

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kebutuhan manusia sangatlah kompleks, diantaranya adalah kebutuhan dalam hal keuangan. Manusia membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, dan juga “*saving*” atau tabungan untuk berjaga-jaga saat kondisi mereka sangat membutuhkan uang mendesak untuk pendidikan anak-anak, dana kesehatan, pembangunan rumah dan lain sebagainya. Disamping itu manusia juga memiliki keinginan untuk berinvestasi, yang biasanya dapat berupa tanah, bangunan atau logam mulia yang dapat menjaga harta kekayaan mereka di tengah merosotnya nilai uang.

Emas merupakan salah satu jenis logam mulia yang banyak diminati oleh masyarakat karena merupakan salah satu alternatif investasi jangka panjang. Hal ini dikarenakan investasi emas tergolong sederhana dan minim resiko. Masyarakat Indonesia juga tertarik untuk berinvestasi emas sejak Orde Baru yang berupa perhiasan emas, koin emas, dan emas batangan disebabkan oleh hasil yang lebih menguntungkan dibandingkan investasi valuta asing dan saham (Thobarry, 2009).

Menurut Dirk G. Baur dan Brian M. Lucey (2010), investasi emas mempunyai keunggulan bila dibandingkan dengan investasi yang lain yaitu memiliki nilai nyata sesuai benda fisiknya dan nilai yang melekat pada benda

itu. Peluang bisnis yang menguntungkan dalam investasi emas membuat banyak perusahaan yang berlomba-lomba dalam meluncurkan produk emas, diantaranya perbankan di Indonesia. Dalam hal ini perbankan di Indonesia berlomba-lomba dalam mengeluarkan produk emas seperti gadai emas, tabungan emas, maupun pembiayaan emas.

PT Bank Syariah Mandiri (BSM) tercatat menyalurkan pembiayaan produk gadai emas dan cicil emas sebesar Rp 2,1 triliun di sepanjang tahun 2016. Realisasi ini melesat 24 persen jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yakni Rp1,69 triliun. Produk gadai dan cicil emas mendongkrak bisnis retail banking perseroan dan telah menyumbang pendapatan berbasis komisi (*fee based income*) hingga Rp 226 miliar atau meningkat 15 persen dibandingkan tahun sebelumnya, yakni Rp195 miliar. Hingga kini, faktor utama pertumbuhan pembiayaan gadai dan cicil emas, yakni meningkatnya segmen *affluent* atau nasabah dengan pembiayaan antara Rp 50 juta hingga Rp 100 juta. Segmen ini mengambil porsi pembiayaan gadai emas sekitar 34 persen. BSM merinci, jumlah nasabah gadai dan cicil emas mencapai 130 ribu orang. Kebanyakan nasabah gadai emas berasal dari kelompok ibu-ibu, sedangkan nasabah pembiayaan atau cicil emas datang dari kalangan profesional muda yang berorientasi kepada investasi (<http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170222131437-78-195292/pembiayaan-emas-bank-syariah-mandiri-tembus-rp21-triliun/>, diakses tanggal 17 Mei 2017).

Investasi emas yang ditawarkan oleh bank pada dasarnya seperti produk investasi emas di perusahaan lainnya, baik bank syariah maupun bank konvensional, yaitu berbentuk 2 produk berupa pembiayaan emas dan tabungan emas, yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Namun secara umum pembiayaan emas lebih banyak diminati masyarakat dibanding tabungan emas. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara awal dengan salah satu nasabah pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta. Nasabah tersebut menyatakan bahwa pembiayaan cicil emas mempunyai kelebihan bila dibandingkan dengan produk bank konvensional. Disamping itu, produk pembiayaan cicil emas telah diatur ketentuannya oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) No.77 perihal Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai yang hukumnya boleh (mubah, ja'iz) selama emas tidak menjadi alat tukar resmi. Adapun kelebihan dan kekurangan pembiayaan dan tabungan emas sebagai berikut:

Tabel 1.1 Perbandingan Pembiayaan Emas dan Tabungan Emas

Produk	Keunggulan	Kelemahan
Pembiayaan Emas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bisa membeli emas tanpa adanya kurs</li> <li>2. Jumlah emas yang bisa diambil sesuai permintaan</li> <li>3. Tidak ada biaya cetak untuk memiliki emas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nasabah wajib membayar 20% uang muka</li> <li>2. Rata-rata Bank menetapkan cicilan yang wajib dibayar tiap bulan</li> <li>3. Resiko bayar gagal emas dan penalti</li> </ol>
Tabungan Emas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak ada uang muka</li> <li>2. Pembayaran fleksibel dan tidak harus setiap bulan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya selisih antara kurs jual dan beli</li> <li>2. Emas bisa diambil minimal 5 gr</li> </ol>

	3. Tidak ada resiko penalti jika belum membayar	3. Adanya biaya cetak untuk memiliki emas
--	---	---

Sumber: Data yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dan berdasarkan pra penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan (cicil) emas lebih banyak diminati nasabah, dikarenakan penetapan cicilan bulanan dan resiko pinalti yang menjadi beban nasabah justru menjadi pemicu semangat bagi nasabah. Disisi lain pembayaran yang fleksibel menurunkan semangat nasabah dalam investasi emas, mengingat angsuran tabungannya sesuai kondisi keuangan nasabah. Oleh karena itu peneliti memfokuskan pada produk pembiayaan emas.

Bank Syariah lebih banyak diminati masyarakat dibanding lembaga-lembaga keuangan atau bank konvensional, karena dalam operasionalnya lembaga syariah menggunakan akad yang syar'i pada semua transaksinya. Akad yang dipakai dalam pembiayaan cicil emas adalah *murabahah*. *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli (Adiwarman, 2011:113). Karena dalam *murabahah* ditentukan berapa keuntungan yang ingin diperoleh.

Produk pembiayaan kepemilikan emas merupakan produk yang sangat menarik untuk diteliti, salah satunya produk pembiayaan emas di Bank Syariah Mandiri. Pemilihan Bank Syariah Mandiri sebagai lokasi penelitian dikarenakan Bank Syariah Mandiri merupakan Bank Syariah terbesar di Indonesia, hal ini terbukti dengan dana pihak ketiga (DPK) sudah mencapai Rp 73,5 triliun per Maret 2017. Bank Syariah Mandiri juga telah melampaui

target perolehan aset yaitu mencapai Rp 80,01 triliun per Maret 2017 (<https://www.syariahamandiri.co.id/category/investor-relation/laporan-bulanan>, diakses tanggal 9 Mei 2017).

Produk pembiayaan emas di Bank Syariah Mandiri merupakan produk yang masih berjalan dengan baik dibanding produk yang sama pada Bank lain. Beberapa bank yang mengeluarkan produk pembiayaan cicil emas yaitu Bank BNI Syariah, Bank Kalsel Syariah, dan Bank Mandiri Syariah, disisi lain terdapat beberapa bank yang sudah tidak menjalankan produk pembiayaan emas yaitu Bank BRI Syariah dan Danamon Syariah, dikarenakan adanya keluhan oleh nasabah terhadap produk kepemilikan logam mulia. BRI Syariah iB yang tidak sesuai dengan prosedur, sedangkan Bank Danamon Syariah mengalami kerugian saat harga emas turun, sehingga nasabah merasa tertipu karena nilai investasinya menurun (Kompas.com, 10 April 2017).

Keunggulan produk cicil emas pada Bank Syariah Mandiri dengan persyaratan yang mudah yaitu hanya menyerahkan KTP, buku rekening dan uang muka 20%. Nasabah sudah bisa melakukan pembiayaan kepemilikan emas. Sementara persyaratan di bank lain lebih ketat seperti di Bank BNI Syariah dan bank lain yang membutuhkan persyaratan NPWP, kartu identitas pegawai dan bukti slip gaji.

Eksistensi pembiayaan emas di Bank Syariah Mandiri perlu dikaji lebih mendalam, mengingat adanya bank seperti Bank Danamon Syariah yang kemudian mengalami kerugian pada saat harga emas menurun. Disisi lain penambahan nasabah atas produknya merupakan hal yang menarik untuk

dikaji lebih mendalam terutama terkait strategi pemasaran, karena adanya bank lain yang mengalami kerugian atau masalah dalam produk pembiayaan emasnya, seperti BRI Syariah yang dinilai merugikan nasabah berpengaruh terhadap pemasaran produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Mandiri, karena cenderung tidak dipercaya, dicurigai, dan ditakutkan sebagaimana bank-bank yang bermasalah tersebut.

Bank Syariah Mandiri Cabang Kaliurang Yogyakarta merupakan salah satu cabang dari Bank Syariah Mandiri yang mempunyai nilai penjualan produk cicil emas yang cukup baik karena cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Perbandingan Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kaliurang dengan cabang lain dari tahun 2015 – 2017

Cabang / Tahun	2015 (Peiode Jan-Des)	2016 (Periode Jan-Des)	2017 (Januari)
Kaliurang	129	141	142
Wonosari	145	167	182
Ambarukmo	141	143	156
Bantul	134	153	178
Sleman	132	156	185

Sumber: Data yang diolah peneliti

Tabel 1.2 menampilkan penjualan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Kaliurang lebih rendah dibanding cabang yang lain. Sementara itu Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang memiliki produk pembiayaan cicil emas pada tiap cabang. Jumlah nasabah yang sedikit di Cabang Kaliurang perlu dikaji lebih mendalam, karena kebijakan pemasaran tergantung pada masing-masing BSM, sesuai inovasi, trik, maupun strateginya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini bauran pemasaran (*marketing*

*mix*) merupakan salah satu strategi marketing yang menggabungkan beberapa komponen strategi pemasaran, sehingga semakin banyak strategi yang digunakan kemungkinan besar bisa menghasilkan banyaknya nasabah. Alasan pemakaian strategi bauran pemasaran karena bauran pemasaran merupakan komponen penting bagi perusahaan. Selain itu bauran pemasaran mempunyai keunggulan dibandingkan dengan strategi pemasaran yang lain yaitu bauran pemasaran menggabungkan unsur-unsur yang menjadi dasar pengambilan keputusan dalam pembuatan strategi pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*. Alasan ini diperkuat oleh pernyataan Kotler (2009:23) yaitu bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran guna memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti sangat tertarik untuk mengkaji tentang produk pembiayaan emas dan strategi pemasarannya dalam sebuah penelitian dengan judul: **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KCP KALIURANG YOGYAKARTA”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diperjelas di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah bauran pemasaran produk cicil emas mempunyai pengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Kaliurang Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran produk cicil emas terhadap peningkatan jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri Kaliurang Yogyakarta.

### **D. Kegunaan Penelitian**

#### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berguna bagi pengembangan ilmu ekonomi terutama kajian tentang pengaruh bauran pemasaran produk pembiayaan cicil emas dalam peningkatan jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta, sekaligus memberikan sumbangsih bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### 2. Kegunaan Praktis

##### a. Bagi nasabah di BSM KCP Kaliurang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, saran dan masukan kepada nasabah atau masyarakat yang belum memahami produk pembiayaan cicil emas di BSM KCP Kaliurang.

##### b. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, saran dan masukan kepada pihak bank syariah akan pentingnya sosialisasi dan pengembangan tentang investasi emas khususnya di BSM KCP Kaliurang.

##### c. Bagi Peneliti

Memperkaya wacana keilmuan terutama di bidang ekonomi Islam, yaitu mengetahui bagaimana cara pandang masyarakat terhadap gadai



maupun cicil emas yang kian semarak, serta dapat mengaplikasikan ilmu yang peneliti peroleh baik yang diperoleh di perkuliahan ataupun dari proses penelitian ini ke dalam dunia kerja.