

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dan tabungan untuk berjaga-jaga saat kondisi mereka membutuhkan uang mendesak. Di samping itu, mereka yang mempunyai penghasilan lebih juga memiliki keinginan untuk berinvestasi yang biasanya dapat berupa tanah, bangunan atau logam mulia (emas) yang dapat menjaga harta kekayaan mereka di tengah merosotnya nilai uang. Logam mulia (emas) dipandang sebagai barang yang mempunyai harga yang bernilai dan mempunyai kualitas tinggi. Investasi logam mulia di Indonesia memang mengalami perkembangan peminat dari tahun ke tahun, karena selain lebih aman juga memiliki resiko yang tidak terlalu banyak. Pembelian emas juga melindungi dari depresiasi mata uang, karena hargaemas meningkat seiring dengan inflasi.¹

Emas masih menjadi primadona dalam berinventasi, hal ini dikarenakan investasi emas memiliki banyak kelebihan, seperti *liquid* (mudah diuangkan) dan utamanya adalah kemampuan emas dalam menaklukkan inflasi. Berapapun tingkat inflasi, harga emas akan mengikutinya.² Disaat terjadi kenaikan inflasi, nilai uang itu

¹ Frento T. Suharto.(2015). *Harga Emas Naik atau Turun Kita Tetap Untung*,Jakarta:PT.Elex Media Komputindo. hlm. 5.

² Zainudin, A. (2017). *Strategi Pemasaran Pembiayaan Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).hlm. 79

sendiri menjadi rendah. Hal ini berbanding terbalik dengan emas yang justru naik lebih tinggi harganya sehingga membuat emas semakin berharga. (Tanuwidjaja, 2009: 7).

Dengan berbagai macam aktivitas, bank tentu berupaya sangat keras dalam memuaskan keinginan masyarakat (*deficit unit*) untuk kelangsungan bisnisnya melalui aliran dana pinjaman ataupun pembiayaan. Begitu juga dengan kegiatan pengumpulan dana (*surplus unit*), bank berusaha merekomendasikan sistem yang sangat aman dalam menggabungkan dana milik masyarakat melalui berbagai macam pelayanan.³ Berdasarkan sifat pemanfaatannya, pembiayaan terbagi atas dua bagian yaitu pembiayaan bersifat produktif (pembiayaan yang diperuntukkan mencukupi keperluan produksi seperti: meningkatkan bisnis, salah satunya bisnis perdagangan, produksi maupun penanaman modal) dan pembiayaan bersifat konsumtif (pembiayaan yang ditujukan guna mencukupi keperluan konsumsi yang habis digunakan untuk mencukupi keperluan sehari-hari).⁴

Masyarakat yang ingin melakukan investasi emas di bank syariah dan unit usaha syariah, investor memerlukan biaya awal yang tidak sedikit, setidaknya untuk membeli emas 10 gram harus menyiapkan dana sebesar Rp 7.310.000. Dana tersebut akan terasa berat bagi pemula yang baru akan memulai investasi emas. Dalam mengatasi masalah tersebut BI mengeluarkan Surat Edaran BI (SE BI) Nomor 14/7/DPBS tanggal 29 Februari 2012 tentang produk *qardh* yang beragun emas bagi

³Antonio, M. S. I. (2007). *Lembaga Ekonomi Syariah*. Yogyakarta:Grahallmu. hlm. 21

⁴Syafi'i, A. M. (2001). *Bank Syariah dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani.hlm.160

bank syariah dan unit usaha syariah (UUS), BI berupaya mengurangi unsur spekulasi dan risiko atau permasalahan yang mungkin timbul dalam bisnis gadai emas dan investasi emas. Berdasarkan keputusan Bank Indonesia tersebut, investasi emas hanya dapat dilakukan di bank syariah dan unit usaha syariah (UUS).

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor : 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai menjelaskan bahwa pada cicil emas itu diperbolehkan selama emas tidak menjadi alat tukar (uang), baik melalui jual beli biasa atau jual beli *murabahah*. Dalam transaksi ini ada tiga batasan dan ketentuan sebagai berikut: (1) Harga jual tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perjanjian waktu setelah jatuh tempo, Emas yang dibeli dengan pembayaran tidak tunai boleh dijadikan jaminan, dan Emas yang dijadikan jaminan sebagaimana dimaksud dalam rangka dua tidak boleh diperjualbelikan atau dijadikan obyek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan.⁵

Bank syariah yang menawarkan pembiayaan emas salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia Kcp Palembang Jakabaring . Bank syariah Indonesia Kcp Palembang Jakabaring meluncurkan produk gadai dan cicil emas pada tahun 2018. Produk pembiayaan gadai dan cicil emas Bank Syariah Indonesia Kcp Palembang Jakabaring ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki emas batangan dengan cara cicil. Akad yang digunakan pada pembiayaan cicil emas adalah akad *murabahah* dengan jaminan diikat dengan *rahn* (gadai).

⁵ Wardhani, A. J. N., & Fanani, S. (2015). *Kesesuaian Produk Gadai Emas Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) di Bank Syariah Mandiri Surabaya*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, 2(12), 1019-1035.hlm. 1022

Tabel 1. 1 Data Jumlah Nasabah Gadai dan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.⁶

No.	Tahun	Jumlah Nasabah Gadai/ Cicil Emas
1	2018	36/28
2	2019	82/43
3	2020	105/75
4	2021	132/92

Sumber : Wawancara dengan Bapak Wahyu Robbini sebagai petugas penilaian cicil emas dan gadai emas BSI Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

Pada tabel 1.1 diatas, jumlah nasabah BSI KCP Palembang Jakabaring setiap tahunnya meningkat secara signifikan. Gadai emas secara syariah mengalami peningkatan yang sangat cepat sehingga mengakibatkan diperlukannya sosialisasi yang lebih kepada setiap instansi atau golongan masyarakat agar dapat membantu perkembangan perekonomian syariah. Produk gadai dan cicil emas merupakan produk ritel yang cukup diminati masyarakat. Menurut Hery Gunardi selaku Direktur Utama BSI (Bank Syariah Indonesia), Pembiayaan emas pada Bank Syariah Indonesia per kuartal I-2021 telah bertumbuh sebesar 38,34% dibandingkan posisi yang sama di tahun lalu, atau senilai Rp 4,35 triliun. Hingga akhir tahun 2021, Bank Syariah Indonesia telah menargetkan pertumbuhan pembiayaan emas sebesar 19,41% *year on year* (yoy). Dalam mengapai tujuan tersebut, pada tahun ini Bank Syariah Indonesia merencanakan akan membuka 127 Konter Layanan Gadai. Selain itu, Bank Syariah

⁶Data Jumlah Nasabah Gadai emas didapat melalui Wawancara langsung dengan Bapak Wahyu Robbini selaku Pawning Appraisal bagian Gadai dan Cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring pada hari Rabu, tanggal 16 Juni 2021 sekitar pukul 15.30 WIB dimana pada saat itu merupakan selesai jam kerja, bapak Wahyu menunjukkan secara langsung kepada peneliti data tersebut yang terdapat di dalam komputer kerja beliau.

Indonesia juga melakukan digitalisasi proses layanan gadai emas dan cicil emas dengancara memanfaatkan aplikasi *mobile banking* BSI, sehingga mampu memberikan kenyamanan dan kemudahan pelayanan untuk para nasabah.⁷

Tabel 1. 2 Research Gap

No.	Peneliti	Judul	Hasil Analisis
1	Meydha Nurcholis, 2016	Analisis SWOT Prospek Pembiayaan Kepemilikan Emas dan Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibubur Jakarta Timur	Strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibubur padaproduk cicil emas ialah strategi stabilitas dan strategi pertumbuhan, dimana kedua strategi ini didapat melalui analisis faktor <i>external</i> (matriks EFAS) serta faktor <i>internal</i> (matriks IFAS) perusahaan.
2	Yora Dwi Lestari Tarigan, 2019	Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan	Berdasarkan analisis data, strategi pemasaran produk Gadai Emas pada Bank Syariah Mandiri KCP Pulo Brayan dengan cara berdasarkan bauran pemasaran (marketing mix) yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi.

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber

Dari tabel 1.2 diatas, dapat dilihat bahwa dalam melakukan analisis SWOT strategi penjualan dari suatu perusahaan dapat dilaksanakan menggunakan berbagai

⁷Erling, Y. (2020). *Peran Bank Syariah Dalam Mendukung Pengembangan Industri Halal Melalui Halal Center Pada Pt Bprs Buana Mitra Perwira Purbalingga* (Doctoral Dissertation, Iain Purwokerto). hlm.14

bentuk metode salah satunya berdasarkan penelitian Meydha Nurcholis, 2016.⁸ Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan Matriks SWOT yang berupa matriks IFAS dan Matriks EFAS untuk menyimpulkan strategi yang diperlukan sedangkan pada penelitian Yora Dwi Lestari Tarigan, 2019.⁹ Penulis melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan berbagai data berdasarkan Bauran pemasaran (*marketing Mix*) yang didapat dari perusahaan.

Pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meydha Nurcholis (2016) terdapat perbedaan variabel, dimana pada penelitian terdahulu variabelnya yaitu Analisis SWOT sedangkan pada penelitian ini variabelnya yaitu Strategi Pemasaran. Adapun perbedaan dengan penelitian sebelumnya ialah terdapat pada Objek Penelitian terdahulu yaitu penelitian dilakukan di Bank Syariah Mandiri KC Cibubur Jakarta Timur, sedangkan pada penelitian ini objeknya yaitu pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

Pertumbuhan produk cicil emas BSI sudah terlihat cukup meyakinkan. Akan tetapi, saat ini terdapat banyak kegiatan usaha syariah maupun usaha rintisan (*startup*) dimulai dari pegadaian syariah, koperasi syariah hingga *marketplace* seperti bukalapak yang memiliki kesamaan produk yaitu kepemilikan logam mulia (emas). Begitu sengit persaingan dalam industri perbankan menyebabkan hampir

⁸Nurcholis, M. *Analisis swot prospek pembiayaan kepemilikan emas dan gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibubur Jakarta Timur* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah).hlm.98

⁹Tarigan, Y. D. L. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kcp. Pulo Brayan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).hlm.63

semua segmen dalam industri perbankan mengalami persaingan yang sama ketatnya. Setiap perusahaan yang berorientasi profit seperti bank maupun lembaga keuangan non bank, dituntut untuk dapat membuat strategi pemasaran dalam memberikan atau meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar sasaran perusahaan dapat tercapai. Strategi pemasaran kini dilakukan secara terpadu sebagai usaha untuk memuaskan keinginan nasabah. Secara umum strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) sangat menentukan keberhasilan dalam merebut pasar. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak bagi bank untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produk-produknya. Tetapi strategi pemasaran tidak akan optimal bila produk yang ditawarkan kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk pesaing.¹⁰ Suatu produk yang dikeluarkan pasti mempunyai keunggulan dan kelemahan. Selain itu, para pelaku bisnis juga dituntut untuk terus memanfaatkan peluang yang tersedia serta mengantisipasi ancaman-ancaman yang dapat menurunkan reputasi perusahaannya.¹¹ Untuk menilai keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut biasanya menggunakan analisis atau penelitian, hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT.

¹⁰ Hamid, L. (2003). *Jejak-jejak Ekonomi Syariah*. Senayan Abadi Publishing. hlm. 79

¹¹ Jazuli, S. (2016). *Analisis Swot strategi pemasaran produk pembiayaan pada BMT El-Syifa Ciganjur* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi). hlm. 183

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).¹² Melalui analisis SWOT ini mengusulkan bahwa masalah-masalah utama yang dihadapi dapat diisolasi melalui analisis yang teliti dari setiap unsur tersebut. Strategi tersebut kemudian dapat diformulasi untuk memusatkan perhatian pada masalah. Dalam usaha mendukung manajemen pengambilan keputusan maka analisis SWOT memiliki peran besar di dalamnya. Berbagai kalangan akademisi, praktisi, birokrat telah memercayai jika analisis dengan pendekatan SWOT telah dianggap memiliki keunggulan yang mampu memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sehingga dapat memberikan pemahaman kepada *stakeholders* yang berkeinginan menaruh simpati dalam suatu ikatan kerjasama yang saling menguntungkan.

Melihat kondisi di atas penelitian diperlukan untuk mengetahui prospek pembiayaan gadai dan cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kcp Palembang Jakabaring, Dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan gadai dan cicil emas menghadapi dua faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal bank dalam SWOT adalah meliputi kekuatan dan kelemahan Bank Syariah Indonesia Kcp Palembang Jakabaring dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan gadai dan

¹² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 18-19.

cicil emas, sedangkan factor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang. Sehubungan dengan latar belakang masalah inilah peneliti merasa tertarik untuk mengetahui dan meneliti lebih jauh mengenai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) produk pembiayaan gadai dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia Kcp Palembang Jakabaring sebagai judul Tugas Akhir yaitu “STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN GADAI DAN CICIL EMAS DENGAN METODE ANALISIS SWOT PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP PALEMBANG JAKABARING”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka didapatkan pokok rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat perkembangan produk pembiayaan gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring ?
2. Bagaimana bentuk peluang, kekuatan dan kelemahan serta ancaman pada produk pembiayaan gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring?
3. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan gadai emas dan cicil emas yang dilaksanakan Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui tingkat perkembangan produk pembiayaan gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.
2. Untuk mengetahui peluang, kekuatan dan kelemahan serta ancaman pada produk pembiayaan gadai emas dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.
3. Untuk menyusun strategi pemasaran yang dapat meningkatkan produk pembiayaan gadai emas dan cicil emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan sekurang-kurang dapat berguna dan memberikan manfaat teoritis sebagai sumbangsih pemikiran bagi dunia pemasaran dan bisnis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi akademik

Penelitian ini dapat dijadikan tambahan pengetahuan atau pemikiran untuk semua pihak yang memerlukan terutama untuk ilmu manajemen pemasaran.

b. Bagi Lembaga (Bank)

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan dan juga saran yang berguna sehingga bisa dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan putusan manajemen di masa depan.

c. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi atau pemikiran kepada para pembaca, pihak atau peneliti yang mempunyai persamaan masalah.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan, pertama tentang latar belakang masalah yang berisi alasan penelitian perlu diteliti berupa data atau fenomena dari obyek yang tentunya akan diteliti, kedua perumusan masalah penelitian. Ketiga tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas tentang teori-teori yang relevan dalam penelitian yang akan dilakukan dapat berupa definisi, konsep dan referensi hasil dari penelitian yang terdahulu. Bab ini menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti meliputi deskripsi teori, kajian pustaka, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan memberikan informasi jenis penelitian lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, variable penelitian dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang deskripsi objek penelitian, karakteristik responden, analisis data, dan interpretasi hasil sesuai dengan teknik analisis yang digunakan,serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab yang memuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan untuk penelitian selanjutnya.