

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam sebagai sebuah agama memiliki sistem nilai yang perlu diterapkan, tidak terkecuali dalam kegiatan ekonomi. Pengaplikasian nilai Islam dalam aktivitas ekonomi pada periode ekonomi modern sudah dimulai sejak empat dekade belakang yang dikenal dengan sistem ekonomi Islam. Di awal perkembangannya, pengaplikasian nilai-nilai Islam dalam kegiatan ekonomi lebih banyak diterapkan di sektor keuangan.¹

Bank Syariah Indonesia sendiri merupakan salah satu usaha yang bergerak pada sektor jasa yang saat ini perkembangannya sangat pesat dan menjadi bagian dari kehidupan keuangan islam. Dalam pemasaran syariah yang terpenting adalah dapat memberikan kemaslahatan sesuai dengan yang diharapkan masyarakat dan menjauhkan dari praktik-praktik riba, spekulasi maupun gharar, yang berakibat terjadinya ketidakadilan dan kezaliman yang memberikan kemudharatan pada masyarakat dan nasabah.²

¹A. Jajang W. Mahri. Dkk, *Ekonomi Pembangunan Islam* (Jakarta:Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia, 2021), h. 10

²Dyah Lestari, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah*,(2020), h. 19 diakses dari

Dunia pemasaran sering diidentikkan dengan dunia yang penuh janji manis namun belum tentu terbukti apakah produknya sesuai dengan apa yang dijanjikan. Inilah yang harus dibuktikan dalam suatu manajemen pemasaran syariah baik pada penjualan produk barang ataupun jasa, bahwa pemasaran syariah bukanlah dunia yang penuh dengan tipu-tipu.³

Seperti dijelaskan dalam QS. an-Nisa (4): 29 .

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اِلٰهَكُمْ
رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.⁴

Jadi, maksud dari ayat di atas adalah Allah SWT melarang keras bagi hambanya yang beriman dari memakan

<http://repository.radenintan.ac.id/6576/1/skripsi%20pdf.pdf>, pada tanggal 26 Juli 2021, pukul 9.26 WIB

³Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung:Alfabeta, 2012), h. 5

⁴Qs. Annisa (4) : 29

harta diantara mereka dengan cara yang batil , seperti pemaksaan, pencurian, mengambil harta dengan cara perjudian, dan memakan harta sendiri dengan sombong dan berlebih-lebihan. Akan tetapi Allah SWT memperbolehkan kita memakan harta dengan cara berniaga atas dasar suka sama suka bukan karna keterpaksaan.

Pemasaran adalah kreasi dan realisasi sebuah standar hidup. Pemasaran mencakup kegiatan : *menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen, kemudian merencanakan dan mengembangkan sebuah produk atau jasa yang akan memenuhi keinginan tersebut, dan kemudian memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut.*⁵

Pemasaran berarti mengolah pasar untuk menghasilkan pertukaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.⁶

Perusahaan dominan muncul jika salah satu dari beberapa perusahaan yang ada di perusahaan memiliki pangsa pasar yang cukup besar sekitar 60% sampai dengan 70%, sementara disaat yang sama tidak ada satu pun pesaing yang memiliki pangsa pasar yang besarnya mendekati pangsa pasar yang dimiliki oleh perusahaan besar. Oleh karena itu biasanya

⁵Thamrin Abdullah dan Franci Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta:Rajagrafindo Persada, 2016), h. 2

⁶Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung:Alfabeta, 2012), h. 10

perusahaan tersebut memiliki keleluasaan yang cukup longgar dalam merumuskan strategi bisnisnya.⁷

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.⁸

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan pola langkah dan pola pikir yang harus dijalankan dan atau harus tidak dijalankan dimasa yang akan datang, setidaknya dalam kurun waktu tertentu. Pola fikir dan pola langkah tersebut harus searah dan sejalan dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai.⁹

Kotler dan Amstrong mengemukakan model proses pemasaran yaitu salah satunya adalah membangun program pemasaran, yang terintegrasi dan mengantarkan nilai unggul dengan perpaduan 4 elemen pemasaran atau 4 P, yang mengubah strategi pemasaran menjadi nilai nyata bagi pelanggan (desain produk dan membangun merek yang kuat, penetapan harga, distribusi, dan promosi).¹⁰

⁷Suwarno Muhammad, *Manajemen Strategik* (Yogyakarta:STIM YKPN, 2008), h. 353

⁸Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung:Alfabeta, 2012), h. 83

⁹Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung:Alfabeta, 2013), h. 13

¹⁰Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung:Pustaka Setia, 2018), h. 5)

Saat ini Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu telah banyak beroperasi di wilayah-wilayah Indonesia termasuk di wilayah Bengkulu. Salah satunya Bank Syariah Indonesia Kota Bengkulu, yang terletak di jalan Jendral Sudirman no 41/43 RT 09 RW 13 Tengah Padang Kecamatan Teluk Segara kota Bengkulu. Mempunyai 17 produk, 9 produk pembiayaan, 3 emas dan 5 aneka jasa.¹¹

Tabungan emas yaitu layanan dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau, dengan adanya produk tabungan emas yang ada pada Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dengan harga yang murah, proses cepat dan pelayanan yang profesional, maka masyarakat sudah bisa memiliki emas dengan menggunakan produk tabungan emas.¹²

Dari sekian banyak instrumen investasi, emas termasuk pilihan yang paling populer. Sejak dulu orang tua kita terbiasa membeli emas, baik dalam bentuk perhiasan atau logam mulia. Kebiasaan ini pun diteruskan ke generasi milenial. Berinvestasi

¹¹Okta Liasari, *Efektivitas Pemasaran Tabungan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Syariah Unit Semangka Kota Bengkulu*, (2017), h. 5 diakses dari <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3204/1/FULL%20BAB.pdf>, pada tanggal 26 Juli 2021, pukul 08.57 WIB

¹²Sarini S, *Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Emas Pada Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu Cabang Banda Aceh*, (2018), h. 4, diakses dari <https://repository.ar-raniry.ac.id/6810/1/Sarini.pdf> , pada tanggal 19 Desember 2020, pukul 15.02 WIB

menjadi salah satu cara yang disarankan para ahli untuk mewujudkan tujuan finansial di masa depan.¹³

Dalam hal ini nasabah membeli sejumlah emas kemudian menitipkannya ke pihak Bank. Syariah Indonesia (BSI). Setelah mencapai jumlah tertentu, nasabah dapat mencetak emas yang dimiliki atau menjual kembali saat membutuhkan uang tunai. Dan nasabah yang ingin mencetak emas dalam bentuk fisik emas akan dikenakan biaya lagi dengan perhitungan sesuai berat emas yang akan dicetak nasabah dan sesuai harga emas dunia pada hari tersebut.¹⁴

Adapun akad yang digunakan pada tabungan emas ini adalah jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Dalam Islam, ayat Al-Quran telah menjelaskan mengenai ketentuan dan manfaat perjanjian jual beli yang menjadi landasan murabahah" mengingat firman Allah Q.S. Al-Baqarah (2) : 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ

الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ^ج ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا^ه

¹³Pegadaian Syariah.go.id, diakses pada tanggal 15 September 2021 pukul. 20.32 WIB

¹⁴Rahmania, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin*, (2017), h. 2, diakses dari <https://idr.uin-antasari.ac.id/8639/>, pada tanggal 26 Juli 2021, pukul 9.55 WIB

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى

فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ

هُم فِيهَا خَالِدُونَ

*Artinya :Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara salah satu staff Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu produk Emas yaitu meliputi Cicilan Emas, Gadai Emas dan khususnya Tabungan Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu baru di

¹⁵Q.S. Al-Baqarah (2) : 275..

luncurkan pada 4 April 2022, sehingga baru menginjak usia 1 tahun 4 bulan sehingga usianya jauh lebih muda dibandingkan dengan BSI Cabang lainnya dan lembaga lainnya. Hal ini di karenakan melihat potensi pasar terlebih dahulu serta SDM yang memadai. Selain itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu, juga tentunya memiliki target yang merupakan sudah ketentuan dari pusat dalam pencapaian target nasabah pertahunnya, dan pada kenyataannya dalam kurun waktu kurang lebih satu tahun transaksi nasabah pada produk tabungan emas ini sudah bisa mencapai target meskipun produk ini masih baru, akan tetapi tidak menunjukkan jumlah nasabah yang naik, perolehan itu dicapai tergantung dari besaran jumlah transaksi nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu, sehingga perlu mengupayakan lagi jumlah nasabah yang meningkat. Hal ini menunjukkan masyarakat memiliki minat terhadap produk tabungan emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu. Dengan adanya produk tabungan emas ini diharapkan perbankan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat¹⁶.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mendalam dan hasilnya akan dituangkan dalam karya ilmiah yang berbentuk sebuah skripsi

¹⁶Pipi Prianggodo, (Branch Manager bank syariah indonesia Cabang Pintu Batu) *Wawancara*, 9 Juni 2023

dengan judul "Strategi Marketing Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu)"

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi marketing produk tabungan emas dalam upaya meningkatkan minat nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu)?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dalam memasarkan produk Tabungan Emas ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan penulis diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai setelah penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui strategi marketing produk tabungan emas Di Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi Di Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dalam memasarkan produk tabungan emas.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini akan bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan informasi bagi penulis khususnya dalam menyumbangkan sikap ilmiah menuju profesionalisme sebagai calon Sarjana Ekonomi.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan bahan evaluasi pihak Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dalam meningkatkan strategi merketing yang menguntungkan pada saat ini dan masa depan. Serta mampu memberikan dampak positif lainnya baik bagi pihak Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu, maupun masyarakat luas.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan agar penelitian ini tidak tumpang tindih dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lainnya maka perlu dilakukan telaah kepustakaan, tujuannya adalah untuk mengetahui apakah permasalahan ini sudah ada mahasiswa yang meneliti dan membahasnya.

Pertama, Skripsi penelitian oleh Rahmania dengan judul “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pada Di PT Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu. (Persero) Cabang Kebun Bunga Banjarmasin*”, Universitas Islam Negeri Antasari pada tahun 2017, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan perbedaan dengan peneliti yaitu dari segi objek penelitiannya. Pada skripsi Rahmania menggunakan objek penelitian pada PT Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu. (Persero) UPC Teluk Kuantan sedangkan Peneliti menggunakan objek penelitian pada Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu. Selain itu pada skripsi Rahmania lebih menekankan pada strategi pemasaran pada produk tabungan emasnya, sedangkan peneliti lebih berfokus pada strategi marketing produk tabungan emas dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.¹⁷

Kedua, skripsi oleh Dyah Lestari dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah*”, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2019, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan perbedaan dengan peneliti yaitu dari segi objek penelitian. Selain itu Dyah Lestari lebih menekankan pada strategi pemasaran menggunakan 7P dan fokus pada perspektif ekonomi islam sedangkan peneliti lebih menekan

¹⁷Rahmania, “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin...*,”

kan pada strategi marketing yang menggunakan 4P dan fokus pada kendala-kendala dalam memasarkan produk tabungan emas.¹⁸

*Ketiga, skripsi oleh Hensi Yusifa dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu”, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu pada tahun 2017. Pada skripsi Hensi Yusifa lebih menekankan pada strategi pemasaran semua produk yang ada di Pegadaian Syariah, sedangkan peneliti lebih menekankan hanya pada produk tabungan emas di Bank BSI.*¹⁹

Keempat, Jurnal Internasional oleh Ligar Fadilah, Ade Sofyan Mulazid, dan Yunia Selvia Sesunan dengan judul “The Effect Of Marketing Mix, Brand Image And Service Quality On Customer Loyalty In Bank BNI Syariah” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah pada tahun 2018 yang meneliti tentang Pengaruh Bauran Pemasaran, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Tentang Loyalitas Nasabah di Bank BNI Syariah. Perbedaan dengan peneliti yaitu dari segi objek penelitiannya. Pada jurnal internasional Ligar Fadillah dkk lebih menekankan pada pengaruh bauran

¹⁸Dyah Lestari, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah...,”

¹⁹Hensi Yusifa, *Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu*”, (2017), diakses dari <http://repository.iainbengkulu.ac.id/397/1/Hensi%20Yusifa.pdf> pada tanggal 26 Juli 2021, pukul 09.24 WIB

pemasaran, citra merek, dan kualitas layanan terhadap pelanggan di BNI Syariah Fatmawati, sedangkan peneliti menekankan pada strategi 4 P pada produk tabungan emas dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu

.²⁰

Kelima, jurnal Internasional oleh Muhammad Syaifullah, Sandi Adji Usman, dan Siska Putri Kusuma yang berjudul “*Pension Fund Product Marketing Strategy At PT. Bank Syariah Mandiri In Pontianak City*”, yang meneliti tentang implementasi strategi bauran pemasaran pada produk pembiayaan pensiun di PT. Bank Syariah Mandiri di Kota Pontianak. Perbedaan dengan peneliti yaitu terletak pada objek penelitiannya. Pada jurnal internasional meneliti mengenai implementasi strategi bauran pemasaran pada produk pembiayaan di PT, bank Syariah Mandiri kota Pontianak dan fokus produk pembiayaannya, sedangkan peneliti lebih menekankan pada strategi marketing produk tabungan emas dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota

²⁰Ligar Fadilah, Ade Sofyan Mulazid, dan Yunia Selvia Sesunan, *The Effect Of Marketing Mix, Brand Image And Service Quality On Customer Loyalty In Bank BNI Syariah*, (2018), diakses dari garuda.ristekbrin.go.id, Pada tanggal 19 September 2021, pukul 21:09 WIB

Bengkulu. dan hanya fokus pada meningkatkan jumlah nasabah dalam produk tabungan emas.²¹

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah metode untuk menemukan secara spesifik dan realistis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu keadaan ditengah-tengah kehidupan masyarakat.²²

Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat data-data yang ada di lapangan mengenai hal-hal yang diteliti dan lokasi penelitian adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang dilakukan berdasarkan pada fenomena yang terjadi. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi,

²¹Muhammad Syaifullah, Sandi Adji Usman, dan Siska Putri Kusuma, *Pension Fund Product Marketing Strategy At PT. Bank Syariah Mandiri In Pontianak City*, Volume 8, Number 01 (2019), diakses dari www.ijstr.org, pada tanggal 19 September 2021, pukul 22.06 WIB

²²Muhammad dan M. Hum, *Metode Penelitian Bahasa*, (Yogyakarta:Ar-Ruzz Media, 2016), h. 30

suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.²³

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.²⁴

Deskriptif penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing produk tabungan emas dalam upaya meningkatkan minat nasabah dan kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dalam upaya meningkatkan minat nasabah. Adapun data yang diperoleh dari lokasi yang berada di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu Kota Bengkulu.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Bank BSI Cabang Pintu, tepatnya. terletak di Jalan Jendral Sudirman No 41/43 RT 09 RW 13 Tengah Padang Kecamatan Teluk Segarah Kota Bengkulu.

²³Rully Indrawan dan Poppy Yuniarti, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran*, (Bandung:Refika Aditama, 2014), h. 68

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta. 2013), h. 43

b. Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini akan dilaksanakan pada tanggal 10 Juni 2022 sampai 12 Juni 2023.

3. Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini berdasarkan obyek yang diteliti dan berdasarkan keterkaitan informan tersebut dengan penelitian dan yang paling mudah dijumpai atau diakses. Adapun penetapan informan dilakukan secara *convenience sampling*.

Convenience sampling adalah pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya.²⁵ Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat, dan sampel ini memilih orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Adapun informan dalam penelitian ini adalah satu orang *Branch Manager* dan satu orang dibidang *Branch Operational & Service Manager*, serta Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu.

²⁵Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 402

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah subyek darimana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu :

1) Data Primer

Data primer yaitu data pokok yang diperoleh dari lapangan secara langsung.²⁶ Dalam penelitian ini sumber data primernya yakni data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari pihak lembaga yang terkait dengan Strategi Marketing Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu).

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.²⁷ Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah jurnal, literatur, dokumen atau data yang berhubungan dengan penelitian.

²⁶Sugiyono, *Metode Penelitian...*,h. 402

²⁷Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 225

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi diperoleh dari pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Kegiatan pengamatan terhadap obyek penelitian ini untuk memperoleh keterangan data yang lebih akurat mengenai hal-hal yang diteliti serta untuk mengetahui relevansi antara jawaban dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.²⁸ Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung, hal ini dilakukan untuk mengetahui secara pasti bagaimana Strategi Marketing Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu) serta kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan emas.

2) Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber untuk mendapat informasi yang mendalam.²⁹ Dalam penelitian ini wawancara

²⁸Imam Gunawan, *Metode Penelitian...*, h. 144

²⁹Basrowi dan Suwendi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2008), h. 125

dilakukan secara terbuka terkait Strategi Marketing Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dan kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan emas. Wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengajuan pertanyaan-pertanyaan yang tidak dibatasi jawabannya dengan *Branch Manager* dan pegawai dibagian *Branch Operation Service Manager* serta Nasabah tabungan emas Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah upaya untuk memperoleh data dan informasi berupa catatan tertulis/gambar yang tersimpan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dokumen merupakan fakta dan data tersimpan dalam berbagai bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, laporan, catatan harian, biografi, simbol, artefak, foto dan data lainnya yang tersimpan. Dalam mengamati dokumen peneliti akan mengkaji isi data dan mendeskripsikannya. Dokumen juga mendukung pernyataan dari informan mengenai kasus yang

sedang diteliti.³⁰ Jadi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan rekaman dan foto hasil wawancara sebagai bahan referensi. Dokumen yaitu rekaman, catatan atau foto yang berisi tentang strategi marketing produk tabungan emas di Di Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu. dalam upaya meningkatkan minat nasabah.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*) yaitu penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak yang mana merupakan suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru dan sah data dengan memperhatikan konteksnya.³¹

Setelah data dikumpulkan melalui tahap di atas, data dikelola dengan menggunakan beberapa metode penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah cukup lengkap, benar, dan sudah atau relevan dengan masalah.

³⁰Sugiyono, op.cit, h. 227

³¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta, 1990), h. 24

- b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.
- c. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan jawaban dari rumusan masalah.³²

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini memuat tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI. Bab ini membahas mengenai Kajian Teori : Manajemen Pemasaran Syariah, Strategi Pemasaran, Produk Tabungan Emas, Minat Nasabah, Lingkungan Pemasaran.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN
Bab ini membahas mengenai Gambaran Umum dan Objek

³²Sugiyono, *Metode Penelitian...*,h. 152

Penelitian seperti Sejarah BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu, Visi dan Misi Bank BSI, Produk dan Operasional, Struktur Organisasi.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai rumusan masalah pada skripsi ini.

BAB V PENUTUP Bab ini membahas tentang Kesimpulan dan Saran.

