

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap kemajuan ekonomi yang kian meningkat sehingga mengalami perubahan dalam kegiatan ekonomi yang ditandai dengan peningkatan kinerja pegawai, produktivitas, prestasi kerja, hingga motivasi pegawai untuk dapat memotivasi dalam hal etos kerja¹. Namun, seiring berjalannya waktu persaingan semakin ketat pun terjadi. Hal ini menimbulkan sebuah sinergi yang saling berkesinambungan antara perusahaan satu dengan perusahaan lain. Sehingga munculnya sinergitas kepiawaian pegawai untuk saling memotivasi dan saling menguatkan untuk meningkatkan prestasi kerja dalam produktivitas perusahaan yang kian mengalami persaingan.

Sinergitas kepiawaian pegawai merupakan suatu bentuk interaksi dari pegawai yang satu dengan pegawai lainnya untuk menghasilkan suatu optimum dalam penciptaan sinergi dari kepiawaian pegawai yakni kepercayaan², komunikasi yang efektif, respon yang cepat, dan kreativitas. Pegawai juga salah satu faktor penting dalam perusahaan untuk saling bahu membahu atau bersinergi untuk mengenalkan produk dari perusahaan kepada masyarakat. Namun, pegawai juga perlu memperhatikan etika dalam perusahaan untuk bersinergi mengenalkan produk perusahaan kepada masyarakat dengan komunikasi yang efektif serta dapat mudah dipahami di kalangan masyarakat. Dari hal komunikasi yang efektif serta dapat mudah dipahami tentu dapat menarik minat masyarakat akan mengenai topik yang sudah disampaikan tersebut.

Dalam upaya menarik minat dari proses komunikasi yang efektif, tentu juga tidak lepas dari peranan penting. Sebab, proses komunikasi yang efektif tersebut dapat menghasilkan ketertarikan minat mengenai penjelasan dari kepiawaian pegawai akan kreativitas dalam penyampaiannya sehingga masyarakat muncul rasa percaya dan yakin. Salah satu upaya dalam menarik minat dari proses komunikasi yakni mengenai investasi emas. Investasi emas berasal dari kata investasi dan emas. Investasi adalah sebuah instrumen yang dijadikan sebagai modal untuk nilai tambah di jangka panjang³.

¹ Butarbutar B, "Peranan Etika Bisnis Dalam Islam," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, no.1 (2019): 187-195.

² Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami Dunia Bisnis*, (Bandung : Erlangga, 2011), 19-22.

³ Sholeh Dipraja, *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede*, (Jakarta : PT. Tangga Pustaka, 2011), 5-15. <https://Books.google.co.id>

Sedangkan emas merupakan logam yang padat dan mengkilap dengan warna ciri khasnya kuning cerah dan berkilau sehingga dianggap memiliki nilai jual yang tinggi.

Meskipun banyak cara untuk investasi yang bisa ditemui oleh setiap orang di antaranya tabungan, deposito, saham, valuta asing, asuransi, properti, emas, dan lain-lain⁴. Menurut Arifin investasi merupakan suatu kegiatan yang memberikan dana atau modal ke perusahaan untuk memperoleh sebuah keuntungan⁵. Saat ini orang yang mau untuk investasi jauh akan semakin lebih mudah salah satunya pada investasi emas, sehingga semua lapisan masyarakat dapat dengan mudah dan aman untuk investasi emas.

Tentunya dengan berinvestasi emas dapat dilakukan di Lembaga Keuangan Syariah maupun Konvensional. Sayangnya, masyarakat mengetahui gadai emas dan cicil emas hanya dapat dilakukan di Pegadaian Syariah. Berbicara mengenai Pegadaian, ialah salah satu Lembaga Keuangan yang sangat familiar di masyarakat dalam mendapatkan dana dengan proses mudah dan cepat, yaitu menawarkan jasa gadai dengan memberikan agunan yang dimiliki kepada lembaga gadai dan masyarakat akan mendapatkan dana pinjaman yang dibutuhkan baik menggunakan prinsip Syariah maupun Konvensional⁶.

Namun, selain Pegadaian Syariah dalam perekonomian di Indonesia ada juga hal lain yakni pada bank syariah, yang kini sudah dikenal dengan sebutan BSI. Awal mula BSI sebelum di merger, pemerintah memiliki sikap optimis yang akhirnya menggabungkan 3 bank dengan pelayanan berbasis Syariah yakni diantaranya PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah yang menjadikan sebuah entitas baru bernama Bank Syariah Indonesia (BSI)⁷.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah sebuah wujud dari pesatnya perkembangan ekonomi syariah yaitu berkembangnya perbankan yang berbasis syariah⁸. Menurut sebagian besar umat Islam, masyarakat Indonesia tentu saja tidak akan terlepas dari yang namanya syariat.

⁴ Jogiyanto, *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi* (Yogyakarta : BPFE, 2003), 115.

⁵ Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution: *Investasi Pada Pasar Modal Syariah* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007), 127.

⁶ Muhammad, Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah Dalam Berinvestasi Edisi Pertama* (Jakarta: PT. Salem Diniyah, 2003), 33.

⁷ Dr Ririn Wulandari dan Fikri Aulawi, *Membidik Nasabah Bank Syariah* (Yogyakarta: CV. Nas Medika Pustaka, 2020), 5.

⁸ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami Dunia Bisnis*, (Bandung : Erlangga, 2011), 25.

Berbicara mengenai perkembangan ekonomi yang mendasari berkembangnya perbankan yang berlandaskan syariah, namun juga tidak luput dari masalah teknologi yang seiringan dengan perkembangan ekonomi⁹. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah strategi di dunia usaha bisnis dimana salah satunya yakni perbankan syariah dengan teknologi informasi sebagai sebuah elemen utama dari sistem operasi. Saat ini perkembangannya pada teknologi informasi mengalami perubahan seiringnya dengan kemajuan¹⁰. Tidak dapat dipungkiri bahwa adanya teknologi mutakhir, segala sesuatunya menjadi sederhana dan cepat. Dengan adanya pemanfaatan layanan internet kini dapat mendorong munculnya peluang bisnis sebab dianggap dari sudut pandang pemanfaatan internet lebih efektif dan efisien. Sayangnya masyarakat terdapat ada yang tidak bisa memanfaatkan layanan internet ini dengan baik seperti hanya dimanfaatkan untuk game online ataupun situs yang tidak ada unsur pendidikan. Sehingga, layanan internet ini perlu digunakan untuk kegiatan situs bermanfaat yang sesuai dengan tujuan internet.

Selain itu layanan internet ini pun berpengaruh pada seiring berkembangnya teknologi di instansi perbankan yakni munculnya elektronik banking. Mobile Banking atau Elektronik Banking (*E-Banking*) adalah suatu bentuk dari sebuah pelayanan pegawai kepada nasabah, dengan tujuan agar nasabah bisa melakukan transaksi selama 24 jam melalui jaringan internet dengan mudah, aman, biaya murah dan nyaman sehingga nasabah bisa dapat melakukan transaksi dimanapun berada tanpa harus ke bank¹¹. Dengan adanya program internet banking diharapkan dapat menambah ketertarikan nasabah dalam memakai layanan banking yang disediakan oleh perbankan, karena dengan m-banking nasabah dapat bertransaksi tanpa harus datang ke kantor bank¹². Namun adanya e-banking ini dengan tujuan untuk menambah minat nasabah dan juga untuk mempermudah proses transaksi nasabah agar nasabah tidak lama mengantri.

Menurut Wang dan Wang dalam penerimaan nasabah mengenai layanan m-banking ini berbeda-beda di setiap instansi perbankan di Indonesia sebab dipengaruhi oleh kredibilitas,

⁹ Dr Ririn Wulandari dan Fikri Aulawi, *Membidik Nasabah Bank Syariah* (Yogyakarta: CV. Nas Medika Pustaka, 2020), 20-25.

¹⁰ Parsono, *Panduan Materi E-Banking*, (Bandung : Erlangga, 2011), 19-22..

¹¹ Wawan Wardiana, *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia*, (Jakarta: Uni Cam, 2002), 42.

¹² Padihillah Ayuni, *Teknologi Zaman Sekarang*, (Bandung: Pustaka media, 2008), 45.

kepercayaan serta persepsi risiko terhadap bank yang bersangkutan¹³.

Terkait m-banking yang sebagai pondasi utama dalam pelayanan sistem operasional perbankan di Indonesia dari perbankan konvensional maupun perbankan syariah dengan nama-nama bank beserta nama m-banking dari berbagai bank memiliki layanan m-banking yakni Bank BCA (BCA Mobile), Bank BRI (BRI Mobile), Bank BNI (BNI Mobile Banking), Bank BSI (BSI dan lain sebagainya)¹⁴.

Dari beberapa m-banking yang sudah disebutkan di atas, tidak lepas dari kegunaan m-banking dalam proses kemudahan transaksi. M-Banking dapat digunakan seperti membayar kartu kredit, membayar tagihan listrik, membayar tagihan telepon, melakukan transfer ke bank lain ataupun antar bank dan untuk membeli pulsa listrik maupun pulsa handphone. Namun kini di antara bank lain, bank BSI terdapat fitur E-Mas guna untuk jual beli E-Mas. Dalam melakukan transaksi sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas nasabah cukup menggunakan smartphone dimanapun baik di rumah maupun di kantor dengan berbagai kemudahan¹⁵.

Berdasarkan uraian di atas mengenai fitur pada M-Banking bahwa pada BSI terdapat fitur E-Mas. Dimana fitur E-Mas ini dapat jual beli emas dengan mudah sebab dapat diakses pada smartphone nasabah yang telah menginstal aplikasi mobile banking¹⁶. Seperti pada pegadaian syariah, bank syariah juga memiliki produk gadai emas, cicil emas dan bahkan fitur e-mas dengan prinsip syariah, di mana masyarakat bisa investasi dengan cicil emas dan mengamankan atau menjaminkan barang (emas) guna mendapatkan pembiayaan. Namun, pada e-mas nasabah dapat memiliki emas dengan cara menabung dengan nominal kecil yakni Rp. 50.000 sudah bisa mempunyai emas. Sedangkan gadai (*rahn*) menurut Karomatun Ni'mah ialah menahan suatu harga sebagai jaminan (*marhun*) yang dimiliki oleh nasabah (*Rahin*) yang bernilai ekonomis atas hutang atau pinjaman (*marhun bih*) yang diberikan oleh pihak bank. Dan pihak bank (*murtahin*) dapat mengambil

¹³ Mieke Suharni: *Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking*, (Bandung: Pustaka Ilmu, 2008), 169. <https://books.google.co.id>

¹⁴ Kumpulan Aplikasi Mobile Banking Terbaik di Indonesia. Diakses 29 November, 2021. <https://carisinyal.com/aplikasi-m-banking/>.

¹⁵ A.Ridwan Amin, *Bank Syariah Sebagai Solusi Yang Berkeadilan Berkerakyatan*, (Jakarta: Bank Muamalah Indonesia, 2003), 11.

¹⁶ Abdul Ghofur Ansori, *Gadai Syariah di Indonesia : Konsep, Implementasi dan Institusionalisasi*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011), 112.

kembali dana yang dipinjamkan jaminan yang diberikan si peminjam¹⁷.

Fitur E-Mas adalah fasilitas rekening di Bank Syariah Indonesia berbasis titipan (wadiah yad amanah) dengan saldo berupa gram emas. Emas yang dijual adalah emas yang dimiliki oleh BSI¹⁸. Jika nasabah sudah memiliki rekening, nasabah dapat melakukan transaksi di dalam fitur E-Mas. Namun sebelum masuk ke fitur E-Mas nasabah dipastikan sudah memiliki BSI Mobile, didalam fitur E-Mas terdapat pilihan dimana nasabah dapat jual beli, transfer dan tarik fisik emas. Hal itu tentu dengan adanya pilihan di dalam fitur emas, nasabah dengan nyaman dan mudah dalam proses investasi emas sehingga dapat dilakukan oleh nasabah dimanapun berada jika nasabah tersebut mau bertransaksi investasi emas sesuai dengan keinginan¹⁹.

Berdasarkan uraian yang ada di BSI terdapat produk yang untuk mempermudah investasi para masyarakat mengenai e-mas, cicil emas dan gadai emas. Perlu diketahui dengan adanya fitur baru ini harus ada sinergitas kepiawaian pegawai didasari oleh kreativitas yang tinggi²⁰. Semakin banyak pegawai yang memiliki kreativitas tinggi tentu adanya prestasi kerja untuk pegawai. Sehingga di dalam persaingan global yang saat ini sangat ketat perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dari kreativitas pegawainya yang tinggi pula.

Riset gap pada penelitian ini melatarbelakangi dengan adanya perbedaan dan persamaan penelitian. Berdasarkan hasil penelitian Mega dkk dan Sarmiana dkk memiliki persamaan pada strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat dalam produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaan dari penelitian Akbar Pandu Nugraha, Putri Maulidiyah dan Abdul Azis bahwa sinergitas yang diterapkan pada instansi yang berbeda dari pemerintahan dan perbankan tetapi dalam penerapannya sinergitas nya pun sama dengan tujuan untuk menumbuhkan faktor ekonomi. Strategi pemasaran inilah melalui kemampuan untuk mendistribusikan produk perusahaan dengan tujuan agar dapat mencapai target perusahaan. Namun hasil

¹⁷Butarbutar B, "Peranan Etika Bisnis Dalam Islam," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, no.1 (2019), 114-116.

¹⁸ "Materi Promosi Emas." Bank Syari'ah Indonesia, diakses 31 Oktober, 2021. www.bsi.co.id.

¹⁹ Dr Ririn Wulandari dan Fikri Aulawi, *Membidik Nasabah Bank Syariah* (Yogyakarta: CV. Nas Medika Pustaka, 2020), 45.

²⁰ "Materi Promosi Emas." Bank Syari'ah Indonesia, diakses 20 Desember, 2021. www.bsi.co.id.

penelitian Sarmiana dkk²¹ menyatakan bahwa nasabah yang memiliki tabungan emas di PT. Pegadaian Unit Sadabuan mengalami penurunan jumlah nasabah yang semakin tinggi sehingga perlu adanya strategi pemasaran dan upaya menarik minat nasabah. Sedangkan hasil penelitian Akbar Pandu Nugraha²² menyatakan bahwa sinergitas aktor kepentingan dalam penyelenggaraan pemerintahan desa. Namun pada penelitian Putri Maulidiyah²³ menyatakan sinergitas lembaga keuangan syariah dalam menumbuhkan ekonomi masyarakat surabaya. Sehingga pada penelitian Abdul Aziz menyatakan sinergitas perbankan dan *financial technology* : ikhtiar menuju inklusivitas keuangan masyarakat *unbankabel*²⁴. Dari kelima penelitian diatas diantaranya terdapat dua penelitian yang membahas terkait strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah dengan tujuan untuk meningkatkan sebuah ekonomi sehingga dari strategi pemasaran tersebut diperlukan sebuah tindakan yang disebut sinergitas. Sinergitas itulah dapat ditunjang dari ketiga penelitian yang membahas sebuah sinergitas untuk terwujudnya sebuah tujuan perusahaan.

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa pentingnya model sinergitas kepiawaian pegawai dalam promosi tabungan. Pegawai yang baik adalah suatu hal penting dalam perusahaan oleh sebab itu pegawai mempunyai peran ketika memberikan segi positif untuk perusahaan untuk selalu berkarya sesuai dengan kreativitas pegawai. Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap sinergitas pegawai atau kinerjanya yakni melalui pengaruh strategi promosi dalam memasarkan produk emas. Sehingga sinergitas pegawai perlu memiliki sikap positif terhadap situasi kerja untuk memperkuat kesiapan yang akan dihadapi untuk mencapai kinerja yang maksimal.

Berdasarkan latar belakang di atas dan didukung oleh penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis tertarik mengambil judul "**Sinergitas Kepiawaian Pegawai Dalam Upaya**

²¹ Sarmiana dkk, "Strategi Pemasaran dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol 4, no. 1 (2021): 1-14.

²² Akbar Pandu Nugraha, "Sinergitas Aktor Kepentingan Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Desa" *Jurnal Ilmu Administrasi Publik* vol. 2, no. 1 (2007): 1-7.

²³ Putri Maulidiyah, "Sinergitas Lembaga Keuangan Syariah Dalam Menumbuhkan Ekonomi Masyarakat Surabaya" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* vol. 6, no. 2 (2007): 1447-1460.

²⁴ Abdul Azis, "Sinergitas Perbankan *Financial Technology*: Ikhtiar Menuju *Inklusivitas* Keuangan Masyarakat *Unbankable*" *Jurnal Dinamika dan Bisnis* vol. 17, no. 1 (2020): 37-47.

Menarik Minat Nasabah Untuk Investasi Emas di BSI KUDUS KC A. Yani 1".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah bisa disimpulkan menjadi fokus penelitian yang akan diteliti penulis mengenai dengan sinergitas kepiawaian pegawai BSI dalam pemasaran mengenai investasi emas di BSI KC. Kudus A. Yani 1 untuk menarik minat nasabahnya berinvestasi emas. Sebab investasi emas saat ini sudah banyak ditemukan selain di Lembaga Keuangan yang menjual belikan emas. Sinergitas kepiawaian pegawai disini yang dimaksud yakni cara pegawai memasarkan produk emas BSI yang sekarang ini baru trending, sehingga dengan ini diperlukannya sinergitas kepiawaian pegawai BSI maka dari itu penulis mengangkat judul tersebut serta mengkaji teori aspek dari judul.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini sesuai hasil pemaparan latar belakang diatas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sinergitas kepiawaian pegawai BSI dalam upaya menarik minat nasabah untuk investasi emas?
2. Bagaimana sinergitas kepiawaian pegawai terhadap minat nasabah untuk investasi emas di BSI KC. Kudus A. Yani 1?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sinergitas kepiawaian pegawai dalam mengatur strategi pemasaran dan pengenalan nasabah mengenai produk emas yang dimiliki oleh BSI.
2. Untuk mengetahui minat nasabah dalam investasi emas melalui sinergi pegawai BSI KC Kudus A. Yani 1.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini bisa memberikan sebuah manfaat dalam berinvestasi emas sehingga mendapatkan sebuah pemahaman dan wawasan kepada nasabah dan juga memerlukan sinergi dari pegawai/karyawan dalam pemasaran emas yang berhubungan dengan fitur e-mas, cicil emas dan

gadai emas. Hal ini dari hasil penelitian dapat dikaji lebih lanjut serta dapat dikembangkan lagi oleh peneliti lain yang tertarik meneliti dalam permasalahan sinergi pegawai untuk menarik minat nasabah.

2. Manfaat Bagi Aspek Praktis

Sebagai bahan masukan operasional Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk menjalankan layanan perbankan dengan sistem m-banking. Sehingga dapat memudahkan nasabah dalam transaksi.

F. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah sebuah penjelasan, pemahaman, dan analisis terhadap inti utama permasalahan yang dibahas, peneliti akan mendeskripsikannya dengan bentuk kerangka skripsi. Sistem penulisan skripsi ini mencakup tiga bagian yakni bagian awal, isi dan bagian akhir.

1. Bagian Awal

Bagian awal mencakup halaman judul, surat persetujuan majelis penguji ujian munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, panduan transliterasi Arab-Latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi terdiri dari lima bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai deskripsi teori yang meliputi sinergitas, kepiawaian pegawai, minat, investasi, dan juga mengenai penjelasan penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta pertanyaan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber

data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat mengenai gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini mencakup daftar pustaka, transkrip wawancara, catatan observasi, foto serta lampiran-lampiran.

