

STRATEGI PEMASARAN BAGI PROGRAM GADAI EMAS DAN CICIL EMAS SYARIAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN PORTOFOLIO PEMBIAYAAN BSI KC ADAM MALIK BENGKULU

Andi Candra¹, Faldi Cesarian Putra², Iqbal hanifun³, Lena Nofrianti⁴, Prawesti⁵, Tegar Nugroho⁶, Wanda Setiawan⁷, Taufik Bustami⁸

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

Email : andic4515@gmail.com, faldikepahiangcell@gmail.com,

Iqbal.hanifun@gmail.com, lananofri01@gmail.com, prawesti098@gmail.com,

tegar.nugroho510@gmail.com, wandasetiawan311@gmail.com, taufikbustami@umb.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan metode pemasaran yang efektif untuk program gadai emas dan cicil emas syariah. Tujuannya adalah untuk meningkatkan portofolio pembiayaan Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan mengoptimalkan kedua produk tersebut. Data primer dan sekunder penelitian ini berasal dari laporan keuangan BSI mengenai kinerja pembiayaan gadai dan cicil emas syariah dan wawancara dengan karyawan dan nasabah perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua produk BSI tersebut sangat diminati masyarakat karena menggunakan skema syariah dan didukung oleh reputasi positif mereka sebagai bank syariah terbesar di Indonesia. Dan meskipun demikian, promosi konvensional seperti brosur dan mulut ke mulut masih menjadi fokus strategi pemasaran BSI untuk kedua produk tersebut tidak ada iklan digital yang dibuat oleh BSI untuk program gadai dan cicil emas syariah. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang disarankan mencakup optimalisasi *platform* digital, pengembangan aplikasi mobile untuk program gadai dan cicil emas syariah, dan membangun kolaborasi dengan pasar emas terkenal. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang inovatif ini, diharapkan dapat meningkatkan portofolio pembiayaan BSI dengan menarik pelanggan baru untuk produk gadai dan cicil emas syariah.

Kata kunci : strategi pemasaran, gadai emas syariah, cicil emas syariah, Bank Syariah Indonesia

PENDAHULUAN

Perbankan syariah Indonesia terus berkembang setiap tahunnya. Laporan Statistik Perbankan Syariah yang dirilis oleh OJK menunjukkan pertumbuhan tahunan 20,76% dalam aset perbankan syariah Indonesia pada September 2022, mencapai Rp 565,79 triliun. Pertumbuhan perbankan syariah pasti akan diikuti oleh peningkatan pembiayaan kepada masyarakat. (2022). Cicil dan gadai emas syariah adalah salah satu jenis pembiayaan yang paling populer dalam perbankan syariah. Dengan menggunakan akad qardh dan rahn, gadai syariah dan cicil emas syariah sesuai dengan syariah Islam. Gadai syariah memberikan pinjaman kepada nasabah dengan jaminan emas, dan cicil emas syariah memungkinkan nasabah membeli emas dengan angsuran.

Karena program gadai dan cicil emas syariah menawarkan pendapatan berdasarkan biaya, program ini menjadi bagian penting dari pendapatan bank syariah. Selain itu, pertumbuhan pembiayaan perbankan syariah dipengaruhi oleh kedua program ini. Oleh karena itu, agar program gadai dan cicil emas syariah dapat terus berkembang dan

meningkatkan portofolio pembiayaan bank syariah, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat (Paramita & Dwi, 2021).

Beberapa masalah yang muncul terkait program gadai dan cicil emas syariah adalah sebagai berikut: masyarakat kurang memahami dan mengetahui tentang program ini, banyak orang masih menganggapnya sama dengan bisnis konvensional, citra produk gadai dan cicil emas syariah masih kurang dibandingkan dengan bank-bank besar seperti BRI dan Bank Mandiri, persaingan yang ketat dari *fintech lending*, baik syariah maupun non-syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi permintaan untuk program gadai emas dan cicil emas syariah, membuat strategi pemasaran yang tepat untuk menarik pelanggan untuk program gadai dan cicil emas syariah, dan memberikan rekomendasi untuk strategi pemasaran bagi perbankan syariah yang bertujuan untuk meningkatkan portofolio pembiayaan melalui optimalisasi program gadai dan cicil emas syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Gadai Emas Syariah merupakan inovatif produk pembiayaan yang memberikan peluang kepada nasabah untuk mendapatkan pinjaman uang tunai dengan menggunakan emas sebagai agunan. Skema pembiayaan ini dibangun dengan menggunakan dua akad sekaligus, yaitu akad qardh dan rahn. Akad qardh menggambarkan pinjam-meminjam dana tanpa imbalan, di mana nasabah berkewajiban mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau melalui cicilan kepada bank. Sementara itu, akad rahn menciptakan penahanan harta, di mana emas yang diserahkan oleh nasabah menjadi jaminan atas pinjaman yang diterima (Muhammad, 2009).

Di sisi lain, Cicil Emas Syariah menyediakan opsi bagi nasabah untuk memiliki emas secara bertahap. Melalui akad murabahah, bank menjual emas kepada nasabah dengan harga beli ditambah margin keuntungan yang telah disepakati. Pembayaran emas dilakukan secara angsuran selama jangka waktu tertentu, memberikan fleksibilitas kepada nasabah dalam mencapai kepemilikan emas secara berkelanjutan. Keberhasilan Gadai Emas Syariah dan Cicil Emas Syariah tak hanya terletak pada skema pembiayaannya, melainkan juga pada sejumlah manfaat yang ditawarkan kepada nasabah. Proses pembiayaan yang cepat, aman, dan sesuai dengan prinsip syariah Islam menjadi nilai tambah bagi para peminjam.

Fatwa MUI yang menyatakan kesesuaian skema gadai dan cicil emas syariah memberikan rasa aman ekstra kepada nasabah Muslim. Selain itu, kedua program ini memberikan alternatif bagi masyarakat untuk memperoleh uang tunai secara cepat atau memiliki emas secara bertahap. Keberadaan emas sebagai underlying asset memberikan kestabilan nilai dan potensi capital gain bagi nasabah, menjadikan produk ini menarik bagi berbagai kalangan. Dalam memahami minat dan keputusan nasabah, beberapa faktor pembelian menjadi kunci. Kesesuaian syariah menjadi faktor utama, diikuti oleh reputasi bank, manfaat produk gadai dan cicil emas, kemudahan akses, promosi yang efektif, diskon biaya, dan pelayanan pegawai bank. Kesadaran masyarakat terhadap prinsip syariah menjadi pondasi kuat dalam pengambilan keputusan untuk memilih produk ini.

Bank Syariah perlu merancang strategi pemasaran yang efektif untuk memaksimalkan potensi Gadai Emas Syariah dan Cicil Emas Syariah. Perbanyak cabang dan gerai di berbagai daerah akan mendekatkan akses nasabah terhadap produk pembiayaan ini. Edukasi massif perlu dilakukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terkait manfaat dan keunggulan skema gadai dan cicil emas syariah. Membangun citra positif sebagai bank syariah terdepan dan terpercaya menjadi kunci strategis, dengan memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Kerjasama dengan marketplace emas ternama dapat memperluas pangsa pasar produk cicil emas syariah. Digital marketing yang masif di berbagai platform media sosial akan meningkatkan awareness terhadap program gadai emas dan cicil emas syariah.

Promosi yang menarik, seperti potongan biaya administrasi dan margin yang kompetitif, dapat meningkatkan minat nasabah. Kemudahan proses pengajuan pembiayaan gadai dan cicil emas syariah baik secara digital maupun di kantor cabang menjadi faktor pendukung strategi pemasaran. Selain itu, menjaga konsistensi dalam mengeluarkan Fatwa DSN MUI terkini akan memberikan kepastian dan kepercayaan kepada nasabah Muslim. Dengan mengimplementasikan strategi pemasaran yang matang, bank syariah dapat mengoptimalkan pertumbuhan portofolio pembiayaan melalui Gadai Emas Syariah dan Cicil Emas Syariah, sambil terus menjaga integritas dan nilai syariah Islam dalam layanan keuangan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan studi kasus deskriptif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang komponen pembelian dan strategi pemasaran produk gadai emas dan cicil emas syariah.

Objek dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah produk pembiayaan gadai emas dan cicil emas syariah pada Bank Syariah Indonesia. Subjek penelitian adalah pihak bank terkait yaitu pegawai pemasaran dan analis pembiayaan serta nasabah pengguna produk gadai dan cicil emas syariah Bank Syariah Indonesia.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer: diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pegawai dan nasabah BSI terkait program gadai dan cicil emas syariah
2. Data Sekunder: data portofolio pembiayaan gadai dan cicil emas syariah, laporan keuangan BSI, jurnal, penelitian terdahulu dan lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. Wawancara mendalam dengan pegawai dan nasabah BSI mengenai produk gadai dan cicil emas
2. Studi kepustakaan untuk mendapatkan data sekunder terkait penelitian
3. Observasi terhadap mekanisme proses gadai dan cicil emas syariah di kantor BSI.

Metode Analisis Data

Data hasil penelitian akan dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan. Studi ini juga menggunakan analisis SWOT.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, tampaknya minat masyarakat terhadap produk gadai dan cicil emas syariah di Indonesia cukup tinggi. Skema gadai emas syariah menarik perhatian karena memberikan fasilitas untuk mendapatkan pinjaman uang tunai dengan cepat dan mudah, tanpa harus menjual emas yang dimiliki. Ini menjadi solusi yang sangat diapresiasi oleh masyarakat, terutama mereka yang membutuhkan dana darurat atau ingin memanfaatkan nilai emas tanpa kehilangan kepemilikan. Sementara itu, cicil emas syariah menjadi pilihan menarik bagi masyarakat yang ingin berinvestasi emas secara bertahap. Dengan skema ini, mereka dapat memiliki emas sebagai bentuk tabungan, meskipun dengan keterbatasan dana. Hal ini mencerminkan pergeseran perilaku keuangan masyarakat yang semakin cermat dan ingin memanfaatkan peluang investasi, bahkan dengan nominal yang lebih kecil.

Salah satu faktor kunci dalam pemilihan produk ini adalah kesesuaian syariah. Masyarakat, khususnya umat Muslim, semakin menyadari pentingnya memilih produk keuangan yang bebas dari unsur riba. Dalam konteks gadai dan cicil emas syariah, keberadaan skema yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah menjadi pertimbangan utama, membantu mereka menjauhkan diri dari transaksi yang dianggap tidak halal. Kredibilitas BSI Kcp Adam Malik Bengkulu memberikan keyakinan kepada nasabah untuk menggunakan layanan gadai dan cicil emas syariah dari lembaga keuangan yang terpercaya. Ini menjadi faktor pendukung yang tak kalah signifikan dibandingkan dengan pertimbangan syariah, menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah tidak hanya bergantung pada prinsip-prinsip keuangan syariah, tetapi juga pada integritas dan reputasi bank penyedia layanan.

Meskipun strategi pemasaran produk gadai dan cicil emas syariah BSI saat ini masih dominan melalui periklanan konvensional, seperti brosur dan banner di kantor cabang, serta promosi dari mulut ke mulut oleh nasabah BSI, potensi pemasaran digital belum sepenuhnya dieksplorasi. Kehadiran online menjadi semakin penting, mengingat animo masyarakat untuk mencari informasi seputar produk dan layanan perbankan secara digital yang semakin meningkat. Keberhasilan strategi pemasaran digital dapat memberikan dampak positif yang signifikan. Platform daring, media sosial, dan berbagai kanal online menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Pemasaran digital juga memberikan fleksibilitas untuk menyampaikan informasi dengan lebih interaktif dan edukatif, menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin mengedepankan keterlibatan dan pemahaman yang mendalam terhadap produk keuangan. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan yang mendesak untuk meningkatkan upaya pemasaran dan edukasi secara digital. Dengan menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren konsumen yang sedang berubah, BSI dapat lebih optimal dalam memanfaatkan peluang pasar dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai produk gadai dan cicil emas syariah yang mereka tawarkan. Upaya ini bukan hanya sekadar mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga merupakan langkah strategis untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin ketat.

PEMBAHASAN

Untuk meningkatkan pangsa pasar produk gadai dan cicil emas syariah, sejumlah strategi pemasaran yang lebih rinci dapat diimplementasikan. Pertama-tama, perlu dilakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami preferensi dan kebutuhan target *audiens*. Hasil riset ini dapat menjadi dasar untuk menyusun kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran. Optimalisasi digital marketing melibatkan pembangunan website yang responsif, aktifitas yang konsisten di *platform* media sosial dengan konten yang relevan, dan memanfaatkan saluran YouTube sebagai alat edukasi yang efektif. Dalam hal ini, kolaborasi dengan para influencer di bidang keuangan atau investasi emas dapat menjadi strategi tambahan untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas.

Penting untuk selalu memperbarui informasi terbaru seputar emas, kebijakan syariah terkait, dan berbagai perkembangan di pasar keuangan. Promosi menarik seperti diskon suku bunga atau program *cashback* dapat menjadi daya tarik tambahan. Edukasi nasabah melalui seminar, webinar, atau konten pendidikan online juga dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan proses produk gadai dan cicil emas syariah. Pengembangan fitur aplikasi *mobile* yang *user-friendly* dan intuitif dapat meningkatkan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi. Integrasi teknologi yang canggih seperti penggunaan kecerdasan buatan untuk analisis risiko dan penilaian emas dapat memberikan pengalaman transaksi yang lebih efisien dan aman. Kerja sama dengan *e-commerce* dan marketplace penjual emas dapat menjadi langkah strategis untuk mencapai *audiens* yang sudah memiliki minat terkait emas. Dalam konteks ini, program afiliasi atau penawaran

eksklusif untuk pelanggan dari *platform* tersebut dapat meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk cicil emas syariah.

Rebranding logo dan citra perusahaan secara menyeluruh mencakup desain yang modern, komunikasi visual yang menarik, dan pesan yang memancarkan kepercayaan dan ramah. Menghadirkan testimonial atau cerita sukses pelanggan juga dapat memberikan bukti nyata akan manfaat dari produk gadai dan cicil emas syariah. Dengan menggabungkan semua strategi ini, diharapkan dapat memperkuat posisi produk dalam benak konsumen, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan menggali peluang pengembangan yang lebih besar di masa mendatang.

ANALISIS SWOT

Analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui *Strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. SWOT adalah singkatan dari Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman). Strengths (Kekuatan): Merupakan faktor-faktor positif internal yang memberikan keunggulan atau kelebihan suatu entitas. Weaknesses (Kelemahan): Adalah faktor-faktor negatif internal yang dapat menjadi hambatan atau kelemahan. Ini mungkin melibatkan kekurangan dalam struktur organisasi, keterbatasan sumber daya, atau kurangnya inovasi. Opportunities (Peluang): Merupakan faktor-faktor positif eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan suatu entitas. Threats (Ancaman) : Adalah faktor-faktor negatif eksternal yang dapat menjadi risiko atau ancaman bagi suatu entitas. Ini bisa mencakup persaingan yang intens, perubahan tren pasar, atau faktor-faktor politik dan ekonomi yang tidak menguntungkan. Analisis SWOT adalah metode untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi kinerja atau strategi suatu entitas, seperti perusahaan, proyek, atau individu. Analisis ini membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, membantu dalam pengambilan keputusan dan perencanaan strategis.

Dalam penelitian ini *Strengths* (Kekuatan); Produk Halal, Program gadai dan cicil emas syariah memiliki keunggulan karena sesuai dengan prinsip syariah, yang dapat menarik perhatian pasar Muslim yang peduli dengan kepatuhan syariah. Portofolio Aman, Gadai emas adalah jenis investasi yang dianggap aman dan dapat menjadi pilihan yang menarik bagi investor yang mencari instrumen investasi yang stabil. Ketentuan Gadai yang Jelas, Penyedia program dapat membuat ketentuan gadai jelas dan transparan, memberikan kepercayaan kepada pelanggan tentang proses dan persyaratan.

Weaknesses (Kekurangan): Keterbatasan Pemahaman Masyarakat, Banyak Orang-orang mungkin tidak tahu atau tidak memahami apa saja manfaat dan mekanisme program gadai emas dan cicil emas syariah. Kompleksitas Prosedur, Pelanggan potensial mungkin tidak memiliki ketertarikan dengan prosedur atau persyaratan yang bisa dibilang terlalu rumit. *Opportunities* (Peluangnya): Peningkatan Kesadaran Keuangan Syariah: Ada kemungkinan bahwa masyarakat akan lebih memahami keuangan syariah. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan permintaan barang dan jasa yang sesuai dengan syariah. Kemitraan dengan Lembaga Keuangan Syariah: Program dapat lebih luas dan kredibel dengan bekerja sama dengan lembaga keuangan syariah. Inovasi Produk: Atur program sesuai dengan tren pasar dan tawarkan produk baru, seperti program cicil emas syariah yang memiliki metode pembayaran yang fleksibel.

Threats (Ancaman): Persaingan Produk Konvensional: Gadai emas dan cicil emas syariah harus bersaing dengan produk yang tidak berbasis syariah. Fluktuasi Harga Emas: Manajemen risiko yang baik diperlukan untuk mengurangi kerugian yang mungkin disebabkan oleh perubahan harga emas. Regulasi yang Ketat: Perubahan kebijakan atau regulasi dapat mempengaruhi operasi program, jadi perlu mengamati dan menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut.

METODE PEMASARAN

Metode pemasaran yang digunakan pada BSI KC Adam Malik yaitu menggunakan edukasi Masyarakat dengan melakukan kampanye edukasi untuk membuat orang lebih memahami manfaat dan prinsip syariah dari program gadai emas dan cicil emas syariah. Promosi Keterbukaan dan Transparansi: Menegaskan bahwa proses dan persyaratan gadai emas transparan, dan memberikan calon pelanggan informasi yang jelas. Kemitraan Strategis: Berkolaborasi dengan lembaga keuangan syariah dan pihak-pihak yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Penawaran Khusus dan Diskon: Menarik pelanggan dengan program cicil emas syariah dengan memberikan insentif atau diskon khusus untuk menarik pelanggan baru. Dengan adanya pembahasan ini diharapkan untuk dapat meningkatkan portofolio program gadai emas dan cicil emas syariah serta mengoptimalkan penetrasi pasar.

PENUTUP

Penelitian ini dapat menjadi landasan strategis bagi Bank Syariah Indonesia dalam merinci aspek-aspek kritis yang mempengaruhi keberhasilan program gadai emas syariah dan cicil emas syariah. Dengan menganalisis faktor-faktor seperti preferensi konsumen, perubahan perilaku investasi, dan evolusi teknologi, bank dapat menyesuaikan tidak hanya produknya tetapi juga pendekatan pemasaran. Sebagai contoh, peran teknologi dalam meningkatkan aksesibilitas ke produk dan layanan keuangan syariah tidak hanya memerlukan kehadiran di platform digital, tetapi juga perlunya integrasi solusi yang mudah digunakan dan ramah pengguna. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang desain antarmuka yang efektif, alur proses yang efisien, dan fitur-fitur tambahan yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dalam proses gadai dan cicil emas syariah.

Selain itu, fokus pada perubahan perilaku investasi masyarakat dapat membantu Bank Syariah Indonesia memahami tren jangka panjang dalam keputusan keuangan masyarakat terkait emas. Dengan demikian, bank dapat menyusun strategi pemasaran yang tidak hanya berbasis pada keadaan pasar saat ini, tetapi juga memproyeksikan kebutuhan dan keinginan pelanggan di masa depan. Penelitian ini juga dapat melibatkan analisis pesaing dan benchmarking industri untuk menentukan best practices dalam pemasaran produk keuangan syariah, terutama dalam konteks gadai emas dan cicil emas. Dengan memahami langkah-langkah yang telah terbukti sukses oleh pesaing atau bahkan oleh sektor keuangan konvensional, Bank Syariah Indonesia dapat mengadopsi strategi yang relevan dan efektif untuk memenangkan persaingan. Dengan merinci lebih lanjut aspek-aspek ini, diharapkan penelitian ini akan memberikan kontribusi substansial dalam membentuk strategi pemasaran yang holistik, adaptif, dan berkelanjutan bagi Bank Syariah Indonesia. Keseluruhan, upaya ini diarahkan untuk memastikan bahwa bank tidak hanya merespons tren pasar saat ini tetapi juga memimpin dan membentuk perkembangan di masa depan, menjadikan program gadai emas syariah dan cicil emas syariah sebagai pilar yang kuat dalam portofolio bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Statistik Perbankan Syariah - September 2022.
- Nafik, Muhammad (2009). *Bisnis dan Muamalat Kontemporer*. UIN-Malang Press.
- Paramita, Rissa Dwi (2021). *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas pada BNI Syariah KCP Soekarno Hatta Malang*. Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Purnomo, Rachmat (2021). *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Cicil Emas di BRI Syariah KC Surabaya Darmo*. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 3(2), pp 142-150.
- Wulandari, Putri (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas pada Bank Syariah*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*

