

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

Abd Rohman Wahed (202012131110)

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

ABSTRAK

Akibat ketatnya persaingan didunia perbankan syariah, keadaan Bank Syariah KC. Basuki Rahmat saat ini memiliki banyak pesaing bank, 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*) Dengan teknik pengumpulan data yang digunakan data sekunder dan data primer dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk cicil emas perlu dibuat lebih menarik bagi nasabah, dan perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas produk emas. Dan dalam menentukan harga jual produk emas sesuai kontrak dengan perusahaan, penetapan harga juga sangat penting untuk keberlangsungan dan perolehan aset perusahaan. Selain itu, keberhasilan bisnis harus sejalan dengan visi dan misi yang telah tetapkan, sehingga penting untuk selalu memiliki strategi pemasaran yang tepat. Seiring dengan meningkatnya ancaman terhadap bisnis dari pesaing, memerlukan berbeda strategi untuk menjaga jumlah nasabah yang berminat dengan tarif emas BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya. Inisiatif lain yang dapat ditingkatkan selain evaluasi strategi pemasaran adalah dengan mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam pembiayaan akad *Murabahah* produk cicilan emas dengan BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya.

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

ABSTRACT

Due to the fierce competition in the world of Islamic banking, the state of Bank Syariah KC. Basuki Rahmat currently has many bank competitors, 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 the 2P (Product and Price) financing of the murabahah contract in gold installment products at BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya. The type of research used is field research with data collection techniques used secondary data and primary data by conducting observations, interviews and documentation. The results of the study show that gold installment products need to be made more attractive to customers, and efforts need to be made to improve the quality of gold products. And in determining the selling price of gold products according to the contract with the company, pricing is also very important for the sustainability and acquisition of the company's assets. In addition, the success of the business must be in line with the vision and mission that has been set, so it is important to always have the right marketing strategy. Along with the increasing threat to business from competitors, different strategies are needed to maintain the number of customers who are interested in BSI KC Basuki Rahmat Surabaya. Another initiative that can be improved in addition to evaluating marketing strategies is to find out the obstacles faced in financing the Murabahah contract for gold installment products with BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya.

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

Pendahuluan

Kemunculan perbankan syariah kini telah menjadi fenomena yang tidak asing lagi bagi masyarakat. Seiring berjalannya waktu, perbankan syariah mulai berkembang dengan baik dan hal ini terlihat ketika bank *konvensional* membuka cabang syariah di

tengah perbankan *konvensional*. Penduduknya beragama Islam dan membutuhkan layanan perbankan sesuai prinsip syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan usaha berdasarkan prinsip hukum syariah. Perbankan syariah merupakan lembaga yang menyelenggarakan jasa simpanan, peminjaman, dan transfer uang. Pentingnya bank syariah dalam pengembangan ekonomi syariah telah disadari sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Pembahasan perbankan dalam UU Perbankan no. 10 Tahun 1998 adalah wirausaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkannya kepada masyarakat sebagai kredit untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak. Namun bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang mengacu pada Al-Quran dan Hadist Nabi.¹

Hadist nabi :

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ ،

وَأَلِيهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ، (رواه البيهقي وابن

ماجه وصححه ابن حبان

Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka." (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban).

¹ Alvan Fathony, "MANAJEMEN RESIKO PEMBIAYAAN MURABAHAH PERBANKAN SYARIAH" 9 (2021): h 26–33.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩
(النساء/4:29)

Terjemahan Kemenag 2019

29. Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-Nisa'/4:29)

Untuk meningkatkan minat nasabah cicilan emas di Bank Syariah KC Basuki Rahmat, Anda perlu memilih strategi yang tepat. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan minat pelanggan adalah dengan melihat bauran pemasaran (marketing mix) atau dikenal juga dengan strategi pemasaran 2P (produk dan harga). Ini termasuk pertimbangan seperti: (produk, harga). Hasil dari kedua strategi pemasaran ini nantinya akan menjadi bahan evaluasi dan masukan untuk menyempurnakan strategi pemasaran produk cicilan emas di BSI KC. Basuki Rahmat. Penelitian ini mengkaji kendala apa saja yang dihadapi Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Basuki Rahmat memaparkan strategi pemasaran produk cicilan emas dengan akad Murabahah sehingga nantinya dari penelitian dapat memberikan informasi berupa strategi pemasaran yang sesuai selain itu juga memberi saran strategi pemasaran dalam penerapan pembiayaan akad Murabahah pada produk cicilan emas guna meningkatkan minat nasabah cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Basuki Rahmat.

Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, indentifikasi masalah hingga focus penelitian, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran 2P (*Product* dan *Price*) pada pembiayaan akad

murabahah pada produk cicil emas di BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya?

2. Apa saja kendala yang di alami pada strategi pemasaran 2P (*Product* dan *Price*) pada pembiayaan akad *murabahah* produk cicil emas di BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran 2P (*Product* dan *Price*) pada pembiayaan akad *murabahah* pada produk cicil emas di BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya?
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang di alami pada strategi pemasaran 2P (*Product* dan *Price*) pada pembiayaan akad *murabahah* produk cicil emas di BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya?

Kajian Teori

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu jenis rencana yang ditargetkan dalam bidang pemasaran untuk mencapai hasil yang optimal. Strategi pemasaran melibatkan dua elemen yang terpisah namun terkait erat:

1. Kelompok homogen yang mewakili pasar sasaran, atau "target" perusahaan.

2. Bauran pemasaran, yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digabungkan suatu perusahaan untuk mencapai hasil yang maksimal.²

b. Pembiayaan Akad Murabahah

Pembiayaan akad *Murabahah* melibatkan pelaksanaan akad atas dasar reboon (keuntungan) dan jual beli secara mencicil atau tunai. Mengenai *Murabahah* sendiri, Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/2000 tentang *Murabahah* menyatakan bahwa "Bank membeli barang yang dibutuhkan nasabah atas namanya sendiri dan pembelian tersebut sah dan halal Selesai" Anda akan terbebas dari riba. Faktanya, bank sebagai penjual kini memberikan kebebasan kepada nasabah untuk bebas mencari sendiri produk dan kendaraan yang diinginkannya (DSN-MUI, 2000).³

c. Cicil Emas

Produk cicil emas merupakan produk kepemilikan untuk perorangan. emas merupakan produk yang ditawarkan oleh PT Antam Persero, toko emas atau perorangan dengan Bank BSI memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki emas harga pembelian emas ditentukan pada saat akad dengan menggunakan akad *Murabahah* (di bawah tangan) dengan pengikatan agunan

² Ravita, "Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Medan Krakatau" vol 5 (2024): h 3.

³ Umami Kalsum dan Eka Rizky Saputra, "PENYERTAAN AKADWAKALAH PADA PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Di BNI Syariah Cabang Kendari)," *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (1 Juni 2016):h 3–66 .

menggunakan akad *Rahn* (gadai). Ketika pinjaman diberikan, agunan tersebut tetap berada pada bank dan diikat sehingga tidak dapat ditukar dengan agunan lainnya. BSI dapat membiayai jenis emas batangan dengan berat minimal 5 gram hingga 250 gram.⁴

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah BSI KC. Basuki Rahmat Surabaya, dengan menggunakan penelitian (*field research*) dimana penulis akan berintraksi secara langsung di lingkungan penelitian. Memerlukan data sekunder dan data primer pada penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan memparkan hasil pengumpulan data dengan beberapa penyajian yaitu reduksi data, display data dan pengambilan data.

Hasil dan Pembahasan

Strategi yang diterapkan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya dengan menggunakan beberapa pendekatan sesuai kebutuhan, sasaran yang dituju dan segmentasi pasar. Hal tersebut dianalisa dari kedua hal yang dibutuhkan, yang dikenal dengan pendekatan Pemasaran 2P (*Product* dan *Price*) :

Strategi pemasaran pada pembiayaan akad *murabahah* di Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya adalah dengan menampilkan keunggulan atau mutu produk. Sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan target pasar. Mutu pada produk cicil emas Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya, antara lain yaitu :

⁴ Zeiniye Zeny, "Peluang Investasi Emas Melalui Produk Cicil Emas Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Situbondo," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (23 November 2023): h 3.

1. Produk ini dapat mewujudkan Impian dan rencana dimasa yang akan mendatang.
2. Emas tersimpan aman, sebagai *supplier* emas terpercaya.
3. Proses cepat, syarat mudah.
4. Dapat digunakan sebagai jaminan hari tua pegawai.
5. Emas bisa di asuransikan dan penawaran syariah dengan margin yang kompetitif.

Harga merupakan sebuah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang ataupun barang yang telah ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang telah mereka tawarkan kepada pembeli. Penetapan harga pada strategi Pemasaran produk cicil emas menggunakan akad *Murabahah* pada Bank Syariah Indonesiaa KC.Basuki Rahmat Surabaya, ditetapkan pada segi pengembalian modal yang berupa sistem margin. Sistem margin ini nantinya dijelaskan kepada nasabah yang hendak melakukan mencicil emas kemudian disepakati oleh kedua belah pihak, pihak bank dan nasabah. Biaya lain yang harus dibayarkan, adapun biaya yang dikenakan dalam pembiayaan cicil emas BSI adalah biaya administrasi yaitu sebesar 1% yang dihitung dari jumlah plafon pembiayaan. Seluruh biaya harus dibayarkan di awal pembiayaan. Besarnya margin (keuntungan), adapun margin yang dikenakan dalam cicil emas BSI yaitu 13,5% /tahun atau 1,1% /bulan. Adapun perhitungan margin dihitung dari jumlah plafon pembiayaan.

Kendala lainnya dalam pemasaran cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Basuki Rahmat Surabaya, sebagai berikut.

- 1) Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk cicilan emas.
- 2) Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat untuk mempromosikan cicilan emas sehingga masyarakat tidak mengetahui bahwa BSI melayani produk cicil emas.
- 3) Terdapat nasabah yang belum mengetahui keuntungan beli emas di masa sekarang karena khawatir akan harga emas yang kian naik.

Kesimpulan

Dalam mencapai sasaran, Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya menggunakan strategi pemasaran, yaitu dengan 2P Kesimpulan yang dapat diambil bahwa 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 guna 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 Murabahah pada produk cicil emas di BSI KC. Basuki Rahmat.

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk cicilan emas.
2. Kurangnya sosial kepada kemasyarakatan untuk mempromosikan cicilan emas sehingga masyarakat tertarik untuk melakukan pembiayaan cicilan emas ini.
3. Terdapat nasabah yang belum mengetahui keuntungan beli emas di masa sekarang karena khawatir akan harga emas yang kian naik.

4. Kesulitan dalam menjelaskan harga emas yang naik turun kepada pelanggan, oleh karena itu pelanggan tidak mau mengambil pembiayaan sebagian atas emas tersebut.
5. Masalah dari segi biaya terdapat uang muka sebesar 20% untuk setiap pendaftaran pembiayaan angsuran emas. Mengenai pendaftaran pembiayaan angsuran emas, setiap pendaftaran pembiayaan angsuran emas memiliki pengelolaan keuangan dikenakan 1% dari setiap pendaftaran angsuran dan materai satu kali sebesar Rp. 10.000, dari biaya-biaya tersebut terdapat nasabah yang kurang tertarik karena dianggap pembiayaan awal yang dikeluarkan terlalu besar.

Saran

1. PT. Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat perlu diadakan evaluasi terhadap pelaksanaan aktifitas penawaran harga, promosi dan sosialisasi secara rutin untuk mengetahui seberapa efektif keberhasilan strategi pemasaran yang berfokus pada produk cicil emas, agar terhindar dari berbagai kendala yang timbul dan sebagai bahan acuan perencanaan pendapatan produk cicil emas akan maksimal.
2. Agar lebih meningkat strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya untuk sering mengadakan *stand* di *event-event* yang ada di sekitaran pusat pembelanjaan atau tempat keramaian lainnya, guna menambah jumlah nasabah dalam pembiayaan cicil emas dan masyarakat bisa lebih mengetahui keberadaan Bank Syariah Indonesia KC. Basuki Rahmat Surabaya dan produk lainnya yang dimiliki

Daftar Perpustakaan

- Alvan Fathony, “MANAJEMEN RESIKO PEMBIAYAAN MURABAHAH PERBANKAN SYARIAH” 9 (2021): h 26–33.
- Ravita, “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Medan Krakatau” vol 5 (2024): h 3.
- Ummi Kalsum dan Eka Rizky Saputra, “PENYERTAAN AKADWAKALAH PADA PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Di BNI Syariah Cabang Kendari),” *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (1 Juni 2016): h 3–66.
- Zeiniye Zeny, “Peluang Investasi Emas Melalui Produk Cicil Emas Bank Syari’ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Situbondo,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (23 November 2023):h 3.