

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang Masalah

Bank adalah perantara keuangan, umumnya didirikan dengan kekuatan untuk menerima simpanan, meminjamkan uang dan menerbitkan surat promes atau disebut uang kertas. Sedangkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, pengertian bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan lalu menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit maupun bentuk yang lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan pada Bab 1 dan Pasal 1 dan Ayat 13, dinyatakan bahwa prinsip syariah mengatur tentang penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha maupun kegiatan lainnya. yang dinyatakan sesuai dengan Syariah. Contoh dari bagian pembiayaan adalah prinsip jual beli barang modal dengan keuntungan (murabahah). (Irham Fahmi, Perbankan Syariah Prinsip Syariah, (Bandung : Alfabeta, 2014), Cet. Ke-1, 25)

Kehadiran Bank Syariah Indonesia menambah suasana baru dalam perbankan, Dalam pekerjaan sehari-hari, misi Bank Syariah Indonesia adalah menghimpun dana dari masyarakat lalu menyalurkan lagi ke masyarakat sesuai dengan prinsip Syariah. Beberapa produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia seperti produk KUR, Mitraguna, Emas dan dalam prakteknya salah satu produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia menggunakan akad Murabahah.

Perkembangan dunia usaha khususnya perbankan saat ini membuat persaingan yang sangat ketat yang mana setiap perusahaan harus berusaha untuk menguasai pasar semaksimal mungkin sehingga mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Di era perkembangan dunia bisnis ini, perusahaan

harus menghadirkan produk paling baik dan memenuhi daya beli masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menjual produk tersebut, yaitu melalui penggunaan strategi pemasaran.

Cicil Emas merupakan salah satu kegiatan yang dijalankan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Pamulang Raya Cicil Emas merupakan produk pembiayaan pembelian emas dengan cara mencicil, hal ini sangat memudahkan para nasabah yang ingin membeli emas dengan biaya yang dikeluarkan lebih kecil di bandingkan membeli secara tunai. Mayoritas nasabah yang sudah percaya kepada Bank BSI terhadap dananya untuk dilakukan pembelian emas dengan cara mencicil. BSI memberikan kemudahan nasabah dalam pembiayaan emas dengan jangka waktu cicilan yang fleksibel dengan pilihan jangka waktu mulai dari 2 bulan hingga maksimal 60 bulan. minimal uang muka atau down payment adalah 20% dari harga emas yang akan dibiayai. Harga emas ditentukan pada saat akad ditutup dengan akad murabahah (jual beli). (Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia, 2021)

Saat ini perusahaan harus bisa memilih dan mengikuti strategi pemasaran yang sesuai untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan. Pelaku bisnis dapat melakukan strategi pemasaran melalui strategi produk, strategi periklanan, strategi distribusi, dan strategi penetapan harga. Jika dikaitkan dengan volume penjualan, berarti kegiatan pemasaran berdampak pada peningkatan volume penjualan di perusahaan. Peningkatan volume penjualan adalah salah satu tujuan dari konsep pemasaran, yang berarti bahwa peningkatan penjualan dicapai melalui kepuasan pelanggan. Dengan perbaikan tersebut, perusahaan dapat tumbuh dan berkembang.

Pada tugas akhir ini peneliti akan membahas mengenai Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Pamulang Raya

## **I.2 Tujuan**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulisan ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui peningkatan volume penjualan produk cicil emas bulan Januari 2022 sampai dengan bulan April 2022 pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Pamulang Raya,
2. Serta untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Pamulang Raya dalam menjual produk Cicil Emas tersebut.

## **I.3 Manfaat**

1. Secara Teoritis

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada penulis juga pembaca mengenai strategi pemasaran apa yang digunakan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Pamulang Raya dalam produk Cicil Emas.

2. Secara Praktis

Bagi perusahaan hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan tambahan bagi Bank BSI KCP Pamulang Raya dalam menggunakan strategi pemasaran khususnya pada produk cicil emas, serta memperluas pengetahuan terhadap produk pembiayaan yang ada di Bank BSI khususnya produk cicil emas.