

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan tentang strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas pada BSI KCP Bengkulu Panorama, maka dari itu dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas pada BSI KCP Bengkulu Panorama telah menggunakan konsep dari bauran pemasaran 7P dimana meliputi produk, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Produk cicil emas menawarkan dengan angsuran tetap, proses yang mudah, tenor fleksibel dan sesuai dengan prinsip syariah. Penetapan harga yang dilakukan secara terpusat dengan margin, lokasi yang strategis, serta promosi melalui secara online dan offline.
2. Beberapa faktor mendukung dan menghambat strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Bengkulu Panorama. Faktor mendukung strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas yaitu kepercayaan masyarakat terhadap BSI KCP Bengkulu Panorama, Strategi yang beragam, pelayanan dan profesionalitas staff marketing. Faktor menghambat strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas disebabkan oleh kurangnya literasi masyarakat terhadap

produk pembiayaan cicil emas, fluktuasi harga emas dan persaingan ketat lembaga keuangan lainnya.

B. Saran

1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bengkulu Panorama, disarankan untuk meningkatkan edukasi dan literasi keuangan syariah kepada masyarakat, khususnya terkait manfaat dan mekanisme produk cicil emas, mengoptimalkan strategi promosi digital seperti media sosial, menyusun strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap fluktuasi harga emas, meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memberikan informasi yang lebih jelas dan meyakinkan kepada nasabah.
2. Bagi pihak akademik
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa dan peneliti dalam mempelajari strategi promosi dengan berbasis syariah pada industri keuangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan dapat mengembangkan dan memperluas cakupan penelitian yang berkaitan dengan pemasaran keuangan yang berbasis syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategik Syariah: Teori, Konsep & Aplikasi* (Zikrul Hakim, 2015)

Afifah, Lula Akmal, Ahmad Mulyadi Kosim, And Hilman Hakiem, 'Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syari'ah Indonesia: Studi Kasus Bank Syari'ah Indonesia Kcp Sudirman', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4.4 (2022), Pp. 1037–44, Doi:10.47467/Elmal.V4i4.2450

Al-Quran, 'Surah An-Nisa(4) Ayat 29' <<https://quran.nu.or.id/an-nisa>> [Accessed 22 November 2025]

Alfara, Dicku Maiza, And Cris Kuntadi, 'Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Perbankan Syariah', *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik*, 2.3 (2024)

Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Qlara Media, 2023)

Astri, Yulita, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, And Tuti Anggraini, 'Marketing Mix Strategy In Islamic Economic Perspective On Bsi Gold Pawn Products (Case Study Of Bank Syariah Indonesia Kcp Kisaran)', *Dinasti International Journal Of Economics, Finance And Accounting (Dijefa)*, 5.1 (2024), Pp. 149–60

Basu Dh Swastha, Dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Liberty, 2008)

Bengi, Eva Simah, And Others, 'Prosedur Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) : Kajian Mekanisme Dan Implementasinya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam , Institut Agama Islam Lhoukseumawe ', 3.2 (2025), Pp. 624–41

Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi : Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer / Buchari Alma, Donni Juni Priansa*, 2014

Buchari, Alman, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Erlangga, 2005)

Cristina Dan Widhya Utama, *Manajemen Ritel* (Salemba Empat, 2010)

Cut Nurvajri Tr, 'Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri Kcp Darussalam Banda Aceh', 2019

Dame Siregar, Dkk, *Pemahaman Dalil Akad Murabaha Bebas Riba* (Cv. Azka Pustaka, 2022)

Fadilla, Muhamad, 'Minat Beli Produk Cicilan Emas (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kc Metro Sudirman) Minat Beli Produk Cicilan Emas (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kc Metro Sudirman)', *Skripsi*, 2022

Feni Rita Fiantika, Dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022)

Hafidhuddin, Didin Dan Hedri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* (Gema Insani, 2003)

Hardius Usman, Dkk, *Islamic Marketing Sebuah Pengantar* (Pt Rajagrafindo Persada, 2020)

Harun, *Fiqh Multi Akad* (Muhammadiyah University Press, 2022)

Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Pt Mizan Pustaka, 2006)

Ika Yunia Fauzia, *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan Bebbasis Pemberdayaan* (Pt Rajagrafindo Persada, 2019)

Indrawan, Yella Vinisia, 'The Effect Of Price Fluctuations And Promotions On Consumer Interest In Gold Installment Products Of Bank Syariah Indonesia', *Business And Investment Review*, 1.3 (2023), Pp. 168–76, Doi:10.61292/Birev.V1i3.25

Irwandy Arif, *Emas Indonesia* (Pt Gramedia Pustaka Utama, 2020)

Iswanti Nursyirwan, Vivi, And Others, 'Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan', *Jurnal Pkm: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03.02 (2020), Pp. 238–44

Joseph P. Cannon, Dkk, *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajemen Global*, Edisi 16 (Salemba Empat, 2008)

Juhaya S.Pradj, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Pustaka Setia, 2013)

Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Pt Rajagrafindo Persada, 2018)

Kasmir, *Kewirausahaan* (Rajawali Pers, 2006)

——, *Pengantar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis* (Pt Rajagrafindo Persada, 2022)

Keller, Philip Kotler Dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketu (Erlangga, 2008)

Kotler, P., & Armstrong, G, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, (Erlangga, 2008)

Kotler, P., And Keller, K. L., *Marketing Management (15th Ed.)* (Pearson, 2016)

Kotler, Philip, Dan Keller, Kevin Lane., *Manajemen Pemasaran*, Ed. By Edisi 15 (Erlangga)

Lovelock, Christopher, Dan Wirtz, Jochen, *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, 8th Editio (Pearson Education, 2016)

Lupiyadi Dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Salemba Empat, 2004)

Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Zifatama Publisher, 2015)

Masnun, Siti, Makhdalena Makhdalena, And Hardisem Syabrus, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan

Konsumen', *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7.4 (2024), Pp. 3736–40, Doi:10.54371/Jiip.V7i4.4280

Muamalat, Bank, 'Sejarah Bank Muamalat' <<https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/E-Banking/Customer-On-Board-1>>

Mursidah, Mursidah, Yunina Yunina, And Meutia Zahara, 'Pengaruh Pengungkapan Identitas Etis Islam, Agency Cost Dan Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2016-2018)', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9.1 (2021), P. 57, Doi:10.29103/Jak.V9i1.3726

Nilam Erman, Mohd. Winario, 'Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru', 2025, Pp. 176–87

Noviana, Dewi, 'Strategi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Pare Supratman', *Skripsi*, 2023

Nufus, Ainun, Mas Munfasiroh, And Rasidah Novita Sari, 'Strategi Inovasi Produk Keuangan Syariah Untuk Meningkatkan Inklusi Finansial Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten , Indonesia Strategi Inovasi Produk Keuangan Syariah Dapat Diimplementasikan Secara Efektif Untuk', 2 (2024)

Nunung Nurjanah Dan Nurya Sindi Purnama, 'Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah Dan Kondisi Makro Ekonomi Di Indonesia', *Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.01 (2023), Pp. 346–57

Nur Asnawi Dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer* (Pt Rajagrafindo Persada, 2017)

Nuraini, Minggir Rahma, And Syafrudin Arif Marah Manunggal, 'Efektivitas Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Kantor

Cabang Pembantu Tulungagung', *Among Makarti*, 16.1 (2023), Pp. 78–93, Doi:10.52353/Ama.V16i1.448

Prihatta, Hajar Swara, 'Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8.1 (2018), Pp. 96–124, Doi:10.15642/Maliyah.2018.8.1.65-93

Pt Bank Syariah Indonesia Tbk, 'No Title' <<https://www.bankbsi.co.id/company-information/direksi-dewan?corporatetype=Dewan+Direksi>>

, 'No Title' <<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>>

Purnama Putra And Wiwik Hasbiyah An, *Teori Dan Praktik Pemasaran Syariah* (Pt Rajagrafindo Persada, 2018)

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Salemba Empat, 2018)

Republika.Id, 'Proses Merger Bank Syariah', 2020 <<https://www.republika.id/posts/10903/proses>>

Resmi Hernita, 'Strategi Pemasaran Produk Cilik Emas Bank Syariah Indonesia', *Skripsi*, 2022

Revi Ulfatul Jannah, 'Berfokus Pada Produk Penghimpunan Dana (Tabungan Akad Mudharabah)' (Universitas Islam Raden Rahmat Malang, 2021)

Rhenald Kasali, Dkk, "*Modul Kewirausahaan Intuk Program Strata I* (Pt.Mizan Publika, 2010)

Risono, *Emas Adalah Uang Sebenarnya* (Mugra Media, 2020)

Riza, Kautsar Salman, *Akuntansi Syariah Pendekatan Akad Dan Wa'd* (Pt Rajagrafindo Persada, 2020)

Shomedran, *Pengembangan Program Pls (Konsep, Strategi Dan Satuan Pls)* (Bening Media Publishing, 2021)

Siti Hanifah, 'Manajemen Strategi Dalam Bisnis Syariah

Untuk Keberlanjutan Dan Keunggulan Kompetitif’, *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3.2 (2025), Pp. 315–26, Doi:10.61132/Nuansa.V3i2.1772

Studi, Program, And Others, ‘The Role Of Islamic Banks In Developing A Indonesia Sharia-Based Economy In The Digital Era In’, 9.2 (2023), Pp. 435–52

Sudirwo, Dkk, *Buku Referensi: Strategi Pemasaran* (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025)

Sugiyono, *Metode Penelitian:Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta, 2022)

Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Guepedia, 2018)

Tentiyo Suharto, ‘Fiqh Perbankan Syariah: Implementasi Skema (Design Contract) Akad Murabaha, Mudharabah, Musyarakah, Ijarah, Hawalah, Kafalahdan Hiwalah Pada Lembaga Keuangan & Perbankan SyariahdiIndonesia’, *Jibf Madina: Islamic Banking And Finance*, 2025, Pp. 58–71
<<https://jurnal.stainmadina.ac.id/index.php/jibf/article/view/2510>>

Tiyana, Tasya, Rofikotul Husnah, And Dian Rosinawati, ‘Analisis Prosedur Dan Persyaratan Pembiayaan Mudharabah Di Bank Syariah Indonesia Kcp Ujung Berung1’, *Eksisbank: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 7.1 (2023), Pp. 53–65, Doi:10.37726/Ee.V7i1.773

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran* (Andi, 2019)

Tuti Anggraini, *Buku Ajar Desain Akad Perbankan Syariah* (Cv. Merdeka Kreasi Group, 2021)

Yogi, Gilar Avi, And Gusril Basir, ‘Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Lcp Pulau Punjung Kabupaten Dharmastraya’, *Astina Mandiri*, 2 (2023), Pp. 222–31

Yuningsih, Yuyun, Suryani Suryani, And Muhamad Fadli

Azim, 'Hubungan Digital Banking Dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kantor Cabang Perwakilan (Kcp) Kota Serang', *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10.2 (2022), Pp. 1277–84, Doi:10.37676/Ekombis.V10i2.2531

Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo, Dan Gremler, Dwayne D, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm. 7th Edition* (Mcgraw-Hill Education, 2018)

Zeny, Zeiniye, 'Peluang Investasi Emas Melalui Produk Cicil Emas Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Situbondo', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.3 (2023), P. 4308, Doi:10.29040/Jiei.V9i3.10153

Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Cv. Syakir Media Press, 2021)

Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 72

Lupiyadi Dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004). Hlm. 61

Nashar, *Pemberdayaan Ekonomi Generasi Muda Di Mulai Dari Halaman Masjid*, (Duta Media Publishing: Pemekasan, 2017), Hal: 87.