

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum BSI KCP Jepara

#### 1. Profil BSI KCP Jepara

Pada tanggal 1 Februari bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H, Presiden Joko Widodo meresmikan penggabungan tiga bank syariah di Indonesia yakni Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah dan BNI Syariah. Ketiga bank tersebut resmi tergabung menjadi entitas baru yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI menjadi sinergi baru bagi perbankan syariah di Indonesia sebagai wujud ikhtiar agar dapat menjadi bank syariah kebanggaan umat, turut serta menyalurkan energi untuk pembangunan ekonomi di Indonesia serta berkontribusi terhadap kesejahteraan umat. Dengan menghadirkan layanan yang lebih lengkap dan jangkauan yang lebih luas serta kapasitas permodalan yang semakin baik, BSI lahir dengan inovasi baru salah satunya dengan produk-produk BSI yang semakin variatif dan inovatif.<sup>1</sup>

BSI KCP Jepara merupakan salah satu cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berada di wilayah Kota Jepara tepatnya berlokasi di Jl. Pemuda No.12 A-B Desa Panggang, Kecamatan Jepara, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Sebelum menjadi BSI, BSI KCP Jepara merupakan Bank Syariah Mandiri KCPKP Jepara yang berdiri sejak tahun 2011. Setelah resmi digabungkan, BSM KCP Jepara berubah menjadi entitas baru BSI, dan beroperasi sebagai BSI KCP Jepara dengan semangat untuk mencapai visi dan misi Bank Syariah Indonesia dan bercita-cita menjadi cabang yang unggul dan berkualitas dalam berkontribusi baik untuk umat maupun BSI.<sup>2</sup>

#### 2. Visi dan Misi BSI KCP Jepara

- a. Visi  
Top 10 Global Islamic Bank
- b. Misi
  - 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

---

<sup>1</sup> Web Resmi Bank Syariah Indonesia (BSI), diakses pada tanggal 3 Januari, 2022. <http://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

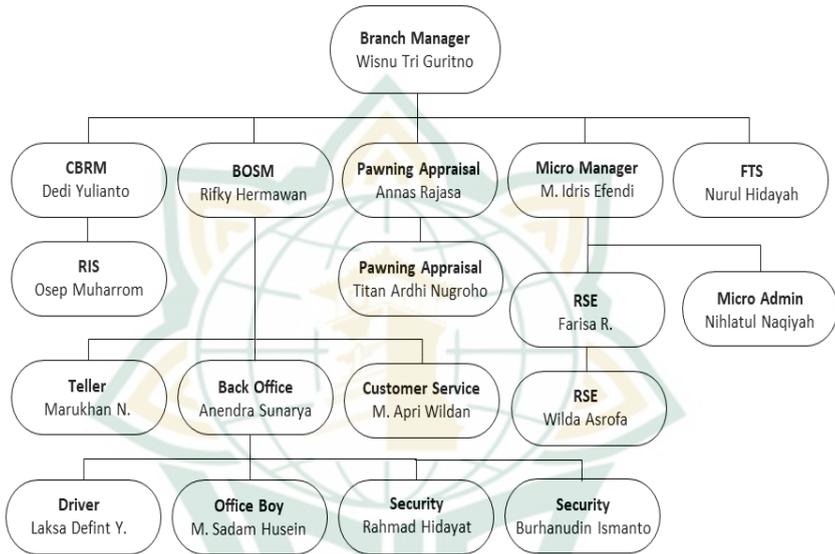
<sup>2</sup> BSI KCP Jepara, *Company Profile Bank Syariah Indonesia (BSI)*, 2021

- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia<sup>3</sup>

**3. Struktur Organisasi BSI KCP Jepara**

Berikut susunan organisasi yang terdapat di BSI KCP Jepara:<sup>4</sup>

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Jepara**



- Branch Manager* : Wisnu Tri Guritno
- BOSM* : Rifky Hermawan
- Back Office* : Anendra Sunarya
- Customer Service* : Muhammad Apri Wildan
- Teller* : Masrukhan Naimustari
- Pawning Appraisal* : Annas Rajasa
- Pawning Appraisal* : Titan Ardhi Nugroho
- CBRM* : Dedi Yulianto
- RIS* : Osep Muharrom
- Micro Manager* : Muhammad Idris Efendi
- RSE* : Farisa Rahmilatushifa
- RSE* : Wilda Asrofa
- Micro Admin* : Nihlatul Naqiyah
- FTS* : Nurul Hidayah

<sup>3</sup> Web Resmi Bank Syariah Indonesia (BSI), diakses pada tanggal 3 Januari, 2022. <http://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

<sup>4</sup> BSI KCP Jepara, *Company Profile Bank Syariah Indonesia (BSI)*, 2022

<i>Security</i>	: Burhanudin Ismanto
<i>Security</i>	: Rahmad Hidayat
<i>Office Boy</i>	: Muhammad Sadam Husein
<i>Driver</i>	: Laksa Defint Yona

## B. Hasil Penelitian

### 1. Kualitas Produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas

#### a. Kualitas Produk BSI Cicil Emas

BSI Cicil merupakan produk BSI yang memberikan fasilitas pembiayaan dalam hal kepemilikan emas. Berdasarkan keterangan dari Bapak Annas Rajasa yang merupakan *pawning appraisal* yang bertugas di *counter* layanan cicil emas BSI KCP Jepara, BSI Cicil Emas merupakan produk yang menjembatani nasabah yang memiliki niat investasi emas dengan cara memberikan fasilitas pembiayaan kepemilikan emas dengan skema cicilan atau mengangsur. Hal ini karena sebagian besar masyarakat yang memiliki niat berinvestasi emas ingin membeli emas secara *cash/langsung*. Akan tetapi karena tren emas yang saat ini cenderung naik, niat tersebut sulit tercapai. Oleh karena itu, BSI Cicil Emas hadir sebagai solusi nasabah untuk melaksanakan niat investasinya.<sup>5</sup>

BSI Cicil Emas memiliki keunggulan antara lain:<sup>6</sup>

- 1) Emas diasuransikan dan disimpan di Bank
- 2) Tarif yang dikenakan dalam BSI Cicil Emas juga tergolong murah. Untuk biaya administrasi sebesar 0 s.d 1% dengan margin 11% - 14% eff sesuai dengan target segmen.
- 3) Skema angsuran tetap dan ringan karena kenaikan harga emas di lain hari tidak akan mempengaruhi besar cicilan.
- 4) Terdapat *counter* layanan khusus untuk melayani nasabah BSI Cicil Emas.

BSI Cicil Emas ini memiliki fitur dimana tersedia *counter* layanan Cicil Emas yang dilayani oleh petugas khusus cicil emas. Jadi nasabah yang ingin mendapatkan fasilitas pembiayaan dari BSI Cicil Emas dapat langsung

<sup>5</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 7 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>6</sup> Web Resmi Bank Syariah Indonesia (BSI), diakses pada tanggal 10 Januari, 2022. <http://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/individu/emas/1615866857bsi-cicil-emas>

datang ke Bank yaitu ke *counter* layanan cicil emas cukup membawa persyaratan. Ataupun nasabah yang ingin mengetahui informasi terkait produk lebih mendalam dapat langsung konsultasi dengan petugas cicil emas.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Bapak Annas terkait operasional produk BSI Cicil Emas, biasanya nasabah akan datang ke *counter* layanan terlebih dahulu untuk mengecek/mengetahui harga emas terkini sebagai bahan pertimbangan karena harga emas setiap hari naik turun. Apabila nasabah sepakat dengan harga emas dan memutuskan untuk menggunakan BSI Cicil Emas, petugas akan melangsungkan akad perjanjian dengan prinsip *murabahah*/jual beli dengan perolehan harga emas di hari itu juga. BSI Cicil Emas ini bekerja sama dengan PT. Antam Tbk. Jadi harga emas tersebut merupakan harga resmi dari gerai Antam. Setelah akad petugas akan membeli emas tersebut dan menjual kembali pada nasabah dengan harga BSI. Harga BSI tersebutlah yang menjadi besaran cicilan yang akan dicicil nasabah setiap bulannya.<sup>7</sup>

Berdasarkan sumber data dari web resmi BSI, adapun ketentuan dan syarat produk BSI Cicil Emas antara lain sebagai berikut:<sup>8</sup>

- 1) Ketentuan BSI Cicil Emas
  - (a) Emas lantakan yang dibiayai minimal 10 gram
  - (b) FTV atau *plafond* pembiayaan emas jenis lantakan maksimal 80% dari harga perolehan emas
  - (c) Uang muka minimal 20% dari harga perolehan emas
  - (d) Pembiayaan maksimal per-KTP adalah Rp.150.000.000,-
  - (e) Pembiayaan menggunakan akad *murabahah* (di bawah tangan)
  - (f) Pengikatan Agunan diikat menggunakan akad *rahn* (gadai)
  - (g) Jangka waktu pembiayaan paling singkat 2 (dua) tahun dan paling lama 5 (lima) tahun

<sup>7</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 7 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>8</sup> Web Resmi Bank Syariah Indonesia (BSI), diakses pada tanggal 10 Januari, 2022. <http://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/individu/emas/1615866857bsi-cicil-emas>

- (h) Pelunasan cicilan dapat dipercepat setelah pembiayaan sudah berjalan minimal 1 (satu) tahun
- 2) Syarat BSI Cicil Emas
  - (a) WNI Cakap hukum
  - (b) Pegawai dengan usia minimal 21 tahun s.d usia maksimal 55 tahun
  - (c) Pensiunan berusia maksimal 70 tahun pada saat pembiayaan jatuh tempo.
  - (d) Profesional dan wiraswasta berusia maksimal 60 tahun.
  - (e) Menyerahkan Kartu Identitas (KTP), khusus pembiayaan diatas Rp.50.000.000,- menyerahkan KTP dan NPWP

Sebagaimana persyaratan yang dimiliki produk BSI Cicil Emas, produk ini memiliki segmentasi produk dengan target sasaran nasabah yang berpenghasilan tetap. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terkait kesesuaian produk terhadap spesifikasi nasabah, Bapak Annas mengatakan bahwa di kesepakatan awal, kesesuaian produk telah disetujui di saat itu juga. Nasabah yang memutuskan untuk melakukan akad terhadap BSI Cicil Emas artinya nasabah tersebut telah menyetujui segala hal yang dimiliki produk. Sehingga, dalam proses pembayaran kewajiban cicil emas, tidak terjadi miskomunikasi karena segalanya harus berjalan sesuai apa yang telah di sepakati harga jual, harga beli, skema angsuran, dll. dalam akad. Sedangkan untuk kesesuaian dengan sistem sudah mutlak akan menyesuaikan dengan *system input* yang telah disepakati bersama lembar akad sebelumnya. Seperti jangka waktu yang telah ditentukan dan besaran cicilan yang diperoleh.<sup>9</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, Bapak Annas juga memaparkan terkait penggunaan produk yaitu untuk satu KTP hanya boleh memiliki satu fasilitas pembiayaan kepemilikan emas. Namun apabila nasabah belum mencapai batas maksimal *plafond* pembiayaan, nasabah boleh melakukan *top-up*. Nasabah tersebut biasanya adalah nasabah yang loyal dan memiliki kesadaran atau niat untuk membangun kesadaran akan

---

<sup>9</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 7 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

investasi emas. Misalnya nasabah tersebut sudah pernah melakukan akad BSI Cicil Emas sebesar 40 gram dan cicilan baru berjalan beberapa bulan, apabila nasabah memiliki ingin melakukan *top-up* lagi maka petugas dapat melakukan akad lagi meskipun cicilan sebelumnya belum selesai. Hal ini karena maksimal *plafond* pembiayaan yang diberikan per-KTP adalah Rp.150.000.000. Yang terpenting disini adalah nasabah memiliki kemampuan untuk membayar kewajibannya.<sup>10</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, terkait probabilitas BSI Cicil Emas terhadap kepuasan nasabah. Probabilitas yang dimiliki produk tidak hanya dari kualitas produk itu sendiri akan tetapi juga kualitas pelayanan yang diberi. Berdasarkan fakta di lapangan, Bapak Annas mengatakan *feedback* nasabah terhadap BSI Cicil Emas baik. Nasabah merasa terbantu dengan adanya produk BSI Cicil Emas. Nasabah yang memiliki niat untuk investasi emas namun terbentur dengan harga emas yang naik dan bahkan saat ini sudah tembus Rp.1.000.000,- menjadi terbantu karena niatnya untuk berinvestasi dapat terlaksana.

Kemudian, kesan kualitas yang dimiliki BSI Cicil Emas ini adalah kesan bahwa produk BSI Cicil Emas ini tidak ada matinya. Ketika nasabah semakin banyak berinvestasi emas untuk jangka panjang, profit yang didapatkan juga semakin besar. Beliau juga mengatakan, di dalam Al-Qur'an sendiri sudah di-*nash* kan bahwa emas harganya akan selalu naik dan apapun transaksi dalam sebuah perekonomian, emas adalah tolok ukurnya. Sehingga sampai akhir zamanpun *insyaallah* harga emas dapat selalu menjadi patokan.<sup>11</sup>

#### **b. Kualitas Produk BSI Tabungan E-mas**

BSI Tabungan E-mas merupakan produk layanan kepemilikan emas dengan fasilitas tabungan yang menjadi jembatan untuk nasabah yang ingin memiliki emas namun tidak dengan cara dicicil melainkan ditabung. Sebagaimana dikatakan Bapak Annas dalam wawancara, beliau mengatakan bahwa BSI Tabungan E-mas merupakan produk yang menjembatani investasi emas dimana

---

<sup>10</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 7 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>11</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 7 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

investasi dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, tidak terikat tempat dan waktu. Produk ini memiliki fitur *Mobile Banking BSI* dimana akses transaksi dapat dilakukan melalui *gadget/handphone* nasabah sehingga nasabah tidak perlu datang ke Bank untuk menabung emas. Sehingga nasabah dapat langsung melakukan transaksi menabung lewat *BSI Mobile Banking*.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Bapak Annas, beliau mengatakan dengan *BSI Tabungan E-mas* melalui *BSI Mobile Banking* ini, nasabah yang memiliki saldo di rekeningnya dapat teringat bahwa ia dapat menyisihkan saldonya untuk menabung emas. Apalagi minimal transaksi *BSI Tabungan E-mas* adalah Rp.50.000,- Melalui fitur *BSI Mobile Banking* juga, nasabah dapat mengecek harga emas hari itu juga dan apabila harga tersebut cocok nasabah dapat melakukan transaksi menabung pada hari itu juga.<sup>12</sup>

Berdasarkan wawancara terkait kelebihan produk *BSI Tabungan E-mas*, Bapak Annas mengatakan bahwa kelebihan dari produk ini adalah sifat transaksinya yang bebas/suka-suka. Kelebihan yang lainnya yaitu praktis. Dalam operasionalnya, produk ini tidak perlu menyimpan emas dalam bentuk fisik emasnya. Emasnya pun dapat diperjualbelikan langsung melalui fitur yang disediakan *BSI mobile banking*. Beliau juga mengatakan, adapun kekurangan dari produk *BSI Tabungan E-mas* adalah penarikan fisik oleh nasabah hanya dapat dilakukan ketika emas sudah berjumlah 3 gram. Pengambilannya pun harus ke kantor pusat dan juga dikenakan biaya cetak. Biaya cetak emas ini berjenjang, semakin besar gram emas semakin tinggi biaya cetaknya.

Untuk operasional *BSI Tabungan E-mas* Bapak Annas juga menjelaskan, nasabah harus memiliki rekening tabungan *BSI* terlebih dahulu, baik Tabungan *Mudharabah* maupun Tabungan *Wadiah* untuk membuka rekening *BSI Tabungan E-mas*. Kemudian nasabah harus meng-*install* aplikasi *BSI Mobile Banking* kemudian melakukan aktivasi. Setelah itu nasabah dapat langsung menuju fitur emas pada *BSI Mobile Banking* kemudian mengisi form

---

<sup>12</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 10 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

BSI Tabungan E-mas sesuai dengan instruksi. Nasabah yang tidak memiliki saldo dapat melakukan setoran awal terlebih dahulu, apabila nasabah sudah memiliki saldo, nasabah dapat langsung melakukan transaksi beli, jual, transfer maupun tarik fisik emas.<sup>13</sup>

Dalam menunjukkan kemampuannya terhadap kepuasan nasabah, BSI Tabungan E-mas lebih mengandalkan segi kepraktisan fitur yang dimiliki produk yaitu BSI Tabungan E-mas. Produk ini sangat praktis karena dapat melakukan penjualan kembali dan transfer ke sesama nasabah yang memiliki rekening tabungan E-mas. Sehingga, dalam kegiatan menabung melalui BSI Tabungan E-mas ini nasabah diharapkan mendapatkan kenyamanan sebagaimana kualitas yang diberikan.

Kesesuaian BSI Tabungan E-mas terhadap spesifikasi nasabah juga dijelaskan oleh Bapak Annas bahwasannya fitur-fitur BSI yang diluncurkan sudah melalui banyak kajian. Untuk BSI Tabungan E-mas, target segmen sebenarnya adalah semua kalangan. Jadi semua kalangan baik berpenghasilan tetap atau tidak boleh membuka rekening BSI Tabungan E-mas. Akan tetapi dalam pemasarannya lebih mengarah ke segmen non berpenghasilan tetap seperti wiraswasta, ibu rumah tangga, pelajar maupun mahasiswa.<sup>14</sup> Beliau juga mengatakan kesan kualitas yang dibangun BSI Tabungan E-mas yaitu kepraktisan produk terkait transaksi melalui *BSI Mobile Banking*. Karena kompetitorpun belum ada yang memiliki produk tabungan emas yang memiliki fitur seperti BSI Tabungan E-mas. Jadi produk tabungan emas ini tidak seperti produk-produk tabungan pada umumnya.”<sup>15</sup>

## 2. Strategi Promosi BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas

BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas merupakan produk kepemilikan emas dengan karakteristik produk yang berbeda. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Annas dapat diketahui strategi promosi kedua produk sebagian besar sama. Kedua produk sama-sama dipromosikan melalui *personal*

---

<sup>13</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 10 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>14</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 10 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>15</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 10 Januari 2022, wawancara 1, transkrip.

*selling*, pamflet, spanduk, maupun media massa. Yang berbeda adalah rutinitas dalam melaksanakan promosi. Selain itu kedua produk juga dipromosikan dengan cara *bundling product*. Yaitu strategi promosi dimana dilakukan penawaran produk kepada nasabah yang datang ke bank dengan tujuan menabung, transaksi via teller ataupun mengajukan pembiayaan.<sup>16</sup>

Adapun media promosi yang digunakan oleh BSI KCP Jepara dalam proses pelaksanaan strategi promosi sebagaimana hasil dari observasi peneliti, berikut terdapat pamflet resmi BSI terkait BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas pada gambar 4.2

**Gambar 4.2 Media Promosi BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas**



Sumber : BSI KCP Jepara

Bapak Annas juga menjelaskan bahwa dalam manajemen pemasaran BSI, semua karyawan diwajibkan untuk melakukan *bundling product*. Yaitu dimana seorang karyawan di luar *jobdesk* yang dimiliki, ia juga melakukan tugas lain. Jadi disini, pemasaran produk tidak hanya dilakukan oleh seorang *marketing* dari *lending* maupun *funding*, tetapi *customer service* maupun *teller* yang berhadapan dengan nasabah secara langsung di *front office* juga diwajibkan melakukan *bundling* minimal 2 produk. Baik itu BSI Cicil Emas, BSI Gadai Emas, BSI Tabungan E-mas, maupun produk-produk BSI lainnya.

<sup>16</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 12 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

Selain itu, promosi juga dilakukan melalui publikasi media masa seperti pemasangan spanduk di depan kantor dan di lingkungan sekitar, iklan melalui radio, dan juga promosi melalui sosial media seperti instagram dan facebook. Promosi juga dilakukan secara mandiri oleh karyawan baik melalui whatsapp dengan membagikan pamflet dengan tujuan menumbuhkan minat yang melihat pamflet tersebut.<sup>17</sup>

Berdasarkan wawancara Bapak Annas menjelaskan bagaimana promosi melalui sosial media dilakukan. Yaitu sebagai berikut:

“Terakhir kemarin kami melakukan promosi melalui instagram @infoseputarjepara yang memiliki *follower* sekitar 135.000 *followers*. Sehingga dalam hal ini kami berharap masyarakat yang belum mengetahui produk kami dapat mengenal produk-produk kami. Kami juga melakukan strategi promosi melalui sosialisasi ke instansi-instansi maupun dinas. Acara sekecil apapun kami adakan contohnya dengan instansi-instansi seperti RS. Islam, RS. Kartini maupun dinas-dinas di Jepara, kami melakukan promosi kepada karyawan-karyawan disitu. Kalau strategi promosi BSI Tabungan E-mas lebih ke target operasional dimana promosi dilakukan saat *bundling product*. Selain itu kami gencar melakukan personal selling sehingga untuk nasabah yang berminat dengan BSI Tabungan E-mas yang butuh bantuan untuk membuka tabungan e-mas dapat langsung datang dan dibantu oleh karyawan.”<sup>18</sup>

Adapun strategi promosi sebagaimana dikemukakan oleh Bapak Annas, berdasarkan hasil observasi peneliti ditunjukkan pada gambar 4.3

---

<sup>17</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 12 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>18</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 12 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

Gambar 1.3 Strategi Promosi BSI KCP Jepara



Sumber: Instagram @infoseputarjepara

Berdasarkan hasil wawancara terkait strategi promosi yang lebih mendapatkan *feedback*, Bapak Annas mengatakan bahwa strategi promosi BSI Cicil Emas yang lebih mendapatkan *feedback* adalah promosi melalui sosialisasi. Karena dalam even sosialisasi biasanya BSI KCP Jepara diberikan peluru dari pusat berupa diskon margin maupun souvenir sebagai daya tarik promosi. Sedangkan untuk strategi promosi BSI Tabungan E-mas yang lebih mendapatkan *feedback* yaitu promosi melalui *bundling product* yang dilakukan oleh para karyawan.”<sup>19</sup>

Adapun promo menarik sebagai daya tarik promosi sebagaimana dikemukakan oleh Bapak Annas berdasarkan hasil observasi peneliti ditunjukkan pada gambar 4.4

<sup>19</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 12 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

Gambar 4.4 Pamflet Promo BSI Cicil Emas



Sumber : BSI KCP Jepara

Dalam penjelasannya Bapak Annas juga mengatakan terdapat kendala dalam strategi promosi BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas. Kendala tersebut adalah kendala seperti nasabah yang keberatan terkait uang muka BSI Cicil Emas. Berdasarkan kasus yang ada, beliau mengatakan bahwa beberapa nasabah yang ingin menaikkan presentase uang muka dari 20% ke 50%. Hal tersebut dikarenakan nasabah ingin meringankan kewajiban bulannya. Jadi ketika terdapat situasi seperti itu, petugas mencoba menjelaskan bahwa sebenarnya uang muka itu kan untuk mengurangi jumlah kewajiban perbulannya dan uang muka sudah ditentukan sebagaimana telah ditentukan oleh BSI. Jadi semua harus sesuai dengan prosedur. Sedangkan kendala dalam promosi BSI Tabungan E-mas yaitu berupa tantangan dalam meyakinkan nasabah saat *bundling* terkait kualitas produk yang dimiliki BSI Tabungan E-mas sehingga dapat memunculkan minat nasabah pada produk. Karena mungkin terdapat nasabah yang tidak mau tahu. Sehingga dalam prosesnya, *bundling product* memerlukan kemampuan untuk membuat nasabah tertarik.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Annas Rajasa, wawancara oleh penulis, 12 Januari 2022, wawancara 2, transkrip.

### 3. Persepsi Nasabah pada BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas

#### a. Persepsi Nasabah pada BSI Cicil Emas

**Tabel 4.1 Data Nasabah BSI Cicil Emas**

Nasabah	Informasi Produk	Pekerjaan	Status Produk
1	Rekan	Pegawai	Selesai Agustus 2021
2	Sosial media	Pegawai	Selesai Desember 2021
3	Pamflet	Pegawai	Selesai November 2021

Berdasarkan hasil wawancara terkait persepsi nasabah terkait produk BSI Cicil Emas, Nasabah 1 berpersepsi:

“BSI Cicil Emas ini membantu saya untuk dipaksa menabung. Menurut saya perbuatan baik yang dipaksa hasilnya akan baik juga. Kalau menabung biasa kan saya dapatnya uang tapi kalau ini saya dapatnya emas. Jadi saat cicilan saya sudah lunas, nilai tabunganku akan naik karena harga emas yang juga naik. Tidak seperti menabung uang yang di lain hari nilainya tetap. Lalu setelah lunas itu rasanya senang sekali karena tau-tau punya emas 10 gram walau sebelumnya memang dicicil.”<sup>21</sup>

Kemudian, Nasabah 2 berpersepsi bahwa dengan adanya BSI Cicil Emas, investasi emas tidak memerlukan *budget* yang banyak karena investasi dapat dimulai dengan cicilan. Sedangkan Nasabah 3 berpersepsi bahwa produk BSI Cicil Emas membantunya dalam berinvestasi emas karena dengan BSI cicil Emas keinginan untuk membeli emas antam secara utuh dapat terlaksana tanpa risau dananya belum mencukupi. Yang terpenting mampu membayar kewajiban cicilan.<sup>22</sup>

Berdasarkan hasil wawancara terkait persepsi nasabah tentang kualitas produk BSI Cicil Emas, dapat diketahui bahwa produk *reliable* dimana dalam hal ini nasabah mampu menunjukkan adanya kepuasan terhadap

<sup>21</sup> Nihlatul Naqiyah, wawancara oleh penulis, 13 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

<sup>22</sup> Farisa Rahmilatushifa, Osep Muharrom, wawancara oleh penulis, 13 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

produk. Berdasarkan hasil wawancara, Nasabah 1 merasa dimudahkan karena persyaratannya mengajukan BSI Cicil Emas hanya menggunakan KTP saja. Dari segi angsuranpun jangka waktunya dapat disesuaikan dengan kemampuan nasabah. Kemudian dari Nasabah 2, ia merasa puas dengan BSI Cicil Emas karena produk tersebut resmi bekerja sama dengan gerai Antam. Nasabah juga merasakan kemudahan dalam pembayaran dimana pembayaran dapat langsung dicek melalui *BSI Mobile Banking* apakah sudah terdebit atau belum. Sedangkan Nasabah 3 merasa puas karena ia merasa cocok dengan sistem angsuran dan harga pada BSI Cicil Emas.<sup>23</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti memperoleh hasil persepsi nasabah terkait kesan kualitas sebelum penggunaan dan setelah penggunaan. Sebelum penggunaan, Nasabah 1 mengatakan pernah ditawarkan produk dari lembaga lain, tetapi nasabah tidak langsung mengambilnya. Nasabah memutuskan untuk memilih BSI Cicil Emas begitu mengetahui informasi bahwa harga emas yang ditawarkan jauh lebih murah. Kemudian, Nasabah 2 mengatakan, kesan kualitas sebelum menggunakan produk adalah harganya sama dengan produk kompetitor. Namun setelah nasabah mengetahui produk BSI Cicil Emas, nasabah menyadari ternyata BSI Cicil Emas jauh lebih murah, angsurannya tetap, dan tidak naik turun sampai pelunasan. Sedangkan Nasabah 3 memiliki kesan bahwa harga belinya rendah dari lembaga lain.<sup>24</sup>

Berdasarkan hasil wawancara terkait persepsi nasabah pada BSI Cicil Emas setelah penggunaan, nasabah juga menunjukkan kepuasannya terhadap produk. Nasabah 1 mengatakan bahwa dirinya sangat puas baik dari segi pelayanan maupun dari segi produkpun. Kemudian Nasabah 2 mengatakan, jika terdapat promo pada BSI Cicil Emas, nasabah ingin melakukan pengajuan kembali. Sedangkan Nasabah 3 mengatakan bahwa dirinya cukup puas pada produk BSI Cicil Emas.

---

<sup>23</sup> Nasabah BSI Cicil Emas, wawancara oleh penulis, 13 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

<sup>24</sup> Nasabah BSI Cicil Emas, wawancara oleh penulis, 13 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

Dalam memutuskan untuk menggunakan produk BSI Cicil Emas, nasabah memiliki persepsi masing-masing. Berdasarkan hasil wawancara, Nasabah 1 mengatakan bahwa dirinya lebih suka mencicil karena dengan begitu ia memiliki kewajiban yang menghasilkan hal baik berupa investasi emas.<sup>25</sup>

Kemudian Nasabah 2 mengatakan:

“Saya merasa cocok untuk berinvestasi emas melalui BSI Cicil Emas. Karena kan ada tuh BSI Tabungan Emas, sama-sama nantinya akan memiliki emas tapi dengan BSI Cicil Emas, saya dapat menyisihkan uang karena memang ada kewajiban membayar serta emas yang saya beli harganya tetap di pada hari saya akad. Selain itu yang saya suka dari produk ini ya karena murah. Di tempat lain seperti toko-toko emas juga ada cicil emas tapi mahal. Jadi menurut saya produk BSI Cicil Emas ini *worth it to buy*.”<sup>26</sup>

Kemudian Nasabah 3 berpendapat bahwa sistem dan ketentuan-ketentuan BSI Cicil Emas sangat mudah untuk dijadikan sarana berinvestasi emas.<sup>27</sup>

Peneliti juga menanyakan terkait harapan nasabah terhadap BSI Cicil Emas kedepannya. Karena meskipun nasabah yang diwawancarai memang sudah memutuskan untuk menggunakan dan telah setuju dengan ketentuan dan syarat, bisa saja nasabah menaruh harapan pada BSI Cicil Emas.

Berdasarkan hasil wawancara, Nasabah 1 mengatakan:

“Harapan saya kedepannya, emas yang dicicil boleh langsung dibawa saat emas sudah *ready*. Kalau BSI Cicil Emas ini kan emasnya dikasihkan setelah cicilan lunas. Karena mungkin bagi sebagian nasabah akan memiliki kepuasan tersendiri bila barang yang dibeli/dicicil wujudnya sudah dapat dimiliki sepenuhnya. Seperti cicilan rumah, cicilan TV, ataupun

---

<sup>25</sup> Nihlatul Naqiyah, wawancara oleh penulis, 13 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

<sup>26</sup> Farisa Rahmilatushifa, wawancara oleh penulis, 13 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

<sup>27</sup> Osep Muharrom, wawancara oleh penulis, 13 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

barang-barang lainnya itu kan barangnya sudah boleh dibawa pulang atau dipergunakan.”<sup>28</sup>

Kemudian Nasabah 2 mengatakan, “Kalau dari saya sih DP ya. Aslinya sudah cukup-cukup saja ketentuan yang berlaku. Tapi alangkah baiknya *rate* DPnya dikurangi atau didiskon. Karena niat mengambil cicilan jadi tertunda karena menabung untuk DPnya dahulu. Tidak bisa langsung ambil cicilan”. Sedangkan Nasabah 3 mengatakan, “Saya selaku konsumen berharap angsurannya bisa lebih rendah. Jadi kalau angsurannya lebih rendah mungkin saya juga berani menyarankan BSI Cicil Emas ke kerabat ataupun rekan-rekan saya”.<sup>29</sup>

**b. Persepsi Nasabah pada BSI Tabungan E-mas**

**Tabel 4.2 Data Nasabah BSI Tabungan E-mas**

Nasabah	Informasi Produk	Pekerjaan	Status Produk
1	Rekan	Mahasiswa	Rekening aktif
2	CS	Mahasiswa	Rekening aktif
3	Sosial Media	Mahasiswa	Rekening aktif

BSI Tabungan E-mas merupakan produk yang merupakan fasilitas tabungan berbasis *online*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti, diperoleh hasil penelitian persepsi nasabah terkait produk BSI Tabungan E-mas. Nasabah 1 mengatakan, “Menurut saya produk ini sangat bagus, saya dapat menabung emas sesuka hati saya. Caranya pun mudah tinggal menggunakan *mbanking* nanti uang saya di rekening terdebit sendiri. tidak perlu *repot-repot* ke bank”. Kemudian Nasabah 2 mengatakan, “BSI Tabungan E-mas adalah produk yang bagus untuk memulai investasi emas. Apalagi saya sebagai mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap dengan produk saya dapat membeli emas tidak harus satu gram tapi dengan Rp.50.000,- saya sudah mendapatkan emas. Hal itu lebih baik daripada saya tidak membeli sama sekali”. Sedangkan Nasabah 3 mengatakan, “Menabung emas melalui fasilitas

<sup>28</sup> Nihlatul Naqiyah, wawancara oleh penulis, 13 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

<sup>29</sup> Farisa Rahmilatushifa, Osep Muharrom, wawancara oleh penulis, 13 Januari 2022, wawancara 3, transkrip.

*mobile banking* menurut saya sangat menarik. Menjadikan transaksi menabung menjadi mudah. Apalagi dalam hal ini, emas dapat dijual kembali dan juga dapat ditransferkan ke rekan sesama pengguna BSI Tabungan E-mas.<sup>30</sup>

Terkait kualitas yang dimiliki produk BSI Tabungan E-mas, peneliti juga mengajukan pertanyaan terkait hal tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah BSI Tabungan E-mas, Nasabah 1 mengatakan bahwa biaya administrasi yang dikenakan di BSI Tabungan E-mas murah. Nasabah 2 mengatakan syarat dan ketentuan produk mudah, di samping itu, fitur yang disediakan produk memudahkan nasabah dalam bertransaksi menabung.

Dalam penelitian, peneliti juga meneliti kesan kualitas yang dimiliki nasabah terkait BSI Tabungan E-mas. Berdasarkan hasil wawancara, Nasabah 1 mengatakan tidak mengira kalau fitur pada BSI Tabungan E-mas adalah *BSI Mobile Banking*. Nasabah mengira operasional pada BSI Tabungan E-mas yaitu menabung ke bank. Nasabah mengetahuinya setelah mendapati informasi tentang produk secara rinci. Kemudian Nasabah 2 memiliki kesan bahwa minimal menabung pada BSI Tabungan E-mas dipatok dari gram seperti 1 gram atau 2 gram, ternyata minimal menabungnya Rp.50.000,- atau setara dengan 0,05 gram emas. Sedangkan Nasabah 3 mengatakan, “Tabungan emas sama saja dengan produk yang dijual kompetitor”.

Setelah penggunaan produk BSI Tabungan E-mas kesan nasabah terkait produk menunjukkan bahwa produk *reliable*. Nasabah 1 merasa cukup puas dan terbantu. Ia mengatakan bahwa yang lebih diperlukan saat ini adalah kesadaran menabung. Sedangkan Nasabah 2 mengatakan bahwa BSI Tabungan E-mas sangat membantu. Nasabah 3 juga mengatakan bahwa BSI Tabungan E-mas merupakan sarana menabung emas yang mudah.<sup>31</sup>

Nasabah pastinya memiliki alasan mengapa pada akhirnya memutuskan untuk menggunakan produk BSI Tabungan E-mas. Berdasarkan hasil wawancara, Nasabah

---

<sup>30</sup> Nasabah BSI Tabungan E-mas, wawancara oleh penulis, 17 Januari 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>31</sup> Nasabah BSI Tabungan E-mas, wawancara oleh penulis, 17 Januari 2022, wawancara 4, transkrip.

1 memutuskan untuk menggunakan BSI Tabungan E-mas karena ingin memulai investasi dan produk BSI Tabungan E-mas cukup membantu niatnya. Kemudian Nasabah 2 memutuskan untuk menggunakan BSI Tabungan E-mas karena ingin mencoba investasi emas melalui menabung. Sedangkan Nasabah 3 memutuskan untuk menggunakan produk karena dirasa BSI Tabungan E-mas fleksibel untuk mahasiswa.

Kemudian, peneliti juga menanyakan harapan nasabah untuk BSI Tabungan E-mas kedepannya. Nasabah 1 dan 3 berharap kualitas produk berkembang dan lebih baik kedepannya. Sedangkan Nasabah 2 berharap, “Pengambilan fisik emas yang dicetak tidak perlu ke pusat tapi dapat diambil di cabang.”<sup>32</sup>

**C. Analisis Komparasi Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Persepsi Nasabah pada Produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, berikut *display* hasil analisis peneliti yang disajikan dalam tabel.

**1. Analisis Komparasi Kualitas Produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas**

**Tabel 1.3 Komparasi Perbedaan Kualitas Produk**

Dimensi Kualitas	BSI Cicil Emas	BSI Tabungan E-mas
Manfaat ( <i>Benefit</i> )	Produk kepemilikan emas yang merupakan fasilitas pembiayaan dengan sistem cicilan atau angsuran.	Produk kepemilikan emas yang merupakan fasilitas tabungan dengan sistem transaksi secara online.
Fitur ( <i>Feature</i> )	Layanan konter cicil emas yang dilayani oleh petugas khusus produk BSI Cicil Emas.	<i>BSI Mobile Banking.</i>

<sup>32</sup> Nasabah BSI Tabungan E-mas, wawancara oleh penulis, 17 Januari 2022, wawancara 4, transkrip.

<p>Kelebihan (<i>Aughtment ed</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembelian emas dengan skema cicilan dengan jangka waktu 1-5 tahun</li> <li>- Syarat mudah, hanya membawa KTP dan NPWP (khusus pembiayaan diatas Rp.50.000.000,-</li> <li>- Angsuran tetap dan ringan (kenaikan harga emas tidak mempengaruhi besar cicilan.</li> <li>- Emas aman disimpan di Bank dan di-asuransikan</li> <li>- Tarif biaya murah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investasi terjangkau, dapat memulai investasi emas mulai dari Rp.50.000,-</li> <li>- Nasabah tidak perlu ke bank, cukup melalui <i>BSI Mobile Banking</i></li> <li>- Nyaman dan aman, emas dapat dijual kembali maupun di-transferkan kepada nasabah lain sesama nasabah BSI</li> <li>- Tabungan E-mas</li> </ul>
<p>Operasiona 1 (<i>Performan ce</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Merupakan nasabah BSI</li> <li>2) Datang ke Bank &gt; Ke konter layanan cicil emas</li> <li>3) Membawa persyaratan dan menyetujui ketentuan yang berlaku</li> <li>4) Mengisi formulir yang terdapat perjanjian akad murabahah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Merupakan nasabah BSI</li> <li>2) Telah menjadi pengguna BSI Mobile Banking</li> <li>3) Masuk ke fitur Emas &gt; klik E-mas</li> <li>4) Membaca dan memenuhi syarat dan ketentuan</li> <li>5) Mengisi formulir</li> </ol>
<p>Kesesuaian (<i>Conforma nce</i>)</p>	<p>Produk sesuai dengan golongan nasabah berpenghasilan tetap seperti pegawai dan karyawan sehingga dalam proses berjalannya produk tidak terdapat masalah pada pembayaran kewajiban tiap bulannya oleh nasabah.</p>	<p>Produk sesuai dengan golongan nasabah non berpenghasilan tetap seperti mahasiswa, wiraswasta, maupun ibu rumah tangga karena nasabah dapat menabung dimana saja dan kapan saja dengan minimal menabung Rp.50.000,-</p>

<p>Daya Tahan (<i>Durability</i>)</p>	<p>Nasabah dapat menambah porsi cicilan emas selama tidak melebihi batas maksimal yaitu Rp.150.000.000,-</p>	<p>Rekening BSI Tabungan E-mas dapat terus digunakan selama tidak dilakukan penutupan rekening.</p>
<p>Probabilitas (<i>Reliability</i>)</p>	<p>Probabilitas BSI Cicil Emas ditunjukkan dengan kualitas pelayanan yang diberikan serta benefit dan keunggulan dari produk itu sendiri.</p>	<p>Probabilitas BSI Tabungan E-mas ditunjukkan dengan fitur yang ditawarkan yaitu <i>BSI Mobile Banking</i>, serta keunggulan produk yang fleksibel.</p>
<p>Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan berinvestasi emas dengan skema cicilan</li> <li>- Kerja sama dengan perusahaan terpercaya yaitu Gerai Emas Antam</li> <li>- Persyaratan mudah</li> <li>- Ketentuan lebih menguntungkan dibandingkan kompetitor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan berinvestasi emas yang terjangkau mulai dari Rp.50.000,- untuk emas berat 0,05 gr</li> <li>- Kepraktisan transaksional produk melalui <i>BSI Mobile Banking</i>.</li> </ul>

Sumber : Hasil Penelitian Kualitas Produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas

Ditinjau dari perbandingan manfaat yang diberikan produk, kedua produk memiliki kesamaan manfaat dasar yaitu produk yang menawarkan kemudahan dalam hal kepemilikan emas. Akan tetapi manfaat inti yang diberikan oleh kedua produk berbeda. Manfaat inti BSI Cicil emas yaitu memberikan fasilitas pembiayaan sedangkan manfaat inti BSI Tabungan E-mas yaitu memberikan fasilitas tabungan.

Dari perbandingan fitur yang dimiliki, kedua produk memiliki fitur yang berbeda dimana BSI Cicil Emas merupakan produk yang secara khusus memiliki petugas yang menjadi

pusat informasi dan layanan. Sedangkan BSI Tabungan E-mas merupakan produk yang lebih mandiri karena mulai dari pembukaan rekening hingga aktivitas menabung berjalan dapat dilakukan melalui *BSI Mobile Banking*. Produk ini tidak memiliki petugas khusus namun perihal pengoperasian *mobile banking* maupun informasi produk dapat melalui *customer service*.

Terdapat hal menarik dari perbandingan kelebihan kedua produk yaitu dimana kelebihan BSI Cicil Emas memiliki fokus lebih besar pada maksimal nominal yang dibiayai yaitu Rp.150.000.000,- sedangkan kelebihan BSI Tabungan E-mas memiliki fokus lebih besar pada minimal nominal yang ditabung yaitu Rp.50.000,-.

Berdasarkan tabel komparasi antara BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan emas dapat dilihat bahwa satu-satunya kesamaan yang dimiliki kedua produk ialah manfaat dasar. Selain itu dimensi kualitas kedua produk berbeda karena rancangan produk berbeda dari segala aspek. Baik dari fitur yang dimiliki, kelebihan yang ditawarkan, operasional produk, daya tahan, kesesuaiannya pada spesifikasi nasabah hingga kesan kualitas yang dibangun pada produk.

**2. Analisis Komparasi Strategi Promosi BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas**

**Tabel 4.4 Komparasi Perbedaan Strategi Promosi**

No	Strategi Promosi	
	BSI Cicil Emas	BSI Tabungan Emas
1.	<i>Personal Selling</i>	
	Promosi dilakukan oleh <i>Order Taker</i> yaitu petugas cicil emas pada konter layanan cicil emas.	Promosi dilakukan oleh <i>Misionary Sales People</i> yaitu semua karyawan BSI KCP Jepara dengan cara penawaran/ <i>bundling product</i> .
2.	Periklanan	
	- Media Cetak: Pamflet, poster, surat kabar.	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media Elektronik: Radio, Sosial media</li> <li>- Media Luar Ruang: Spanduk, baliho.</li> <li>- Media Lini Bawah: <i>Point Purchase</i> berupa <i>small poster</i>.</li> </ul>
4.	Publisitas
	<p>Sosialisasi dengan instansi-instansi maupun dinas. Promosi ini juga didukung dengan diskon margin maupun souvenir apabila terdapat arahan dari pusat.</p>
5.	<i>Direct Marketing</i>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesan Siaran: Whatsapp, Email.</li> <li>- Telemarketing</li> </ul>

Sumber : Hasil Penelitian Strategi Promosi BSI Ciciel Emas dan BSI Tabungan E-mas

Ditinjau dari tabel komparasi BSI Ciciel Emas dan BSI Tabungan E-mas dapat diketahui bahwa secara garis besar kedua produk memiliki strategi promosi yang sama. Perbedaannya terletak pada rutinitas kegiatan promosi. Keduanya sama-sama secara aktif dipromosikan melalui periklanan dan *direct marketing*.

Selain itu terdapat perbedaan strategi kedua produk yang dapat digarisbawahi yaitu secara *personal* kedua produk dijual dengan *seller* yang berbeda. BSI Ciciel Emas dipromosikan oleh petugas ciciel emas yang memiliki konter layanan khusus ciciel emas sedangkan *seller* BSI Tabungan E-mas adalah seluruh karyawan yang memiliki kewajiban *bundling product* yaitu menawarkan produk BSI Tabungan E-mas di luar tugas utamanya.

Kemudian, yang perlu digarisbawahi lagi yaitu BSI Ciciel Emas lebih distrategikan promosinya dalam publisitas. Karena target segmen BSI Ciciel Emas adalah nasabah berpenghasilan tetap, dibersamai dengan kegiatan promosi produk lain seperti sebuah instansi yang menggunakan produk tabungan dari BSI KCP Jepara Pemudal, BSI Ciciel Emas kerap kali melakukan

publisitas di instansi-instansi maupun dinas-dinas yang telah bekerja sama dengan BSI KCP Jepara.

**3. Analisis Komparasi Persepsi Nasabah BSI Ciciel Emas dan BSI Tabungan E-mas**

**Tabel 4.5 Komparasi Perbedaan Persepsi Nasabah**

Persepsi Nasabah		
Konteks	BSI Ciciel Emas	BSI Tabungan E-mas
Pendapat tentang Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistem cicil menjadi alternatif paksaan baik dalam berinvestasi emas untuk jangka panjang</li> <li>- Investasi emas tidak harus memiliki dana banyak saat itu juga.</li> <li>- Solusi memiliki emas secara utuh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menabung emas sesuka hati dan mudah tanpa perlu repot-repot ke bank.</li> <li>- Sarana memulai investasi bagi yang belum memiliki penghasilan tetap.</li> <li>- Menabung dengan fleksibel</li> </ul>
Kesan Sebelum Penggunaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perkiraan harga sama dengan produk kompetitor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transaksi menabung seperti menabung biasa.</li> <li>- Minimal menabung tinggi.</li> <li>- Sama dengan produk kompetitor</li> </ul>
Kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persyaratan mudah</li> <li>- Terdapat kesesuaian pada dimensi kualitas lainnya</li> <li>- Produk dapat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya administrasi murah</li> <li>- Syarat dan ketentuan mudah</li> </ul>

	<p>dipercaya karena kerja sama dengan Gerai Resmi Antam</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Operasional produk mudah</li> <li>- Harga yang ditawarkan murah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fitur produk sangat membantu</li> </ul>
Keputusan penggunaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lebih suka berinvestasi emas dengan cara mencicil.</li> <li>- Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan harga produk kompetitor.</li> <li>- Sebagai sarana berinvestasi emas, sistem dan ketentuan mudah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sarana yang membantu memulai investasi emas.</li> <li>- Kecocokan niat investasi emas nasabah terhadap produk</li> <li>- Fleksibel untuk spesifikasi non berpenghasilan tetap.</li> </ul>
Kesan Setelah Penggunaan	Dari segi pelayanan maupun produk memuaskan.	Membantu dan mudah
Harapan Produk	Emas dapat langsung dibawa nasabah, <i>rate discount</i> untuk uang muka/DP, angsuran dapat lebih rendah.	Pengambilan fisik emas yang sudah dicetak dapat diambil di cabang.

Sumber : Hasil Penelitian Persepsi Nasabah BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas

Ditinjau dari dimensi kualitas produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas, nasabah memiliki pembentukan persepsi yang berbeda-beda. BSI Cicil Emas yang memiliki segmentasi nasabah berpenghasilan tetap memang menyesuaikan rancangan

produknya pada target segmennya. Hal ini dapat diketahui dari persepsi nasabah yang lebih suka berinvestasi emas dengan cara mencicil/mengangsur. Kemudian dengan sistem cicilan ini, nasabah yang tadinya terbebani ingin berinvestasi sejumlah gram emas akan tetapi dana tidak mencukupi, bebannya menjadi lebih ringan. Sehingga dalam hal ini niat nasabah untuk membeli sejumlah emas secara utuh dapat tercapai.

Begitu pula dengan BSI Tabungan E-mas, rancangan produknya juga menyesuaikan target segmennya yang merupakan nasabah non berpenghasilan tetap. Persepsi nasabah terhadap produk ini menunjukkan bahwa produk ini mampu menyampaikan manfaatnya kepada nasabah. Nasabah dapat menabung dimana saja dan kapan saja dengan minimal menabung hanya dengan Rp.50.000,- secara fleksibel. Dapat membeli, menjual maupun mentransfer ke sesama nasabah BSI Tabungan E-mas.

Kemudian dalam segi kesan kualitas, sebelum penggunaan nasabah BSI Cicil Emas memiliki kesan bahwa harga produk sama dengan produk kompetitor. Namun setelah penggunaan, ternyata harga yang ditawarkan lebih rendah. Sedangkan pada BSI Tabungan E-mas, nasabah memiliki kesan bahwa sistem menabung pada produk tersebut seperti produk tabungan biasa. Nasabah juga memiliki kesan kalau minimal menabungnya tinggi. Hal ini menunjukkan kalau nasabah BSI Cicil Emas memiliki persepsi terkait kesan kualitas yang diukur secara relatif terhadap produk pesaing/kompetitor. Sedangkan BSI Tabungan E-mas, persepsi terkait kesan kualitas diukur di luar realitas produk

Berdasarkan tabel komparasi setelah penggunaan produk baik Cicil Emas maupun BSI Tabungan E-mas, nasabah sama-sama menunjukkan kepuasan terhadap produk. berdasarkan hasil penelitian kualitas kedua produk dapat diterima oleh nasabah. Hal ini menunjukkan antara nasabah dan kualitas produk terdapat kesesuaian ditinjau dari persepsi nasabah.

Lalu terkait persepsi nasabah terhadap keputusannya menggunakan produk, dapat diketahui nasabah BSI Cicil Emas memutuskan untuk menggunakan produk karena sistem, harga maupun ketentuan-ketentuan yang ada sesuai dengan kebutuhan nasabah akan investasi emas. Sedangkan dari persepsi nasabah BSI Tabungan E-mas dapat diketahui bahwa produk menjadi sarana memulai investasi emas dan sesuai dengan spesifikasi nasabah.

Meskipun begitu, nasabah memiliki harapan kedepannya dari kedua produk. Di luar kesesuaian nasabah pada produk, nasabah memiliki harapan terkait kualitas produk kedepannya. Nasabah BSI Cicil emas memiliki harapan akan lebih baik jika emas dapat langsung dibawa nasabah setelah akad serta uang muka dapat dikurangi lagi menjadi lebih rendah dari sebelumnya. Sedangkan nasabah BSI Tabungan Emas berharap pengambilan fisik emas yang ditabung dapat diambil di kantor cabang bukan di kantor pusat. Hal ini menunjukkan meskipun nasabah tidak memiliki permasalahan dengan kualitas produk. Nasabah masih memiliki harapan untuk produk kedepannya.

#### D. Pembahasan

BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas merupakan dua produk BSI yang merupakan produk kepemilikan emas dengan kualitas yang dimiliki masing-masing produk. Dari hasil analisis yang dapat dilihat pada Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa kedua produk memiliki kualitas produk yang berbeda. Kesamaan dari kualitas yang diberikan hanya manfaat dasarnya saja yang sama-sama memberikan kemudahan pada nasabah yang ingin berinvestasi emas. Di mulai dari perbedaan manfaat inti dimana fasilitas yang diberikan BSI Cicil Emas adalah pembiayaan sedangkan BSI Tabungan E-mas adalah tabungan, dimensi kualitas yang lainnya juga ikut berbeda. Salahsatunya adalah perbedaan keunggulan yang dimiliki kedua produk yaitu dimana BSI Cicil Emas mengunggulkan kelebihanannya pada maksimal *plafond* yang dibiayai yaitu Rp.150.000,- sedangkan BSI Tabungan E-mas mengunggulkan kelebihanannya pada minimal nominal yang ditabung yaitu Rp.50.000,-.<sup>33</sup>

Pada BSI Cicil Emas, nasabah dapat membeli emas lantakan dengan gram yang diinginkan secara utuh dengan cara mencicil namun besar nominal cicilan tidak dipengaruhi oleh perubahan harga emas di kemudian hari. Sedangkan pada BSI Tabungan E-mas, nasabah dapat membeli emas sesuai dengan kesadaran nasabah dalam menyisihkan uang untuk menabung, namun yang ditabung disini bukanlah uang melainkan adalah emas. Hal ini menunjukkan masing-masing produk memiliki manfaat yang sama-sama dapat dimanfaatkan oleh nasabah sesuai dengan bentuk manfaat yang diinginkan.

---

<sup>33</sup> Tabel 4.3 Komparasi Perbedaan Kualitas Produk

Dari segi fitur, BSI Cicil Emas memiliki kelebihan dimana ia memiliki *counter* layanan khusus cicil emas sehingga terdapat petugas yang dapat membantu operasional dan transaksional. Jadi, nasabah dapat langsung ke *counter* layanan cicil emas untuk mendapatkan informasi terkait harga dasar, harga jual, skema angsuran, serta informasi lainnya. Sedangkan fitur BSI Tabungan E-mas lebih bersifat mandiri daripada BSI Cicil Emas dimana operasional dan transaksional dapat diatur dan dikendalikan sendiri oleh nasabah melalui *BSI Mobile Banking*. Namun tidak berarti BSI Tabungan E-mas tidak memiliki petugas yang mengurus produk tersebut secara khusus. Seluruh karyawan BSI dapat membantu terkait informasi maupun operasi pada BSI Tabungan E-mas. Namun lebih jelas dan proseduralnya dapat langsung mengkomunikasikan ke *customer service* untuk bantuan lebih lanjut dalam terkait produk.

Perbedaan dimensi keunggulan/kelebihan kedua produk tidak dapat memberikan kesimpulan produk mana diantara BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas yang lebih baik. Hal tersebut karena produk dirancang menyesuaikan target segmen yang dituju dimana dalam hal ini BSI Cicil Emas memiliki segmen nasabah yang mampu membayar kewajiban bulanan secara terarah yaitu nasabah berpenghasilan tetap karena produk dirancang untuk nasabah yang merupakan pegawai, pensiunan, profesional dan wiraswasta. Sedangkan BSI Tabungan E-mas memiliki segmen baik berpenghasilan tetap maupun tidak yang terpenting nasabah merupakan nasabah BSI dan memiliki rekening tabungan BSI. Produk ini memiliki segmentasi pada nasabah yang ingin melakukan investasi sesuai dengan kesadarannya dalam menyetor uang.

Selain maksimal *plafond* yang dibiayai dan minimal nominal yang ditabung, terdapat kelebihan lainnya pada BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas. Kelebihan yang dimiliki BSI Cicil Emas adalah kemudahannya dalam skema angsuran dimana jangka waktunya 1-5 tahun dengan FTV 80% dan uang muka 20%.<sup>34</sup> Nasabah tidak perlu khawatir terkait keamanan emas yang dicicil karena emas diasuransikan. Sedangkan kelebihan BSI Tabungan E-mas adalah kemudahannya dalam menjadi sarana memulai investasi dengan cara menabung yang praktis dan fleksibel ditinjau dari segi operasionalnya melalui *BSI Mobile Banking*. Hanya dengan meng-*install* aplikasi *BSI Mobile Banking* nasabah dapat langsung memulai investasi. Nasabah dapat mengecek harga, membeli, menjual maupun mentransfer emas sesuai dengan kebutuhannya. Hal

---

<sup>34</sup> Tabel 4.3 Komparasi Perbedaan Kualitas Produk

ini berarti kualitas produk BSI Cicil Emas lebih mengarah ke sistem cicilan/angsurannya sedangkan BSI Tabungan E-mas lebih ke fitur produknya.

Untuk daya tahan (*durability*) produk, BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas memiliki aspek yang berbeda. Penggunaan BSI Cicil Emas bergantung pada porsi maksimal *plafond* pembiayaan. Meskipun cicilan sebelumnya belum selesai, nasabah dapat melakukan *top-up* atau tambahan cicilan selama tidak lebih dari Rp.150.000.000,- dengan pertimbangan kesanggupan nasabah dalam membayar kewajiban cicilan perbulannya. Sedangkan pada BSI Tabungan E-mas, rekening yang tidak pernah melakukan transaksi menabung akan tetap aktif selama rekening tidak ditutup. Biaya admin rekening pertahun akan tetap berjalan selama tidak dilakukan penutupan rekening.

Berdasarkan perbandingan kualitas produk pada BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas, kedua produk memiliki kualitas yang berbeda ditinjau dari dimensi kualitasnya yang menunjukkan adanya perbedaan karakteristik produk. Keduanya sama-sama menawarkan sebuah sarana investasi emas namun dengan sistem dan fitur yang berbeda sesuai dengan spesifikasi target segmen nasabah masing-masing produk. Begitu pula dengan kesan kualitas yang dibangun produk. BSI Cicil Emas cenderung membangun kesan bahwa produk ini menjadi sarana investasi yang mudah dengan sistem cicilan/angsuran serta produk tersebut berbeda dengan produk kompetitor. Sedangkan BSI Tabungan Emas cenderung membangun kesan bahwa produk tersebut merupakan sarana investasi yang praktis dan fleksibel dengan fitur yang dimiliki.

Kemudian berdasarkan analisis komparasi strategi promosi BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas yang dapat dilihat pada tabel 4.4, strategi promosi kedua produk dalam pemasarannya memiliki cara yang secara keseluruhan sama yaitu sama-sama dipromosikan melalui *personal selling*, periklanan, dan juga *direct marketing*. BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas sama-sama dipromosikan melalui periklanan dan *direct marketing*. Perbedaannya terletak pada rutinitas promosi masing-masing produk. Seperti promosi bergilir pada spanduk, baliho, poster, surat kabar maupun pemberitaan di sosial media. Jadi pada dasarnya semua produk dipromosikan dengan promosi rutin yang sudah diporsikan.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Tabel 4.4 Komparasi Perbedaan Strategi Promosi

Dalam strategi promosi publisitas, BSI Tabungan E-mas masih belum memiliki sebuah ruang promosi melalui publisitas. Berbeda dengan BSI Cicil Emas yang lebih sering dipromosikan melalui publisitas. Hal ini dikarenakan instansi-instansi yang dapat dicakup publisitas lebih mendukung target segmen BSI Cicil Emas yang merupakan nasabah berpenghasilan tetap. Sehingga untuk strategi promosi BSI Tabungan E-mas lebih mengandalkan *personal selling* dalam bentuk *bundling product* yang dilakukan oleh karyawan khususnya *customer service* dan *teller (front liner)* yang berhadapan langsung dengan nasabah dan juga strategi promosi melalui periklanan.

Selanjutnya, berdasarkan analisis komparasi persepsi nasabah BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas yang dapat dilihat pada Tabel 4.5, dapat diketahui bahwa masing-masing nasabah mempersepsikan produk dengan persepsi yang berbeda. Nasabah BSI Cicil Emas mempersepsikan produk BSI Cicil Emas sebagai sarana investasi emas yang meringankan karena mereka dapat membeli sejumlah emas utuh namun tidak langsung membayar penuh. Jadi mereka tidak perlu menunggu uang terkumpul terlebih dahulu untuk mewujudkan niat investasinya. Sedangkan nasabah BSI Tabungan Emas mempersepsikan produk BSI Tabungan E-mas sebagai sarana investasi yang memudahkan karena produk tersebut sangat praktis dan fleksibel. Kedua produk sangat cocok dengan spesifikasi target segmen masing-masing produk.<sup>36</sup>

Dalam menjadi sarana investasi emas, nasabah BSI Cicil Emas berpersepsi bahwa kewajiban cicilan pada produk merupakan sebagai unsur paksaan yang baik dimana alih-alih merasa terbebani akan kewajiban cicilan, nasabah berpersepsi bahwa hal tersebut menjadi sebuah paksaan untuk menabung. Dan paksaan ini merupakan paksaan baik yang mendatangkan hal baik. Pada jangka waktu yang telah tepat dilunasi, nasabah akan menuai apa yang selama ini ditabung (d cicil) yaitu Logam Mulia Emas. Sedangkan BSI Tabungan E-mas memiliki persepsi nasabah dimana dalam menjadi sarana investasi emas, produk ini membuka jalan untuk nasabah yang memiliki niat investasi emas namun dengan *budget* yang tidak banyak dan juga kemudahan investasi tanpa merasa terbebani.

Sebelum menggunakan produk, nasabah BSI Cicil Emas memiliki kesan kualitas dimana kesan ini diperoleh melalui perbandingan harga dengan produk kompetitor yang serupa dan

---

<sup>36</sup> Tabel 4.5 Komparasi Persepsi Nasabah

perkiraan sama atau tidaknya harga dengan produk kompetitor yang serupa. Hal tersebut akhirnya terjawab dengan positif dimana pada akhirnya nasabah memutuskan untuk menggunakan produk karena kelebihan dimiliki produk seperti kemudahan persyaratan, kesesuaian produk, keamanan, maupun harga yang ditawarkan. Sedangkan sebelum menggunakan produk, nasabah BSI Tabungan E-mas memiliki kesan kualitas dimana kesan ini diperoleh karena perspektif nasabah terkait sama atau tidaknya transaksi, minimal menabung maupun aspek lainnya dengan produk kompetitor yang serupa. Namun hal tersebut tidak menjadi keraguan lagi setelah nasabah benar-benar mengetahui informasi terkait produk dan pada akhirnya memutuskan untuk menggunakan karena biaya administrasinya lebih murah, syarat dan ketentuan yang mudah serta fitur BSI Tabungan E-mas yang membantu.

Meskipun BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas mampu menunjukkan probabilitas terhadap kepuasan nasabah serta dapat diketahui nasabah menunjukkan kesesuaian terhadap produk, nasabah tetap memiliki harapan terkait produk kedepannya. Terkait BSI Cicil Emas, sebagian nasabah mungkin lebih senang apabila barang yang dibeli secara cicil dapat diberikan kuasa atas wujudnya. Kemudian sebagian nasabah mungkin juga berharap uang muka dapat lebih rendah sehingga nasabah tidak menunda-nunda untuk melaksanakan niat investasinya melalui BSI Cicil Emas. Selain itu angsuran yang lebih rendah mungkin dapat menarik perhatian sebagian nasabah untuk melakukan investasi emas melalui BSI Cicil Emas. Sedangkan harapan untuk produk BSI Tabungan E-mas adalah pengambilan emas tidak perlu repot-repot melakukan pengambilan emas fisik di pusat. Harapan kedepannya, emas fisik dapat diambil di kantor cabang terdekat.

Sebagaimana teori terkait dimensi kualitas produk yang dikemukakan oleh Mullen, Orville, Larreche, dan Boyd, produk BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan Emas memiliki karakteristik yang dapat diukur melalui dimensi kualitas produk. Yaitu kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*), kesesuaian terhadap spesifikasi (*conformance to spesification*), fitur (*features*), reliabilitas (*reliability*), estetika (*aesthetics*), dan kesan kualitas (*perceived quality*)<sup>37</sup> Dimana dalam hal ini artinya BSI Cicil E-mas dan BSI Tabungan E-mas berhasil memenuhi tujuan penelitian untuk mengetahui perbedaan dan persamaan kualitas produk dengan cara

---

<sup>37</sup> John W. Mullins, Orville C., Jean-Claude Larreche, dan Herper W. Walker Boyd, 422.

membandingkan dimensi kualitasnya. Begitu juga dengan strategi promosi, berbagai bentuk strategi promosi juga dilakukan oleh BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan Emas seperti teori bentuk-bentuk promosi yaitu *personal selling*, periklanan, publisitas dan *direct marketing*.<sup>38</sup> Kemudian, seperti yang dikemukakan oleh Clealand terkait prinsip persepsi nasabah, persepsi nasabah BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas sudah memenuhi prinsip persepsi kualitas. Dimana hasil penelitian persepsi nasabah sudah mencakup persepsi baik dari sisi produk maupun non-produk, persepsi nasabah yang tidak berdasar pada realitas produk serta persepsi yang diukur secara relatif terhadap produk pesaing.<sup>39</sup>

Dari pembahasan di atas terkait perbandingan kualitas produk, strategi promosi dan persepsi nasabah pada BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas dapat diketahui bahwa pada BSI Cicil Emas dan BSI Tabungan E-mas terdapat diferensiasi produk dimana kedua produk karakteristiknya masing-masing sehingga menciptakan kualitas produk yang berbeda ditunjukkan dari dimensi kualitasnya. Namun, dalam pemasarannya dapat diketahui disini strategi promosi kedua produk sebagian besar sama. Yang membedakan adalah BSI Cicil Emas memiliki strategi promosi publisitas karena posisi pasarnya sesuai dengan target segmen produk. Sedangkan terkait persepsi nasabah, sebagaimana terdapat perbedaan pada kualitas kedua produk, nasabah juga mempersepsikan produk secara berbeda.

---

<sup>38</sup> Agustina Shinta, 122-135.

<sup>39</sup> Henry Simamora, 132.