



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS MELALUI
PROGRAM NGOPI EMAS DI PT BANK SYARIAH
INDONESIA (PERSERO) TBK**

LAPORAN TUGAS AKHIR

DAVINA ADZRA LIYA

2310101009

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2026



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS MELALUI
PROGRAM NGOPI EMAS DI PT BANK SYARIAH
INDONESIA (PERSERO) TBK**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Ahli Madya**

DAVINA ADZRA LIYA

2310101009

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Davina Adzra Liya

NIM : 2310101009

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bogor, 22 Juni 2026

Yang menyatakan,

mal 

Davina Adzra Liya

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Davina Adzra Liya
NIM : 2310101009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : D3 Perbankan dan Keuangan
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS MELALUI
PROGRAM NGOPI EMAS DI PT BANK SYARIAH INDONESIA
(PERSERO) TBK**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Bogor

Pada tanggal: 15 Juni 2026

Yang menyatakan,



Davina Adzra Liya

PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS MELALUI
PROGRAM NGOPI EMAS DI PT BANK SYARIAH
INDONESIA (PERSERO) TBK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:



Davina Adzra Liya

2310101009

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

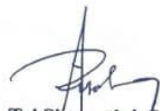
Pada tanggal: 22 Juni 2026

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yoko Trisriarto, S.E., M.M.

Ketua Penguji



Tri Siswantini, S.E., M.M.

Penguji I



Subur, S.E., M.M.

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dewi Cahyani/Pangestuti, S.E., MM.

Ketua Jurusan Manajemen



Mira Rahmi, S.E. M.B.A.

Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 22 Juni 2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Runah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2025/2026

Pada hari ini, Senin, tanggal 22 Juni 2026, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Davina Adzra Liya

NIM : 2310101009

Program Studi : Perbankan dan Keuangan D-III

Judul Tugas Akhir :

**Strategi Permasaran Produk Cicil Emas melalui Program Ngopi Emas di PT Bank
Syaria Indonesia (Persero) Tbk**

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Sidang Ulang~~*, dengan Nilai Rata-Rata 89,12
dan Nilai Huruf B.....

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yoko Tristiarto, S.E. M.M	Ketua	
2	Tri Siswantini, S.E., M.M	Anggota I	
3	Subur, S.E., M.M	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 22 Juni 2026

Mengesahkan
a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Perbankan dan Keuangan D-III

Mira Rahmi, SE, MBA

STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS MELALUI PROGRAM NGOPI EMAS DI PT BANK SYARIAH INDONESIA (PERSERO) TBK

Oleh:

Davina Adzra Liya

ABSTRAK

Produk cicil emas merupakan salah satu produk unggulan PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk yang memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berinvestasi emas secara bertahap sesuai prinsip syariah. Penulisan ini bertujuan mengetahui strategi promosi produk cicil emas melalui Program Ngopi Emas berdasarkan bauran pemasaran 7P serta mengetahui kendala dan solusi pelaksanaannya. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi terhadap empat pegawai bagian pemasaran. Hasil penulisan menunjukkan bahwa Program Ngopi Emas telah menerapkan strategi promosi berbasis edukasi melalui pendekatan bauran pemasaran 7P, meliputi produk cicil emas sesuai syariah, promosi melalui media digital dan pendekatan personal, lokasi strategis, tim pemasaran sebagai edukator, proses kegiatan yang terstruktur, serta fasilitas yang nyaman. Kendala yang dihadapi meliputi kesibukan target pasar, anggapan bahwa cicil emas rumit, dan keterbatasan kapasitas ruang. Kendala tersebut diatasi melalui penyesuaian jadwal, penyederhanaan informasi, dan sistem konfirmasi kehadiran.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Cicil Emas, Program Ngopi Emas, PT Bank Syariah (Persero) Tbk

**MARKETING STRATEGY OF GOLD INSTALLMENT PRODUCTS
THROUGH THE NGOPI EMAS PROGRAM AT PT BANK SYARIAH
INDONESIA (PERSERO) TBK**

By:

Davina Adzra Liya

ABSTRACT

Gold installment product is one of the leading products of PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk that provides convenience for people to invest in gold gradually in accordance with sharia principles. This writing aims to identify the promotional strategy of gold installment products through the Ngopi Emas Program based on the 7P marketing mix framework, as well as to identify the obstacles and solutions in its implementation. Data was collected through interviews and documentation involving four marketing staff members. The results show that the Ngopi Emas Program has implemented an education-based promotional strategy through the 7P marketing mix approach, covering sharia-compliant gold installment products, promotion through digital media and personal approaches, strategic location selection, a marketing team acting as educators, structured activity flow, and comfortable facilities. The obstacles faced include the busyness of the target market, the perception that gold installments are complicated, and limited venue capacity. These obstacles were addressed through schedule adjustments, simplification of information delivery, and an attendance confirmation system.

Keywords: *Marketing Strategy, Gold Installment, Ngopi Emas Program, PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas melalui Program Ngopi Emas di PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk". Penulis menyadari bahwa tanpa doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Mira Rahmi, S.E., M.B.A. selaku Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan, atas bantuan dan perhatiannya kepada seluruh mahasiswa Program Studi Perbankan dan Keuangan.
2. Bapak Subur, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingannya selama proses penyusunan tugas akhir ini.
3. Seluruh pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Rawamangun, khususnya bagian marketing, yang telah bersedia menjadi narasumber sehingga penulis dapat memperoleh data yang dibutuhkan.
4. Ayahanda David Setivani dan Ibunda Jubaedah atas setiap doa, dukungan, dan pengorbanan yang tidak ternilai harganya. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan untuk kakak, adik, serta saudara penulis yang selalu memberikan doa dan semangat.
5. Sahabat-sahabat terkasih penulis, Caca, Angel, Yuli Sukmawati, Sinta, Pama, Narul, Piyak, Sity, Eca, dan Tesa Ika, yang telah menemani dan memberikan semangat selama perjalanan perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bogor, 15 Juni 2026

Davina Adzra Liya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR	v
BERITA ACARA TUGAS AKHIR.....	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Tujuan Tugas Akhir.....	4
I.3 Manfaat Tugas Akhir.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
II.1 Bank Syariah	6
II.1 Produk Pembiayaan dalam Bank Syariah	8
II.2 Produk Cicil Emas	9
II.3 Strategi Pemasaran	10
II.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
II.6 Strategi Promosi dalam Perbankan	14
BAB III METODE PENULISAN	16
III.1. Pengumpulan Data dan Informasi.....	16
III.1.1 Sumber Data.....	16
III.1.2 Teknik Pengumpulan Data	16
III.2. Teknik Pengolahan Data dan Informasi	17
BAB IV PEMBAHASAN.....	19
IV.1. Gambaran Umum Program Ngopi Emas	19

IV.2. Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas melalui Program Ngopi Emas Berdasarkan Bauran Pemasaran 7P	21
IV.3. Kendala dan Solusi dalam Pelaksanaan Program Ngopi Emas	29
IV.4. Evaluasi Program Ngopi Emas	29
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	31
V.1. Simpulan	31
V.2. Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA.....	33
RIWAYAT HIDUP	35
LAMPIRAN.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pedoman Wawancara.....	17
---------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Brosur Undangan Program Ngopi Emas.....	25
Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Program Ngopi Emas	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Wawancara Narasumber 1	36
Lampiran 2. Data Wawancara Narasumber 2.....	39
Lampiran 3. Data Wawancara Narasumber 3.....	41
Lampiran 4. Data Wawancara Narasumber 4.....	44
Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara Narasumber 1	46
Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara Narasumber 2	46
Lampiran 7. Dokumentasi Wawancara Narasumber 3	47
Lampiran 8. Dokumentasi Wawancara Narasumber 4	47
Lampiran 9. Surat Izin Pengambilan Data	48
Lampiran 10. Formulir Persetujuan Judul Tugas Akhir	49
Lampiran 11. Kartu Monitor	50