) berbasis syariah. Sebuah strategi pemasaran dapat di definisikan sebagai wujud rencana yang mempunyai tujuan terarah dibidang pemasaran guna memperoleh suatu hasil yang optimal.

⁴⁴ Wawancara dengan Bapak Aditya Putra sebagai kepala kantor kas metro, tanggal 29 Mei 2023

Sehingganya, pemasaran selalu memperoleh posisi penting serta di pandang sebagai ujung tombak sebuah perusahaan. Tanpa adanya pemasaran, perusahaan seperti kehilangan dorongan untuk bertahan dan bersaing yang selanjutnya membawa perusahaan ke titik kemunduran bahkan kekalahan dalam persaingan.

Produk pembiayaan cicil emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro menggunakan akad murabahah dengan jaminan sebagai pengikat agunan. Jaminan yakni barang yang menjadi objek pembiayaan emas. Pengikatan selama masa pembiayaan, jaminan tidak dapat di tukar dengan agunan lain dan fisik jaminan tersebut yang akan menyimpan adalah dari pihak bank.

Dalam meningkatkan jumlah nasabahnya PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam memasarkan produk cicil emas memerlukan strategi pemasaran yang sangat baik, dikarenakan produk cicil emas merupakan produk yang belum lama diluncurkan. PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro melakukan pemasarannya dengan menerapkan bauran pemasaran 7 P meliputi: *Product, price, place, promotion, people, process, serta physical evidence.*

1. Product (Produk)

Penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro adalah dengan menampilkan mutu dan kelebihan dari produk tersebut. Emas yang dibeli adalah emas lantakan yang diproduksi oleh PT. Antam Tbk, sedangkan adapun reseller

yang sudah melakukan kerjasama yang menjadi penyedia emas. Mutu dari produk ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat dalam karakteristik produk, antara lain yaitu⁴⁵:

- a. Emasnya bisa diasuransikan, dan penawaran syariah dengan margin yang kompetitif.
- b. Emas merupakan salah satu investasi yang mampu memproteksi kekayaan, khususnya untuk jangka panjang.
- c. Produk ini dapat mewujudkan rencana dan impian di masa mendatang.

Pada produk ini dapat mewujudkan rencana dan impian di masa mendatang seperti memanfaatkan emas untuk kebutuhan biaya pendidikan, modal usaha, pernikahan dan kebutuhan lainnya, dimana dapat mudah dicairkan/dijual sewaktu-waktu. Dengan menampilkan mutu dan kelebihan dari produk cicil emas yang ditawarkan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro berusaha untuk menarik masyarakat untuk menjadi nasabah pembiayaan cicil emas.

Produk cicil emas yang disediakan oleh PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro memiliki berat minimal 5 gram dan maksimal 50 gram. Namun, apabila nasabah meminta untuk produk cicil emas dengan berat lebih 50 gram, maka perusahaan dapat mengabulkannya. Adapun kelebihan dalam produk cicil emas ini: pertama angsurannya yang murah, kedua menggunakan

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak Aditya Putra sebagai kepala kantor kas metro, tanggal 29 Mei 2023

emas antam yang terbaik (merk paling bagus), proses pembiayaan yang cepat serta angsuran yang lebih ringan⁴⁶.

Hal ini merupakan salah satu kelebihan yang ditawarkan PT.BPRS Aman Syariah Kas Kota Metro dalam menawarkan produknya. Bapak Rudi selaku nasabah pada produk cicil emas melalui wawancara mengaku bahwa ia cukup terbantu dengan adanya cara investasi emas dengan mekanisme yang tidak terlalu sulit dan rumit. Hal selaras juga disampaikan oleh Ibu Kiki yang mengatakan bahwa dengan adanya cicil emas ini ia bisa menabung dalam bentuk investasi yang terjadwal.

2. *Price (Harga)*

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi antara produk dan pelayanan yang menyertainya. Suatu tingkat harga dapat memberikan pengaruh yang tidak sedikit, baik di dalam perekonomian maupun di dalam perusahaan. Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penetapan strategi pemasaran produk cicil emas dari segi harga sebagai pengembalian modal adalah berupa sistem margin. PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro menetapkan margin yaitu sebesar 1,2% per pembiayaan. Untuk harga emasnya sendiri, harganya ditentukan di waktu akad. Karena harga beli emas menyesuaikan harga emas pasar pada saat akad, waktu akadnya juga fleksibel bisa menyesuaikan harga emas paling rendah.

⁴⁶ Wawancara dengan Bapak Aditya Putra sebagai kepala kantor kas metro, tanggal 29 Mei 2023

Dalam strategi harga yang ditetapkan pada produk cicil emas PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro memiliki keunggulan tersendiri dibanding dengan produk layanan yang sama dari bank pesaing. Dimana marginnya sangat kompetitif. PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro menawarkan harga yang cukup murah untuk dapat nasabahnya berinvestasi. Dibawah ini simulasi pembiayaan cicil emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro.

Harga cicilan emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro akan lebih menguntungkan ketika nasabah melakukan pembiayaan dengan berat gramnya lebih besar. Karena selain mendapat margin yang lebih murah, emasnya yang nantinya akan lebih cepat dijual⁴⁷.

Dibawah ini simulasi pembiayaan cicil emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro:

pembiayaan kepemilikan emas



- ✓ Harga emas **terkini**
- ✓ Logam Mulia **24K** dan **Bersertifikat**
- ✓ Angsuran **tetap** dan **tidak berubah** sampai LUNAS.

Simulasi Perhitungan **ANGSURAN**

Berat Emas*	Harga Beli Emas	Uang Muka + Admin	Jangka Waktu				
			12 Bulan	24 Bulan	36 Bulan	48 Bulan	60 Bulan
5 Gram	5.143.000	1.078.600	392.239	220.806	163.662	135.089	117.946
10 Gram	10.228.000	2.095.600	780.055	439.122	325.478	268.655	234.562
25 Gram	25.460.000	5.142.000	1.941.749	1.093.083	810.194	668.749	583.883
50 Gram	50.830.000	10.216.000	3.876.635	2.182.301	1.617.524	1.335.135	1.165.701

*tersedia juga perhitungan untuk berat emas lainnya **30 Mei 2023**



Syarat:
Fotokopi **KTP** dan **Uang Muka+Admin**

Informasi Lebih Lanjut Hubungi
BANK AMAN SYARIAH terdekat

[@bankamansyariah](#)

[Bank Aman Syariah](#)

[Bprs Aman Syariah](#)

www.bankamansyariah.co.id







Sumber : PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

⁴⁷ *Ibid.*

Berdasarkan uraian harga cicil emas di atas, kedua nasabah yaitu Bapak Rudi dan Ibu Kiki mengaku bahwa harga yang ditawarkan wajar, artinya meskipun uang muka yang dibebankan di awal cukup besar namun cicilan yang harus dibayarkan setiap bulannya cukup terjangkau.

3. *Place* (Tempat)

Lokasi PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro sangat strategis, yaitu terletak di pertokoan pasar modern kopindo blok R-08 (samping pintu Utara) kota metro. Dengan letak yang strategis ini PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produk-produk yang di sediakan. Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk atau jasa ke pasar melalui rute- rute yang efektif hingga tiba pada tempat yang tepat, dan harapan produk atau jasa tersebut berada di tengah-tengah kebutuhan dan keinginan konsumen yang membutuhkan produk tersebut.

Penentuan lokasi kantor kas beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.

PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam meningkatkan kapabilitas distribusi produk dan layanan didukung oleh tempat atau

kantor yang strategis yaitu berdekatan dan dikelilingi dengan leIbuga keuangan pesaing. Namun dengan adanya persaingan yang makin ketat dalam menarik minat nasabah mempunyai keunggulan tersendiri.

Keunggulan dari tempat distribusinya yaitu: lokasinya berada disekitar pasar yang merupakan pusat kegiatan perekonomian masyarakat di Kota Metro, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas karena terletak dipasar sehingga mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum maupun pribadi, dengan begitu masyarakat akan dapat mengetahui dan menjangkau dengan mudah keberadaan dari PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro.

Paparan diatas juga didukung oleh hasil wawancara kepada nasabah Bapak Rudi yang menyatakan bahwa “ tempatnya cukup nyaman meskipun berada ditengah pasar akan tetapi tempatnya bersih rapih harum”.⁴⁸ Selain itu Ibu Kiki sebagai nasabah PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro mengatakan bahwasanya “ tempat nya seperti lembaga-lembaga lainya dengan ruangan yang rapih tertata serta dilengkapi dengan AC sehingga membuat nyaman saat menunggu antrian”⁴⁹.

Jadi, strategi *place* (tempat) pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro bahwa sudah memiliki lokasi yang strategis untuk dijangkau oleh masyarakat karena berada di lingkungan pasar guna mencapai target pasar yang dituju.

⁴⁸ Wawancara dengan Bapak Rudi selaku nasabah PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro, pada tanggal 31 Mei 2023

⁴⁹ Wawancara dengan Ibu Kiki selaku nasabah PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro, pada tanggal 31 Mei 2023

4. *Promotion (Promosi)*

Aspek ini berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk atau jasa. Promosi juga merupakan kegiatan untuk penyebarluasan informasi tentang barang atau jasa yang dijual dengan maksud untuk merubah pola perilaku konsumen. Empat sarana yang dapat digunakan dalam mempromosikan produk yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), penjualan (*personal selling*).

Dalam menghadapi persaingan, PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro melakukan promosi. Kegiatan promosi produk cicil emas bertujuan agar menarik nasabah atau calon nasabah untuk melakukan pembiayaan cicil emas. Sarana promosi yang diterapkan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam memasarkan produk cicil emas, meliputi: periklanan, publisitas dan penjualan pribadi.

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan alat utama bagi PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam mempengaruhi nasabahnya, sedangkan media yang digunakan dalam melakukan periklanan produk pembiayaan cicil emas adalah melalui media internet, spanduk, maupun brosur yang efektif.

b. Penjualan Pribadi (*Personal selling*)

Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Penjualan pribadi adalah

penyajian lisan dalam pembicaraan dengan salah satu atau beberapa pembeli dengan tujuan melaksanakan pembelian. Atau dengan kata lain melakukan pendekatan secara personal kepada calon nasabah potensial. *Personal selling* berfungsi sebagai antisiptor perubahan situasi persaingan pasar.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro melalui kegiatan *personal selling* antara lain: melalui kontak langsung dengan para calon nasabahnya dengan cara melakukan *Canvassing* (Silaturahmi dan dilakukan presentasi dalam instansi-instansi), melakukan dari mulut ke mulut, system jemput bola, door to door(mendatangi mereka yang sudah menjadi nasabah untuk menawarkan pembiayaan cicil emas ke yang belum melakukan pembiayaan serta mendekati diri ke calon nasabah), dan memperbanyak data *base* mendata calon-calon nasabah yang akan diprospek oleh marketing pembiayaan⁵⁰. *Personal selling* yang ditawarkan kepada calon nasabah atau nasabah yang tidak mengetahui mengenai produk cicil emas, pada saat pertama kali melakukan pembiayaan produk cicil emas. Dengan adanya hubungan baik yang dilandasi kepercayaan dan kepuasan layanan kepada calon nasabah atau nasabah, maka situasi persaingan pasar tidak akan menjadi permasalahan.

c. Publisitas (*Publicity*)

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Aditya Putra sebagai kepala kantor kas Metro , tanggal 23 Juni 2023

Merupakan sarana yang paling kuat dalam membangun merek, sedangkan iklan adalah sarana pengingat merek apabila publisitas telah menurun. Untuk strategi ini PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro menggunakan alat publisitas melalui forum-forum di internet di dalam mengenalkan produk pembiayaan produk cicil emas kepada nasabah. PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro juga menjadi *Sponsorship*, dengan menjadi sponsor di masyarakat luas, melakukan kerjasama dengan instansi-instansi seperti sekolah, universitas serta perusahaan-perusahaan lainya⁵¹.

Dari strategi pemasaran PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro yang telah dilakukan sudah mampu meningkatkan jumlah nasabah untuk seluruh pembiayaan dengan berbagai jenis pembiayaan. Namun untuk pembiayaan cicil emas itu sendiri belum berkembang dengan baik, berdasarkan jumlah nasabah cicil emas sendiri yang sampai saat ini hanya berjumlah 11 nasabah dimana 8 nasabah pada tahun 2021, pada tahun 2022 ada 3 nasabah, dan pada tahun 2023 belum ada yang melakukan pembiayaan⁵². Strategi yang diterapkan belum maksimal. Perlu adanya perbaikan strategi untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah pada tahun-tahun yang akan datang guna memepertahankan pangsa pasar, mengingat produk cicil emas sangat bermanfaat untuk diinvestasikan. Strategi pemasaran

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Bayu Pratama sebagai marketing Pembiayaan, tanggal 30 Mei 2023

⁵² Wawancara dengan Bapak Aditya Putra sebagai kepala kantor kas metro, tanggal 29 Mei 2023

dikondisikan cukup baik hal ini ditunjukkan dengan pemasaran yang dilakukan masih sedikit jumlah pembiayaan yang dikeluarkan cukup besar.

Selain yang telah dipaparkan diatas, peneliti juga mendapatkan data dari nasabah melalui wawancara yang menyatakan bahwa nasabah mendapatkan informasi terkait dengan produk cicil emas yang ada di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro melalui brosur yang dibagikan oleh *marketing*⁵³. Selain itu nasabah lain juga menyatakan bahwasanya ia memperoleh informasi dari saudara nya yang merupakan salah satu nasabah⁵⁴.

5. People (Orang)

PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro mengajarkan pegawainya untuk berperilaku baik, sopan, ramah, dan profesional terhadap nasabahnya, agar nasabah merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro. Selain itu para pegawai juga diajarkan untuk memberikan pemahaman tentang produk pembiayaan cicil emas ini dengan baik dan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah. PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro juga mengajarkan kepada pegawainya tentang cara berpakaian yang baik dan sopan yang sesuai dengan syariat islam. Selain itu PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas

⁵³ Wawancara dengan bapak Rudi selaku nasabah PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro, pada tanggal 31 Mei

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Kiki selaku nasabah PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro, pada tanggal 31 Mei

Metro juga bisa memperoleh pegawai-pegawai yang berkualitas melalui seleksi pegawai yang ketat, motivasi, training serta manajemen sumber daya manusia yang baik⁵⁵. Sebagai upaya dalam meningkatkan kepuasan nasabah, maka PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro menekankan kepada semua pegawainya untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka.

Paparan diatas dibuktikan dengan data yang diperoleh dari Bapak Rudi selaku nasabah melalui wawancara yang menyatakan bahwa pelayanan di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro cukup baik mereka memberikan arahan terkait dengan mekanisme pembiayaan cicil emas mulai dari produk yang ditawarkan, serta mekanisme pembayarannya. Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Kiki yang mengaku dilayani dengan baik oleh teller dan *customer service*.

Berdasarkan paparan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa pelayanan di PT.BPRS Aaman Syariah Kantor Kas Metro khusus nya ada bagian produk cicil emas sudah cukup baik hal ini dibuktikan dengan pengakuan dua nasabah yang mengatakan pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan hal ini tentunya hasil dari proses perekrutan karyawan yang baik dari pihak perusahaan.

⁵⁵ *Ibid.*

6. *Process (Proses)*

PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam proses pembuatan produk cicil emas ini sangat diperhatikan dari beberapa segi seperti kualitas produk pembiayaan cicil emas, margin yang akan diambil, cara pemesanan, serta cara pelayanan yang akan dilakukan kepada konsumen untuk memikat hati nasabah⁵⁶. Selanjutnya strategi pemasaran yang perlu dipertimbangkan oleh PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro yaitu daur kehidupan produk. Daur kehidupan produk merupakan langkah-langkah yang dilalui oleh suatu barang dan jasa sejak mulai ia diperkenalkan dipasaran sampai ia lenyap dipasar tersebut. Dalam memperhatikan hal ini, dapat dibuat langkah apa yang perlu dikerjakan dalam menghadapi setiap tahap dalam kehidupan produk. Dengan adanya rencana tersebut dapat dihindarkan kerugian yang besar yang mungkin akan terjadi karena ketidaksesuaian tindakan dengan tahap dimana produk berbeda. Dalam mempertahankan pelanggan, suatu perusahaan lebih berpusat pada seni memikat pelanggan baru dari pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dan setiap perusahaan harus mengutamakan kepuasan pelanggan karena pelanggan yang puas akan tetap setia dalam waktu yang lama. membangun kepuasan konsumen adalah inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Apabila harapan tinggi, sementara kerjanya biasa-biasa saja, maka kepuasan tidak akan tercapai.

⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Bayu Pratama sebagai marketing pembiayaan, tanggal 30 Mei 2023

Sebaliknya, apabila kerja melebihi apa yang diharapkan, maka kepuasan akan meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, nasabah Bapak Rudi dan Ibu Kiki juga menyatakan melalui wawancara bahwa proses yang diperlukan mulai dari pengenalan produk, konsultasi terkait dengan bagaimana mekanisme pembiayaan cicil emas, sampai pada tahap akad cukup singkat dan cepat. Hal ini juga didukung dengan persyaratan yang ditentukan tidak rumit sehingga proses pelaksanaan pembiayaan cicil emas pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro terhadap nasabah dapat terjalin secara optimal.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik yang bersifat *tangible* ini merupakan salah satu cara PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam mengurangi tingkat resiko kesalahan persepsi nasabah. Kantor PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro ini jelas dan memang ada, mempunyai seragam karyawan, mempunyai logo perusahaan, dan papan nama yang dimiliki oleh seluruh pegawai bank. Adapun bukti fisik uang digunakan *dummy* atau contoh emas yang dimiliki dari produk pembiayaan tersebut guna menarik minat calon nasabah, dalam hal ini juga akan memberikan pengetahuan serta kejelasan kepada nasabah terkait bentuk dan contoh emas antam yang dapat dicicil sebagai upaya menghindarkan nasabah

dari ketidaktahuan mengenai barang yang akan diperoleh⁵⁷.

C. Analisis Pencapaian Target Pembiayaan Cicil Emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro Melalui Strategi Pemasaran

Untuk memudahkan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam mencapai target kegiatan pemasaran yang telah dirumuskan, PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro melakukan perumusan dalam memilih dan menerapkan pasar yang akan dituju dengan menggunakan STP yaitu segmentasi pasar, *targeting* dan *positioning*. Strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas yang dilakukan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro yaitu⁵⁸:

1. Segmentasi Pasar

Langkah awal yang dilakukan oleh PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam pemasaran adalah dengan mensegmentasi pasar. Dalam hal mensegmentasi pasar PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro memiliki segmentasi secara khusus berdasarkan variabel geografis karena lebih memfokuskan wilayah Kota Metro dan sekitarnya. Adapun secara khusus yakni pada pasar Metro.

Tidak hanya variabel geografis namun PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro juga mensegmentasi berdasarkan variabel demografis, segmentasi ini memberikan gambaran bagi pemasaran kepada siapa produk cicil emas ini akan dipasarkan dan ditawarkan. Penentuan segmen

⁵⁷ Wawancara dengan Bapak Aditya Putra sebagai kepala kantor kas Metro, tanggal 23 Juni 2023

⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Aditya Putra sebagai kepala kantor kas metro, tanggal 29 Mei 2023

pasar dikelompokkan kepada masyarakat yang memiliki jenis pekerjaan tetap, serta para pedagang pasar. Hal ini dilakukan agar produk cicil emas lebih mudah dipasarkan oleh marketing serta lebih terkontrol. Sehingga kegiatan pemasaran dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Dengan melakukan segmentasi pasar ini, kegiatan dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya manusia di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dapat lebih efektif dan efisien dalam memasarkan serta mengalokasikan pembiayaan cicil emas kepada calon nasabah.

Dalam melakukan segmentasi diupayakan agar PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro lebih memperluas pemasaran dalam faktor geografis yaitu dengan memasarkan tidak hanya di daerah kota saja, namun di daerah pedesaan yang kurang memahami bahkan tidak mengetahui secara khusus pembiayaan cicil emas ini.

2. Targeting

Setelah melakukan segmentasi pasar atas produk cicil emas maka langkah berikutnya adalah melakukan *targeting* atau membidik target pasar yang telah dipilih perusahaan dalam analisa segmentasi pasar. Untuk target pasar PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro telah menentukan siapa yang menjadi targetnya, yaitu kalangan menengah kebawah.

Tidak ada kriteria pada pembiayaan ini sehingganya memudahkan baik nasabah atau calon nasabah yang akan menjadi tujuan pemasaran pembiayaan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro pada pembiayaan cicil emas. Namun, hal tersebut tidak memberikan dampak yang positif

terhadap perkembangan jumlah nasabah pada pembiayaan cicil emas sehingga target pasar belum tercapai dengan optimal.

3. *Positioning*

Positioning adalah tindakan merancang produk dan citra perusahaan agar dapat tercipta kesan atau tempat khusus dan unik dalam benak pasar sasaran sedemikian rupa, sehingga dipersepsikan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro mensosialisasikan dirinya sebagai geliat masyarakat mikro Indonesia, memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat. Sehingga PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro merupakan solusi terbaik untuk memberikan berbagai fasilitas produk dan jasa kepada masyarakat.

Produk pembiayaan cicil emas merupakan produk pengembangan dari produk pembiayaan investasi. Produk ini mempermudah masyarakat yang menginginkan kepemilikan emas yang mana untuk memproteksi kekayaan khususnya jangka panjang, dan juga dapat mewujudkan rencana dan impian di masa mendatang.

Dalam memposisikan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam benak masyarakat diperlukan memperbanyak kerjasama-kerjasama dengan lembaga, perusahaan bahkan universitas dan mensosialisasikan produk yang ada di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro terkhusus cicil emas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian “Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Pembiayaan Cicil Emas (Studi Kasus PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro)” adalah sebagai berikut; Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro dalam pencapaian target pada pembiayaan cicil emas menggunakan 7P serta konsep pemasaran yang terdiri dari *segmenting, targeting, positioning* namun masih belum optimal. Jika baik marketing ataupun perusahaan melakukan secara lebih optimal lagi maka dapat memberikan dampak positif yaitu peningkatan jumlah nasabah yang juga memberikan efek berupa dukungan kepada perusahaan untuk memberikan kepuasan maksimal kepada nasabah.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah :
 - a. Kepada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro agar memiliki marketing yang dikhususkan hanya untuk menjual dan memasarkan produk pembiayaan cicil emas, menerapkan strategi pemasaran yang lebih baik dan dilakukan secara optimal agar dapat bersaing di pangsa pasar, serta dapat lebih ditingkatkan lagi memasarkan produk pembiayaan cicil emas ini di media social grup-grup jual beli dan lain sebagainya supaya dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam pembiayaan cicil emas ini.

- b. Kepada IAIN Metro khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengingat lemahnya literasi agar lebih membumikan *workshop*, edukasi ke masyarakat tentang produk-produk serta perbankan syariah.
- c. Kepada para nasabah diharapkan mulai memikirkan pentingnya investasi untuk mempersiapkan kebutuhan di masa mendatang, baik untuk kebutuhan pendidikan, kebutuhan tabungan haji, proteksi asset, maupun kepentingan berjaga lainnya. Diharapkan agar masyarakat umumnya dan khususnya umat islam untuk tidak ragu-ragu lagi dalam memanfaatkan jasa Lembaga perbankan Syariah guna meningkatkan taraf kesejahteraan hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Lula Akmal, Ahmad Mulyadi Kosim, dan Hilman Hakiem. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia: Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Sudirman." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 4 (2022): 1037–44. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2450>.
- Alma, Buchari. *Kewirausahaan*. Ke-12. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Antonio, M S. *Bank syariah: dari teori ke praktik*. Kajian ekonomi. Jakarta: Gema Insani, 2001. <https://books.google.co.id/books?id=r3yFiZMvvdAC>.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2014.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015.
- Farida Yulianti, Lamsah & Periyadi. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Husni Muharram Ritonga Dkk. *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan: CV Manhaji, 2018.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Majelis Ulama Indonesia, Dewan Syariah Nasional. "Fatwa Dewan Syariah No 77 Tahun 2010 tentang Jual - Beli Emas Secara Tidak Tunai." *Dewan Syariah Nasional MUI*, no. 51 (2010): 1–11. <https://dsnmu.or.id/jual-beli-emas-secara-tidak-tunai/>.
- Nurul Huda Dkk. *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Oktavia, Silvi. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kc Bintaro)," 2019.
- Purwati, S R I. "Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT . Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT . Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk." *Skripsi*, 2017.
- Sholihin, A I. *Ini Lho Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015. <https://books.google.co.id/books?id=VxdIDwAAQBAJ>.
- Sofyan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.

Umam, Henry Susanto dan Khaerul. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Pustaka Jaya, 2013.

Yenti, Aulia Rahma. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Murabahah Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri KC Bukit Tinggi" 21, no. 1 (2020): 1–9.

Zainurossalamia, Saida. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Strategi)*. Diedit oleh Hamdan. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**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
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3322/In.28.3/D.1/TL.00/10/2022 Metro, 03 Oktober 2022
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Kepada Yth,
Zumaroh (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Regina Putri Anggraini
NPM : 1903020047
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kerelaksanaan FEBI

Siti Zulaikha

OUTLINE

STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET PEMBIAYAAN CICIL EMAS (Studi Kasus PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- E. Latar Belakang Masalah
- F. Pertanyaan Penelitian
- G. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- H. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- C. Strategi Pemasaran
 - 6. Pengertian Strategi Pemasaran
 - 7. Tujuan Strategi Pemasaran
 - 8. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran

9. Bauran Pemasaran
 10. Penerapan Strategi Pemasaran
- D. Akad Murabahah
5. Pengertian Akad Murabahah
 6. Landasan Hukum
 7. Skema pembiayaan
 8. Praktik Murabahah pada Cicil Emas

BAB III METODE PENELITIAN

- E. Jenis dan Sifat Penelitian
3. Jenis Penelitian
 4. Sifat Penelitian
- F. Sumber Data
3. Sumber Data Primer
 4. Sumber Data Sekunder
- G. Teknik Pengumpulan Data
3. Teknik Wawancara
 4. Teknik Dokumentasi
- H. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro
1. Profil PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro
 2. Profil Pembiayaan Cicil Emas Pada PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro
- B. Strategi Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro
- C. Analisis Pencapaian Target Pembiayaan Cicil Emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro Melalui Strategi Pemasaran

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Metro, 15 Mei 2023
Peneliti



Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET
PEMBIAYAAN CICIL EMAS
(Studi Kasus PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro)

- A. Wawancara dengan pimpinan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro
1. Bagaimana strategi yang digunakan oleh PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro pada produk pembiayaan cicil emas?
 2. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam pembiayaan cicil emas pada strategi produk?
 3. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam pembiayaan cicil emas pada strategi harga?
 4. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam pembiayaan cicil emas pada strategi promosi?
 5. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam pembiayaan cicil emas pada strategi tempat?
 6. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam pembiayaan cicil emas pada strategi orang?
 7. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam pembiayaan cicil emas pada strategi proses?
 8. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam pembiayaan cicil emas pada strategi bukti fisik?
 9. Siapakah *segmenting* yang dituju pada produk pembiayaan cicil emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?
 10. Bagaimana *positioning* yang dituju pada produk pembiayaan cicil emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?
 11. Bagaimana *targeting* yang harus dicapai pada produk pembiayaan cicil emas di PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?

B. Wawancara Kepada Nasabah PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

1. Bagaimana dengan produk yang ditawarkan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?
2. Bagaimana dengan harga produk yang ditawarkan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?
3. Bagaimana dengan promosi yang dilakukan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?
4. Bagaimana dengan tempat yang diberikan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?
5. Bagaimana pelayanan pembiayaan yang diberikan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?
6. Bagaimana proses pembiayaan yang diberikan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro?

C. Dokumentasi

1. Sejarah berdirinya PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro
2. Visi dan Misi PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Metro, 19 Mei 2023
Peneliti



Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-4033/In.28/J/TL.01/11/2022
Lampiran :-
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
Pimpinan PT. BPRS AMAN SYARIAH
KANTOR KAS METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **REGINA PUTRI ANGGRAINI**
NPM : 1903020047
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL
EMAS PADA PT. BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS METRO

untuk melakukan prasurvey di PT. BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 25 November 2022

Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M

NIP 19920829 201903 1 007



Lampung Timur, 05 Desember 2022
No. : 029/SDI.U-BAS/2022
Lampiran : -

Kepada Yth.
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iringmulyo
Metro Timur

Perihal : **Pemberian Izin Prasurvey**

Ref : Surat IAIN No. B-4033/In.28/J/TL.01/11/2022 tanggal 25 November 2022 perihal Izin Prasurvey

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga kita senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. *Aamiin yaa Robbal'alamin.*

Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami beritahukan bahwa kami menyetujui permohonan Izin Prasurvey di Kantor Pusat PT. BPRS Aman Syariah dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, atas nama Saudara:

Nama : Regina Putri Anggraini
NPM : 1903020047
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syari'ah

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik selama ini diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. BPRS AMAN SYARIAH
Kantor Pusat



Dian Puspitasari
Kabag SDI & Umum



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1560/In.28/D.1/TL.00/05/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN PT.BPRS AMAN
SYARIAH
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1561/In.28/D.1/TL.01/05/2023, tanggal 22 Mei 2023 atas nama saudara:

Nama : **REGINA PUTRI ANGGRAINI**
NPM : 1903020047
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT.BPRS AMAN SYARIAH, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET PEMBIAYAAN CICIL EMAS (STUDI KASUS PT.BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 22 Mei 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1561/In.28/D.1/TL.01/05/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:


Nama : **REGINA PUTRI ANGGRAINI**
NPM : 1903020047
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syari`ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT.BPRS AMAN SYARIAH, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STARTEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET PEMBIAYAAN CICIL EMAS (STUDI KASUS PT.BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS METRO)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 22 Mei 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat


MUHAMMAD ADITYA PUTRA

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



Lampung Timur, 29 Mei 2023
No. : 027-3/SDI.U-BAS/2023
Lampiran : -

Kepada Yth.
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo
Kota Metro

Perihal : **Pemberian Izin Research**

Ref : Surat Nomor B-1560/In.28/D.1/TL.00/05/2023 tanggal 22 Mei 2023 perihal Izin Research

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga kita senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. *Aamiin yaa Robbal'alamin.*

Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami beritahukan bahwa kami menyetujui permohonan Izin Research di BPRS Aman Syariah dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, atas nama Saudara:

Nama : Regina Putri Anggraini
NPM : 1903020047
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syari'ah
Judul : Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Pembiayaan Cicil Emas

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. BPRS AMAN SYARIAH
Kantor Pusat



Gesang Bayu Winingsih
Kabag SDI & Umum



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

NPP: 1807062F0000001

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; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-352/ln.28/S/U.1/OT.01/05/2023**

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

Nama : REGINA PUTRI ANGGRAINI
NPM : 1903020047
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903020047

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 Mei 2023
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.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 : REGINA PUTRI ANGGRAINI
NPM : 1903020047
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **STRATEGI PEMASARAN
DALAM PENCAPAIAN TARGET PEMBIAYAAN CICIL EMAS
(Studi Kasus PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro)**

untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin**
dengan **Score 20%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 16 Juni 2023
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007



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
Tlp.(0725) 41507; Fax.(0725) 47296; Website www.syariah.metrouniv.ac.id, e-mail:
svariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Regina Putri Anggraini Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
NPM : 1903020047 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at 23/ Des 2022	1. Mengajukan proposal BAB I, II, III a. BAB I. - Latar Belakang Masalah. - Rumusan Masalah. - Tujuan dan Manfaat Penelitian. - Penelitian relevan. b. BAB II - Landasan teori c. BAB III - Metode Penelitian.	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E., Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	1 / 2023 Februari	Revisi BAB I. A). Latar Belakang : - Strategi pemasaran (S.T.P) - Pembiayaan cicil emas. - Pembiayaan Murabahah. - Profil singkat BAS kantor kas Metro. - Data Lks/Ltk yang memiliki cicil emas. - Data perkembangan nasabah. - Data realisasi Pemb. cicil emas. - Menceritakan S.T.P. Tujuan Penelitian, dibuat numerik. Revisi Manfaat Penelitian. Revisi Penelitian relevan. BAB II : A. Potensi Pemasaran - Pengertian potensi pemasaran. - Metode Analisis swot - Faktor yg mempengaruhi pemasaran	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	1 / 2023 Februari	Revisi BAB I. A). Latar Belakang : - Strategi pemasaran (S.T.P) - Pembiayaan cicil emas. - Pembiayaan Murabahah. - Profil singkat BAS kantor kas Metro. - Data Lks/Lkk yang memiliki cicil emas. - Data perkembangan nasabah. - Data realisasi Pemb. cicil emas. - Menceritakan S.T.P. Tujuan Penelitian, dibuat numerik. Revisi Manfaat Penelitian. Revisi Penelitian relevan. BAB II : A. Potensi Pemasaran - Pengertian potensi pemasaran. - Metode Analisis swot - Faktor yg mempengaruhi pemasaran	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>B. Strategi Pemasaran</p> <ul style="list-style-type: none">- Pengertian strategi pemasaran.- faktor yg mempengaruhi strategi pemasaran- Macam - macam strategi pemasaran. (bauran & step) <p>c. Akad Murabahah</p> <ul style="list-style-type: none">- Landasan hukum- Penjelasan skema pembiayaan.- Ilustrasi praktik akad murabahah <p>* Revisi footnote</p> <ul style="list-style-type: none">- halaman buku	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	21-3-2023	Ace proposal, siap diseminarkan lengkapi dokumen pendukung proposal skripsi	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	9-5-2023	perbaiki outline bab IV	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	15/05 2023	Acc Outline, Lanjutkan penulisan bab I-III	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa/Ybs,

Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19/2023 /05	ACC. APD, lanjut kan pengumpulan data.	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	17/ 05 2023	ACC BAB I - III, lanjutkan Penyusunan APD.	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin, 5 Juni 2023	<ul style="list-style-type: none">- Judul bab dan sub bab yang lebih dari 1 baris diketik 1 spasi- Penulisan footnote: font type times new roman, baris pertama masuk ke dalam beberapa ketukan seperti memulai paragraph baru pada laporan, diketik rata kanan-kiri (justify)- Bab IV diawali dahulu dengan deskripsi lokasi penelitian (profil). Profil jangan terlalu panjang, maksimal 4 halaman saja.- Pastikan APD sudah digunakan semua- Pastikan data sudah disajikan semua di bab IV dan sumbernya disebutkan di footnote- Pada bagian analisis: sandingkan atau bandingkan antara fakta lapangan dengan teori di bab II- Untuk menguji apakah analisis sudah menjawab tujuan penelitian: cek pertanyaan penelitian, lalu cari pada point analisis apakah sudah tersaji jawaban berupa uraian rinci disertai dengan argumen peneliti berdasarkan teori yang dibangun di bab II.	

Dosen Pembimbing


Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,


Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

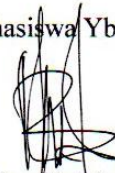
No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin, 5 Juni 2023	<ul style="list-style-type: none">- Judul bab dan sub bab yang lebih dari 1 baris diketik 1 spasi- Penulisan footnote: font type times new roman, baris pertama masuk ke dalam beberapa ketukan seperti memulai paragraph baru pada laporan, diketik rata kanan-kiri (justify)- Bab IV diawali dahulu dengan deskripsi lokasi penelitian (profil). Profil jangan terlalu panjang, maksimal 4 halaman saja.- Pastikan APD sudah digunakan semua- Pastikan data sudah disajikan semua di bab IV dan sumbernya disebutkan di footnote- Pada bagian analisis: sandingkan atau bandingkan antara fakta lapangan dengan teori di bab II- Untuk menguji apakah analisis sudah menjawab tujuan penelitian: cek pertanyaan penelitian, lalu cari pada point analisis apakah sudah tersaji jawaban berupa uraian rinci disertai dengan argumen peneliti berdasarkan teori yang dibangun di bab II.	

Dosen Pembimbing


Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,



Regina Putri Anggraini

NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
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: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 8 Juni 2023	<ul style="list-style-type: none">- Analisis dipertajam- Pastikan pertanyaan penelitian/rumusan masalah telah terjawab secara sempurna- Kesimpulan jangan bertele-tele- Saran yang lebih factual dan bisa dipraktikkan	

Dosen Pembimbing


Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,


Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 13 Juni 2023	- ACC bab IV-V, siap dimunaqosyahkan	

Dosen Pembimbing


Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,


Regina Putri Anggraini

NPM. 1903020047



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Regina Putri Anggraini Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020047 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 13 Juni 2023	- ACC bab IV-V, siap dimunaqosyahkan	

Dosen Pembimbing


Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,


Regina Putri Anggraini
NPM. 1903020047

FOTO DOKUMENTASI



Foto 1. Wawancara dengan Bapak Aditya Putra selaku Kepala Kantor Kas PT.BPRS Aman Syariah Metro



Foto 2. Wawancara dengan Bapak Bayu Pratama selaku Marketing Pembiayaan PT.BPRS Aman Syariah Metro



Foto 3. Wawancara dengan Bapak Rudi selaku Nasabah Pembiayaan Cicil Emas PT.BPRS Aman Syariah Metro



Foto 4. Wawancara dengan Ibu Kiki selaku Nasabah Pembiayaan Cicil Emas PT.BPRS Aman Syariah Metro

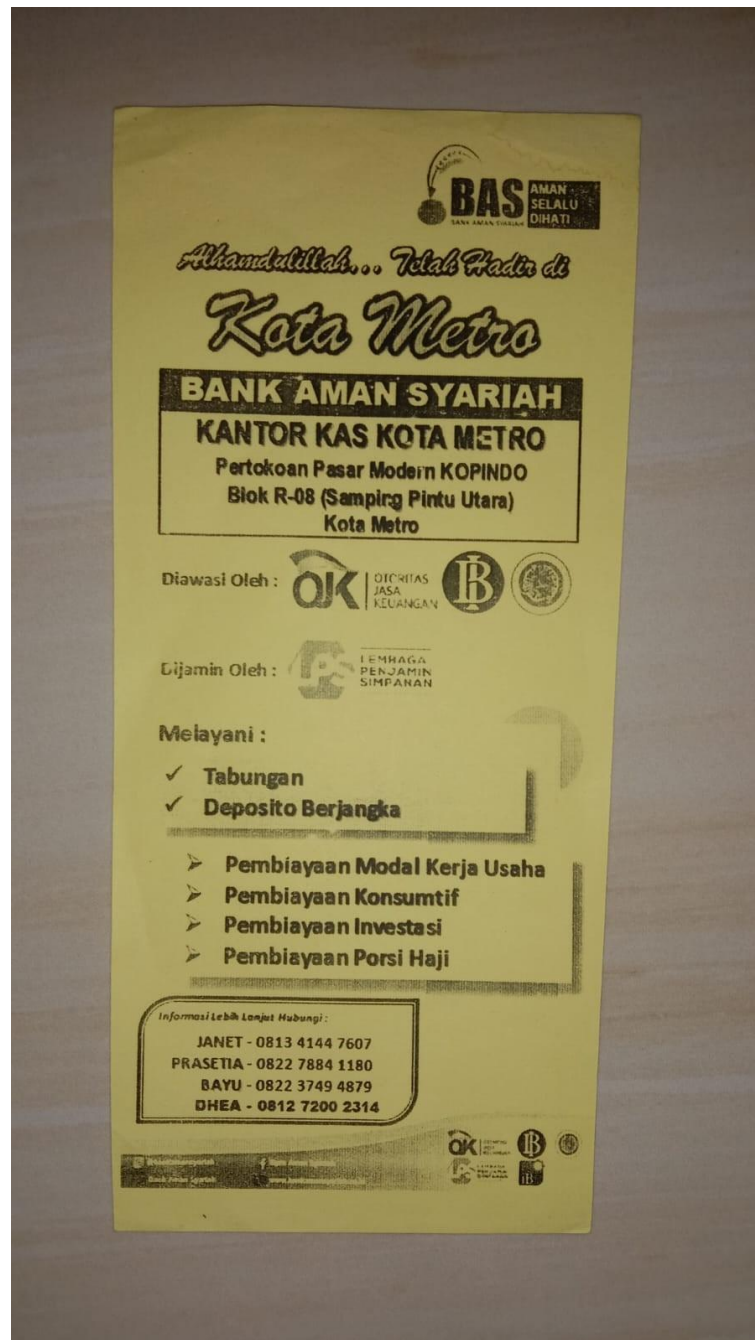


Foto 5. Brosur Produk di PT.BPRS Aman Syariah Metro

RIWAYAT HIDUP



Peneliti lahir di Kota Bumi Kabupaten Lampung Utara, Provinsi Lampung pada tanggal 16 Juni 2001, sebagai anak kedua dari pasangan Bapak Sularto dan Ibu Sri Rahayu.

Pendidikan formal yang telah diselesaikan peneliti, sebagai berikut:

1. SD Negeri 02 Negara Tulang Bawang, lulus pada tahun 2013.
2. SMP Negeri 3 Pekalongan, lulus pada tahun 2016.
3. SMK Muhammadiyah 1 Metro, lulus pada tahun 2019.

Pada tahun 2019, peneliti terdaftar sebagai mahasiswa program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro melalui jalur SPAN-PTKIN.