

BAB I

PENDAHULUAN

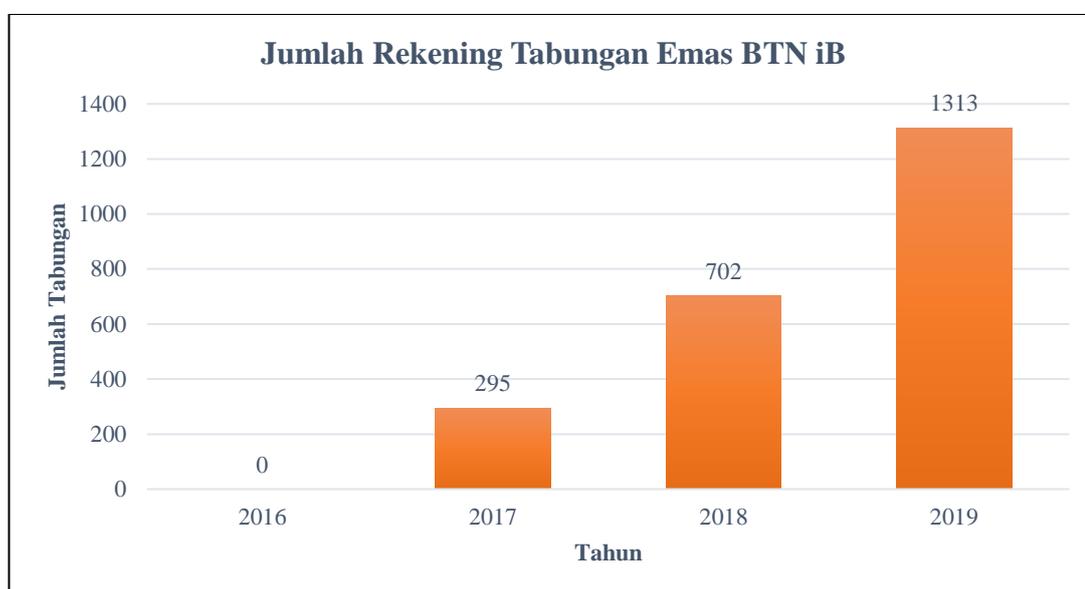
I.1 Latar Belakang

Emas merupakan sejenis logam yang memiliki nilai sangat tinggi. Emas juga biasa disebut sebagai logam mulia karena emas adalah bahan logam terbaik yang digunakan untuk membuat perhiasan dan karya seni bernilai tinggi. Menurut Anwar (2021) Pada zaman dahulu kala emas digunakan sebagai alat transaksi dengan system barter, koin emas termasuk salah satu alat tukar yang berlaku pada masa kerajaan Romawi kuno dan Persia, hingga dalam masa kekhilafahan Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam emas dijadikan sebagai alat transaksi yang sah dengan sebutan Dinar, selain itu emas sendiri merupakan logam mulia yang menjadi salah satu alat pembayaran tertua di dunia, dimana koin emas telah digunakan sejak tahun 700 SM.

Namun karena koin emas tidak praktis untuk bisa dibawa kemana-mana, sehingga popularitas koin emas tergantikan oleh uang kertas yang sekarang digunakan sebagai alat pembayaran yang sah. Tetapi dengan tergantikan nya alat transaksi emas bukan berarti emas hilang begitu saja, pada saat ini emas digunakan untuk berinvestasi karena nilai emas yang terus mengalami kenaikan serta cenderung bebas risiko dan banyak manfaat serta keuntungan yang didapat dari berinvestasi emas. Menurut Hidayat (2011, hlm 35) emas adalah instrument investasi yang sejak dulu sampai sekarang aman terhadap inflasi. Harga emas yang terus menerus mengalami kenaikan sudah cukup untuk menyimpulkan bahwa berinvestasi dalam bentuk emas secara konsisten dari waktu ke waktu akan sangat menguntungkan. Jadi emas merupakan salah satu logam mulia yang cocok untuk dijadikan sebagai investasi jangka panjang.

Emas juga merupakan investasi yang tidak harus memiliki modal besar, masyarakat bisa membeli emas dengan dana di bawah satu juta untuk 1 gram emas, dan jika suatu saat mempunyai dana tambahan, seseorang dapat menambahkan emas secara berangsur-angsur, dan keuntungan lain nya emas dapat dikonversikan ke dalam bentuk tunai dengan cepat dan mudah.

Pada tahun 2016 lalu, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Syariah telah mengeluarkan produk baru yang diberi nama Tabungan BTN Emas iB. Tabungan ini digunakan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah/investor dalam mempersiapkan dana untuk berinvestasi dalam bentuk emas guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. BTN Emas iB mengusung beberapa keunggulan diantaranya nilai asset terjaga aman dan terpercaya, mendapat bagi hasil yang kompetitif, imbal hasil dapat diautodebet untuk zakat infaq dan shodaqoh, kemudahan persiapan dana, tersedianya layanan pembelian emas serta tersedianya layanan gadai emas. Gambar 1 menunjukkan jumlah rekening Tabungan Emas BTN iB tahun 2016-2019.



Gambar 1. Jumlah Rekening Tabungan Emas BTN iB Tahun 2016-2019

Sejak di keluarkannya produk Tabungan Emas BTN iB yakni tahun 2016 sampai dengan 2019, jumlah rekening Tabungan Emas BTN iB terus mengalami peningkatan. Hal ini tidak terlepas dari upaya pemasaran produk Tabungan Emas BTN iB. salah satunya ialah dengan meluncurkan kampanye Aisyah, Ayo Investasi Syariah yang mengajak masyarakat untuk memilih produk-produk berdasarkan prinsip Syariah salah satunya ialah Tabungan Emas dengan target pasar adalah milenial.

Pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan meningkatkan keuntungan. Pemasaran adalah sebagai proses sosial dan manajerial di mana individu dan

kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai bagi satu sama lain. Sedangkan William J. Santon mengartikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli. (Danupranata, 2013: 39). Pemasaran dibutuhkan sebuah strategi yang tepat supaya produk yang dipasarkan dapat diminati. Strategi pemasaran yang baik adalah strategi yang bermutu yang dibangun karena adanya berbagai faktor yang mempengaruhi seperti faktor internal serta faktor eksternal (Ferdinand, 2002:107-119). Berdasarkan uraian diatas penulis membuat Tugas Akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Tabungan Emas Sebagai Salah Satu Sumber Dana Pihak Ketiga Bank BTN Syariah”**

I.2 Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Penulisan Tugas Akhir adalah sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Program Studi Perbankan dan Keuangan Diploma Tiga (D3), setiap aktivitas penulisan tidak terlepas dari tujuan yang ingin dicapai. Tujuan penulis melakukan penyusunan Tugas Akhir yaitu :

1. Mengetahui mekanisme strategi pemasaran Tabungan Emas
2. Mengetahui manfaat dan keuntungan dari Tabungan Emas
3. Mengetahui kendala yang dihadapi dari memasarkan Tabungan Emas
4. Mengetahui solusi menghadapi kendala pemasaran Tabungan Emas

I.3 Manfaat Penulisan Tugas Akhir

Berdasarkan tujuan dari penulisan Tugas Akhir yang telah dikemukakan, maka diharapkan dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak, yaitu diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Bagi pembaca diharapkan Tugas Akhir ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai Tabungan Emas dalam dunia menabung di perbankan dan sebagai teori pembelajaran tentang bagaimana tabungan logam mulia emas dipasarkan. Dapat digunakan sebagai bahan referensi dan pembanding bagi

penulis lainnya yang ingin mengetahui tabungan investasi khususnya pada Tabungan Emas, dan memberikan gambaran bahwa Tabungan Emas diperuntukan untuk semua kalangan.

2. Manfaat Praktis

Bagi perbankan, untuk terus memasarkan produk Tabungan Emas kepada masyarakat agar minat masyarakat untuk menabung emas meningkat.