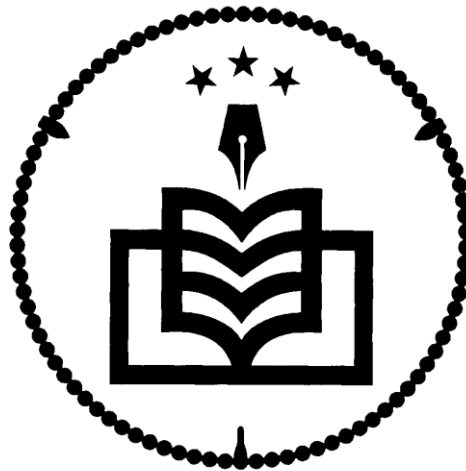


**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN AKAD *MURABAHAH* PADA  
PRODUK CICIL EMAS DI BSI KC. BASUKI RAHMAT SURABAYA  
SKRIPSI**



**INSTITUT AL FITHRAH (IAF) SURABAYA**

**Oleh:**

**Abd Rohman Wahed**

**NIM: 202012131110**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AL FITHRAH SURABAYA**

**2024**

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN AKAD *MURABAHAH* PADA  
PRODUK CICIL EMAS DI BSI KC. BASUKI RAHMAT SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam  
Institut Al Fithrah Surabaya untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh Sarjana  
Strata (S-1) dalam program studi Perbankan Syariah**

**Oleh :**

**ABD ROHMAN WAHED**

**NIM: 202012131110**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AL FITHRAH SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abd Rohman Wahed  
Nim : 202012131110  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya”** adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian, dalam bentuk jurnal, *working paper*, atau bentuk lain. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penelitian.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas

Surabaya, 18 Juli 2024



Abd Rohman Wahed

202012131110

## PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad *Murabahah* Pada Produk Cicil Emas DI BSI KC Basuki Rahmat Surabaya” yang di tulis oleh Abd Rohman Wahed ini telah di uji pada tanggal

Tim penguji :

1. H. SUBAS, S.E. Ak., M.M (Ketua/Penguji)
2. H. FARUK, B.Sc.,M.E (Sekretaris/Penguji)
3. Moh.Arifin,S.E., M.SEI (Penguji Utama)



Surabaya, 21 Agustus 2024

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dekan,



Dr. H. NUR KHOLIS, L.c., M.H.I.

FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AL FITHRAH (IAF)  
SURABAYA

## MOTTO

“Keberhasilan akan membuahkan hasil jika kita bersabar, berusaha dan berikhtiar”

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۗ

Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

## ABSTRAK

Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad *Murabahah* Pada Produk Cicil Emas Di BSI KC.

Basuki Rahmat Surabaya.

Oleh :

Abd Rohman Wahed (202012131110)

Latar belakang dari penelitian ini adalah Akibat ketatnya persaingan didunia perbankan syariah, keadaan Bank Syariah KC. Basuki Rahmat saat ini memiliki banyak pesaing bank, baik bank syariah maupun bank tradisional yang berdampak pada pendapatan atau omset bank akan terjadi peningkatan jumlah nasabah bank. Oleh karena itu, pihak BSI KC. Basuki Rahmat dituntut untuk memperluas pemasaran agar tidak kalah dengan pihak bank lain. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan kendala yang dialami pada 2P (*Product* dan *Price*) pembiayaan akad *murabahah* pada produk cicil emas di BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian (*field research*) dimana penulis akan berintraksi secara langsung di lingkungan penelitian. Dengan teknik pengumpulan data yang digunakan data sekunder dan data primer dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian diperoleh bahwa produk cicil emas harus ditawarkan secara menarik kepada nasabah dengan upaya yang dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk emas, kemudian untuk penetapan harga juga sangat penting bagi keberlangsungan dan perolehan asset perusahaan, untuk pertimbangan penetapan harga jual emas sesuai dengan kesepakatan pihak Perusahaan. Selain itu pentingnya selalu mengatur strategi pemasaran yang tepat, karena guna mencapai keberhasilan perusahaan sesuai dengan visi misi yang dibangun. Ancaman pesaing bisnis kian ketat, sehingga dibutuhkan berbagai cara untuk menjaga keutuhan dan jumlah Nasabah yang minat dalam mencicil emas di BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya. Upaya lain yang dapat diperbaiki selain mengevaluasi strategi pemasaran juga harus mengetahui kendala-

kendala yang terjadi pada pembiayaan akad *Murabahah* pada produk cicil emas di BSI  
KC. Basuki Rahmat Surabaya.

**Kata Kunci** : Akad Murabahah, Strategi Pemasaran, dan Produk Cicil Emas.

**ABSTRACT**

*Marketing Strategy of Akad Murabahah Financing on Gold Installment Products at BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya.*

*By:*

Abd Rohman Wahed (202012131110)

*The background of this study is Due to the fierce competition in the world of Islamic banking, the state of KC Sharia Banks. Basuki Rahmat currently has many bank competitors, both Islamic banks and traditional banks which have an impact on bank revenue or turnover, there will be an increase in the number of bank customers. Therefore, BSI KC. Basuki Rahmat is required to expand marketing so as not to lose to other banks. The purpose of this study is to find out how the marketing strategy and obstacles experienced in 2P (Product and Price) of murabahah contract financing in gold installment products at BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya.*

*The type of research used is field research where the author will conduct direct research in the environment research. With data collection techniques used secondary data and primary data by conducting observations, interviews and documentation.*

*The research results showed that gold installment products must be offered attractively to customers with efforts that can be made to improve the quality of gold products, then price determination is also very important for the sustainability and acquisition of company assets, considering determining the selling price of gold in accordance with the agreement of the Company. Apart from that, it is important to always set the right marketing strategy, because in order to achieve company success it is in accordance with the vision and mission that is built. The threat of business competitors is increasingly fierce, so various methods are needed to maintain the integrity and number of customers who are interested in paying gold installments at BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya. Another effort that can be improved apart from evaluating marketing strategies is also knowing the obstacles that occur in financing*



*Murabahah contracts for gold installment products at BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya.*

**Keywords:** *Akad Murabahah, Marketing Strategy, and Gold Installment Products.*



INSTITUT AL FITHRAH (IAF)  
SURABAYA

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya” yang ditulis oleh Abd Rohman Wahed yang disetujui pada tanggal 18 Juli 2024.

Oleh :

Pembimbing



**Moh.Arifin,S.E., M.SEI.**

**NIDN.2128129003**

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Berikut ini adalah skema transliterasi Arab-Latin yang ditetapkan dalam panduan Penulisan Skripsi Institut Al Fithrah (IAF) Surabaya

### 1. Transliterasi Huruf

No	Arab	Indonesia	No	Arab	Indonesia
1	أ	A	16	ط	t
2	ب	B	17	ظ	z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Th	19	غ	gh
5	ج	J	20	ف	f
6	ح	H	21	ق	q
7	خ	Kh	22	ك	k
8	د	d	23	ل	l
9	ذ	dh	24	م	m
10	ر	r	25	ن	n
11	ز	z	26	و	w
12	س	s	27	ه	h
13	ش	sh	28	ء	‘
14	ص	s	29	ي	y
15	ض	d			

2. Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (maad), maka caranya dengan menuliskan coretan horizontal (*macron*) di atas huruf, seperti ā, ī, ū ( اَ, اِ, dan اُ ).  
Contoh: najāh, kāmil dan lain sebagainya
3. Vocal Tunggal (*monoftong*) yang dilambangkan dengan harakat, ditransliterasikan sebagai berikut:
4. Tanda fathah ( اَ ) dilambangkan dengan huruf “a” Tanda kasrah ( اِ ) dilambangkan dengan huruf “i” Tanda dummah ( اُ ) dilambangkan dengan huruf “u”
5. Vokal rangkap (diftong) yang dilambangkan secara gabungan antara harakat dengan huruf, ditransliterasikan sebagai berikut:
  - a. Vokal rangkap ( اَو ) dilambangkan dengan huruf “aw”, seperti: al-Thawrī, al-Mawṣilī, maw’izah dan lain sebagainya.
  - b. Vokal rangkap ( اَي ) dilambangkan dengan huruf ”ay”, seperti: sayf, al-Layth dan lain sebagainya.
6. Tashdīd ditransliterasikan dengan menuliskan huruf yang bertanda tashdīd dua kali seperti: kaffah, ṭayyib, ḥaddatha dan lain sebagainya
7. Alif-lām ) ا ل (ta’rif ditransliterasikan sebagaimana aslinya, meskipun bergabung dengan huruf shamsiyyah. Antara alif-lām dan kata benda dihubungkan dengan tanda penghubung. Contoh: al-Shāfi’ī, al-Nawawī, al-Subukī dan lain sebagainya
8. Penggunaan pedoman transliterasi ini hanya digunakan untuk istilah, nama pengarang dan judul buku yang berbahasa Arab

9. Pengejaan nama pengarang dan tokoh yang dikutip dari sumber yang tidak berbahasa Arab disesuaikan dengan nama yang tercantum pada karya yang ditulis dan diterjemahkan



INSTITUT AL FITHRAH (IAF)  
SURABAYA

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah swt. atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) dalam Program Studi Perbankan Syariah Institut Al Fithrah Surabaya dengan penelitian skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad *Murabahah* Pada Produk Cicil Emas Di BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya”**

Salawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw. beserta para keluarga dan sahabatnya sampai hari kiamat. Amin. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan itu, penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun ke arah perbaikan dan penyempurnaan. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas terselesaikannya penulisan skripsi yang tidak lepas dari bantuan, bimbingan, arahan serta saran dari semua pihak yang terlibat. Oleh karena itu, penulis hendak mengucapkan hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak KH. Dr.Rosidi, M.Fil.I selaku Rektor Institut Al Fithrah Surabaya.
2. Bapak Dr.H,Nur kholis, Lc., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Abdullah Ahadish Shamad Muis, SE., M.SEI, selaku kaprodi perbankan syariah yang telah mengarahkan, membimbing, memberi ilmu kepada penulis serta rekan Perbankan Syariah selama perkuliahan.
4. Bapak Moh Arifin, S.E.I.,M.SEI selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberi banyak arahan dan saran dalam penyelesaian penulisan ini.
5. Seluruh dosen Perbankan Syariah yang selalu memberikan wawasan yang begitu banyak selama di bangku kuliah.
6. Yang teristimewa atas kesempurnaan cinta dari Allah SWT, penulis ucapkan terimakasih dan penghormatan setinggi-tingginya kepada Ayahanda Dofir dan Ibunda Rummyati yang begitu tulus dan ikhlas memberikan kasih sayang, do'a, semangat dan pengorbanan baik secara moral maupun material selama ini.
7. Pemimpin cabang Bapak Dedi dan ibuk Dian beserta karyawan Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya yang telah bersedia membimbing dan menerima penulis dalam pelaksanaan penelitian sehingga dapat menuangkan ilmunya.

8. Seluruh sahabat-sahabat baik diperkuliahan Perbankan Syariah yang memberikan do'a dan semangat kepada penulis dapat terus berusaha untuk menjadi lebih baik.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Terimakasih kepada semua nya, semoga tulisan ini dapat berguna bagi agama, dan negara, khususnya bagi penulis sendiri. Amin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



INSTITUT AL FITHRAH (IAF)  
SURABAYA

Surabaya, 12 Agustus 2024

Penulis

Abd Rahman Wahed

202012131110



DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>2</b>
<b>A. Latar belakang.....</b>	<b>2</b>
<b>B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah.....</b>	<b>11</b>
<b>C. Rumusan Masalah.....</b>	<b>12</b>
<b>D. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>E. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>F. Kerangka Berfikir .....</b>	<b>14</b>
<b>G. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>15</b>
<b>H. Metode Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>I. Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>34</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>35</b>

<b>A. Strategi Pemasaran .....</b>	<b>35</b>
1. <i>Product</i> (Produk).....	36
2. <i>Price</i> (Harga).....	38
<b>B. Pembiayaan Syariah.....</b>	<b>38</b>
1. Pembiayaan .....	38
2. Bank Syariah .....	40
<b>C. Akad <i>Murabahah</i>.....</b>	<b>41</b>
1. Akad <i>Murabahah</i> .....	41
2. Pembiayaan Akad <i>Murabahah</i> .....	42
3. Jenis <i>Murabahah</i> .....	43
<b>D. Cicil Emas .....</b>	<b>43</b>
1. Produk Cicil Emas.....	43
2. Keuntungan dan Kelemahan Cicil Emas.....	45
<b>BAB III PROFIL LEMBAGA.....</b>	<b>47</b>
<b>A. Gambaran Umum .....</b>	<b>47</b>
1. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya .....	47
2. Tujuan <i>Marger</i> Oleh BSI .....	50
3. Logo Perusahaan .....	52
4. Visi-Misi Perusahaan .....	52
5. Nilai-Nilai Perusahaan (Corporate Values) BSI.....	53
6. Struktur Perusahaan.....	54
7. Tabungan.....	55
8. Fitur dan Fasilitas .....	61
<b>B. Strategi Pemasaran 2P Dalam Pembiayaan Akad <i>Murabahah</i> Pada Produk Cicil Emas di BSI. KC. Basuki Rahmat Surabaya.....</b>	<b>65</b>
1. Analisis Pemasaran 2P <i>Product and Price</i> (Produk dan Harga) .....	66
<b>C. Hasil Penelitian.....</b>	<b>69</b>
1. Pelaksanaan Pembiayaan Cicil Emas .....	69
2. Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas .....	70
3. Strategi Pemasaran Harga Cicil Emas.....	70
4. <b>Nasabah.....</b>	<b>70</b>
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN.....</b>	<b>73</b>

<b>A. Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya.....</b>	<b>73</b>
1. Pendekatan Pemasaran 2P.....	73
<b>B. Kendala Yang Terjadi Pada Pembiayaan Akad <i>Murabahah</i> Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya .....</b>	<b>76</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>78</b>
1. Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya.....	78
2. Kendala Yang Terjadi Pada Pembiayaan Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya .....	79
<b>B. Saran.....</b>	<b>80</b>
<b>DAFTAR PERPUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian.....</b>	<b>87</b>
<b>Lampiran 3 Wawancara.....</b>	<b>89</b>
<b>Biodata Penulis.....</b>	<b>94</b>

INSTITUT AL FITHRAH (IAF)  
SURABAYA

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>15</b>
<b>Tabel 1.2. Harga Cicil Emas BSI KC. Basuki Rahmat.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 1.3. Harga Cicil Emas BSI KC. Basuki Rahmat.....</b>	<b>75</b>



**INSTITUT AL FITHRAH (IAF)  
SURABAYA**