

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam sebuah perekonomian, terdapat suatu risiko dimana risiko ini merupakan sebuah ketidakpastian dalam perekonomian itu sendiri. Seperti dalam proses perencanaan keuangan, terkadang sulit untuk mengestimasi arus kas di masa depan yang mungkin dipengaruhi oleh berbagai masalah keuangan yang dapat hadir kapan saja tanpa diduga. Seperti dalam keadaan mendesak, seseorang membutuhkan sejumlah dana untuk mengatasi suatu permasalahan. Sebelum hal tersebut terjadi, seseorang harus sedia payung sebelum hujan yang berarti mempersiapkan atau berjaga-jaga sebelum sesuatu terjadi. Dengan sikap proaktif tersebut, seseorang tidak akan kebingungan ketika membutuhkan dana dadakan. Salah satu alternatif yang dapat dimanfaatkan sebagai *emergency fund* atau dana darurat yaitu investasi.

Investasi memiliki jenis yang beragam ditinjau dari objek maupun instrumennya. Salah satu investasi yang sering dilakukan masyarakat adalah investasi emas. Emas merupakan logam mulia yang menjadi salah satu objek investasi yang banyak diminati oleh masyarakat karena imbal hasil investasi yang cukup menjanjikan. Emas sangat cocok dijadikan investasi jangka panjang karena peranannya dalam mempertahankan nilai uang. Walaupun emas terpaksa harus dijual dalam jangka waktu pendek, nilai *buyback* emas tetap tinggi sesuai harga yang berlaku pada saat itu. Emas menjadi pilihan investasi yang minim risiko karena nilai jual emas yang relatif stabil. Selain itu, harga emas cenderung mengalami kenaikan, walaupun harga emas sedang mengalami penurunan, penurunannya tidak signifikan. Karena keunggulan emas inilah, minat beli masyarakat terhadap emas cukup tinggi.¹

Di era yang semakin berkembang ini, banyak lembaga keuangan menyediakan produk-produk yang dapat memudahkan masyarakat dalam segala kegiatan ekonominya salah satunya dalam hal investasi emas. Saat ini masyarakat tidak perlu menunggu uangnya terkumpul banyak untuk dapat memiliki emas karena sudah banyak lembaga yang menyediakan produk kepemilikan emas dengan skema yang inovatif sesuai dengan prinsip-prinsip yang ada. Salah satu lembaga keuangan yang mendukung fasilitas tersebut

¹ Ella Syafputri, *Investasi Emas, Dinar & Dirham* (Depok: Penebar Plus⁺, 2012), 47.

adalah perbankan. Perbankan merupakan lembaga keuangan yang kegiatan usahanya meliputi penghimpunan dana dari masyarakat, penyaluran dana yang telah dihimpun serta memberikan layanan dan jasa bank lainnya pada masyarakat.²

Perbankan merupakan lembaga intermediasi yang berperan penting dalam membantu masyarakat dengan menyediakan fasilitas produk dan jasa yang mempermudah kegiatan ekonomi. Perbankan sendiri terdapat bank konvensional dan bank syariah. Pada dasarnya kegiatan usaha bank konvensional dan bank syariah sama yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan pelayanan jasa lainnya. Keduanya juga memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai administrator sistem pembayaran dan lembaga perantara keuangan, akan tetapi filosofi dan sistem operasional keduanya memiliki perbedaan.³

Filosofis perbankan syariah mengacu pada larangan riba baik dalam transaksi keuangan maupun non keuangan sebagaimana dijelaskan dalam Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Kemudian sistem operasional perbankan syariah memiliki prinsip bagi hasil, sedangkan perbankan konvensional memiliki prinsip bunga yang mengandung unsur riba.⁴

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Saat ini perbankan syariah di Indonesia memiliki sinergi positif karena karena meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap *halal matter* serta dukungan kuat dari *stakeholder*. Perbankan syariah berperan penting sebagai fasilitator dalam aktivitas ekonomi dan industri halal. Karakteristik pada operasional perbankan syariah yang berdasar pada prinsip bagi hasil menjadi sebuah alternatif bagi sistem perbankan yang menjadi daya tarik masyarakat dalam melakukan transaksinya di bank dengan pola yang saling menguntungkan. Selain itu, nilai keadilan dan kejujuran dalam transaksi, kebersamaan dan persaudaraan dalam produksi, serta menghindari kegiatan yang bersifat spekulatif menjadikan

² Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 3.

³ Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah: Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia* (Jakarta: Erlangga, 2010) 4.

⁴ Amir Machmud dan Rukmana, 5.

alasan meningkatnya kesadaran masyarakat akan nilai-nilai perbankan syariah.

Berdasarkan data statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK), terdapat 844 bank syariah yang terdiri dari 15 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 194 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁵ Termasuk di dalamnya, Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan hasil korporasi bank-bank syariah milik BUMN antara lain Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah yang resmi bergabung pada tanggal 1 Februari 2021 kemarin. Penggabungan ketiga bank syariah tersebut bertujuan untuk mendorong bank syariah agar lebih besar sehingga dapat memasuki pasar global dan menjadi katalis yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Dalam kegiatan usahanya bank syariah menciptakan produk-produk yang dapat menunjang aktivitas ekonomi masyarakat dengan tetap berdasar pada prinsip-prinsip syariah. Produk-produk tersebut memiliki skema yang variatif dan fasilitas yang beragam. Sebuah produk dikembangkan secara inovatif agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang seiring berjalannya waktu ikut berkembang. Inovasi produk perbankan syariah tidak cukup hanya mengandalkan konsep yang inovatif saja tetapi juga harus didukung dengan kualitas produk yang mumpuni serta strategi promosi yang baik agar kualitas yang dimiliki produk sampai kepada nasabah. Nasabah akan mempersepsikan produk sebagaimana produk dipromosikan. Persepsi ini akan membentuk sebuah minat nasabah.

Sebagai wajah baru perbankan syariah di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir dengan inovasi baru dengan menyediakan produk-produk yang memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonominya. Diantara produk-produk tersebut terdapat produk yang memberikan kemudahan masyarakat dalam memiliki emas. Terdapat dua produk kepemilikan emas BSI yang dapat menjadi pilihan nasabah yang ingin memiliki emas sesuai skema yang diinginkan. Produk tersebut adalah BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas yang memiliki fasilitas berbeda dimana BSI Cicil Emas merupakan fasilitas pembiayaan sedangkan BSI Tabungan E-mas merupakan fasilitas tabungan.⁶

⁵ Otoritas Jasa Keuangan, “Statistik Perbankan Syariah (Sharia Banking Statistics)” 15 Desember 2021. <http://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>

⁶ Web Resmi Bank Syariah Indonesia (BSI), diakses pada tanggal 10 Desember, 2021. <http://www.bankbsi.co.id/#>

Di masa pandemi ini, kesadaran masyarakat akan berinvestasi emas semakin meningkat. Lonjakan dampak pandemi terhadap perekonomian nampaknya membuat sebagian masyarakat kaget dan kewalahan menghadapi berbagai situasi dan permasalahan keuangan. Ketidakstabilan ekonomi serta keterbatasan aktivitas masyarakat akibat pandemi tersebut menjadikan sebagian besar masyarakat mempergunakan uangnya untuk hal-hal yang produktif salah satunya investasi emas. Investasi emas menjadi pilihan masyarakat untuk berada jalur aman dengan melindungi nilai uang yang dimiliki karena banyak hal yang tidak dapat diperkirakan dan perlu persiapan keuangan untuk menghadapi masa depan.

Pada BSI KCP Jepara, terlihat minat masyarakat akan investasi emas melalui produk kepemilikan emas Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas. Antusiasme tersebut terbukti melalui penghargaan kinerja bank yang dicapai oleh BSI KCP Jepara dimana BSI Tabungan E-mas mencetak rekor terhadap pembukaan rekening serta penghargaan pembiayaan yang rekornya dicetak oleh produk-produk pembiayaan dimana produk BSI Cicil Emas merupakan salah satu produk pembiayaan yang andil dalam pencapaian ini.⁷ Minat nasabah terhadap produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas ini pastinya tak lepas dari kualitas produk serta strategi promosi yang mempengaruhinya.

Dalam menciptakan produk yang inovatif, sebuah produk harus memiliki kualitas yang baik agar saat dipasarkan dan dipromosikan dapat menghasilkan daya tarik pada minat konsumen. Kualitas produk yang prima akan menjadikan konsumen atraktif sehingga hal tersebut dapat meningkatkan volume penjualan. Loyalitas konsumen terhadap produk akan kuat apabila konsumen mengetahui kualitas produk dengan baik. Konsumen yang memilih sebuah produk berdasarkan mutu biasanya lebih loyal daripada yang memilih berdasarkan orientasi harga.

Sebelum melakukan keputusan pembelian dan memiliki loyalitas terhadap sebuah produk, konsumen harus memiliki minat terlebih dahulu. Minat konsumen terhadap sebuah produk terbentuk dari sebuah persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Apakah produk tersebut mampu menciptakan sebuah persepsi yang mempengaruhi minat konsumen terhadap produk atau tidak. Kualitas produk, strategi promosi dan persepsi konsumen merupakan sebuah

⁷ BSI KCP Jepara, *Bank Syariah Indonesia (BSI)*, 2021

proses terjalannya sebuah minat konsumen terhadap produk dan menghasilkan keputusan pembelian.⁸

Dengan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti produk kepemilikan emas BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas dengan judul penelitian “**Analisis Komparasi Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Persepsi Nasabah pada BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas (Studi Kasus BSI KCP Jepara)**”

B. Fokus Penelitian

Sesuai judul penelitian, agar penelitian ini sesuai dengan tujuan yang diharapkan, kemudian mengingat keterbatasan peneliti maka penelitian ini difokuskan pada:

1. Kualitas produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas
2. Strategi promosi BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas
3. Persepsi nasabah BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perbedaan dan persamaan kualitas produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas?
2. Bagaimana perbedaan dan persamaan strategi promosi pada produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas?
3. Bagaimana perbedaan dan persamaan persepsi nasabah terkait produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perbedaan dan persamaan kualitas produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas.
2. Untuk mengetahui perbedaan dan persamaan strategi promosi BSI Cicil Emas atau BSI Tabungan E-mas.
3. Untuk mengetahui perbedaan dan persamaan persepsi nasabah terkait produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas.

E. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian di bidang ekonomi dan bisnis syariah khususnya perbankan syariah.

Kemudian dengan adanya penelitian pada kualitas produk, strategi promosi dan persepsi nasabah diharapkan dapat

⁸ Andriatma Setiawan dan Arjuna Wiwaha, “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. KC Kelapa Gading Square” *Jurnal Ilmiah Widya* 2, no.1 (2019): 38-42

menjadi bahan pengembangan dalam manajemen perbankan syariah dalam melakukan riset produk, pemasaran, dan juga perilaku konsumen.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Masyarakat

Dalam melakukan investasi emas, diharapkan masyarakat dapat lebih mengenal produk dari perbankan syariah yang dapat memudahkan masyarakat dalam pembelian/kepemilikan emas berdasarkan syariah Islam.

Selain itu dalam memilih produk kepemilikan emas, masyarakat dapat lebih jeli dalam memahami kualitas pada produk kepemilikan emas dan dapat membuat keputusan lebih teliti.

b. Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akademisi dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat dipergunakan untuk menunjang penelitian selanjutnya dalam mengembangkan konteks-konteks yang bersangkutan.

c. Bagi Praktisi

Praktisi dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk kebutuhan industri dalam menciptakan produk yang berkualitas serta merumuskan strategi-strategi dalam meningkatkan kinerja yang lebih baik di masa mendatang.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam mengetahui pembahasan pada skripsi ini secara menyeluruh, maka dikemukakan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian awal skripsi terdapat halaman judul, pengesahan majelis penguji ujian munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar singkatan, daftar tabel, serta daftar gambar/grafik.

2. Bagian Utama

Bagian utama skripsi memuat bab-bab yang terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan terdapat beberapa subbab yaitu latar belakang, fokus penelitian,

- rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II : KAJIAN TEORI
Pada bab kajian teori terdapat beberapa subbab yaitu kajian teori yang berkaitan dengan judul, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.
- BAB III : METODE PENELITIAN
Pada bab metode penelitian terdapat beberapa subbab yaitu jenis dan pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian dan keabsahan data, dan teknik analisis data.
- BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Pada bab hasil penelitian dan pembahasan terdapat gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisis data penelitian.
- BAB V : PENUTUP
3. Bagian Akhir
Bagian akhir dari skripsi ini berisi tentang daftar pustaka dan lampiran.