

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep Trunojoyo

Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri Keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stake holder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri Perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan terhadap inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan 32 Bank Syariah yang di miliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 pukul 13:00 WIB yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap,

jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Di
dukung sinergi dengan

perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia di dorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang di harapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di 33 Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Alamiin*).¹

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri Pada tanggal 1 Februari 2021, tiga Bank anak perusahaan BUMN itu merger secara nasional di bawah Kementerian BUMN. BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah, dari ketiga bank tersebut merger menjadi Bank Syariah Indonesia. Untuk sistemnya sendiri sudah terpisah dari masing-masing induk, yang awalnya Bank Mandiri Syariah induknya dari Bank Mandiri sudah terpisah dan sudah menjadi sendiri, Bank syariah yang besar di Indonesia. Salah satu Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Syariah Indonesia di Sumenep berada di Jl. Trunojoyo No. 214 Sumenep. BSI KCP Sumenep mulai beroperasi pada tanggal 18 Maret 2021.

Proses merger tiga Bank Syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap Bank Syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi BSI kedepannya. Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) di resmikan melalui surat yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat yang di rilis dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan Izin Usaha PT

¹ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

Bank BRI syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank.

Dengan di keluarkannya surat dari OJK ini maka semakin menguatkan posisi BSI untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep syariah dan penggabungan dari 3 Bank pembentuknya. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentu potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah yang terus di tegakan dalam prinsip ekonomi. Adanya peningkatan yang signifikan beberapa tahun terakhir terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yaitu PT Bank syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang di beri nama Bank Syariah Indonesia.

2. Visi Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
- 3) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 4) Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

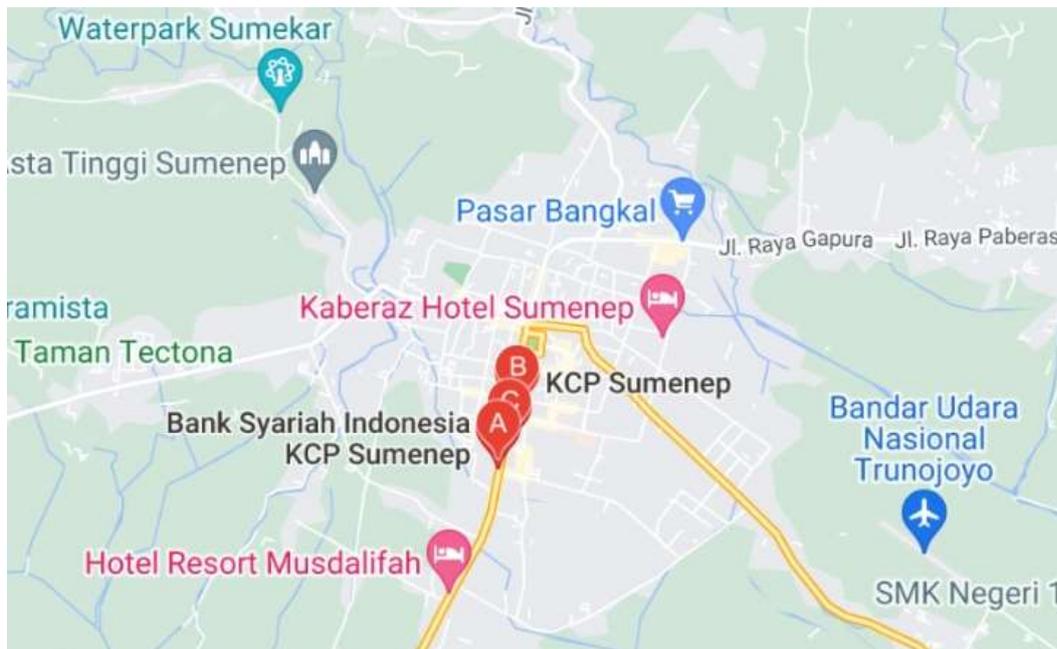
- 5) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
- 6) Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

Dalam mencapai visi dan misi BSI menjadi bank modern yang terbesar di Indonesia sekaligus memberikan kontribusi pada perekonomian bangsa dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Syariah, maka BSI berkomitmen untuk menghadirkan solusi keuangan Syariah yang lengkap kepada nasabah dan menjadi mitra finansial, mitra social serta mitra spiritual bagi masyarakat (*beyond banking*).

3. Lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep

Adapun lokasi kantor Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.1
Lokasi Kantor Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep



4. Badan hukum bank syariah Indonesia

Dalam menerapkan Tata Kelola Perusahaan, BSI mengacu pada:

- a. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas;
- b. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah;

- c. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 21/POJK.04/2015 tentang Penerapan Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka
- d. Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 32/SEOJK.04/2015 Tentang Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka
- e. Peraturan Bank Indonesia No. 11/33/PBI/2009 tentang Pelaksanaan Good Corporate Governance bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 12/13/ DPbS tanggal 30 April 2010 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah;
- f. POJK No.18/POJK.03/2014 tentang Penerapan Tata Kelola Terintegrasi Bagi Konglomerasi Keuangan
- g. Peraturan Otorisasi Jasa Keuangan No. 8/POJK.03/2014 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah;
- h. Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK) No. 10/SEOJK.03/2014 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah;
- i. Pedoman GCG Perbankan Indonesia yang dikembangkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance;

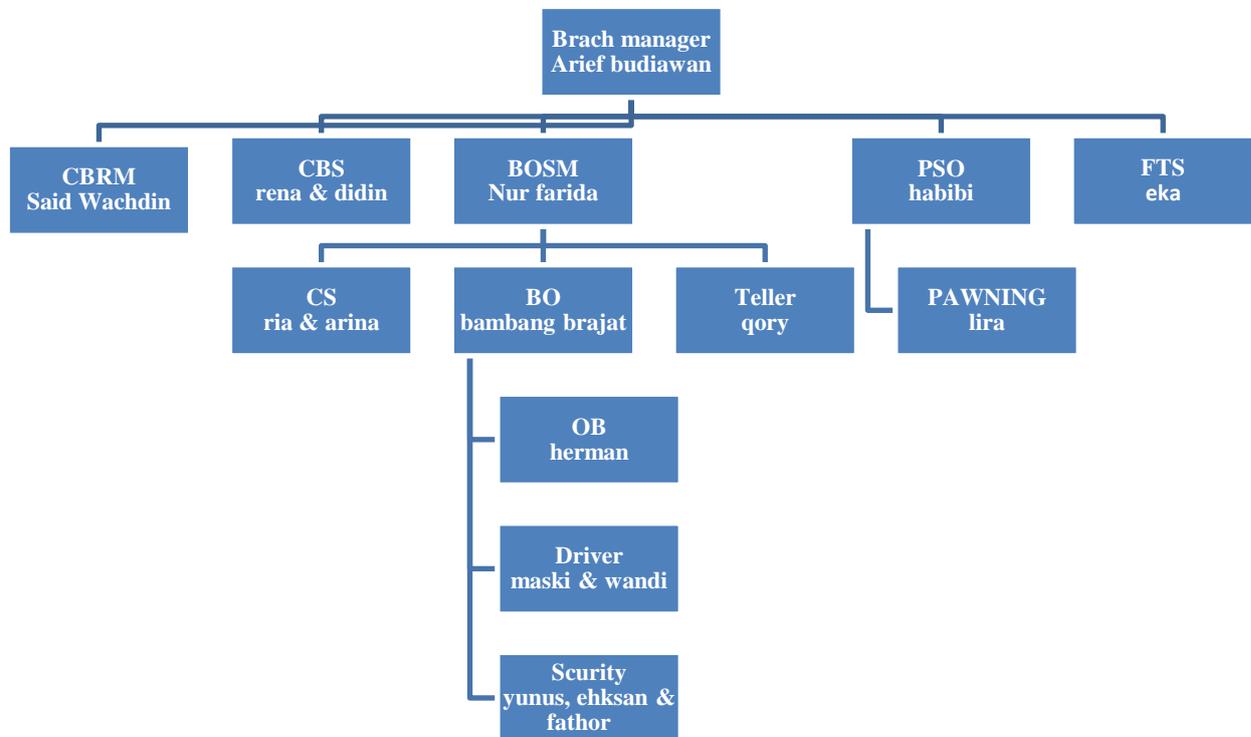
Kebijakan *Good Corporate Governance* BSI berlaku bagi seluruh organisasi dan insan BSI yang antara lain meliputi:

- a. Pedoman Umum Tata Kelola Perusahaan yang baik. Pedoman ini merupakan peraturan dan kaidah yang wajib dipatuhi seluruh jajaran internal, dan telah dilakukan pengkinian.
- b. Kode Etik (*Code of Conduct*) PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang disahkan dan disetujui oleh Dewan Komisaris dan Direksi. Kode Etik tersebut merupakan pedoman bagi setiap insan BSI untuk berperilaku secara profesional, bertanggungjawab, patut dan sesuai dengan prinsip syariah, baik dalam melakukan hubungan bisnis dengan para nasabah, rekanan, maupun hubungan dengan sesama rekan sekerja.

- c. Pedoman dan Tata Tertib Kerja Dewan Komisaris, Direksi, Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Komite-komite
- d. Kebijakan Sistem Pengaduan Pelanggaran (*Whistleblowing System*), kebijakan Manajemen Risiko dan lain sebagainya.
- e. Pedoman Pengelolaan Benturan Kepentingan yang wajib dihindari dan diungkapkan oleh seluruh insan BSI.
- f. Kebijakan Dasar Pengendalian Risywah untuk mencegah adanya konflik kepentingan dalam pelaksanaan tugas/jabatan dan membangun budaya transparansi, akuntabilitas, dan integritas bagi seluruh insan BSI.

6. Struktur organisasi

Gambar 4.2



Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Cabang Sumenep

Pada tabel diatas, pegawai yang memiliki tugas untuk memasarkan produk gadai adalah Bagian Pawning yaitu Ibu Lira. Ibu Lira disini bertugas memastikan pencapaian target bisnis Gadai Emas BSI yang telah ditetapkan meliputi: pembiayaan gadai dan *fee based income* gadai baik kuantitatif maupun kualitatif dan memastikan akurasi penaksiran barang jaminan.

7. Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan umum sama seperti bank pada umumnya, seperti menghimpun dana dalam bentuk Simpanan berupa Giro, Tabungan Deposito atau bentuk lainnya, Menyalurkan

Pembiayaan, serta jasa lainnya berdasarkan Akad atau Prinsip Syariah. Produk Dana di Bank Syariah Indonesia diantaranya yaitu:

- 1) Tabungan Easy *Wadiah*
- 2) Tabungan Easy *Mudharabah*
- 3) TabunganKu TabunganKu
- 4) Tabungan Pensiun
- 5) Tabungan Mabruur
- 6) BSI Giro
- 7) Tabungan Junior
- 8) Tabungan Simpanan
- 9) Tabungan Bisnis
- 10) Tabungan Rencana
- 11) Gadai Emas

BSI gadai emas adalah produk pembiayaan yang dikeluarkan oleh BSI sebagai salah satu alternatif untuk memperoleh uang tunai secara cepat dengan dasar jaminan berupa emas. BSI gadai emas ini merupakan salah satu produk yang paling digunakan dan diminati nasabah.

B. Paparan Data

1. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep dalam Menarik Minat Nasabah

Strategi pemasaran adalah upaya atau cara untuk memasarkan suatu produk (jasa maupun barang) yang bertujuan untuk memikat para calon konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan dengan teknik dan rencana tertentu. Strategi pemasaran termasuk hal yang penting dalam sebuah perusahaan bisnis baik itu jasa atau barang karena strategi

pemasaran tersebut memiliki fungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan baik itu harga barang atau jasa.

Sejarah adanya produk gadai di Bank Syariah Indonesia Sumenep merupakan suatu hal yang penting untuk diketahui. Peneliti ingin mengetahui terkait sejarah adanya produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia Sumenep. Dalam hal ini, peneliti mewawancarai Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager*, yaitu sebagai berikut:

“Produk gadai emas ini mbak ada sejak BSI terbentuk yaitu pada bulan Februari tahun 2021 kemaren. Jadi produk gadai ini sudah ada sekitar 2 tahun lebih di BSI ini.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa produk gadai di Bank Syariah Indonesia Sumenep ada sejak terbentuknya Bank Syariah Indonesia Sumenep yaitu pada Februari 2021. Maka dalam hal ini, produk gadai sudah beroperasi selama 2 tahun lebih di Bank Syariah Indonesia Sumenep.

Jumlah nasabah produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep perlu diketahui. Dalam hal ini peneliti mewawancarai *Customer Service* Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep mengenai jumlah nasabah produk gadai dari tahun 2021 sampai 2023 yaitu Ibu Arina sebagai berikut:

“Jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai yaitu sebanyak 2.894 nasabah yang masih aktif dihitung sampai akhir bulan Maret. Jumlah tersebut sudah dengan nasabah cicil emas, gadai emas dan tabungan emas. Pada akhir tahun 2021, jumlah nasabah produk gadai dihitung sebanyak 1.775 nasabah, nasabah tersebut sudah bergabung sebelum BSI terbentuk yaitu ketika masih Bank Syariah Mandiri yang kemudian di migrasi ke BSI. Kemudian pada akhir tahun 2022 mengalami peningkatan nasabah yaitu menjadi 2.584 nasabah. Dan di akhir bulan Maret 2023, jumlah nasabah produk gadai sebanyak 2.894 nasabah.”²

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Arina diatas, jumlah nasabah produk gadai sebanyak 2.894 nasabah yang masih aktif. Pada akhir tahun 2021, jumlah nasabah produk gadai dihitung sebanyak 1.775 nasabah, nasabah tersebut sudah bergabung sebelum BSI terbentuk yaitu ketika masih Bank Syariah Mandiri yang kemudian di migrasi ke BSI.

² Arina, *Customer Service* BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

Kemudian pada akhir tahun 2022 mengalami peningkatan nasabah yaitu menjadi 2.584 nasabah. Dan di akhir bulan Maret 2023, jumlah nasabah produk gadai sebanyak 2.894 nasabah. Jumlah tersebut termasuk cicil emas, gadai emas dan tabungan emas. Hal tersebut menjadi suatu pencapaian yang diraih oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Untuk menjawab rumusan pertama, peneliti bertanya terkait strategi *marketing mix* yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia Sumenep mengenai produk gadai yaitu sebagai berikut:

a. Strategi Produk

Bank Syariah Indonesia Sumenep merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan produk gadai di kalangan masyarakat. Produk gadai di Bank Syariah Indonesia Sumenep memiliki keunggulan yang dapat membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan produk gadai tersebut. Untuk mengetahui strategi produk yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia Sumenep, peneliti mewawancarai Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* sebagai berikut:

“Strategi produk gadai ini mbak yaitu produk gadai yang bervariasi produknya, yang pertama ada gadai emas, cicil emas, dan tabungan emas. Kalau gadai emas, nasabah menggadaikan emas yang dimiliki untuk meminjam uang ke BSI Sumenep, dimana nantinya emas tersebut dapat di tebus jika sudah jatuh tempo. Dan kalau cicil emas, nasabah yang ingin membeli emas tetapi belum bisa membelinya bisa menggunakan produk ini untuk membeli barang dengan pembayarannya sistem cicil ke BSI Sumenep. Sedangkan kalau tabungan emas, nasabah menabung ke BSI Sumenep yang dikhususkan untuk membeli emas yang nantinya ketika sudah mencapai harga emas yang diinginkan bisa membeli emas menggunakan tabungan tersebut. Jadi, dengan adanya tiga macam produk tersebut nasabah bisa memilih untuk menggunakan gadai emas yang mana.”³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Arief Budiawan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi produk gadai di Bank Syariah Indonesia Sumenep yaitu menawarkan produk dengan bervariasi yang terdiri dari tiga macam. Yang pertama yaitu gadai emas, yaitu nasabah menggadaikan emas yang dimiliki untuk meminjam uang ke BSI

³ Santi, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

Sumenep, dimana nantinya emas tersebut dapat di tebus jika sudah jatuh tempo. Yang kedua cicil emas, yaitu nasabah yang ingin membeli emas tetapi belum bisa membelinya bisa menggunakan produk ini untuk membeli barang dengan pembayarannya sistem cicil ke BSI Sumenep. Ketiga tabungan emas, yaitu nasabah menabung ke BSI Sumenep yang dikhususkan untuk membeli emas yang nantinya ketika sudah mencapai harga emas yang diinginkan bisa membeli emas menggunakan tabungan tersebut. Jadi, dengan adanya tiga macam produk tersebut nasabah bisa memilih untuk menggunakan gadai emas yang mana sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Bapak Ahmad selaku nasabah produk gadai menguatkan pernyataan Bapak Arif Budiawan diatas yaitu sebagai berikut:

“Saya kesini mau menebus emas mbak. Kalau yang saya ketahui selain gadai emas, juga ada cicil emas dan tabungan emas. Menurut saya ini bagus mbak, soalnya masyarakat dikasih pilihan untuk menggunakan gadai yang mana. Saya juga merasa terbantu dan senang dengan pilihan tersebut karena saya bisa menyesuaikan dengan kebutuhan saya waktu itu.”⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad selaku nasabah produk gadai yang menguatkan pernyataan dari Bapak Arif Budiawan, dapat disimpulkan bahwa produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep terdapat tiga macam yaitu cicil emas, gadai emas, dan tabungan emas. Nasabah yang menggunakan salah satu produk gadai di BSI KCP Sumenep ini merasa terbantu dan senang dengan adanya pilihan jenis produk tersebut. Hal ini dikarenakan, nasabah dapat memilih produk sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

b. Strategi Harga

Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan produk gadai. Sehingga BSI Sumenep harus bersaing dengan para kompetitor terutama kompetitor yang berada disekitarnya. Sebelum menggunakan produk gadai, nasabah akan melihat harga gadai tersebut. Sehingga Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep perlu

⁴ Ahmad, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

menetapkan harga yang cukup terjangkau untuk mengatasi hal tersebut. Disini, peneliti mewawancarai Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* terkait strategi harga di BSI Sumenep, yaitu sebagai berikut:

“Harga produk gadai ini hanya Rp. 4500,- per setengah gram mbak. Harga tersebut termasuk murah karena harga di kompetitor yaitu Rp. 30.000,- per bulannya. Harga yang kami tawarkan ini mbak tidak jarang adanya diskon di waktu-waktu tertentu.”⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi harga produk gadai termasuk murah yaitu Rp. 4.500,- per setengah gram. Harga tersebut merupakan harga yang relatif murah dibanding dengan harga ditawarkan oleh kompetitor yaitu Rp. 30.000,- per bulannya. Harga yang ditawarkan ini tidak jarang adanya diskon di waktu-waktu tertentu, sehingga dapat lebih mudah untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Ibu Arina selaku nasabah produk gadai BSI Sumenep memperkuat pernyataan Bapak Budiawan diatas yaitu sebagai berikut:

“Harga menggadaikan emas di BSI ini mbak Rp. 4.500,-, menurut saya ini murah karena saya pernah menggadaikan emas itu lebih mahal mbak ketimbang Rp. 4.500,-. Dan juga mbak, di BSI ini waktu saya menggadaikan emas, tidak perlu membayar uang di awal perjanjian mbak.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi produk gadai yaitu menawarkan harga yang termasuk murah dari pada para pesaing. Selain itu, produk gadai di Bank Syariah Indonesia Sumenep tidak mencantumkan uang muka pada saat nasabah bergabung untuk menggunakan produk ini. Hal ini menjadi salah satu daya tarik nasabah untuk menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia Sumenep.

c. Strategi Tempat

Suatu perusahaan pastinya akan memilih lokasi yang strategis untuk mempermudah konsumen menemukan lokasi dimana perusahaan tersebut berada. Maka dari itu, peneliti

⁵ Arief Budiawan, Branch Manager BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

mewawancarai Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* untuk mengetahui terkait strategi tempat di Bank Syariah Indonesia Sumenep yaitu sebagai berikut:

“Strategi tempat Bank Syariah Indonesia Sumenep ini yaitu BSI Sumenep berada tidak jauh dari alun-alun Sumenep. Sehingga masyarakat ataupun nasabah dapat dengan mudah menemukan kantor Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep ini. Selain itu, lokasi BSI Sumenep ini juga berada dipinggir jalan raya yaitu di Jalan Trunojoyo No. 214, sehingga dapat diketahui siapapun yang melewati jalan raya tersebut.”⁶

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi tempat Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep adalah BSI Sumenep berlokasi di Jalan Trunojoyo No. 214 yang tidak jauh dari alun-alun sumenep dan juga berada di pinggir jalan raya. Sehingga nasabah mudah untuk menuju ke kantor atau lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Bapak Azis selaku nasabah produk gadai menguatkan pernyataan diatas, yaitu sebagai berikut:

“Kantor BSI Sumenep ini menurut saya nyaman mbak soalnya ada dipinggir jalan. Tidak jauh juga dengan alun-alun. Saya merasa nyaman mbak karena tempatnya mudah dihampiri.”⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah yaitu Bapak Azis diatas, dapat disimpulkan bahwa lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep merupakan lokasi yang strategis. Hal tersebut dikarenakan lokasi BSI Sumenep tersebut berada dipinggir jalan raya dan dekat dengan alun-alun kota, sehingga nasabah dapat menemukan lokasi BSI Sumenep dengan mudah.

d. Strategi Promosi

Strategi promosi yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia Sumenep supaya banyak yang berminat untuk menggunakan produk-produk Bank Syariah Indonesia salah satunya yaitu produk gadai. Maka Bank Syariah Indonesia Sumenep perlu memiliki strategi promosi

⁶ Arief Budiawan, Branch Manager BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

⁷ Azis, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

yang baik dalam mencapai tujuan tersebut. Untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan Bank Syariah Indonesia Sumenep, peneliti mewawancarai Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager*, yaitu sebagai berikut:

“Strategi kami dalam memasarkan produk gadai yaitu dengan menyebarkan brosur baik secara *online* maupun secara langsung ke masyarakat. Selain itu, kami juga melakukan grebek pasar untuk memperkenalkan sekaligus mengajak masyarakat dalam menggunakan produk gadai ini mbak. Strategi yang kami lakukan tersebut selalu dilakukan secara maksimal.”⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Arief Budiawan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang digunakan dalam memasarkan produk gadai di Bank Syariah Indonesia Sumenep yaitu dengan cara menyebarkan brosur baik dengan cara *online* maupun *offline* atau secara langsung. Selain itu, Bank Syariah Indonesia Sumenep juga melakukan grebek pasar yaitu dengan cara memperkenalkan sekaligus mengajak masyarakat untuk menggunakan produk gadai dari Bank Syariah Indonesia Sumenep.

Ibu Arina selaku *Customer Service* menyampaikan hal yang sama terkait strategi promosi yaitu sebagai berikut:

“Untuk pemasaran produk gadai ini mbak, kami melakukan penyebaran brosur, pemasangan spanduk dan juga melakukan grebek pasar tiga kali dalam seminggu. Hal tersebut dilakukan oleh pegawai BSI Sumenep supaya dapat memaksimalkan pemasaran produk gadai tersebut mbak.”⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Arina di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu melakukan penyebaran brosur kepada para nasabah atau masyarakat, melakukan pemasangan spanduk, dan juga melakukan grebek pasar tiga kali seminggu untuk memperkenalkan produk gadai kepada para nasabah atau masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk memaksimalkan pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

⁸ Arief Budiawan, Branch Manager BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

⁹ Arina, *Customer Service* BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

Ibu Fatmawati selaku nasabah produk gadai menguatkan pernyataan diatas sebagai berikut:

“Waktu saya berjualan di pasar mbak, ada pegawai BSI mendatangi saya dan memberikan penjelasan tentang gadai di BSI sehingga saya tertarik menggunakan gadai emas di BSI tersebut mbak.

Bapak Susanto selaku nasabah produk gadai juga menguatkan pernyataan diatas, sebagai berikut:

“Saya tahu adanya pegadaian emas di BSI ini dari lembaran kertas yang dikasih waktu saya ke pasar mbak. Saya simpan soalnya saya biasa menggadaikan emas kalau hampir lebaran. Waktu saya lihat harganya itu lebih murah dari yang saya pernah gunakan, jadinya saya berniat untuk menggadaikan emas di BSI ini mbak.”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua nasabah diatas dapat disimpulkan bahwa promosi yang didapatkan oleh para nasabah yaitu penyebaran brosur dan grebek pasar. Nasabah tersebut menyimpan brosur yang didapatkan karena tertarik dengan produk gadai yang ditawarkan di brosur. Sedangkan, nasabah lainnya mendapatkan penjelasan langsung tentang gadai BSI di pasar yang dikatakan grebek pasar, sehingga nasabah tersebut tertarik dengan produk yang ditawarkan. Maka dari itu, strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu via brosur dan juga grebek pasar sangat optimal dalam menarik minat nasabah.

Peneliti juga melakukan observasi pada waktu penyebaran brosur di pasar yang bertujuan untuk menarik minat nasabah atau masyarakat dalam menggunakan produk gadai, yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.3 Penyebaran Brosur di Pasar¹¹

¹⁰ Susanto, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

¹¹ Penyebaran Brosur oleh Lira di Pasar Anom Baru Sumenep, *Observasi Langsung*, pada tanggal 17 April 2023.



Dokumen penelitian, 2023.

Berdasarkan observasi diatas, dapat dilihat bahwa pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu Lira sedang berada di pasar untuk menyebarkan brosur produk gadai Bank Syariah Indonesia. Penyebaran brosur tersebut bertujuan supaya pihak bank dapat mengenalkan produk gadai dari Bank Syariah Indonesia dengan beberapa keunggulan yang ada yang salah satunya yaitu dengan harga yang lebih murah dari perusahaan lainnya.

2. Faktor Pendukung Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep

Pada pemasaran produk gadai emas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep terdapat faktor pendukung yang dapat mendorong pemasaran tersebut terlaksana dengan baik. Faktor pendukung merupakan suatu hal yang dapat mendorong sesuatu bisa terlaksana dengan baik dan lancar. Maka dari itu, untuk mengetahui faktor pendukung terkait produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep, peneliti mewawancarai Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* sebagai berikut:

“Faktor pendukung dalam produk gadai yaitu nasabah tidak perlu memberikan surat emas kepada pihak bank. Sehingga itu mempermudah nasabah dalam menggunakan gadai emas di BSI. Makanya pihak BSI memberikan tiga jenis produk gadai yang ditawarkan kepada nasabah.”¹²

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung terkait produk gadai yaitu nasabah yang menggunakan produk gadai, tidak perlu memberikan surat emas kepada pihak bank. Sehingga hal tersebut mempermudah nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Maka dari itu, pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep memberikan tiga jenis produk gadai yang ditawarkan kepada nasabah.

Faktor pendukung terkait harga gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep, peneliti mewawancarai Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* sebagai berikut:

“Faktor pendukung terkait harga yaitu tidak ada biaya admin sehingga nasabah tidak perlu membawa uang tunai pada waktu menggadaikan emas.”¹³

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung terkait harga yaitu tidak ada uang muka di awal sehingga nasabah tidak perlu membawa uang tunai pada waktu menggadaikan emas. Hal ini akan mempermudah nasabah dalam menggunakan gaai emas di BSI KCP Sumenep.

Ibu Ainun selaku nasabah produk gadai juga menambahkan faktor pendukung terkait harga gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu sebagai berikut:

“Pendukung harganya itu mbak, selain murah juga tidak ada uang muka mbak. Makanya saya pakai produk ini mbak karena tidak ada biaya admin.”¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung terkait harga yaitu selain harga yang relatif murah, juga tidak ada uang muka diawal.

¹² Arief Budiawan, Branch Manager BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

¹³ Arief Budiawan, Branch Manager BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

¹⁴ Ainun, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (15 April 2023).

Sehingga hal tersebut menjadi pendukung harga pada nasabah yang ingin menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Bapak Arief Budiawan menyampaikan faktor pendukung terkait tempat gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu sebagai berikut:

“Pendukung terkait tempatnya itu mbak, lokasinya dekat dengan alun-alun sehingga mempermudah nasabah untuk menemukan kantor atau lokasi Bank Syariah Indonesia Sumenep ini.”¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung terkait tempat gadai yaitu tempat atau lokasi Bank Syariah Indonesia Sumenep yang strategis menjadi faktor pendukung untuk nasabah memilih produk tersebut. Dimana, tempat tersebut dekat dengan alun-alun Kabupaten Sumenep.

Ibu Nur Aini sebagai nasabah produk gadai juga menyampaikan faktor pendukung terkait promosi sebagai berikut:

“Pendukung dari promosinya itu mbak, menurut saya orang-orang yang menawarkan itu sopan, pakaiannya rapi, ramah juga mbak.”¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nur Aini diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung terkait promosi gadai yaitu pihak bank yang menawarkan gadai emas di BSI KCP Sumenep berpenampilan rapi, sopan dan ramah terhadap masyarakat. Hal tersebut menjadi faktor pendukung dalam melakukan promosi gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Ibu Ainun selaku nasabah produk gadai juga menambahkan faktor pendukung terkait promosi gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu sebagai berikut:

“Pelayanan yang diberikan sangat baik mbak sehingga saya nyaman untuk menggunakan produk ini berkali-kali.”¹⁷

¹⁵ Arief Budiawan, Branch Manager BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

¹⁶ Nur Aini, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (15 April 2023).

¹⁷ Ainun, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (15 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dari pihak nasabah yaitu pelayanan yang diberikan kepada para nasabah sangat baik, sehingga hal tersebut dapat membuat nasabah nyaman dalam menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Peneliti juga melakukan observasi pada saat nasabah mengantri untuk menebus barang yang digadaikan, yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.4
Nasabah Mengantri untuk Menebus Barang Gadai¹⁸



Dokumen penelitian, 2023.

Tampak pada gambar 4.3 diatas, peneliti melakukan observasi pada saat mengantri untuk menebus barang yang digadaikan. Nasabah tersebut menebus barangnya sebelum jatuh tempo. Hal ini merupakan suatu hal yang baik terutama bagi pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. Ibu Santi selaku nasabah ini mengantri sejak pukul 07.30 WIB.

3. Faktor Penghambat Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep

¹⁸ Antrian Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Observasi Langsung*, pada tanggal 17 April 2023.

Faktor penghambat merupakan hal yang dapat menghambat sesuatu sehingga tidak dapat terlaksana dengan baik atau mempersulit untuk dapat terlaksana. Maka dari itu, untuk mengetahui faktor penghambat terkait produk gadai, peneliti mewawancarai Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* sebagai berikut:

“Faktor penghambat terkait produk gadai yaitu produk gadai yang ditawarkan juga terdapat di perusahaan lain atau kompetitor terutama kompetitor yang ada di sekitar Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. Karena perusahaan yang menawarkan produk gadai tersebut bukan hanya di BSI saja.”¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat terkait produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu banyak kompetitor yang juga menawarkan produk gadai. Hal tersebut menyebabkan Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep harus lebih memaksimalkan pemasaran yang akan dilakukan untuk lebih banyak menarik nasabah untuk menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Ibu Nabila sebagai nasabah menyampaikan faktor penghambat terkait harga gadai sebagai berikut:

“Penghambat harganya itu mbak, meskipun harganya murah tapi saya sendiri kadang lupa untuk menebus barang saya mbak, sehingga diperpanjang secara otomatis oleh pihak bank.”²⁰

Ibu Ismi sebagai nasabah produk gadai juga menyampaikan hal yang sama yaitu sebagai berikut:

“Saya pernah menebus emas saya lewat dari waktu yang sudah ditentukan mbak. Hal ini memang kesalahan saya karena tidak ingat dan malah menunda untuk menebus emas ketika sudah punya uang.”²¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah produk gadai Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat terkait harga gadai yaitu

¹⁹ Arief Budiawan, Branch Manager BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

²⁰ Nabila, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (15 April 2023).

²¹ Ismi, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (15 April 2023).

meskipun harganya murah, masih ada nasabah yang tidak menebus barang yang digadaikannya tepat waktu atau sesuai dengan waktu tempo yang ditentukan dengan alasan tidak ingat atau menunda untuk menebus barang ketika sudah dapat menebus barang tersebut. Hal tersebut menyebabkan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep harus memperpanjang waktunya.

Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* juga menyampaikan faktor penghambat terkait tempat gadai Bank Syariah Indonesia Sumenep sebagai berikut:

“Faktor penghambat terkait tempatnya yaitu tempat parkirnya masih kurang luas mbak, sehingga di depan kantor terkadang full dengan parkir sepeda motor baik milik nasabah maupun pegawai BSI. Selain itu, di lokasi yang sama terdapat kompetitor yang memiliki lokasi dekat dengan kantor BSI Sumenep ini mbak, jadi itu juga menjadi penghambat dalam pemasaran produk gadai.”²²

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat terkait tempat gadai yaitu tempat parkir yang masih kurang luas, sehingga di depan kantor Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep terkadang full dengan parkir sepeda motor baik milik nasabah maupun pegawai BSI. Selain itu, di lokasi yang sama terdapat kompetitor yang memiliki lokasi dekat dengan lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep ini, sehingga hal tersebut menjadi salah satu penghambat dalam pemasaran produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Bapak Arief Budiawan selaku *Branch Manager* menyampaikan faktor penghambat terkait promosi gadai sebagai berikut:

“Kalau penghambat promosinya itu mbak, BSI Sumenep ini lebih memaksimalkan promosi manual. Sehingga kurangnya mempromosikan produk gadai melalui media *online*.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat terkait promosi gadai yaitu kurangnya melakukan promosi melalui media *online* sehingga

²² Arief Budiawan, Branch Manager BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (14 April 2023).

pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep harus memaksimalkan promosi secara langsung atau manual. Hal ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam menjalankan promosi produk gadai Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Ibu Ainun selaku nasabah produk gadai menyampaikan sebagai berikut:

“Yang saya ketahui itu mbak kalau mengenai promosinya, belum menemukan faktor penghambatnya apa.”²³

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat terkait promosi gadai yang disampaikan oleh nasabah bahwa pihak nasabah belum menemukan faktor penghambat terkait promosi produk gadai yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

C. Temuan Penelitian

Data yang disajikan oleh peneliti merupakan data yang didapatkan selama melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. Dimana, data tersebut diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Pemaparan mengenai hasil temuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep dalam Menarik Minat Nasabah

Strategi pemasaran produk gadai yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep dalam Menarik Minat Nasabah diantaranya sebagai berikut:

- a. Produk gadai di Bank Syariah Indonesia Sumenep ada sejak terbentuknya Bank Syariah Indonesia Sumenep yaitu pada Februari 2021.
- b. Jumlah nasabah produk gadai sebanyak 2.894 nasabah. Tahun 2021 sebanyak 1.775 nasabah, tahun 2022 sebanyak 2.584 nasabah dan tahun 2023 sebanyak 2.894 nasabah.

²³ Ainun, Nasabah Produk Gadai BSI KCP Sumenep, *Wawancara Langsung* (15 April 2023).

- c. Strategi produk yang diberikan oleh BSI KCP Sumenep yaitu produk gadai di BSI KCP Sumenep memiliki variasi produk yang terdiri dari cicil emas, gadai emas, dan juga ada tabungan emas sehingga nasabah memiliki pilihan dalam menggunakan produk tersebut.
- d. Strategi harga yang diberikan oleh BSI KCP Sumenep termasuk murah yaitu harga produk gadai Rp. 4.500,- per setengah gram dibanding dengan harga ditawarkan oleh kompetitor yaitu Rp. 30.000,- per bulannya.
- e. Strategi tempat BSI KCP Sumenep yaitu di Jalan Trunojoyo No. 214 yang merupakan strategis karena tidak jauh dari alun-alun Sumenep dan juga berada di pinggir jalan raya.
- f. Strategi promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Sumenep yaitu penyebaran brosur baik dengan cara *online* maupun *offline* atau secara langsung, grebek pasar tiga kali seminggu.

2. Faktor Pendukung Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep

Faktor pendukung pemasaran produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep diantaranya sebagai berikut:

- a. Faktor pendukung terkait strategi produk yaitu nasabah tidak perlu memberikan surat emas kepada pihak bank. Sehingga itu mempermudah nasabah dalam menggunakan gadai emas di BSI. Makanya pihak BSI memberikan tiga jenis produk gadai yang ditawarkan kepada nasabah.
- b. Faktor pendukung terkait strategi harga yaitu selain harga yang relatif murah, juga tidak ada uang muka diawal.
- c. Faktor pendukung terkait strategi tempat yaitu tempat yang strategis yaitu di Jl. Trunojoyo no. 214 (dekat alun-alun) juga menjadi faktor pendukung untuk nasabah memilih produk tersebut.
- d. Faktor pendukung terkait strategi promosi yaitu pihak bank yang menawarkan gadai emas di BSI KCP Sumenep berpenampilan rapi, sopan dan ramah terhadap masyarakat. Selain

itu, pelayanan yang diberikan kepada para nasabah sangat baik, sehingga hal tersebut dapat membuat nasabah nyaman dalam menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

3. Faktor Penghambat Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep

Faktor penghambat pemasaran produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep, diantaranya sebagai berikut:

- a. Faktor penghambat terkait strategi produk yaitu banyak kompetitor yang juga menawarkan produk gadai.
- b. Faktor penghambat terkait strategi harga yaitu meskipun harganya murah, masih ada nasabah yang tidak menebus barang yang digadaikan sesuai dengan waktu tempo yang ditentukan.
- c. Faktor penghambat terkait strategi lokasi yaitu tempat parkir yang masih kurang luas dan terdapat kompetitor yang memiliki lokasi berdekatan dengan BSI Sumenep, hal tersebut menjadi salah satu penghambat dalam pemasaran produk gadai.
- d. Faktor penghambat terkait strategi promosi yaitu kurangnya melakukan promosi melalui media *online* sehingga pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep harus memaksimalkan promosi secara langsung atau manual.

D. Pembahasan

Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti telah selesai dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, maka tahap berikutnya yaitu peneliti akan melakukan analisa tentang data yang didapatkan dari paparan data dan temuan penelitian yang akan dilakukan pembahasan sesuai dengan fokus penelitian. Berikut ini pembahasan dalam penelitian ini:

1. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep dalam Menarik Minat Nasabah

Strategi pemasaran ialah suatu bentuk kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pelaku usaha sehingga dapat berkesinambungan dan mendapatkan keuntungan. Maka dari itu strategi pemasaran memiliki peran yang penting bagi keberhasilan perusahaan. Dan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran haruslah lebih dulu meninjau serta mengembangkan suatu pasar dan lingkungan sekitar yang dimaksud.²⁴

Marketing mix merupakan suatu hal yang dilakukan secara bersamaan di antara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain. *Marketing mix* terdiri dari strategi produk, harga, tempat dan promosi.²⁵

Strategi produk yang dicantumkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep menawarkan produk gadai dengan bervariasi yang terdiri dari cicil emas, gadai emas, dan tabungan emas. Yang pertama yaitu gadai emas, yaitu nasabah menggadaikan emas yang dimiliki untuk meminjam uang ke Bank Syariah Indonesia Sumenep, dimana nantinya emas tersebut dapat di tebus jika sudah jatuh tempo. Yang kedua cicil emas, yaitu nasabah yang ingin membeli emas tetapi belum bisa membelinya bisa menggunakan produk ini untuk membeli barang dengan pembayarannya sistem cicil ke BSI Sumenep. Ketiga tabungan emas, yaitu nasabah menabung ke BSI Sumenep yang dikhususkan untuk membeli emas yang nantinya ketika sudah mencapai harga emas yang diinginkan bisa membeli emas menggunakan tabungan tersebut.

Adanya pilihan tersebut menjadi daya tarik kepada nasabah maupun masyarakat untuk menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep karena kompetitor

²⁴ Augusti Gesta Nabila, Antje Tausela, "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika", *Jurnal Kritis*, Vol. 5 No. 2 (Oktober 2021)., 21.

²⁵ Ita nurcholifah, "Strategi Marketing Mix dalam perspektif syariah", *jurnal katuhulistiwa* Vol. 4 No. 1 (Maret 2014)., 79

lainnya tidak menawarkan produk yang sama yaitu produk gadai dengan beberapa pilihan. Dan adanya pilihan tersebut, nasabah akan menyesuaikan kebutuhannya dalam memilih jenis produk gadai tersebut. Selain itu, hal tersebut akan memberikan rasa nyaman kepada nasabah karena dapat memilih sesuai kebutuhannya. Maka dari itu, nasabah yang menggunakan salah satu produk gadai di BSI KCP Sumenep ini merasa terbantu dan senang dengan adanya pilihan jenis produk tersebut. Hal ini dikarenakan, nasabah dapat memilih produk sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Strategi harga produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep termasuk murah yaitu Rp. 4.500,- per setengah gram. Harga tersebut merupakan harga yang relatif murah dibanding dengan harga ditawarkan oleh kompetitor yaitu Rp. 30.000,- per bulannya. Harga yang kami tawarkan ini tidak jarang adanya diskon di waktu-waktu tertentu, sehingga dapat lebih mudah untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Strategi harga gadai yang diberikan merupakan suatu cara untuk menarik nasabah dengan memberikan harga yang relatif murah dibanding dengan kompetitor lainnya. Sehingga dengan harga yang lebih murah tersebut, nasabah akan lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Strategi tempat Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu berlokasi di Jalan Trunojoyo No. 214. Lokasi tersebut tidak jauh dari alun-alun sumenep dan juga berada di pinggir jalan raya. Sehingga dengan hal tersebut dapat mempermudah nasabah menemukan kantor atau lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. Selain itu juga dapat diketahui oleh siapapun yang melewati Jalan Trunojoyo No. 214 tersebut. Maka dari itu, lokasi kantor Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep ini dapat dikatakan strategis karena mudah dijangkau oleh nasabah ataupun masyarakat umum.

Strategi promosi yang digunakan untuk menarik minat nasabah supaya menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu yang pertama dengan cara menyebar brosur kepada para nasabah dan masyarakat baik dengan cara *online* maupun *offline* atau secara langsung. Penyebaran brosur ini dilakukan di kantor Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep ketika nasabah melakukan transaksi di kantor tersebut. Brosur tersebut nantinya diberikan oleh pihak bank. Selain itu, brosur juga disediakan di ruangan kantor, sehingga nasabah bisa mengambil brosur tersebut ketika perlu. Brosur produk gadai ini juga disebar di pasar-pasar guna memaksimalkan promosi, dan juga di pasar tersebut pastinya terdapat banyak masyarakat yang biasa menggunakan produk gadai.

Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep juga melakukan grebek pasar tiga kali seminggu yaitu dengan cara memperkenalkan sekaligus mengajak masyarakat untuk menggunakan produk gadai dari Bank Syariah Indonesia Sumenep. Grebek pasar ini juga dapat dilakukan dengan menyebarkan brosur kepada masyarakat. Tujuan dari grebek pasar ini yaitu supaya dapat lebih dekat dengan masyarakat, dan lebih mudah untuk mengajak menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. Sehingga, strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu via brosur dan juga grebek pasar sangat optimal dalam menarik minat nasabah.

Jumlah nasabah produk gadai sebanyak 2.894 nasabah yang masih aktif. Pada akhir tahun 2021, jumlah nasabah produk gadai terhitung sebanyak 1.775 nasabah, nasabah tersebut sudah bergabung sebelum BSI terbentuk yaitu ketika masih Bank Syariah Mandiri yang kemudian di migrasi ke BSI. Kemudian pada akhir tahun 2022 mengalami peningkatan nasabah yaitu menjadi 2.584 nasabah. Dan di akhir bulan Maret 2023, jumlah nasabah produk gadai sebanyak 2.894 nasabah. Jumlah tersebut termasuk cicil emas, gadai emas dan tabungan emas. Hal tersebut menjadi suatu pencapaian yang diraih oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Maka dari pembahasan diatas, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep merupakan suatu cara untuk menarik minat nasabah supaya menggunakan produk gadai yang ditawarkan. Terdapat strategi pemasaran yang tidak dilakukan oleh kompetitor lainnya yaitu memberikan pilihan produk gadai kepada nasabah. Sehingga hal tersebut menjadi hal yang paling unggul dalam strategi pemasaran produk gadai. Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep dapat menjadikan strategi tersebut senjata utama untuk memasarkan produk gadai dipasaran.

2. Faktor Pendukung Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep

Pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.²⁶ Pada pemasaran produk gadai emas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep terdapat faktor pendukung yang dapat mendorong pemasaran tersebut terlaksana dengan baik. Faktor pendukung merupakan suatu hal yang dapat mendorong sesuatu bisa terlaksana dengan baik dan lancar.

Adapun faktor pendukung terkait strategi produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu nasabah tidak perlu memberikan surat emas kepada pihak bank. Sehingga itu mempermudah nasabah dalam menggunakan gadai emas di BSI. Makanya pihak BSI memberikan tiga jenis produk gadai yang ditawarkan kepada nasabah.

Faktor pendukung terkait strategi harga gadai yaitu selain harga produk gadai yang termasuk murah dibandingkan dengan perusahaan lain, juga tidak ada uang muka diawal. Sehingga hal tersebut akan mempermudah nasabah untuk menggunakan produk gadai BSI. Selain itu juga akan menimbulkan kenyamanan bagi nasabah dalam menggunakan produk ini.

²⁶ Nurul Huda, dkk. *pemasaran syariah teori dan aplikasi*, (Depok: Kencana, 2017). 3-4.

Adapun faktor pendukung terkait strategi tempat gadai yaitu tempat atau lokasi Bank Syariah Indonesia Sumenep yang strategis menjadi faktor pendukung untuk nasabah memilih produk tersebut. Dimana, tempat tersebut dekat dengan alun-alun Kabupaten Sumenep.

Faktor pendukung terkait strategi promosi gadai yaitu pihak bank yang menawarkan gadai emas di BSI KCP Sumenep berpenampilan rapi, sopan dan ramah terhadap masyarakat. Hal tersebut menjadi faktor pendukung dalam melakukan promosi gadai di Bank Syariah Indonesia Sumenep. Selain itu, faktor pendukung dari pihak nasabah yaitu pelayanan yang diberikan kepada para nasabah sangat baik, sehingga hal tersebut dapat membuat nasabah nyaman dalam menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Maka dari pembahasan mengenai faktor pendukung diatas, dapat disimpulkan bahwasanya faktor pendukung strategi pemasaran produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep akan memberikan dampak yang sangat baik kepada BSI Sumenep tersebut. Hal itu dapat dilihat dari nasabah yang memberikan dukungan kepada BSI Sumenep, dalam bentuk kenyamanan yang akhirnya memberikan tindakan yang baik kepada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

3. Faktor Penghambat Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep

Pemasaran menjadi salah satu bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan pihak konsumsi. Strategi pemasaran ialah suatu logika pemasaran yang mana di unit bisnis berharap untuk menciptakan akan nilai dan dapat memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan pihak konsumen.²⁷

Adapun faktor penghambat terkait strategi produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu banyak kompetitor yang juga menawarkan produk gadai. Hal tersebut

²⁷ Marisa Grace Haque-Fawzi, dkk, *Strategi Pemasarankonsep, Teori Dan Implementasi*, (Tanggerang Selatan: Pascal Book, 2021)., 9-10.

menyebabkan Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep harus lebih memaksimalkan pemasaran yang akan dilakukan untuk lebih banyak menarik nasabah untuk menggunakan produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Faktor penghambat terkait strategi harga gadai yaitu meskipun harganya murah, masih ada nasabah yang tidak menebus barang yang digadaikannya tepat waktu atau sesuai dengan waktu tempo yang ditentukan dengan alasan tidak ingat atau menunda untuk menebus barang ketika sudah dapat menebus barang tersebut. Hal tersebut menyebabkan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep harus memperpanjang waktunya.

Adapun faktor penghambat terkait strategi tempat gadai yaitu tempat parkir yang masih kurang luas, sehingga di depan kantor Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep terkadang full dengan parkir sepeda motor baik milik nasabah maupun pegawai BSI. Selain itu, di lokasi yang sama terdapat kompetitor yang memiliki lokasi dekat dengan lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep ini, sehingga hal tersebut menjadi salah satu penghambat dalam pemasaran produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Faktor penghambat terkait strategi promosi gadai yaitu kurangnya melakukan promosi melalui media *online* sehingga pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep harus memaksimalkan promosi secara langsung atau manual. Hal ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam menjalankan promosi produk gadai Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. Sedangkan, dari pihak nasabah belum menemukan faktor penghambat terkait promosi produk gadai yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Maka dari pembahasan mengenai faktor penghambat diatas, dapat disimpulkan bahwasanya faktor penghambat strategi pemasaran produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep akan memberikan dampak yang buruk kepada BSI Sumenep tersebut. Hal itu dapat dilihat dari nasabah yang tidak memberikan dukungan kepada BSI Sumenep seperti tidak menebus barang gadai yang menunjukkan kurangnya tanggung jawab jadi pihak nasabah.