



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI BAURAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN EMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT INVESTASI NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU JAKARTA PANGLIMA POLIM



Disusun Oleh:

Retno Wahyu Utami/2304321005

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2026**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI BAURAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN EMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT INVESTASI NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU JAKARTA PANGLIMA POLIM



Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya
dari Politeknik Negeri Jakarta

Disusun Oleh:

Retno Wahyu Utami/2304321005

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2026**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas Akhir ini telat saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Retno Wahyu Utami
NIM : 2304321005
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 2 Juni 2026



Retno Wahyu Utami

2304321005



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Retno Wahyu Utami
NIM : 2304321005
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Bauran Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Diploma Tiga pada Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak. ()
Anggota Penguji : Genesa Vernanda, M.Pd. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 25 Juni 2026

Ketua Jurusan Akuntansi




Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., SAS., M.Si.
NIP. 197009131999031002



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun : Retno Wahyu Utami
Nomor Induk Mahasiswa : 2304321005
Jurusan/Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Laporan TA : Strategi Bauran Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim.

Disetujui Oleh Pembimbing

Genesa Vernanda, M.Pd

NIP. 199101302024061002

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Diketahui Oleh

Ketua Program Studi

D3 Keuangan dan Perbankan

Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M

NIP. 199004252024062002

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Bauran Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim” dengan baik dan lancar. Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan Diploma Tiga, Jurusan Akuntansi dengan Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan di Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan doa, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., SAS., M.Si., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M, selaku Kepala Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan.
4. Bapak Genesa Vernanda, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Laporan Tugas Akhir yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, dukungan, serta saran dengan ikhlas.
5. Seluruh dosen dan staff karyawan Jurusan Akuntansi yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman selama menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Seluruh pegawai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan magang. Terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang selama ini diberikan, sehingga penulisan Laporan Tugas Akhir berjalan lancar.
7. Bapak dan Ibu selaku orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, serta kebahagiaan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Laporan Tugas Akhir.
8. Kakak dan Adik selaku saudara penulis yang juga selalu memberikan dukungan serta doa dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Bunga, Mila, Nazwa, Afril, dan Vira selaku sahabat penulis yang memberikan dukungan serta kepedulian terhadap penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan lancar.
10. Seluruh teman Prodi D3 Keuangan dan Perbankan, terkhusus teman-teman kelas BK A yang telah menemani penulis dalam perkuliahan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan laporan ini. Dengan demikian, penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi para pembaca.

Jakarta, 2 Juni 2026

Retno Wahyu Utami

NIM. 2304321005

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Retno Wahyu Utami
NIM : 2304321005
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Bauran Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkatan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 2 Juni 2026

Yang menyatakan

(Retno Wahyu Utami)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Retno Wahyu Utami

Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan

**STRATEGI BAURAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN EMAS DALAM
MENINGKAT MINAT INVESTASI NASABAH PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU JAKARTA PANGGLIMA
POLIM**

ABSTRAK

Tabungan emas adalah produk simpanan dimana dana yang disetorkan oleh nasabah akan diubah menjadi emas murni dengan satuan gram. Saldo tabungan dicatat berdasarkan berat emas yang dimiliki, bukan dalam bentuk rupiah. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana prosedur, strategi bauran promosi, serta efektivitas strategi bauran promosi yang dilaksanakan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Panglima Polim. Metode yang dipergunakan pada penulisan tugas akhir ialah kualitatif dengan observasi, wawancara, dan studi literatur. Strategi promosi dalam penulisan ini adalah melalui bauran promosi, dan observasi langsung di lapangan. Hasil penulisan menunjukkan strategi promosi yang dilaksanakan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Panglima Polim meliputi bauran promosi seperti penjualan personal kepada nasabah (*personal selling*), periklanan dengan penyebaran informasi melalui media sosial, penggunaan media promosi seperti brosur dan banner di lingkungan kantor, penjualan secara langsung (*direct selling*), serta promosi penjualan (*sales promotion*).

Kata Kunci: Tabungan Emas (*E-mas*), Strategi Bauran Promosi, dan Efektivitas Promosi.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Retno Wahyu Utami

D3 Finance and Banking Study Program

**STRATEGI BAURAN PROMOSI PRODUK TABUNGAN EMAS DALAM
MENINGKATKAN MINAT INVESTASI NASABAH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU JAKARTA
PANGLIMA POLIM**

ABSTRACT

Gold savings is a savings product in which the funds deposited by customers will be converted into pure gold in grams. The savings balance is recorded based on the weight of the gold owned, not in rupiah. This writing aims to determine the procedures, promotional strategies, and the effectiveness of the promotional strategies implemented by Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Panglima Polim. This method utilized in the final project writing is qualitative through observation, interviews, and literature study. The promotional strategy in this writing is through the promotion mix also direct field observation. This outcomes indicate that the promotional strategies implemented by Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Panglima Polim include elements of the promotion mix such as personal selling to customers, advertising through information dissemination on social media, utilize of promotional media including brochures and banners within the office environment, direct selling, as well as sales promotion.

Keywords: Gold Savings (E-mas), Strategy Promotion Mix, and Promotion Effectiveness.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Laporan Tugas Akhir.....	4
1.3 Manfaat Penulisan.....	4
1.4 Metode Penulisan.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Strategi.....	7
2.1.1 Pengertian Strategi	7
2.2 Promosi.....	8
2.2.1 Pengertian Promosi	8
2.2.2 Bauran Promosi (Promotion Mix).....	9
2.2.3 Tujuan Promosi	11
2.3 Tabungan	12
2.3.1 Pengertian Tabungan	12
2.4 Emas.....	16
2.4.1 Pengertian Emas.....	16
2.4.2 Pengertian Tabungan Emas	17



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.5	Minat Investasi	18
2.5.1	Pengertian Minat Investasi	18
2.5.2	Indikator Minat Investasi	19
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	21
3.1	Profil Perusahaan	21
3.2	Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia.....	22
3.3	Struktur Organisasi PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim.....	22
3.4	Bidang Usaha PT Bank Syariah Indonesia	24
BAB IV	PEMBAHASAN.....	28
4.1	Pengertian Tabungan Emas (<i>E-mas</i>).....	28
4.2	Prosedur Pembukaan Tabungan Emas (<i>E-mas</i>)	28
4.3	Keunggulan Produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>)	32
4.4	Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah	33
4.4.1	Periklanan (<i>Advertising</i>).....	33
4.4.2	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	35
4.4.3	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	37
4.4.4	Penjualan Personal (<i>Personal selling</i>)	38
4.4.5	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	40
4.5	Efektivitas Strategi Promosi yang diterapkan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim.....	42
BAB V	PENUTUP.....	44
5.1	Kesimpulan.....	44
5.2	Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....		46
LAMPIRAN.....		49



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Tabungan Emas BSI KCP Jakarta Panglima Polim	3
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Panglima Polim	23
Gambar 4.1 Tampilan menu “investasi” aplikasi BYOND by BSI	30
Gambar 4.2 Tampilan Klik “Beli Emas” aplikasi BYOND by BSI.....	30
Gambar 4.3 Memasukkan Nominal dan Berat Emas di Aplikasi BYOND	31
Gambar 4.4 Menyetujui Syarat & Ketentuan dan <i>E-mas</i> Berhasil di Aplikasi BYOND	32
Gambar 4. 5 Promosi Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) BSI.....	34
Gambar 4.6 Pemberian <i>Cashback</i> kepada Nasabah	35
Gambar 4.7 <i>Souvenir</i> untuk Nasabah.....	36
Gambar 4.8 Kegiatan Sosialisasi di Kelurahan dan Posyandu	38
Gambar 4.9 <i>Open Booth</i> di salah satu <i>event</i>	39
Gambar 4.10 <i>Cross Selling</i> pada saat <i>Open Booth</i>	39
Gambar 4.11 Promosi melalui <i>WhatsApp</i>	41

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pernyataan Dosen Pembimbing
- Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 3 Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir
- Lampiran 4 Lembar Revisi Sidang Tugas Akhir – Dosen Pembimbing
- Lampiran 5 Lembar Revisi Sidang Tugas Akhir – Dosen Penguji
- Lampiran 6 Surat Pernyataan Penggunaan *Generative AI*
- Lampiran 7 Data Hasil Wawancara
- Lampiran 8 Data Hasil Observasi
- Lampiran 9 Foto bersama Mba Vira dan Mba Febryca
- Lampiran 10 Poster Iklan di Banking Hall Bank Syariah Indonesia





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, sektor perbankan syariah sekarang menunjukkan kinerja yang semakin signifikan dari masa ke masa. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per 2025, aset perbankan syariah tumbuh 12,5% YoY, mencapai Rp800 triliun, didorong permintaan layanan halal. Pertumbuhan tersebut tidak terlepas dari karakteristik operasionalnya yang berbeda dengan perbankan konvensional, khususnya karena tidak menggunakan sistem bunga yang dalam perspektif hukum Islam dipandang tidak sejalan dengan prinsip syariah. Pendekatan ini membuatnya sering disebut bank Islam, di mana semua aktivitas usaha berpijak pada nilai-nilai syariah seperti akad mudharabah dan murabahah.

Perbankan syariah di Indonesia merupakan jawaban terhadap kebutuhan masyarakat akan sistem perbankan lain yang mencapai prinsip syariah. Pada masa lalu, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perbankan belum mengakomodasi prinsip syariah, sehingga operasional semacam ini sulit terealisasi hingga lahirnya UU No. 21 Tahun 2008. Undang-undang memberi landasan hukum jelas dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia dan membuka peluang bagi institusi keuangan untuk menawarkan produk serta layanan selaras pada dasar syariah kepada masyarakat luas. Dengan kerangka regulasi yang lebih kuat, perbankan syariah dapat berkembang dan berinovasi dalam menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan pasar, sekaligus masih memegang nilai moral serta etika Islam.

Bank Syariah Indonesia hadir sebagai entitas strategis yang terbentuk melalui proses merger pada tahun 2021 antara Bank syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI Syariah. Penggabungan tersebut menjadikan BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, dengan jaringan kantor yang menjangkau hampir seluruh wilayah provinsi di Indonesia. Posisi unggul BSI ini menuntut tanggung jawab yang berat. Bank ini harus terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan layanan keuangan yang tetap setia pada prinsip syariah, sekaligus mampu bersaing ketat dengan produk perbankan konvensional yang sudah lebih dulu mendominasi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pasar. Dengan visi sebagai bank syariah terdepan, BSI memiliki peluang strategis untuk terus berinovasi dan menaikkan kepercayaan nasabah melalui produk dan layanan berkualitas.

Dalam mengembangkan strategi bisnis yang komprehensif, perbankan syariah memberikan penekanan khusus pada pengembangan produk investasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah. Kini, salah satu pendorong keberhasilan industri ini adalah inovasi atau menabung, dengan minat nasabah menjadi tolok ukur keberhasilan promosi. Minat ini terlibat dari ketertarikan awal, pencarian informasi, hingga transaksi nyata pada produk seperti tabungan emas. Strategi promosi yang efektif seperti digital marketing dan edukasi berperan besar dalam mendorong kepastuan investasi tersebut.

Salah satu bentuk inovasi produk yang dinilai memiliki prospek signifikan dalam mendorong peningkatan dana pihak ketiga sekaligus menumbuhkan minat investasi masyarakat adalah tabungan emas. Instrumen emas secara umum dipandang sebagai pilihan investasi yang relatif stabil, di mana nilai emas jarang berubah secara drastis, harganya stabil dan cenderung naik, sehingga tabungan emas salah satu investasi yang menguntungkan. Dalam konteks perbankan, produk tabungan emas menawarkan fleksibilitas tinggi karena nasabah dapat membeli dan menjual kapan saja sesuai kebutuhan mereka dengan biaya transaksi yang kompetitif.

Produk Tabungan Emas BSI (*E-mas*) termasuk bentuk investasi emas yang ekonomis. Produk ini memudahkan nasabah untuk mempunyai emas digital dengan rekening sebagai tempat menaruh emas yang dapat di *top-up*, dicetak fisik serta ditransfer menjadi uang melalui BYOND by BSI. Nasabah bisa menabung emas mulai dari Rp50.000 dengan proses yang sederhana, murah, tanpa biaya tambahan, dan tidak perlu datang ke gerai/toko emas, cukup melalui BYOND by BSI. Dengan fitur-fitur yang user-friendly dan accessible, produk *E-mas* memiliki potensi besar untuk menarik berbagai segmen nasabah dari berbagai latar belakang ekonomi dan demografi. Inovasi produk ini mencerminkan komitmen Bank Syariah Indonesia dalam menghadirkan solusi investasi relevan serta mudah dijangkau oleh semua segmen masyarakat.

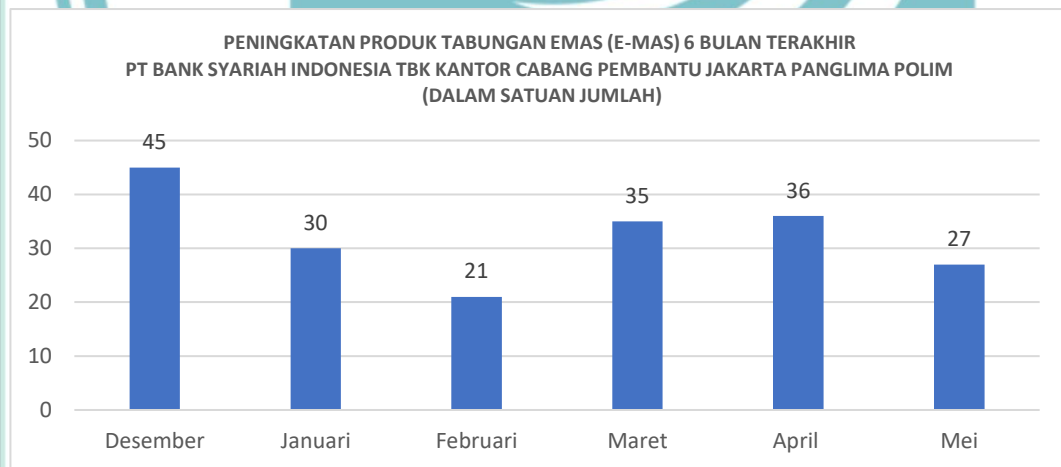


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penelitian Nasution dan Rafiki (2020) dalam *Journal of Islamic Marketing* menunjukkan bahwa elemen bauran pemasaran, termasuk promosi, berdampak pada keputusan nasabah memanfaatkan layanan perbankan syariah. Lebih lanjut, hasil penelitian Wahyuning et al. (2021) menemukan di sektor perbankan syariah Indonesia, strategi promosi yang menggabungkan *digital marketing* dengan *personal relationship building* terbukti lebih efektif dalam meningkatkan minat nasabah. Temuan ini memberikan implikasi penting bahwa strategi promosi produk tabungan emas di BSI harus melakukan pendekatan yang mengintegrasikan saluran digital dan offline. Strategi promosi yang efektif harus dirancang untuk mengintegrasikan berbagai elemen komunikasi pemasaran dalam satu kesatuan, mencakup periklanan, *personal selling*, *public relations*, dan *sales promotion*.

Namun, berdasarkan pengamatan dan pemahaman selama magang di bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Panglima Polim, minat nasabah pada produk tabungan emas belum menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan produk lainnya. Berikut data disajikan dalam bentuk grafik:



Gambar 1.1 Grafik Tabungan Emas BSI KCP Jakarta Panglima Polim

Sumber: Data diolah, 2026

Sesuai dengan data yang terdapat dalam grafik diatas, bahwa terdapat 6 bulan perkembangan Tabungan Emas (*E-mas*) yang menunjukkan belum adanya peningkatan yang signifikan. Keadaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu berupa keterbatasan pemahaman masyarakat mengenai mekanisme operasional dan mekanisme akad yang digunakan, kurangnya informasi yang



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

komprehensif terkait manfaat dan potensi keuntungannya, serta promosi yang belum dilaksanakan secara optimal.

Sedangkan, ketika meningkatnya partisipasi masyarakat dalam produk tersebut, secara langsung akan berdampak pada kenaikan volume investasi emas di bank syariah. Selain meningkatkan kinerja lembaga keuangan, hal ini juga berkontribusi dalam memperluas basis investor serta keberhasilan strategi promosi yang optimal menguatkan posisi kompetitif bank syariah dalam industri keuangan nasional, sekaligus mendukung pengembangan ekonomi syariah yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

Berlandaskan latar belakang, penulis tertarik untuk menganalisis lebih lanjut serta membahas lebih rinci dengan judul **“Strategi Bauran Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim”**. Fokus penulisan ini yaitu pada strategi promosi produk tabungan emas, membahas berbagai upaya Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim meningkatkan minat investasi nasabah.

1.2 Tujuan Laporan Tugas Akhir

Berdasarkan penjelasan latar belakang, penulis memiliki tujuan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir, sebagai berikut:

1. Menjelaskan prosedur produk Tabungan Emas (*E-mas*).
2. Menjelaskan keunggulan dari produk Tabungan Emas (*E-mas*).
3. Menjelaskan strategi bauran promosi produk Tabungan Emas (*E-mas*) yang diterapkan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim dalam meningkatkan minat investasi nasabah.
4. Menjelaskan efektivitas keseluruhan strategi bauran promosi yang digunakan dalam meningkatkan minat investasi nasabah.

1.3 Manfaat Penulisan

Penulisan diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

A. Bagi Penulis

1. Penulisan ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperluas wawasan serta memperdalam pemahaman terkait pemasaran berbasis prinsip syariah.
2. Penulis memperoleh pengalaman dalam melakukan penelitian terhadap penerapan strategi promosi mengenai produk Tabungan Emas (*E-mas*).

B. Bagi Politeknik Negeri Jakarta

1. Penulisan ini dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian sejenis.
2. Dapat mempererat kerjasama antara Politeknik Negeri Jakarta dengan Bank Syariah Indonesia dalam bidang akademik maupun pengembangan sumber daya manusia.

C. Bagi Bank Syariah Indonesia

1. Penulisan ini dapat memberikan gambaran serta bahan evaluasi terhadap strategi promosi yang telah diterapkan pada produk Tabungan Emas (*E-mas*).
2. Penulisan ini dapat memberikan rekomendasi strategi guna meningkatkan efektivitas promosi dalam menarik minat investasi nasabah.

1.4 Metode Penulisan

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi

Penulis melaksanakan observasi langsung maupun tidak langsung pada lingkungan kerja di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim. Kegiatan pengamatan tujuannya mendapat deskripsi nyata terkait alur bisnis serta interaksi berkaitan dengan penerapan strategi promosi produk Tabungan emas menaikkan minat investasi nasabah.

2. Wawancara

Metode dilaksanakan dalam bentuk sesi tanya jawab pihak terlibat guna memperoleh informasi yang lebih mendalam. Data penelitian dikumpul dengan wawancara pihak terkait secara langsung pelaksanaan strategi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

promosi serta upaya kenaikan investasi pada produk tabungan emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim.

3. Studi Literatur

Penulis melakukan studi literatur dengan mengkaji dan mengumpulkan berbagai informasi serta data yang relevan dari beragam sumber kepustakaan yang berkaitan dengan strategi promosi serta investasi pada produk Tabungan emas.

1.5 Sistematika Penulisan

Terdapat beberapa sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, bagian ini memuat latar belakang, tujuan, manfaat, metode penulisan, sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, bagian ini memuat dasar teori relevan dengan topik pembahasan laporan tugas akhir, seperti pengertian strategi, promosi, investasi dan Tabungan Emas.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan, bagian ini memuat gambaran mengenai profil Bank Syariah Indonesia, yang mencakup Sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, serta berbagai produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia.

BAB IV Pembahasan, berisi mengenai prosedur produk Tabungan Emas (*E-mas*), manfaat produk tabungan emas (*E-mas*), strategi bauran promosi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim, dan efektivitas keseluruhan strategi bauran promosi yang diterapkan.

BAB V Penutup, bagian ini memuat kesimpulan dan saran yang diberi penulis mengenai Laporan Tugas Akhir.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang sudah dijelaskan, dapat diambil beberapa simpulan:

1. Produk Tabungan Emas (*E-mas*) merupakan inovasi layanan investasi berbasis digital yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi emas mudah, aman, serta sesuai pada prinsip syariah. Proses pembukaan rekening yang dilakukan melalui aplikasi BYOND by BSI tergolong sederhana, cepat, mampu dijangkau kapan pun tanpa perlu datang ke kantor cabang, maka mampu meningkatkan efisiensi layanan perbankan.
2. Prosedur produk Tabungan emas (*E-mas*) menggunakan akad *wadi'ah yad amanah*. Dimulai dari nasabah login ke aplikasi BYOND by BSI, memilih menu Tabungan Emas (*E-mas*), mengisi data serta nominal awal, menyetujui syarat dan ketentuan akad *wadi'ah yad amanah*, lalu melakukan verifikasi hingga rekening tabungan emas aktif.
3. Penerapan strategi bauran promosi yang dilakukan untuk meningkatkan minat investasi nasabah, yaitu periklanan (*advertising*), hubungan masyarakat (*public relation*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan langsung (*direct selling*), penjualan personal (*personal selling*). Selain itu, keunggulan dari produk Tabungan Emas (*E-mas*) seperti setoran awal yang terjangkau, kemudahan transaksi, serta transparansi harga yang mengikuti kondisi pasar.
4. Peningkatan minat nasabah melalui strategi promosi di Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim yang memiliki efektivitas paling signifikan yaitu dengan penerapan strategi promosi penjualan (*sales promotion*) serta penjualan personal (*personal selling*), karena kedua strategi mampu memberikan informasi secara lebih jelas, membangun kepercayaan nasabah, serta memberikan manfaat langsung seperti *cashback* dan *souvenir* kepada nasabah.



5.2 Saran

Berlandaskan penulisan serta observasi yang sudah dilaksanakan, penulis dapat memberi beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia, khususnya untuk Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim untuk meningkatkan kualitas dan jangkauan promosi digital, dengan *platform* media sosial berupa Instagram serta Tiktok dengan menyajikan lebih banyak konten edukatif, informatif, dan interaktif. Hal ini penting untuk menaikkan wawasan serta kepercayaan masyarakat pada produk berbasis emas. Selain itu, Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat terus mempertahankan dan mengembangkan strategi promosi yang telah diterapkan dan terbukti efektif.
2. Bagi nasabah, disarankan untuk lebih meningkatkan pemahaman terkait produk Tabungan Emas (*E-mas*), khususnya mengenai mekanisme transaksi dan Risiko investasi. Nasabah diharapkan dapat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi BYOND by BSI secara optimal.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Aliya Dinda. (2022). *Penerapan Akad Wadiah Pada Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bintaro Sektor III*. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta. <https://pelatihan-repo.umj.ac.id/13258/1/skripsi%20DINDA%20ALYA%20ROHADI.pdf>.
- Amanda, S. Y., Surur, M., & Alimbel, F. (2024). *Strategi digital marketing terhadap minat investasi generasi Z pada investasi emas digital Bank Syariah Indonesia dengan brand image sebagai mediasi*. Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, 7(2), 643–655. [https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7\(2\).18084](https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7(2).18084).
- Andrianto, & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktik)*. Qiara Media.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani Press.
- Asikin, M. Z. (2024). *Peran emas sebagai lindung nilai terhadap ketidakpastian pasar keuangan global*. Hawalah Kajian Ilmu Ekonomi Syariah, 3(3), 123–133.
- Bongomin, G. O. C., Munene, J. C., Ntayi, J. M., & Malinga, C. A. (2021). *Financial literacy in emerging economies: Do all components matter for financial inclusion of poor households in rural Uganda?* Managerial Finance, 43(12), 1310–1331. <https://doi.org/10.1108/MF-04-2017-0117>.
- F.S. Pai., S.L. Mandey., H.N. Tawas. (2023). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas dalam Upaya Menarik Minat Nasabah*. Jurnal EMBA, Vol. 11 No. 2 (231). [https://Febrina+S.+Pai.+OK%20\(1\).pdf](https://Febrina+S.+Pai.+OK%20(1).pdf).
- Grant, R. M. (2021). *Contemporary strategy analysis* (11th ed.). John Wiley dan Sons.
- Hasler, A., Lusardi, A., & Oggero, N. (2021). *Financial vulnerability and mental health*. The Journal of Economic Behavior & Organization, 185, 572-592. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.03.016>.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Indonesia. (2008). *Undang-Undang No. 21 Tahun 2008*.

Indrawati. (2023). *Pengantar investasi syariah*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Kencana Perdana Media Group.

Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014, 196-197.

Khairunnisa. (2025). *Analisis Strategi Produk Hasanah Card dalam Meningkatkan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati)*. Politeknik Negeri Jakarta. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/27289/>.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kusmawati, K. (2017). *Pengaruh motivasi terhadap minat berinvestasi di pasar modal dengan pemahaman investasi dan usia sebagai variabel moderat*. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 14(1), 103–114.

Mismiwati. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen pemasaran*. Palembang: CV. Amanah, 89-90.

Nasution, & Rafiki. (2020). *The impact of marketing mix on customer decision in Islamic banking*. Journal of Islamic Marketing, 11(3), 456-472.

Nudia, D. (2022). *Emas sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang*. Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah, 8(1), 177–187. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v8i1.1297>.

Omar, M. A., & Abduh, M. (2019). *Fundamentals of Islamic money and capital markets*. John Wiley & Sons.

Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Peraturan OJK No. 1/POJK.07/2013 tentang *Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan*. Lembaran Negara Republik Indonesia.

Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Peraturan OJK No. 04/KDK.03/2021 tentang *Surat izin resmi merger tiga bank syariah BUMN*. Lembaran Negara Republik Indonesia.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Prayitno, P. A., Febrian, F., dan Handini, R. (2020). *Service quality dimensions on customer satisfaction in digital banking*. Journal of Financial Services Marketing, 25(2), 89-101. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00075-9>.

Ridhotullah, S., & Jauhar, M. (2015). *Pengantar manajemen*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

Sadewo, Y, Y., Junianto, P., Atmojo, A, S, S. (2025). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Pengguna E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bentara Persada*. Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen, 8 (2). <https://Yusup+Yogi+Sadewo,+Pilifus+Junianto,+Agus+Sekti+Susila+Atmojo.pdf>.

Sari, U. P., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). *Strategi pemasaran produk tabungan emas: Meningkatkan minat nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Bandar Lampung*. Jurnal Media Akademik (JMA), 2(11). <https://journal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/883/805>.

Wahyuning, S., Putri, R. A., dan Hidayat, R. (2021). *Efektivitas digital marketing dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk simpanan syariah*. Jurnal Perbankan Syariah Indonesia.

Zulki Zulkifli Noor. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 65.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Surat Pernyataan Dosen Pembimbing



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI**

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Genesa Vernanda, M.Pd

NIP : 199101302024061002

Adalah dosen tetap atau dosen yang ditunjuk oleh Jurusan Akuntansi PNJ menyatakan bersedia sebagai pembimbing penulisan laporan tugas akhir/ skripsi untuk:

Nama : Retno Wahyu Utami

NIM : 2304321005

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Meluangkan waktu minimal sekali dalam seminggu untuk membimbing mulai dari diterimanya surat penunjukan, hingga minimal 8 kali bimbingan.
2. Membuat kesepakatan waktu bimbingan dengan mahasiswa.
3. Menyesuaikan jadwal bimbingan tugas akhir sesuai dengan kalender akademik.
4. Apabila saya tidak melaksanakan tugas tersebut maka saya bersedia digantikan oleh dosen lain.

Demikian surat pernyataan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Depok, 2 Juni 2026

Pembuat pernyataan

(Genesa Vernanda, M.Pd)

NIP. 199101302024061002



Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

1. Nama Mahasiswa : Retno Wahyu Utami
2. NIM : 2304321005
3. Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim
5. Dosen Pembimbing : Genesa Vernanda, M.Pd

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1.	10 Februari 2026	ACC JUDUL dan OUTLINE	
2.	3 Maret 2026	BAB I	
3.	17 Maret 2026	Revisi BAB I, Lanjut BAB II	
4.	31 Maret 2026	BAB II	
5.	14 April 2026	Revisi BAB II, Lanjut BAB III	
6.	28 April 2026	BAB III dan BAB IV	
7.	12 Mei 2026	Revisi BAB IV, Lanjut BAB V	
8.	26 Mei 2026	BAB V	
9.	2 Juni 2026	ACC BAB I - BAB V	

Menyetujui KPS D3 Keuangan dan Perbankan

Depok, 2 Juni 2026

Heti Suryani Fitri, S.ST., M.M
NIP. 199004252024062002

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir

LEMBAR PERSETUJUAN UNTUK SIDANG TUGAS AKHIR

Pada tanggal 02/06/2026 tugas akhir yang disusun oleh:

Nama : Retno Wahyu Utami
 NIM : 2304321005
 Judul : Strategi Bauran Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim.

Telah disetujui untuk diteruskan ke tahap sidang akhir sesuai dengan jadwal yang akan ditetapkan kemudian.

Disetujui oleh Pembimbing

Genesa Vernanda, M.Pd
 NIP. 199101302024061002

Diketahui Oleh
 Ketua Program Studi
 D3 Keuangan dan Perbankan

Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M.
 NIP. 199004252024062002



Lampiran 4 Lembar Revisi Sidang Tugas Akhir – Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR REVISI SIDANG TUGAS AKHIR – PEMBIMBING

1. Nama Mahasiswa : Retno Wahyu Utami
2. NIM : 2304321005
3. Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim
5. Dosen Pembimbing : Genesa Vernanda, M.Pd

No.	Revisi	Hasil Revisi	Keterangan
1	Belum semua sumber ada di daftar pustaka	Sudah ditambahkan	ACC
2	Susunan daftar pustaka diperbaiki	Sudah ditambahkan	ACC
3			
4			
5			

26/6-2026
26/6-2026

Catatan:

Revisi diisi Dosen Penguji

Hasil Revisi diisi mahasiswa apa saja yang sudah di perbaiki

Keterangan diisi Dosen dan ditulis kata ACC bila hasil revisi telah sesuai

Depok, 17 Juni 2026

Dosen Pembimbing

(Signature)
(Genesa)

Genesa Vernanda, M.Pd.

NIP. 199101302024061002

Note: Dosen memberikan tanda tangan setelah mahasiswa menyelesaikan revisi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR REVISI SIDANG TUGAS AKHIR – PENGUJI

1. Nama Mahasiswa : Retno Wahyu Utami
2. NIM : 2304321005
3. Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim
5. Dosen Penguji : Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.

No.	Revisi	Hasil Revisi	Keterangan
1	Penulisan / topik lebih spesifik ke topik utamanya. Strategi bauran promosi	Sudah ditambahkan	ACC
2	Penjelasan Bauran Pemasaran tidak diperlukan atau terlalu luas	Sudah ditambahkan	ACC
3	Kutipan wawancara dimasukkan di BAB IV sebagai pendukung data.	Sudah ditambahkan	ACC
4	Penulisan diperbaiki	Sudah ditambahkan	ACC
5			

Catatan:

Revisi diisi Dosen Penguji

Hasil Revisi diisi mahasiswa apa saja yang sudah di perbaiki

Keterangan diisi Dosen dan ditulis kata ACC bila hasil revisi telah sesuai

Depok, 17 Juni 2026

Dosen Penguji

Dini Ayuning Ratri Sukimin, S.Sy., M.Ak.

NIP. 199208092022032012

Note: Dosen memberikan tanda tangan setelah mahasiswa menyelesaikan revisi



Lampiran 6 Surat Pernyataan Penggunaan *Generative AI*

SURAT PERNYATAAN PENGGUNAAN *GENERATIVE AI* DALAM TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

- **Nama** : Retno Wahyu Utami
- **NIM** : 2304321005
- **Program Studi** : D3 Keuangan dan Perbankan
- **Judul Tugas Akhir** : Strategi Promosi Produk Tabungan Emas dalam Meningkatkan Minat Investasi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim

Menyatakan dengan sebenarnya terkait penggunaan alat *Generative AI* (seperti ChatGPT, Gemini, Claude, dll) dalam penyusunan tugas ini:

A. Status Penggunaan (Pilih salah satu):

- ☐ **Tidak Menggunakan AI:** Saya tidak menggunakan alat AI generatif dalam bagian mana pun dari tugas ini.
- ☒ **Menggunakan AI secara Terbatas:** Saya menggunakan AI hanya untuk tujuan pendukung (seperti perbaikan tata bahasa, pencarian ide, atau struktur outline).
- ☐ **Menggunakan AI secara Signifikan:** Saya menggunakan AI untuk menghasilkan sebagian konten dengan verifikasi dan pengolahan kembali oleh saya sendiri.

B. Rincian Penggunaan (Jika menggunakan): Jika Anda mencentang opsi penggunaan AI, jelaskan bagian mana yang dibantu oleh AI dan bagaimana Anda memverifikasinya:

Artificial Intelligence Disclosure (AID) Statement:

1. **Artificial Intelligence Tool:** ChatGPT dan Claude
2. **[Heading]:** Dalam Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, Saya menggunakan AI berupa *ChatGPT* dan *Claude* secara terbatas sebagai alat bantu penulisan. Yang menggunakan AI dalam penulisan ini berupa:
 - **Bab I** : AI digunakan untuk membantu menyusun outline latar belakang dan membantu perumusan masalah.
 - **Bab II** : AI digunakan untuk membantu mengarahkan pencarian referensi dan memahami konsep teori yang relevan, namun sumber utama tetap berasal dari jurnal dan studi literatur ilmiah.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- **Bab IV** : AI hanya digunakan untuk membantu parafrase dan penyusunan kalimat agar lebih sistematis tanpa mengubah hasil analisis penelitian.
3. [*Human Verifications*]: Saya telah melakukan pengecekan ulang terhadap seluruh hasil yang dihasilkan oleh AI dan disesuaikan dengan pemahaman saya sendiri. Saya juga memastikan bahwa isi yang digunakan tetap mengacu pada sumber referensi yang dipakai dalam penulisan, sehingga tidak bergantung sepenuhnya pada AI.

C. Pernyataan Integritas: Saya menyadari bahwa penggunaan AI tanpa deklarasi yang jujur atau penggunaan AI untuk menggantikan proses berpikir kritis saya sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai tindakan pelanggaran etika akademik/plagiarisme. Saya bertanggung jawab penuh atas seluruh isi tugas ini.

Depok, 8 Juni 2026

Mahasiswa,

Retno Wahyu Utami



Lampiran 7 Data Hasil Wawancara

1. Data Narasumber

A. Narasumber 1

- a) Nama : Vira Deswita
b) Jabatan : *Customer Service*

B. Narasumber 2

- a) Nama : Febryca Amelia
b) Jabatan : *Marketing Funding*

2. Lokasi dan Waktu Wawancara :

Wawancara dengan *customer service* dilakukan di kantor Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim pada tanggal 12 Mei 2026, sedangkan dengan *marketing funding* diluar jam kerja tepatnya di Cafe *Three O'Clock* sebelah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Panglima Polim pada tanggal 13 Mei 2026.

No	Pertanyaan	Jawaban Narasumber 1 (Customer Service)	Jawaban Narasumber 2 (Marketing Funding)
1	Apakah yang dimaksud dengan produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) BSI?	Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) dipahami sebagai produk simpanan berbentuk emas yang dikelola secara digital melalui sistem perbankan. Dari sisi pelayanan, produk ini memudahkan nasabah karena proses transaksi dapat dilakukan melalui aplikasi tanpa harus datang langsung ke kantor cabang.	<i>E-mas</i> adalah produk layanan digital yang disediakan oleh BSI dimana saldo kepemilikan emas milik nasabah berupa gram emas yang disimpan melalui Aplikasi BYOND by BSI yang berbasis pada titipan (<i>wadiah yad amanah</i>), tanpa datang langsung ke gerai.
2	Apakah terdapat syarat dan ketentuan untuk membuka rekening Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) BSI?	Ya, terdapat syarat dan ketentuan yang diperlukan untuk membuka Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) melalui aplikasi BYOND yaitu nasabah wajib memiliki rekening tabungan reguler baik dengan akad <i>wadiah</i> maupun <i>mudharabah</i> ,	Ya, terdapat beberapa syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi, antara lain seperti memiliki rekening aktif di Bank Syariah Indonesia, memiliki saldo minimal Rp50.000 didalam rekening, serta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		serta memiliki saldo awal untuk memulai pembelian emas. Selain itu, pembelian emas dapat dilakukan mulai dari minimal 0,0176 gram atau sebesar Rp50.000, terdapat pula biaya admin sebesar Rp 1.000 untuk perbulannya serta emas fisik dapat diambil jika emas sudah memenuhi ketentuan minimal 2 gram.	melakukan aktivasi/login di BYOND by BSI.
3	Strategi promosi apa saja yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan emas (<i>E-mas</i>) BSI?	Strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Panglima Polim yaitu melalui 5 bauran promosi. Dari sisi pelayanan, promosi dilakukan melalui <i>cross selling</i> saat nasabah melakukan transaksi ke kantor cabang.	Strategi promosi yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Panglima Polim adalah bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, <i>public relations</i> , dan penjualan personal. Strategi yang dilakukan meliputi pemanfaatan media sosial seperti Instagram, penyebaran brosur, kegiatan <i>open booth</i> , serta penawaran langsung kepada calon nasabah. Bank juga melakukan pemberian promosi berupa cashback sebesar Rp50.000 disetiap pembukaan rekening Tabungan Emas (<i>E-mas</i>).
4	Bagaimana peran marketing dalam menawarkan produk Tabungan emas (<i>E-mas</i>)?	Dilihat dari sisi pelayanan, marketing memiliki peran yang cukup penting dalam memasarkan produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>), terutama dalam memberikan edukasi dan penjelasan terkait	Marketing memiliki peran yang cukup penting dalam memasarkan produk. Karena marketing bertugas memberikan informasi maupun edukasi yang lebih rinci kepada calon nasabah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		manfaat, mekanisme, dan keunggulan produk. Marketing juga berperan dalam membangun kepercayaan nasabah melalui komunikasi yang persuasif dan informatif.	dengan menggunakan bahasa yang persuasif, agar calon nasabah dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan.
5	Apakah terdapat pemasaran langsung kepada nasabah (misalnya melalui <i>WhatsApp</i>)?	Ya ada, pemasaran langsung dilakukan melalui media komunikasi seperti <i>WhatsApp</i> dan telepon sebagai upaya untuk menjangkau nasabah secara lebih personal. Cara ini digunakan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan rinci serta menjaga hubungan dengan nasabah.	Ya, terdapat pemasaran langsung melalui <i>WhatsApp</i> maupun telepon yang biasa dilakukan oleh bagian marketing. Marketing memanfaatkan fitur <i>WhatsApp</i> dengan membagikan status yang berisi informasi harga emas terkini setiap harinya. Selain itu, marketing juga melakukan komunikasi personal kepada nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah, dengan mengirimkan pesan broadcast berupa cara membuka produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) serta keunggulan produk tersebut.
6	Sejauh ini, seberapa efektifnya media seperti Instagram dan brosur dalam menarik minat nasabah?	Dilihat dari sisi pelayanan, efektivitas media brosur dan instagram masih terbatas karena informasi yang disampaikan tidak dapat menjelaskan produk secara rinci. Brosur yang tersedia di kantor cabang membantu memberikan gambaran awal kepada nasabah, tetapi sebagian besar nasabah tetap membutuhkan penjelasan langsung untuk memahami lebih lanjut.	Media seperti instagram dan brosur cukup efektif dalam menarik minat nasabah. Namun, informasi yang disampaikan masih terbatas sehingga diperlukan penjelasan lanjutan secara langsung yang bisa dilakukan melalui sosialisasi ataupun pada saat <i>open booth</i> agar nasabah memahami produk.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7	Seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah?	Bauran promosi memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Kombinasi antara promosi digital, komunikasi langsung, serta kegiatan event mampu meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>).	Bauran promosi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap peningkatan jumlah nasabah. Karena promosi yang dilakukan antara promosi dengan media digital dengan promosi penjualan langsung, serta kegiatan promosi di lapangan berperan dalam meningkatkan kesadaran nasabah terhadap produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>). Namun, peningkatan jumlah nasabah umumnya lebih terlihat ketika promosi dilakukan secara langsung tatap muka, karena calon nasabah cenderung membutuhkan pemahaman yang lebih mendalam sebelum membuka Tabungan Emas (<i>E-mas</i>).
8	Dari berbagai strategi promosi yang dilakukan, mana yang paling efektif dalam menarik minat nasabah?	Penjualan secara personal yang sejauh ini membuat minat nasabah untuk membuka Tabungan Emas (<i>E-mas</i>). Nasabah yang mendapatkan penjelasan langsung cenderung lebih yakin dan lebih cepat dalam mengambil keputusan untuk membuka rekening.	Strategi yang paling efektif adalah penjualan personal dan promosi penjualan. Strategi tersebut dilakukan secara langsung tatap muka dengan nasabah dengan memberikan penjelasan yang rinci beserta dengan promosi menarik untuk membangun kepercayaan nasabah. Promosi ini cukup efektif dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9	Apakah terdapat keunggulan dari produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) BSI?	Ya ada, keunggulan dari produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) ini yaitu dimulai dari syarat pembukaannya yang mudah, menjadi alternatif untuk berinvestasi emas dengan nilai yang terjangkau karena bisa berinvestasi dimulai dari 0,0176 gram atau sebesar Rp50.000, serta pembelian ataupun penjualan emas bisa dilakukan melalui aplikasi BYOND by BSI tanpa perlu datang ke gerai.	Ya, terdapat keunggulan dari produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) diantaranya yaitu terletak pada kemudahan akses secara digital, nominal investasi yang terjangkau, serta fleksibilitas transaksi menjadi nilai tambah bagi nasabah.
10	Bagaimana upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Panglima Polim dalam menangani keluhan nasabah yang berkaitan dengan kurangnya pemahaman terhadap produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>)?	Dari sisi pelayanan, <i>customer service</i> berperan dalam memberikan penjelasan tambahan secara lebih rinci, serta menjawab semua pertanyaan yang diajukan nasabah hingga mereka benar-benar memahami produk yang ditawarkan.	Dari sisi marketing, upaya yang dilakukan yaitu memberikan penjelasan ulang secara lebih mendalam dan persuasif. Penjelasan diberikan bisa dengan cara melakukan pemasaran langsung melalui telepon untuk memastikan nasabah memperoleh informasi yang jelas mengenai mekanisme, manfaat, serta keunggulan produk.
11	Apakah terdapat strategi promosi yang berbeda dari cabang lain yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Panglima Polim untuk memasarkan produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>)?	Dari sisi pelayanan, tidak jauh berbeda dengan cabang lain. Perbedaan tersebut terlihat pada pendekatan nasabah, di mana pemberian souvenir dapat meningkatkan minat investasi dan memberikan kesan positif terhadap produk.	Secara umum, strategi yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan cabang lain. Promosi dan pemasaran dilakukan dengan dengan bauran promosi. Namun, terdapat penyesuaian seperti pemberian souvenir bagi nasabah yang membuka Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) sebagai bentuk daya tarik tambahan.



Lampiran 8 Data Hasil Observasi

Waktu Observasi : Selama kegiatan magang berlangsung

No	Aspek Pengamatan	Penjelasan
1	Cara pegawai mempromosikan dan menawarkan produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) BSI kepada nasabah	Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan, cara pegawai mempromosikan dan menawarkan produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) dengan menggunakan pendekatan edukatif dan komunikatif. Ketika nasabah bertanya atau menunjukkan ketertarikan, pegawai memberikan penjelasan tentang keunggulan produk tersebut dengan menekankan aspek kemudahan, keamanan dan kesesuaian prinsip syariah. Selain itu, pegawai juga mengarahkan nasabah pada kemudahan transaksi.
2	Cara Marketing melakukan promosi melalui media telepon atau <i>WhatsApp</i>	Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan, tim marketing di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Panglima Polim melakukan promosi melalui telepon dan <i>WhatsApp</i> , meskipun tidak terlalu efektif. Promosi melalui media telepon atau <i>WhatsApp</i> dilakukan sebagai sarana penyebaran informasi kepada nasabah potensial maupun nasabah yang sudah ada. Salah satu contoh tim marketing menawarkan produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) yaitu dengan mengirimkan update harga emas setiap harinya di status <i>WhatsApp</i> dan mengirimkan <i>broadcast</i> serta video singkat prosedur pembukaan produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) ke nomor nasabah yang memang sudah menjadi nasabah dari produk lain Bank Syariah Indonesia.
3	Kemampuan para pegawai menjawab pertanyaan nasabah	Dalam menjawab pertanyaan, hasil pengamatan yang penulis dapatkan adalah pegawai menunjukkan kemampuan yang baik, terutama terkait mekanisme pembukaan rekening, ketentuan, serta manfaat produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>). Hal ini didukung oleh pemahaman pegawai terhadap fitur produk berbasis digital, sehingga mampu memberikan penjelasan yang mudah dipahami nasabah.
4	Interaksi langsung antara pegawai dengan calon nasabah	Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan, interaksi langsung antara pegawai dan calon nasabah berlangsung secara

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		komunikatif dan persuasif. Pegawai berperan aktif dalam membangun kepercayaan nasabah dengan memberikan penjelasan yang mudah dipahami dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Pendekatan ini bisa dinilai efektif karena mampu meningkatkan ketertarikan minat nasabah terhadap produk, yaitu produk Tabungan emas (<i>E-mas</i>).
5	Pelaksanaan sosialisasi kepada masyarakat tentang produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) BSI	Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan, sosialisasi dilakukan sebagai bagian dari strategi promosi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya berinvestasi, dengan contoh investasi emas. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada edukasi, sehingga masyarakat lebih memahami manfaat dan mekanisme produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>). Sosialisasi dilakukan berbagai tempat seperti sekolah, kelurahan, dan kegiatan sosial masyarakat.
6	Ketersediaan media cetak seperti brosur Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) di Kantor Cabang	Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan, media cetak seperti brosur tersedia sebagai sarana pendukung promosi di kantor cabang. Brosur didesain dengan warna yang menarik perhatian. Penulis melihat bahwa brosur cukup sering diambil oleh nasabah yang menunjukkan ketertarikan. Terdapat juga poster <i>E-mas</i> yang diletakkan di area <i>banking hall</i> agar nasabah bisa melihat dan menunjukkan ketertarikannya.
7	Pelaksanaan kegiatan promosi seperti <i>open booth</i> di event dan pemberian <i>cashback</i>	Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan, kegiatan promosi dilakukan melalui partisipasi dalam event-event tertentu dengan membuka <i>open booth</i> . Selain itu, terdapat penawaran insentif seperti <i>cashback</i> sebesar Rp50.000 untuk setiap pembukaan <i>E-mas</i> dan hadiah langsung yang sudah disediakan. Promosi ini cukup efektif dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk.
8	Ketersediaan souvenir pada saat pelaksanaan sosialisasi kegiatan promosi produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) BSI	Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan, dalam kegiatan promosi, souvenir disediakan sebagai bentuk daya tarik tambahan bagi nasabah. Pemberian souvenir ini berfungsi untuk meningkatkan antusiasme dan memperkuat ketertarikan nasabah terhadap produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		BSI. Jenis <i>souvenir</i> yang diberikan bervariasi mulai dari <i>tumbler</i> , <i>pouch</i> , hingga payung berlogo BSI. Souvenir diberikan ketika nasabah mengunjungi <i>booth</i> untuk menanyakan produk yang ditawarkan dan berhasil membuka rekening Tabungan Emas (<i>E-mas</i>).
9	Respons atau ketertarikan masyarakat terhadap kegiatan promosi Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) BSI	Berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan, sejauh ini respon yang diberikan masyarakat terlihat cukup positif, meskipun tidak semua nasabah yang melihat promosi langsung tertarik untuk membuka rekening Tabungan Emas (<i>E-mas</i>). Hal ini terlihat dari meningkatnya pertanyaan dari calon nasabah terkait produk investasi emas.
10	Kecenderungan tindakan nasabah setelah menerima penjelasan produk Tabungan Emas (<i>E-mas</i>) BSI?	Setelah menerima penjelasan Tabungan Emas (<i>E-mas</i>), nasabah menunjukkan berbagai respons yang berbeda. Ada yang langsung membuka rekening di tempat (baik di <i>booth</i> maupun di kantor cabang), khususnya Ketika ada penawaran <i>cashback</i> . Namun, banyak juga nasabah yang terlihat ingin mempertimbangkan lebih dulu. Hal ini menunjukkan respons natural mengingat keputusan investasi tidak diambil dengan terburu-buru. Tetapi, nasabah yang langsung membuka rekening saat ditawarkan cukup menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 9 Foto bersama Mba Vira dan Mba Febryca



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 10 Poster Iklan di Banking Hall Bank Syariah Indonesia



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta