

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank yang lahir dari *merger* 3 (tiga) bank syariah milik Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) yakni PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Bank tersebut diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 oleh Ir. H. Joko Widodo di Istana Negara. Secara resmi, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik.

BSI adalah usaha atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan bank syariah menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, serta *Rahmatan Lil 'Alamiin*. Dalam konteks ini kehadiran BSI menjadi sangat penting. Tidak hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam

ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah usaha mewujudkan harapan Negeri.

Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin A. Yani 2 berlokasi di wilayah Banjarmasin, yang beralamat di Jalan A. Yani No.147 C, Kebun Bunga, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin. Lokasinya strategis, dimana daerah ini merupakan pusat perkonomian Banjarmasin. Terdapat beberapa instansi pemerintahan, mall-mall, dan lembaga keuangan lainnya. Pada awalnya, kantor ini merupakan kantor BRISyariah, namun dikarenakan merger maka sekarang kantor ini dinamakan Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin A. Yani 2.

2. Visi dan Misi

Visi:

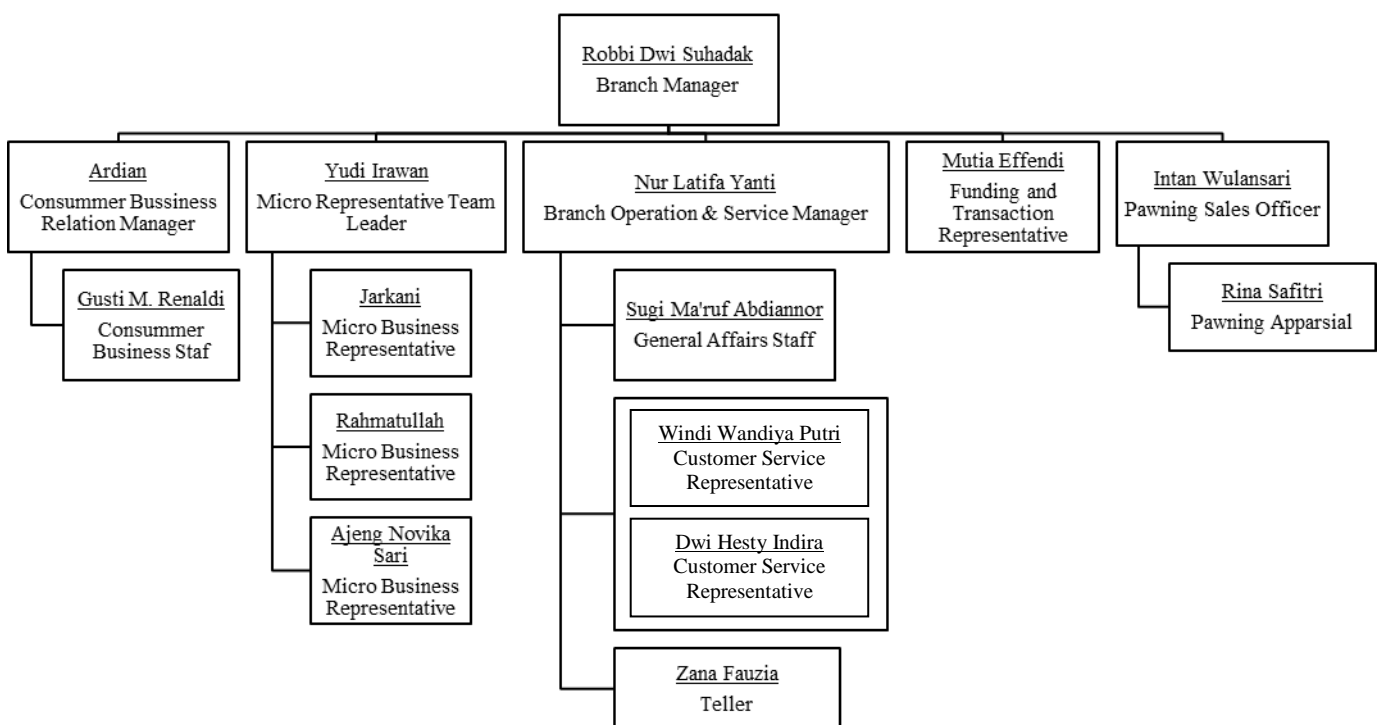
TOP 10 Global Islamic Bank

Misi:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

3. Struktur Organisasi BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2

Struktur organisasi merupakan susunan tiap bagian serta posisi yang ada dalam organisasi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Adapun struktur organisasi pada Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin A. Yani 2 yaitu sebagai berikut.



Gambar I. Struktur Organisasi
Sumber : Data diperoleh dari BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2

4. Produk Bank Syariah Indonesia (BSI)

Ada beberapa produk yang dimiliki Bank Syariah Indonesia diantaranya produk penghimpunan dana dan jasa layanan bank lainnya yaitu sebagai berikut.

a. Produk Tabungan

- 1) BSI Tabungan *Easy Wadiah*, yaitu produk tabungan yang menggunakan akad *wadiah* dimana nasabah menitipkan dananya kepada bank
- 2) BSI Tabungan *Easy Mudharabah*, yaitu tabungan yang menggunakan akad *mudharabah* dimana nasabah sebagai pemilik dana akan mendapatkan bagi hasil dari bank selaku pengelola dana.
- 3) BSI Tabungan Haji Indonesia, yaitu tabungan dalam bentuk Rupiah atau USD untuk perencanaan ibadah haji dan umrah. BSI Tabungan Haji Indonesia terbagi menjadi 2 akad yaitu BSI Tabungan Haji Indonesia Wadiah dan BSI Tabungan Haji Indonesia Mudharabah.
- 4) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia, yaitu tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang memiliki usia masih dibawah 17 tahun yang ingin mempersiapkan diri untuk menjalankan ibadah haji dan umrah. Tabungan ini menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*.
- 5) BSI Tabungan Junior, yaitu tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini.
- 6) BSI Tabungan Rencana, yaitu tabungan berjangka dengan setoran bulanan dan jangka waktu fleksibel sesuai kebutuhan

nasabah. Tabungan ini menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*.

- 7) BSI TabunganKu, yaitu tabungan dengan akad *wadiah yad dhamanah* untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank Indonesia untuk menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 8) BSI Tabungan Mahasiswa, yaitu tabungan dengan akad *wadiah* dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri/ Swasta yang berkerja sama dengan bank. Tabungan ini menggunakan akad *wadiah*.
- 9) BSI Tabungan Pensiun, yaitu tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah perorangan untuk menjadi mitra bayar dengan lembaga pengelola dana pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank.
- 10) BSI Tabungan Payroll, yaitu tabungan khusus produk turunan dari tabungan *wadiah/mudharabah* reguler yang dikhususkan untuk nasabah payroll dan Nasabah Migran.

b. Produk Giro

- 1) BSI Giro Rupiah, yaitu titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan pilihan akad *wadiah yad dhamanah* atau *mudharabah muthlaqah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan debit, cek, bilyet giro, sarana

perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang rupiah.

- 2) BSI Giro Valas, yaitu titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan akad wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang valas.

c. Produk Deposito

- 1) Deposito BSI Rupiah, yaitu investasi berjangka yang dikelola dengan akad mudharabah yang ditujukan untuk nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang rupiah.
- 2) Deposito BSI Valas, yaitu investasi berjangka yang dikelola dengan akad mudharabah yang ditunjukkan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang USD.

d. Produk Pembiayaan

- 1) BSI OTO, yaitu merupakan layanan pembiayaan yang ditawarkan oleh BSI untuk kepemilikan kendaraan(mobil baru, mobil bekas dan motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap.

- 2) BSI Mitraguna Berkah, yaitu pembiayaan multiguna tanpa agunan yang menawarkan berbagai keuntungan dan kemudahan bagi pegawai payroll di BSI.
- 3) BSI Griya, yaitu layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk ragam kebutuhan, sebagai berikut:
 - a) Pembelian rumah baru/rumah second/ruko/rukan/apartemen
 - b) Pembelian kavling siap bangun
 - c) Pembangunan/renovasi rumah
 - d) Ambil alih pembiayaan dari bank lain (*take over*)
 - e) Refinancing untuk pemenuhan kebutuhan nasabah BSI
- 4) Multiguna Hasanah, yaitu Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk:
 - a) Pembelian barang kebutuhan konsumtif seperti renovasi rumah, pembelian perlengkapan/furniture rumah, dll.
 - b) Pembelian manfaat jasa seperti wedding organizer untuk pernikahan, perawatan di rumah sakit, pendidikan, jasa travel agent, dll.
 - c) Pengalihan/pemindahan utang pembiayaan konsumtif di lembaga keuangan lain yang memiliki underlying asset
- 5) BSI KPR Sejahtera, yaitu fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hunian subsidi pemerintah dengan prinsip syariah.

6) BSI KUR Kecil, yaitu fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafon di atas Rp50 juta s.d Rp500 juta.

7) BSI Pensiun Berkah, yaitu, pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan, di antaranya sebagai berikut:

a) Pensiunan ASN & Pensiunan Janda ASN.

b) Pensiunan BUMN/BUMD.

Pensiunan & Pensiunan Janda ASN/PNS yang belum memasuki TMT Pensiun namun telah menerima SK Pensiun

8) BSI Cash Collateral, yaitu Produk pembiayaan yang dijamin dengan agunan likuid, yaitu berupa simpanan dalam bentuk deposito, gito, dan tabungan.

9) BSI Umrah, yaitu fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan pembelian jasa paket perjalanan ibadah umrah melalui Bank yang telah bekerja sama dengan travel agent sesuai dengan prinsip syariah.

e. Emas

1) BSI Gadai Emas yaitu produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

2) BSI Cicil Emas, yaitu produk di Bank Syariah Indonesia yang dapat membantu nasabah untuk memiliki emas batangan atau lantakan pembelian emas dengan angsuran tetap dan ringan tanpa risau dengan harga emas kemudian. Kepemilikan emas ini menggunakan akad *murabahah* dan pengikat agunan menggunakan akad *rahn* (gadai).

f. Digital Banking

1) BSI Mobile, yaitu aplikasi *mobile* dari Bank Syariah Indonesia yang bisa dimanfaatkan untuk bertransaksi dengan lebih mudah. BSI Mobile merupakan persembahan dari Bank Syariah Indonesia ini mempunyai banyak fitur yang bisa digunakan oleh nasabah.

2) Buka Rekening Online, yaitu layanan pembukaan rekening online melalui BSI Mobile adalah solusi untuk nasabah yang ingin membuka rekening dengan mudah tanpa harus datang ke cabang.

3) Solusi Emas, yaitu layanan digital yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk berinvestasi emas. Masyarakat dapat memilih beberapa produk yang tersedia pada layanan Solusi Emas, seperti gadai emas dan Tabungan E-mas. Tentunya semua produk bisa diakses menggunakan Smartphone milik pengguna.

- 4) BSI QRIS, yaitu layanan transaksi dengan scan kode menggunakan QR Code Indonesia Standard (QRIS) Bank Indonesia. BSI QRIS merupakan solusi pembayaran digital yang mudah dan aman.
- 5) BSI Cardless Withdrawal, yaitu solusi praktis bagi nasabah dalam melakukan penarikan uang tunai tanpa kartu. Melalui BSI Mobile, tarik tunai tanpa kartu bisa dilakukan di seluruh ATM Bank Syariah Indonesia dan Indomaret
- 6) BSI Debit Card, yaitu kartu ATM dari Bank Syariah Indonesia yang dapat digunakan untuk bertransaksi di ATM dan EDC di jaringan GPN dan International (Visa).
- 7) BSI Debit OTP, yaitu layanan transaksi berbasis kartu debit yang menggunakan kode OTP sebagai PIN dalam setiap penggunaan transaksinya.
- 8) BSI ATM CRM, yaitu ATM Setor Tarik merupakan jenis ATM untuk melayani transaksi setor tunai, tarik tunai, transfer antar bank serta transaksi pembayaran atau pembelian bagi semua Nasabah Bank Syariah Indonesia.
- 9) BSI Aisyah, yaitu Asisten Interaktif Bank Syariah Indonesia yang membantu memberikan informasi produk, layanan, dan promo terbaru dari Bank Syariah Indonesia.
- 10) BSI Net, yaitu transaksi bisnis yang lebih mudah melalui layanan BSI Net kapanpun dan dimanapun. Berbagai

kemudahan bertransaksi seperti melakukan transfer secara massal dan monitoring transaksi bisa dilakukan di BSI Net. Layanan BSI Net sudah dilengkapi dengan fitur Multi User dan Batch Transfer yang memungkinkan Nasabah bisa melakukan transfer ke banyak orang dalam satu kali transfer, ini sangat cocok bagi nasabah yang memiliki bisnis yang ingin melakukan pembayaran gaji karyawannya

- 11) BSI JadiBerkah.id, yaitu platform crowdfunding untuk Zakat, Infaq, Shodaqoh dan Wakaf secara online dalam pengelolaan Bank Syariah Indonesia.
- 12) BSI Merchant Business, yaitu EDC Bank Syariah Indonesia yang merupakan layanan yang disediakan Bank Syariah Indonesia kepada nasabah yang memiliki usaha untuk memberikan kemudahan transaksi pembayaran kartu ATM Debit kepada pelanggannya.
- 13) BSI API Platform, yaitu sebuah portal yang menyediakan layanan open banking untuk memudahkan proses integrasi antara layanan Bank Syariah Indonesia. BSI API Platform memberikan kesempatan kepada para pelaku Fintech ataupun e-commerce untuk dapat terkoneksi dengan layanan dan sistem transaksi perbankan BSI.

- 14) BSI Smart Agent, yaitu agen laku Pandai dari Bank Syariah Indonesia, fungsi Agen BSI Smart sama dengan fungsi Agen laku Pandai Bank Lain (BRI link, BNI Agen).
- 15) BSI Payment Point, yaitu layanan transaksi Payment Point di Bank Syariah Indonesia dapat dilakukan oleh nasabah di setiap outlet Bank Syariah Indonesia atau di ATM. Pembayaran dapat dilakukan melalui debit rekening maupun tunai (cash).
- 16) Deposito Mobile, yaitu layanan investasi dengan deposito di BSI Mobile kapanpun dan dimanapun tanpa perlu datang kecabang
- 17) Griya Hasanah *Online Top Up* Melalui BSI Mobile, yaitu pembiayaan dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), dalam bentuk penambahan Pembiayaan dari Pembiayaan eksisting BSI untuk tujuan konsumtif nasabah. Pembiayaan Griya Hasanah *Online Top Up* menggunakan Akad Refinancing Syariah dengan Skema *Al-Bai'* dalam rangka *Musyarakah Mutanaqishah* (MMQ).

B. Hasil Penelitian

Untuk mengetahui hasil penelitian mengenai strategi *marketing mix* terhadap produk pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin A. Yani 2, akan di paparkan dalam beberapa penyajian data dari Ibu Intan Wulansari selaku *pawning sales officer* dan Ibu Rina Safitri di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin A. Yani 2.

1. Strategi *Marketing Mix* pada Produk Cicil Emas di BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2

a. Strategi Produk

Produk BSI Cicil Emas merupakan fasilitas yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk membantu nasabah yang ingin berinvestasi atau memiliki emas dengan cara yang mudah dan menguntungkan. BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 menawarkan produk Cicil Emas sesuai standar pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) berdasarkan prinsip syariat, sehingga bagi nasabah tidak perlu ragu dalam menggunakan produk yang ditawarkan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2. Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Intan Wulansari pada tanggal 07 Mei 2023 terkait produk Cicil Emas, yang menyatakan bahwa :

“Produk Cicil emas merupakan salah satu produk inovatif dan unggul di BSI, selain Tabungan Haji yang cukup diminati masyarakat. Untuk prosesnya sendiri menggunakan akad murabahah atau jual beli, dimana pembelinya nasabah dan bank sebagai penjual, barangnya berupa emas dan kita akad kan saat tanda tangan formulir permohonan cicil emas sesuai harga yang kita sepakati, nanti kita akad kan.” (I. Wulansari, komunikasi pribadi, Mei 2023).

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapat dari Ibu Intan Wulansari menjelaskan bahwa salah satu produk inovatif dari Bank Syariah Indonesia yaitu Produk Cicil Emas yang bertujuan memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin memiliki emas dengan cara yang mudah dan menguntungkan. Selain itu,

Produk Cicil Emas memiliki berbagai keunggulan. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Intan Wulansari bahwa:

“Keunggulan Cicil emas yaitu, emas tentunya diminati masyarakat dari dulu. Karena emas produk yang paling likuid. Selain itu syarat nya sangat mudah, tidak ribet seperti pembiayaan lain, akad dan harga disepakati, biasanya satu hari selesai prosesnya. Perlu KTP NPWP dan rekening BSI. Tidak ada survei dan jaminan apa-apa, jaminannya hanya emas itu sendiri. Produk emas ini merupakan properti yg paling likuid, aman dari inflasi, resiko juga kecil. Dari zaman dulu, ibu-ibu atau nenek biasanya sering menyimpan emas karena terbukti harganya selalu naik” (I. Wulansari, komunikasi pribadi, Mei 2023).

Keterangan tambahan berasal dari *official web* (website) bahwa keunggulan produk Cicil Emas diantaranya aman karena emas akan diasuransikan, menguntungkan dengan tarif yang murah, layanan profesional dengan memberikan layanan yang terbaik, mudah, likuid atau dapat di uangkan dengan cara digadaikan untuk kebutuhan mendesak. .

b. Strategi Harga

Harga merupakan faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan nasabah. Selain itu, harga juga dapat menentukan pangsa pasar. Penentuan harga jual saat akad yang dilakukan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 pada produk Cicil Emas yang ditetapkan langsung oleh kantor pusat. Seperti halnya yang jelaskan oleh Ibu Intan Wulansari dalam wawancara menjelaskan bahwa:

“Strategi penetapan harga atau margin itu kita setiap bulannya itu dari kantor pusat, jadi yang menetapkan itu sudah dari kantor pusat yang berlaku untuk di seluruh Indonesia. Biasanya setiap *event event* tertentu kita ada

promo promo tertentu supaya marginnya itu lebih murah. Misalkan kayak kemarin kan terakhir promo Ramadan promo syawal atau nanti mungkin promo agustusan hari kemerdekaan. Kalau untuk marginnya sendiri biasanya kita kan sudah dijelaskan ya nanti saat akad tetap akan tahu berapa nih harga belinya berapa nih bank menjual ke nasabah. Jadi nasabah sudah tahu berapa margin atau keuntungan bank yang diberikan kepada nasabah, jadi kita akan jual belinya itu transparan. Berapa harga beli emasnya? Berapa bank menjual kembali kepada nasabah? Jadi berapa keuntungan atau margin yang ditetapkan kepada nasabah itu dijelaskan itu saat akad” (I. Wulansari, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, penetapan harga pada produk Cicil Emas mencantumkan harga cukup kompetitif. Dalam strategi harga, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 menentukan harga yang diberikan pada saat nasabah melakukan akad dalam membuka tabungan Cicil Emas. Berikut di bawah ini daftar harga dan simulasi angsuran BSI Cicil Emas per tanggal 14 Maret 2023.

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

BSI Cicil Emas
Investasi Emas Tanpa Harap-harap Cemas
 Spesial promo khusus untuk Walking Customer
 Miliki emas dengan angsuran tetap dan ringan, tanpa risau harga emas kemudian

Simulasi angsuran 14 Maret 2023

Besat LM (gram)	Harga Beli Emas Per Gram*	Harga Beli Emas*	Uang Muka (Rp)	Pembayaran (Rp)	Angsuran Per Bulan				
					12	24	36	48	60
5	1.026.000	5.130.000	1.026.000	4.104.000	371.304	197.968	140.632	112.304	95.333
10	1.028.000	10.280.000	2.056.000	8.224.000	736.476	393.936	279.064	222.676	189.233
25	1.021.000	25.525.000	5.105.000	20.420.000	1.828.652	979.607	692.959	552.899	469.861
50	1.018.000	50.900.000	10.180.000	40.720.000	3.646.519	1.945.480	1.381.845	1.102.548	916.961
100	1.017.000	101.700.000	20.340.000	81.360.000	7.293.613	3.891.138	2.763.175	2.205.930	1.837.081
150	1.017.000	152.550.000	30.510.000	122.040.000	10.928.929	5.836.707	4.141.462	3.304.394	2.808.122

*update harga emas sesuai web Antam/supplier emas rekanan saat akad

MARGIN SETARA 13,5%
Admin 1%

DP 20% CICILAN TETAP

Besat	1 Tahun	24 Bulan	Per Hari Tetap
5	95.333	3.178	
10	189.233	6.308	
25	469.861	15.062	
50	916.961	31.232	
100	1.837.081	62.403	
150	2.808.122	93.604	

Bank Syariah Indonesia Call 14040

Gambar II. Simulasi Angsuran BSI Cicil Emas per 14 Maret 2023

c. Strategi lokasi

Lokasi bank merupakan tempat dimana terjadinya transaksi dengan nasabah serta tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan. BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 berlokasi di Jalan A. Yani No. 147 C, Kebun Bunga, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin. Berdasarkan hasil wawancara dengan *pawning sales officer* BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2, lokasi ini cukup strategis karena mudah diakses oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi sehingga masyarakat mudah menjangkaunya. Lokasinya di pinggir jalan di tengah kota, serta dekat dengan instansi pemerintahan yang besar, pusat-pusat perbelanjaan. Sehingga secara tidak langsung masyarakat bisa mengetahui keberadaan kantor BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2. Selain itu, jalan A Yani merupakan salah satu jalan yang setiap harinya ramai kendaraan bermotor karena jalan tersebut juga menghubungkan Banjarmasin dengan kabupaten Banjar. Demikian pernyataan Ibu Intan Wulansari dalam wawancara yang memaparkan bahwa:

“Lokasinya cukup strategis karena lokasinya itu kan di pinggir jalan di tengah kota, dekat juga dengan seperti mall kemudian juga dekat dengan BPJS Kesehatan Taspen, jadi kayak instansi-instansi pemerintahan yang besar, kemudian juga pasar pasar Antasari, pasar kuripan pasar A.Yani kan keliling aja tuh jadi lokasinya cukup strategis.” (I. Wulansari, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dari strategi lokasi yang dijelaskan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa lokasi BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 ini

memiliki keuntungan yaitu berada di pusat kota dan berada di jalan utama sehingga mudah dijangkau masyarakat. Hal ini juga memudahkan nasabah untuk mendapatkan informasi tentang produk Cicil Emas.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan unsur yang penting dalam memasarkan suatu produk karena dapat mempengaruhi target pasar. Promosi adalah sebuah tindakan menginformasikan, menyebarluaskan, menawarkan, mengajak, dan mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah. Setiap bank maupun perusahaan lainnya mempromosikan semua produknya secara langsung maupun tidak langsung. Tujuan promosi agar produk makin dikenal, dekat, dan diminati konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus melakukan promosi agar produk dan bisnis mereka diketahui masyarakat. Promosi yang digunakan sebagaimana yang diungkapkan *pawning sales officer* sebagai berikut.

“Promosi yang kami lakukan dengan cara promosi melalui pamflet, brosur, stiker, spanduk-spanduk, branding di warung-warung atau ditempat-tempat strategis sebagai media promosi. Kalau di media sosial biasanya sedikit saja”(I. Wulansari, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Disamping melakukan promosi lewat iklan, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 juga melakukan promosi penjualan. Promosi penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui pemotongan harga atau hadiah

pada waktu tertentu. Sebagaimana yang diungkapkan *pawning sales officer* sebagai berikut.

“Biasanya setiap event event tertentu kita ada promo promo tertentu supaya marginnya itu lebih murah. Misalkan kayak kemarin kan terakhir promo Ramadan, promo Syawal atau nanti mungkin promo Agustusan atau hari kemerdekaan. Untuk instansi-instansi yang besar, biasanya kalau lebih dari 10 orang bisa kami diskon biaya administrasinya, yang awalnya 1% menjadi 0,5% saja” (I. Wulansari, komunikasi pribadi, Mei 2023)

BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 memberikan promosi atau diskon pada acara-acara tertentu, promosi penjualan dibuat semenarik mungkin agar nasabah tertarik untuk membeli. BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 memberikan kemudahan untuk menjadi nasabah BSI Cicil Emas dengan biaya yang terjangkau serta memberikan diskon biaya administarsi pada acara tertentu.

Sementara itu, pandangan Ibu Rina Safitri selaku *pawning apparsial* konter Layanan Emas BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 mengungkapkan bahwa:

“Biasanya jarang nasabah kesini, jadi untuk mendapatkan nasabah kami presentasi dan sosialisasi produk Cicil Emas ke berbagai instansi maupun komunitas agar dapat dikenal oleh masyarakat. Dan kita juga biasanya menggunakan sistem jemput bola atau mendatangi dan menjelaskan kepada nasabah langsung untuk mempengaruhi nasabah. Biasanya nasabah tidak mau ambil ribet, nasabah maunya tinggal tanda tangan formulir saja lagi jika persyaratan mereka sudah tercukupi” (R. Safitri, komunikasi pribadi, 3 April 2023).

Berdasarkan wawancara tersebut, pihak bank menggunakan strategi sistem jemput bola atau *personal selling*. Sistem jemput bola adalah suatu strategi yang dilakukan pihak bank dengan cara

langsung mendatangi nasabah. Sistem Jemput bola ini merupakan salah satu strategi yang efektif karena hal ini dapat memudahkan nasabah dan juga menjadi keuntungan tersendiri bagi bank.

2. Strategi *Marketing Mix* pada Produk BSI Cicil Emas di BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 dalam Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin A. Yani 2 bahwa strategi *marketing mix* produk Cicil Emas dalam perspektif ekonomi Islam adalah sebagai berikut.

“Semua produk dari BSI itu semua harus lulus dari MUI, jadi produk BSI semuanya sudah lulus, halal dari MUI, kemudian jalannya pun terus diawasi oleh DPS (Dewan Pengawas Syariah). Jadi insyaAllah produk Cicil Emas ini sesuai dengan prinsip syariah dengan akad murabahah (jual beli)”

Segala aktivitas BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 dalam memasarkan produknya menggunakan nisbah bagi hasil dan diawasi langsung oleh Dewan Pengawas Syariah, sehingga dalam memasarkan produknya maupun dari segi operasionalnya tetap terjaga kesyariahannya. Akad yang digunakan dalam produk Cicil Emas ini adalah akad *murabahah* (jual beli) dengan jaminan emas diikat dengan akad *rahn* (gadai). Penetapan harga emas yang digunakan untuk Produk Cicil Emas sebagaimana yang diungkapkan *pawning sales officer* sebagai berikut

“Untuk harga emas sendiri itu sudah dari kebijakan pusat, tugas kami hanya sebagai penyalur dan harga emas dan cicilan akan mengikuti di hari akad tanpa mengubah biaya administrasi sewaktu-waktu dan masalah margin atau keuntungan bank yang diberikan kepada nasabah, kita akan

berusaha jual belinya itu transparan. Berapa harga beli emasnya yang dibeli. Berapa bank menjual kembali kepada nasabah. Jadi berapa keuntungan atau margin yang ditetapkan kepada nasabah itu dijelaskan itu saat akad”

Dalam hal lokasi usahanya, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 memiliki lokasi yang strategis dan tidak terindikasi melanggar syariat Islam. Kedekatan perusahaan dengan pasar, lebih ditekankan oleh Islam. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Intan Wulansari selaku *pawning sales officer* bahwa:

“Lokasinya cukup strategis karena lokasinya itu kan di pinggir jalan di tengah kota sehingga memudahkan masyarakat untuk ke bank”

Pihak bank atau *pawning sales officer* juga memiliki kewajiban untuk mencari nasabah-nasabah potensial. Berbagai aktivitas promosi yang dilakukan sangat bervariasi yaitu dengan cara menyebarkan brosur, memasang spanduk dan presentasi dan bekerja sama dengan berbagai instansi dan komunitas-komunitas. Selain itu, promosi juga dilakukan menggunakan media sosial seperti *Whatsapp, Instagram, Tiktok* dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk menarik calon nasabah baru melakukan pembukaan produk Cicil Emas. Kegiatan promosi dilakukan dengan menjelaskan kepada nasabah terkait persyaratan dan ketentuan produk Cicil Emas dengan transparan, tanpa ada yang ditutup-tutupi.

“Kita juga biasanya menggunakan sistem jemput bola atau mendatangi dan menjelaskan kepada nasabah langsung untuk mempengaruhi nasabah. Kami menjelaskan sesuai dengan kondisi yang terjadi, kami adakan pendekatan-pendekatan dengan calon nasabah dan mensosialisasikan produk Cicil Emas

ini kepada mereka, kami sering melakukan presentasi ke lembaga-lembaga. Disinilah kami memberikan penjelasan secara detail tentang produk Cicil Emas sehingga tidak ada manipulasi produk dan harga.”

Strategi yang dilakukan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 pada dasarnya tidak bisa mengatur strategi harga secara keseluruhan karena hal ini ditetapkan dari kantor pusat untuk kantor cabang. Sehingga dalam pemasarannya, lebih menonjolkan pemasaran dari segi promosi. Pemasaran dari mulut ke mulut menjadi strategi yang efektif bagi bank terhadap produk pembiayaan BSI Cicil Emas. *Marketing mix* BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 telah dilakukan dengan baik, yaitu memasarkan produknya dengan cara jujur, sesuai dengan penerapan yang dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw. Karyawan tidak hanya dituntut menyelenggarakan prinsip pengelolaan usaha yang sehat, melainkan juga melaksanakan *God Corporate Governance* dengan transparansi dan akuntabilitas yang tinggi.

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi lapangan. Berikut adalah hasil analisis data akan dikaji dengan teori yang ada untuk mengetahui dan menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini.

1. Strategi *marketing mix* pada Produk BSI Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin A. Yani 2

Dalam memasarkan produk tentunya setiap bisnis berusaha yang terbaik dalam memasarkan produknya untuk mencapai tujuan yaitu meningkatkan pendapatan perusahaan. *Marketing mix* merupakan salah satu alat pemasaran yang banyak digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya. Dalam melayani pelanggan, suatu strategi pemasaran yang dilakukan melalui *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (4P) yaitu sebagai berikut.

a. Strategi Produk

Produk Cicil Emas merupakan produk pembiayaan yang menggunakan akad murabahah, dimana pihak bank membeli produk sesuai dengan permintaan nasabah kemudian produk tersebut dijual kepada nasabah dengan harga yang disesuaikan dengan profit bank. Produk Cicil Emas tersebut memiliki keunggulan yaitu emas merupakan produk yang paling likuid tentunya diminati masyarakat dari dulu. Selain itu syaratnya sangat mudah hanya perlu KTP, NPWP dan rekening BSI. Tidak ada survei dan jaminan apa-apa, jaminannya hanya emas itu sendiri. Produk Cicil Emas ini aman dari inflasi dan minim resiko. Dalam praktiknya, sebelum melakukan akad jual beli, pihak BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 membeli terlebih dahulu emas kepada supplier yang resmi seperti PT. Antam (bersertifikat) dan Toko Emas lokal yang sudah memiliki kerja

sama dengan bank, setelah itu emas yang akan ditransaksikan akan diperlihatkan kepada nasabah ketika akad dan pihak bank menjelaskan kualitas dan keunggulan produk emas yang akan diperjualbelikan.

Dalam memasarkan Produk Cicil Emas, strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk sebagai berikut:

1) Penentuan Logo

Logo merupakan simbol atau lambang yang memiliki makna tertentu. Bank Syariah Indonesia mempunyai logo yang memiliki arti dan makna yang mencerminkan Bank Syariah itu sendiri. Logo BSI secara keseluruhan bernuansa hijau dan putih dengan tulisan BSI dan bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan. Filosofi dibalik makna logo BSI tersebut, seperti bintang berwarna kuning yang melambangkan 5 (lima) sila Pancasila dan 5 (lima) rukun Islam. Tulisan BSI menjadi representasi Indonesia baik di tingkat nasional maupun di tingkat global. Pancasila dan Rukun Islam nantinya dapat menjadi pandu dalam bekerja dengan prinsip kesetaraan, kejujuran dan inovasi.

2) Menciptakan merek

Merek sering diartikan sebagai nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda suatu produk sebuah perusahaan. Merumuskan merek merupakan bagian yang penting dalam strategi produk perusahaan agar mudah dikenal dan diingat pembeli. BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2 dalam memasarkan produk Cicil Emas menggunakan kata “Cicil Emas Berkah”, hal ini dikarenakan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 berusaha memberikan solusi kepada nasabah yang ingin berinvestasi dengan cara mudah, aman dan mengharap keberkahan dari Allah SWT. Penciptaan merek agar mudah di kenal masyarakat harus mempertimbangkan faktor-faktor diantaranya yaitu mudah diingat, terkesan hebat dan modern, memiliki arti positif dan menarik perhatian masyarakat. Dilihat dari keempat faktor tersebut, produk BSI Cicil Emas sudah memenuhi kriteria.

3) Menciptakan kemasan

Kemasan harus dapat menarik perhatian secara visual, emosional dan rasional. Desain kemasan suatu produk sangat berperan dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. BSI Cicil Emas terus berinovasi menciptakan kemasan yang terbaik.

Saat ini BSI bekerjasama dengan PT. Antam Persero, Toko Emas, atau perorangan yang telah bekerja sama dengan bank. Kemasan emas yang ditawarkan bervariasi dengan tampilan yang mewah dan elegan. BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 juga pernah mengeluarkan *gift* (hadiah) yang berupa emas 0,1 gram dengan kemasan yang berlogo BSI yang memiliki ciri khas tersendiri.

4) Keputusan label

Label merupakan suatu hal yang dilekatkan pada suatu produk yang ditawarkan. BSI Cicil emas merupakan layanan jual beli emas dengan fasilitas titipan yang menabung dalam bentuk uang kemudian dikonversikan dalam bentuk saldo emas yang kemudian apabila sudah lunas maka emas dapat diserahkan kepada nasabah. Menurut *pawning sales officer*, produk Cicil Emas ini sangat cocok untuk semua kalangan yang mau berinvestasi dimasa depan dengan harga hari ini. Dalam memasarkan produk nya, BSI memberikan label kepada produk Cicil Emas ini dengan menggunakan kalimat “Investasi Emas Tanpa Harap-Harap Cemas”. Nasabah bisa memiliki emas dengan angsuran yang tetap dan ringan sesuai dengan kemampuan nasabah tanpa perlu cemas harga emas kemudian hari.

Dalam strategi memasarkan produk Cicil Emas, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 melakukan strategi produk dengan cara menampilkan mutu dari produk tersebut dan menyediakan berbagai macam pilihan emas, tidak hanya logam mulia PT Antam (bersertifikat) melainkan juga ada Emas Lokal yang belum berbentuk kepingan dengan berbagai macam pilihan gram emas. Sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. BSI Cicil emas memberikan pilihan kemudahan kepada nasabah dengan cicilan selama 12 sampai 60 bulan dengan angsuran yang tetap. Mekanisme dalam mengajukan pembiayaan Cicil Emas ini cukup mudah dibanding dengan mengajukan pembiayaan produk lain karena syarat dan ketentuan yang harus diikuti calon nasabah.

3. Strategi Harga

Harga merupakan aspek yang penting dalam pemasaran produk karena menjadi pertimbangan nasabah untuk melakukan pembelian. Apabila salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal pada produk yang ditawarkan. Penetapan harga yang diterapkan pada produk Cicil Emas memiliki nilai harga yang kompetitif tidak jauh berbeda dengan produk serupa dari bank lainnya. Harga emas yang digunakan adalah harga emas supplier dari PT. Antam pada hari yang sama.

Harga pada produk BSI Cicil Emas di BSI KCP Banjarmasin KCP Banjarmasin A. Yani 2 cukup kompetitif. Bank Syariah Indonesia menetapkan margin setara 13,5%. Untuk harga emas ditentukan waktu akad dan ketentuan nilai setoran awal, setoran bulanan ditentukan di kantor pusat. Harga beli emas dikenakan biaya administrasi 1% dari dan biaya materai Rp20.000,-. Nilai pembiayaan 80% dari harga beli dan uang muka 20% dari harga emas, cicilan tetap mulai dari Rp3.000-an perharinya dengan jangka waktu minimal 1 tahun dan maksimal 5 tahun.

Dalam strategi harga, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 melakukan penetapan harga sesuai kebijakan kantor pusat. Harga yang ditawarkan cukup kompetitif dengan produk yang serupa diperusahaan lain. Selain itu, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 sering mengadakan promosi-promosi seperti dengan cara mengurangi atau diskon pada biaya administrasi pembiayaan Cicil Emas pada acara tertentu. Dalam hal ini, strategi harga dapat menarik minat nasabah melakukan Cicil Emas di BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2.

4. Strategi Lokasi

Dalam melakukan kegiatan bisnis, perusahaan memilih lokasi untuk mendistribusikan barang atau jasa. Pemilihan lokasi yang strategis memudahkan masyarakat dalam melakukan

transaksi pada penawaran produk yang dilakukan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2. Dari strategi *marketing mix* lokasi, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 memiliki lokasi yang strategis dan memiliki keunggulan karena berada di pusat kota dan berada dikawasan jalan utama yang mudah untuk dijangkau masyarakat serta tidak jauh dari instansi dan tempat kegiatan masyarakat lainnya. Hal ini juga memudahkan nasabah untuk mendapatkan informasi tentang produk Cicil Emas.

Dapat dianalisa bahwa dalam strategi lokasi atau distribusi produk BSI Cicil Emas yang dilakukan BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2 yaitu dengan cara menawarkan langsung ke lapangan yang ditargetkan, bisa nasabah langsung yang datang ke kantor BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2 karena lokasi yang strategis. Selain itu juga, distribusi produk Cicil Emas ini dilakukan melalui seminar yang diadakan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2, membuka stand *open both* atau acara-acara tertentu. Dengan cara ini *pawning sales officer* dapat menciptakan komunikasi yang baik dengan calon nasabahnya sehingga bisa mempengaruhi calon nasabah untuk melakukan investasi Cicil Emas.

5. Strategi Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Perusahaan berusaha mengemukakan

keunggulan produk yang dijualnya untuk menarik hati nasabah. Akan tetapi, suatu hal tidak baik jika perusahaan terlalu berlebihan dalam memuji-muji produknya padahal mutu dan kualitas produk tidak sebaik yang diucapkan.

BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 melakukan kegiatan promosi produk Cicil Emas dengan cara melakukan promosi, pamflet, menyebarkan brosur, stiker, memasang spanduk-spanduk, branding di warung-warung atau ditempat-tempat strategis. Selain dilapangan, pemasar sering melakukan presentasi ke instansi-instansi pemerintahan, fakultas-fakultas, komunitas-komunitas, ibu pengajian, pengusaha, serta developer. Hal ini dilakukan agar masyarakat tertarik melakukan BSI Cicil Emas di BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2.

Dalam hal ini, promosi yang dilakukan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 untuk menarik minat masyarakat agar mau menjadi nasabah BSI pada produk Cicil Emas adalah sebagai berikut.

a. Periklanan (*advertising*)

Iklan merupakan promosi yang dilakukan berupa bentuk tayangan atau gambar yang menjadi alat utama bagi bank dalam mempengaruhi nasabahnya. Media yang digunakan oleh BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2 dalam melakukan periklanan produk Cicil Emas adalah seperti

pemasangan spanduk dilokasi yang strategis dan ramai, menyebarkan brosur di pusat perbelanjaan, di kantor atau instansi pemerintahan, serta menyebarkan pamflet ke media sosial. Selain menghemat biaya pemasaran, memasarkan produk Cicil Emas di media sosial juga memudahkan pihak marketing dalam menjangkau calon nasabah dimana pun berada.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2 melakukan pemasangan iklan melalui brosur, *billboard* yang di pasang didepan kantor sehingga banyak nasabah yang melihat dan kemudian tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Namun, promosi secara langsung atau yang dikenal sistem jemput bola juga sangat efektif dilakukan karena memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi dengan pihak bank secara langsung dan bisa menjadi keuntungan tersendiri bagi bank.

c. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan promosi yang dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan citra bank seperti mengikuti kegiatan *sponsorship*, bakti sosial, pameran, serta kegiatan amal pada suatu kegiatan. BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 melakukan kegiatan promosi

melalui kegiatan seminar-seminar, membuka stand *open booth* pada saat acara-acara tertentu. Kegiatan ini dimanfaatkan oleh pihak bank untuk menjangkau nasabah baru dan dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat agar masyarakat lebih mengenal produk unggulannya.

d. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Penjualan pribadi merupakan promosi yang dilakukan oleh karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin A. Yani 2 dalam melayani dan ikut mempengaruhi nasabah. Dalam memasarkan produk Cicil Emas tidak hanya bagian *marketing* atau *pawning sales officer* saja, melainkan semua karyawan bank juga ikut memasarkan produk Cicil Emas tersebut.

Selama menerapkan strategi pemasaran tersebut terjadi peningkatan jumlah nasabah produk Cicil Emas di BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2. Hal tersebut tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan, terutama strategi *marketing mix*. Semua elemen bauran pemasaran yang dipadukan dapat menghasilkan rencana strategis yang berjalan dengan baik dan efektif. Dalam mempromosikan produk Cicil Emas, tentunya BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 juga mempunyai pelatihan untuk pemasar. Pelatihan tersebut merupakan pelatihan khusus dari BSI yang bernama BSI University yang berpusat di Jakarta.

Pelatihannya diadakan di region/area masing-masing. Hal yang diajarkan salah satunya mengenai ilmu *marketing* yang beretika sesuai dengan syariat Islam dan bagaimana memasarkan produk BSI Cicil emas dengan memberikan informasi yang jelas, jujur tanpa harus menjelekkkan produk bank lain.

b. Strategi *Marketing Mix* pada Produk BSI Cicil Emas di BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam pemasaran syariat, produk adalah yang berdaya guna yang menghasilkan perbaikan moral, material dan spiritual bagi pelanggan. Nabi Muhammad Saw. dalam praktik elemen produk selalu menjelaskan kualitas barang yang dijualnya. Produk yang diinginkan konsumen selalu sesuai dengan barang yang diserahkan. Proses pemindahan kepemilikan produk dalam Islam bersumber dari akad, seperti jual beli, bagi hasil, sewa menyewa dan lain sebagainya.

Kebolehan adanya produk Cicil Emas juga berlandaskan sebagaimana Fatwa DSN MUI Nomor 77/DSN-MUI/V /2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai (cicil). Emas merupakan komoditas, maka boleh diperjualbelikan dengan angsuran dan margin, termasuk dengan skema murabahah. Jika emas masih dalam proses cicilan dan disimpan di BSI maka harus bisa dipastikan bahwa emas tersebut ada (wujud) dan dapat diambil oleh nasabah sesuai kesepakatan kedua belah pihak BSI harus memiliki

seungguhnya emas sebelum melakukan akad murabahah emas kepada nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, ditemukan bahwa *marketing mix* terhadap produk BSI Cicil Emas dalam perspektif ekonomi Islam adalah sebagai berikut.

1) *Pragmatism*

Pragmatism merupakan penawaran barang dan jasa yang dalam pembahasan ini disebut dengan produk. Secara garis besar bisnis yang dilakukan oleh BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 dalam pemasaran dari segi produknya sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini sejalan dengan hal yang dikemukakan oleh Al-Ukhuwa dalam Nasuka (2020) bahwa produk harus sah menurut hukum dan tidak mengganggu dan merugikan kepentingan umum dalam bentuk apapun, produk harus harta benda aktual dari pemilik, dan produk harus bisa diserahkan. Dalam memasarkan produknya, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 juga memberikan kemudahan bagi nasabahnya dengan syarat yang tidak memberatkan dengan bayar cicilan tidak harus datang ke bank tetapi sudah langsung di *debit* setiap bulannya melalui rekening mereka selama masa Cicilan masih berlangsung. Strategi *marketing mix* pada produk dapat dilihat dalam penerapan syariah sudah sesuai, produk yang ditawarkan halal dan memiliki kualitas

yang baik dapat diserahterimakan, tidak membahayakan, dan tidak melakukan kegiatan yang dilarang menurut syariat.

2) *Palliation*

Palliation merupakan biaya yang dikeluarkan oleh nasabah untuk memperoleh produk. Dalam hal ini disebut harga. Harga yang diterapkan cukup kompetitif dengan harga produk serupa di lembaga lain. Pada ekonomi Barat, ada sebuah istilah yang dikenal dengan “*skimming price*” yakni menetapkan harga setinggi-tingginya. Dalam syariat, hal tersebut tidak diperbolehkan, penetapan harga harus dalam batas-batas kelayakan. Dan tidak boleh melakukan perang harga dengan niat menjatuhkan pesaing.

BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 dalam hal harga hanya sebagai penyalur, semisal untuk tanggal 14 Maret 2023 posisi harga pergram dengan harga Rp 1.064.000 per gram dan kemungkinan akan berganti kedepannya, dengan hal ini harga cicilan akan mengikuti di hari akad tanpa mengubah biaya administrasi dan biaya asuransi sewaktu-waktu. Dengan DP 20% dan margin 13,5% (bisa berubah) dan jangka waktu 12 bulan – 60 bulan. BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 berusaha menarik minat masyarakat dengan membuat penawaran yang menarik namun tidak merusak harga pasar seperti diskon biaya administrasi dan promo pada acara

tertentu. Pada saat akad, pihak bank menjelaskan tentang harga dan margin yang diperoleh bank, berapa biaya administrasi dan biaya lainnya. Ketika nasabah sepakat dengan ketentuan dan penjelasan pihak bank, maka akad bisa dilaksanakan. Islam melarang ketidaksempurnaan pasar yang dilakukan perorangan maupun perusahaan demi mendapatkan keuntungan yang banyak. Hal tersebut muncul disebabkan ketidaksempurnaan informasi yang didapatkan nasabah. BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2 harus mengetahui harga pasaran yang berlaku sehingga dapat menjelaskan kepada nasabah harga yang akurat. Hal ini mereka lakukan dengan cara terus memperbaharui tabel atau pamflet harga emas terbaru sesuai harga pasaran agar terhindar dari manipulasi harga.

Hal ini sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam yang tidak boleh ada kecurangan, manipulasi harga, dan tidak ada harga predator karena sesuai dengan harga yang dikeluarkan oleh PT. Antam (bersertifikat). Dalam mendapatkan keuntungan juga harus memperhatikan peraturan Dewan Syariah Nasional (DSN) yang berlaku.

3) *Patience*

Patience merupakan kegiatan yang membuat produk tersedia bagi nasabah. Maksudnya *patience* merupakan distribusi yang tidak mengganggu orang lain dan tidak ada

paksaan. Dalam melakukan kegiatan bisnis, perusahaan memilih lokasi untuk mendistribusikan barang atau jasa. Pemilihan lokasi yang strategis memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi pada penawaran produk yang dilakukan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2. Dari strategi *marketing mix* lokasi, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 memiliki lokasi yang strategis dan memiliki keunggulan karena berada di pusat kota dan berada dikawasan jalan utama yang mudah untuk dijangkau masyarakat serta tidak jauh dari instansi dan tempat kegiatan masyarakat lainnya. Dalam saluran distribusi, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 menyediakan tempat yang bersih, luas, sejuk dan memberikan kenyamanan kepada nasabahnya, serta tempat parkir yang cukup luas untuk beberapa kendaraan sehingga nasabah tidak kesulitan ketika ingin menaruh kendaraannya.

Dalam hadits bahwasanya :

Ibnu Umar berkata, “*Sesungguhnya Rasulullah melarang seseorang mencegat barang dagangan sebelum tiba di pasar.*” (HR. Muslim No. 2793).

Inti dari pelarangan tersebut adalah untuk menghindarkan adanya tengkulak (perantara). Hal yang ingin ditekankan oleh Nabi Muhammad adalah dalam proses distribusi harus sesuai dengan syariat dan peraturan yang

telah disepakati bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan baik dari pihak produsen atau konsumen.

Memilih lokasi yang strategis adalah salah satu cara menerapkan prinsip kesatuan manusia karena mengandung unsur kesejahteraan dan memberi manfaat bagi nasabah. Lokasi yang strategis mudah dijangkau nasabah dan memberikan rasa aman dan nyaman karena berada di tengah keramaian sehingga aman bagi nasabah yang datang ke BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2 untuk melakukan transaksi yang di perlukan.

4) *Pertinence*

Pertinence merupakan kegiatan yang mempromosikan produk dan mendorong nasabah untuk membeli produk tersebut. Dalam hal ini *Pertinence* disebut dengan promosi. Dalam mempromosikan produknya, BSI KCP Banjarmasin A.Yani 2 melakukan pemasangan iklan melalui brosur, *billboard* yang di pasang didepan kantor, spanduk yang dipasang diwarung-warung maupun di tempat strategis. Selain itu pihak BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 juga melakukan pemasangan iklan melalui media sosial melalui Aplikasi Whatsapp, Instagram dan TikTok. Selain menghemat biaya pemasaran, memasarkan produk Cicil

Emas di media sosial juga memudahkan pihak marketing dalam menjangkau calon nasabah dimana pun berada.

Kegiatan promosi yang dilakukan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 dengan menjelaskan kepada nasabah terkait persyaratan dan ketentuan produk Cicil Emas dengan transparan, tanpa ada yang ditutup-tutupi. Rasulullah SAW. melarang banyak sumpah dalam jual beli. Ditegaskan dalam HR. Muslim sebagai berikut:

Artinya : “Jauhilah banyak sumpah dalam jual beli, karena sesungguhnya hal itu betul melariskan dagangan, akan tetapi menghapuskan keberkahan. Rasulullah SAW. sangat tidak menyenangi perkataan yang banyak menggunakan sumpah ini karena mereka bersumpah, setelah itu mereka banyak berbuat dosa.”

Dari perspektif Ekonomi Islam, promosi yang dilakukan oleh pihak BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 dalam memasarkan produk Cicil Emas secara jujur, tidak bersumpah, tidak melebih-lebihkan kualitas produk, tanpa menyinggung suku, ras, atau agama, dan tanpa mengeksploitasi perempuan untuk materi iklan. Aturan ini dimaksudkan untuk melindungi nasabah dari kesewenang-wenangan perusahaan dan juga untuk melindungi nasabah agar transaksinya mendapat berkah. Sehingga strategi promosi di BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 sudah sesuai dengan komponen pemasaran Islami.

Secara garis besar etika bisnis yang dilakukan BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 dalam pemasarannya sesuai dengan prinsip syariah. Kegiatan bisnis yang dijalankan oleh BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 juga berlandaskan pada konsep strategi pemasaran dalam Islam, antara lain:

1) Ketuhanan (*rabbaniyah*)

Dalam menjalankan usahanya, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 memiliki karakter yang Islami, mereka bekerja tidak semata karena alasan finansial, tetapi termotivasi karena pengabdian kepada Allah SWT. Nilai *rabbaniyah* merupakan satu keyakinan yang bulat bahwa setiap gerak-gerik manusia dalam pengawasan Allah SWT. Oleh karena itu, setiap manusia harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berlaku curang, memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil. Nilai *Rabbaniyah* tersebut melekat pada pribadi karyawan, sehingga dapat mengerem perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.

Selain itu juga, BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 menerapkan nilai Islam dengan melakukan kebiasaan setiap pagi sebelum melakukan pelayanan dan memasarkan Produk Cicil Emas dan Produk lainnya, mereka melakukan do'a bersama, membaca Ayat Al-Qur'an, dan sholat tepat waktu di musholla yang disediakan juga buat nasabah.

2) Etis (*akhlaqiyah*)

Etis atau *akhlaqiah* merupakan semua perilaku yang berjalan di atas norma etika yang berlaku secara umum. BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 melakukan pelayanan yang baik kepada nasabah, bersikap ramah, lemah lembut, penuh cinta dan kasih sayang, *tawadhu* (rendah hati) dan sabar. Kesabaran merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran perbankan karena menjadi dasar dalam cara komunikasi sebagai kunci diperolehnya hubungan yang baik dengan nasabah. BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 pada pengimplementasian akhlak yang baik, hal tersebut dilakukan karyawan seperti sabar menjalankan pekerjaannya menghadapi nasabah, melayani dengan baik, serta melakukan hubungan dan komunikasi yang baik terhadap nasabah. Sebagaimana hadits Nabi Muhammad SAW sebagai berikut.

“Orang mukmin yang paling sempurna imannya adalah yang paling baik akhlaknya.” (HR. Tirmidzi no. 1162. Dinilai shahih oleh Al-Albani dalam Ash-Shahihah no. 284)

3) Realistis (*Al-Waqi'iyah*)

Realistis atau *al-waqiyyah* merupakan sesuatu yang sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada, apalagi menjurus kepada kebohongan. Transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membeda-bedakan ras maupun suku. Dalam memasarkan produk Cicil Emas, BSI KCP

Banjarmasin A. Yani 2 menggunakan konsep pemasaran yang fleksibel/luwes sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah yang melandasinya. Pegawai menggunakan penampilan yang bersih, rapi, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dalam segala aktivitas pemasarannya. Mereka bekerja dengan profesional, tidak kaku, tetapi sangat fleksibel dalam bersikap dan bergaul. Mereka sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan dilingkungan yang sangat heterogen dengan beragam ras dan suku. Nabi Muhammad Saw. mencontohkan untuk bisa bersikap lebih bersahabat, santun dan simpatik terhadap saudara-saudaranya.

4) Humanistis (*insaniyyah*)

Humanistis atau *insaniyyah* artinya berperikemanusiaan dan menghormati sesama. Keistimewaan *syariah marketer* adalah sifatnya yang humanistis, syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terpelihara dan terjaga, serta sifat kemewahannya dapat terkekang dengan panduan syariah. BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 menerapkan aspek *humanistis* yakni mendengarkan dan berempati terhadap permasalahan nasabah tanpa memandang status sosial nasabah sehingga menjadikan nasabah menjadi nyaman, serta ikut dalam kegiatan berupa CSR (*Corporate*

Sosial Responsibility) yang berguna untuk membantu masyarakat sekitar. Dalam pemasarannya, mereka menggunakan strategi sistem jemput bola, datang langsung ke tempat nasabah dan menjelaskan produk Cicil Emas. Hal ini dilakukan agar para calon nasabah tidak lagi repot-repot datang ke bank hanya untuk menanyakan produk Cicil Emas.

Pada BSI KCP Banjarmasin A. Yani 2 telah menerapkan unsur *humanistis* nya, terbukti dengan kebijakan pihak bank yang memberikan solusi kepada nasabah yang kesulitan membayar Cicilan Emas dengan mengadakan musyawarah untuk mendapatkan solusi terbaik. Hal ini menunjukkan bahwa pihak bank memuliakan manusia dengan memberikan solusi dan tidak mempersulit nasabahnya