

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI PEGADAIAN
SYARIAH UPS GAMPONG MULIA BANDA ACEH**

SKRIPSI

LISA ARISMA
NPM. 1905190014



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2023**

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI PEGADAIAN
SYARIAH UPS GAMPONG MULIA BANDA ACEH
Nama : LISA ARISMA
NPM : 1905190014
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Banda Aceh, 14 Agustus 2023

Disetujui Oleh:

Tim Pembimbing

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

Dr. Saiful, S.Ag., M.Ag.,
NIDN. 2006097205

Cut Fitriani, S.E., M.Pd.
NIDN. 1326097701

PERSETUJUAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH SKRIPSI

Judul Skripsi:

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI PEGADAIAN SYARIAH UPS
GAMPONG MULIA BANDA ACEH

Nama : LISA ARISMA
NPM : 1905190014
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Munaqasyah Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh
Dinyatakan Lulus dan Diterima Sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S1)

Pada Hari/ Tanggal:

Senin, 14 Agustus 2023 M
27 Muharram 1445 H

di
Banda Aceh

Tim Penguji

- | | |
|---|-------------------------|
| 1. <u>Dr. Saiful, S.Ag.</u>
NIDN. 2006097205 | Ketua/Penguji I (.....) |
| 2. <u>Susi Wardani, S.HI., M.Ag.</u>
NIDN. 1322038801 | Sekretaris (.....) |
| 3. <u>Puji Aryani, S.e., M.Sc., Ph.D.</u>
NIDN. 1313036901 | Penguji II (.....) |
| 4. <u>Cut Fitriani, S.E., M.Pd.</u>
NIDN. 1326097701 | Penguji III (.....) |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Aceh

Dr. Rosnidarwati, S.Ag., M.A
NIDN. 1314077801

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Produk Gadai Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh**” ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Banda Aceh, 14 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan.

LISA ARISMA
NPM. 1905190014

ABSTRAK

Pegadaian syariah merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa dan pada saat ini tumbuh dengan cepat menjadi bagian dari kehidupan keuangan di dunia islam, segmen pasarnya adalah para nasabah yang membutuhkan dana cepat, oleh karena itu manusia sebagai makhluk hidup, tidak akan bisa terlepas dari kegiatankegiatan yang berorientasi pada aspek pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (ekonomi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai dan upaya mempertahankan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif sumber data yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*). Selain itu, jenis pendekatan bersifat *Fenomenologi* kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh meliputi empat variabel di dalam bauran pemasaran, yaitu: a) strategi produk, b) strategi harga; c) strategi Place (tempat); d) startegi promosi. Upaya yang dilakukan Pegadaian Syariah dalam mempertahankan nasabah adalah melakukan pelayanan yang baik. Di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia telah memberikan pelayanan kepada nasabah sebaik mungkin karena tanpa pelayan yang memuaskan akan menyebabkan nasabah tidak datang ke Pegadaian Syariah. Masyarakat pada dasarnya tidak hanya hanya tertarik pada kualitas produk saja tetapi juga menyangkut segikualitas pelayanan yang diberikan petugas-petugas yang terlibat di dalam pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia. Kelebihan yang dimiliki Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia adalah Pegadaian sebagai market leader, persyaratan administrasi yang mudah, jenis barang jaminan yang lebih unggul, dan persenyitasi pinjaman uang taksiran lebih besar. Sedangkan, kekurangan dari Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia adalah tempat penyimpanan masih kurang, dan SDM yang masih minim.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk Pegadaian, Pegadaian Syariah

Lisa Arisma, 2023, Strategi Pemasaran Produk Gadai Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah SWT Rabbi yang menjadi segala yang merajai segala makhluk-Nya, berkehendak terhadap alam yang diciptakan-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada uswah kita, Rasulullah SAW, keluarga, sahabat dan seluruh kaum yang mengikuti sunnahnya.

Tidak ada kesempurnaan selain kesempurnaan yang ditawarkan islam. Maka, atas karunia-Nya dan didorong oleh niat yang suci, kami dengan segala keterbatasan dapat menyusun skripsi, yang kami beri judul “***Strategi Pemasaran Produk Gadai Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh***” untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dr. Rosnidarwati, S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan kelancaran dalam pelaksanaan penelitian.
3. Bapak Dr. Saiful, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing I Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan dorongan dan arahan dari rencana awal hingga selesainya skripsi ini.
4. Ibu Cut Fitriani, S.E., M.Pd. selaku pembimbing II dan Penasehat akademik

Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan dorongan dan arahan dari rencana awal hingga selesainya skripsi ini.

5. Bapak ibu dosen dan civitas prodi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan sebagai bekal menyusun skripsi ini.
6. Orang tua tercinta, Ayah Sulaiman dan Ibu Anidar yang selalu memberikan dukungan, bantuan, doa, motivasi dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya kepada penulis beserta keluarga tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian dan pengorbanan moral dan material yang tidak terkira sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Sahabat seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini. Namun kesempurnaan bukanlah milik manusia, jika terdapat kesalahan dan kekurangan penulis sangat mengharapkan kritik dan saran guna untuk perbaikan pada masa yang akan datang.

Banda Aceh, 24 Juli 2023

Lisa Arisma
NPM. 1905190014

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 9
A. Pegadaian Syariah	9
a. Landasan Hukum Pegadaian Syariah	10
b. Produk Pegadaian Syariah	17
c. Strategi Pemasaran	19
d. Gadai Syariah	23
e. Tujuan Dan Manfaat Pegadaian Syariah	25
f. Mekanisme Pegadaian Syariah	26
B. Kerangka Pemikiran	27
C. Penelitian yang Relevan	29
 BAB III METODELOGI PENELITIAN	 31
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	31
B. Informan Penelitian	31
C. Jenis dan Sumber Data	32
D. Teknik Pengumpulan Data Penelitian	33
E. Teknik Analisis Data	34
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 37
A. Hasil Penelitian	37
a. Sejarah Pegadaian	37
b. Visi dan Misi	38
c. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah UPS Gp. Mulia	39
d. Produk Pegadaian Syariah UPS Gp. Mulia	40
e. Persamaan dan perbedaan Pegadaian Syariah dan pegadaian Konvensional	41

B. Pembahasan Hasil Penelitian	43
a. Strategi Pemasaran Produk Gadai di Pegadaian Syariah	43
b. Upaya yang dilakukan Pegadaian Syariah dalam Mempertahankan Nasabah	53
c. Kelebihan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia	57
d. Kekurangan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia	58
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Tarif Ijarah.....	46
Tabel 4.2. Penggolongan Uang Pinjaman dan Biaya Administrasi.....	46
Tabel 4.3. Harga Emas Pegadaian Syariah	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Strategi Pegadaian dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	28
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Keterangan Pembimbing	61
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	62
Lampiran 3 Dokumentasi saat Pengumpulan Data	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini sektor bisnis di bidang usaha seperti perbankan syariah, asuransi syariah, pasar modal syariah, pegadaian syariah berkembang semakin pesat. Pegadaian syariah merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa dan pada saat ini tumbuh dengan cepat menjadi bagian dari kehidupan keuangan di dunia islam, segmen pasarnya adalah para nasabah yang membutuhkan dana cepat, oleh karena itu manusia sebagai makhluk hidup, tidak akan bisa terlepas dari kegiatankegiatan yang berorientasi pada aspek pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (ekonomi).

Pegadaian merupakan tempat bagi konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminannya. Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan proses dan persyaratan yang terlalu rumit. Bentuk pendanaan ini sudah sejak lama dan sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia. Pegadaian syariah adalah salah satu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai. (Firadatun, 2019).

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan Islam di Indonesia dapat dikategorikan cepat dan yang menjadi salah satu faktor tersebut adalah adanya keyakinan pada masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam. Islam merupakan satu

sistem dan jalan hidup yang utuh dan terpadu, islam memberikan panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan termasuk sektor bisnis dan transaksi keuangan tidak boleh meminta kelebihan pokok dari pinjaman, karena hal demikian itu termasuk riba. Sebagaimana kita ketahui riba dalam firman-Nya sebagai berikut orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, (Subianto, 2017:21)

Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhan-nya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang Kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”. (QS. *Al-Baqarah*: 275)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ ۚ

وَ امْرَأَةٌ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ - آية البقرة - ٢٧٥

Artinya : Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan

urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya (Surah Al-Baqarah ayat 275)

Ayat di atas menunjukkan bahwa bila seseorang ingin bertransaksi utang piutang dengan jangka waktu harus menerapkan prinsip kehati-hatian, dengan cara menjamin sebuah barang kepada orang yang berpiutang. Keberadaan pegadaian syariah juga dikenal sebagai bagian produk yang ditawarkan oleh bank syariah, dimana bank menawarkan kepada masyarakat bentuk penjaminan barang guna mendapatkan pembiayaan.

Gadai dalam fiqih disebut *rahn* yang artinya menyerahkan sejumlah harta sebagai jaminan secara hak, tetapi dapat diambil kembali sebagai tebusan. *Rahn* adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. *Rahn* atau yang dikenal dengan gadai sendiri pernah dipraktekkan oleh Rasulullah sebagaimana yang diterangkan dalam sebuah hadist yang bersumber dari Aisyah Radhiyallahu ‘anha: “*sesungguhnya Rasulullah Shalallahu ‘alaihi wa sallam membeli makanan dari orang Yahudi dan beliau menggadaikan baju besinya kepadanya.*” (Riwayat al Bukhari dan Muslim)

Pegadaian syariah dan pegadaian konvensional yakni secara umum tidak ada bedanya dari sisi peminjaman. Hanya saja, bunga yang dikenakan pada pegadaian konvensional, diganti dengan biaya penitipan pada pegadaian syariah. Sedangkan pada pegadaian syariah mempunyai mekanisme sedikit berbeda yaitu apabila ada orang yang membutuhkan uang dan mereka datang ke pegadaian syariah, kemudian dilakukan penaksiran terhadap barang yang digadai, orang tersebut akan mendapat sejumlah dana sesuai dengan nilai taksiran tersebut.

Sampai saat ini masih sama dengan pegadaian konvensional, dimana terjadi proses pinjam-meminjam uang. Bedanya di pegadaian konvensional dikenakan bunga yang biasanya disebut dengan jasa uang, sedangkan di pegadaian syariah mereka tidak mengenakan bunga atau jasa uang, melainkan jasa penitipan tempat penitipan barang, jasa penitipan barang dikaitkan dengan suatu rate tertentu. (M.Fahrul, 2018:12).

Menurut Philip Kotler dan AB Susanto (2018) memberikan definisi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Ada 5 karakteristik syariah marketing yang dapat menjadi panduan bagi pemasaran, yaitu:

1. Teitis (*rabbaniyah*) kondisi ini tercipta tidak ada unsur keterpaksaan, tapi berangkat dari suatu kesadaran akan nilai-nilai religious, yang dipandang penting dan mewarnai aktifitas marketing agar tidak terperosok kedalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain,
2. Etis (*akhlaqiyah*) mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatan syariah marketing,
3. Realistis (*waqi'iyah*) bekerja dengan sangat profesional, dan mengedepankan nilai-nilai religius, keshalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktifitas pemasarannya,
4. Humanistis (*insaniyah*) dengan memiliki nilai humanistis menjadi manusia yang terkontrol,

5. Seimbang (*tawazun*) bukan manusia serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.

Inilah yang membedakan sistem ekonomi islam dengan sistem ekonomi konvensional. Sehubungan dengan berkembangnya dunia pemasaran yang menimbulkan makin tinggi persaingan antar perusahaan-perusahaan di Indonesia, maka perusahaan-perusahaan tersebut semakin berusaha untuk memperkuat strategi pemasarannya, sehingga dapat bertahan lama dalam dunia bisnis uang kondisi persaingannya semakin meningkat maka suatu perusahaan dituntut dapat menguasai pasar dengan menggunakan produk yang telah dihasilkan dan menjadi produk unggulan mereka, sehingga bisa meningkatkan volume penjualan pada produk yang mereka pasarkan.

Seperti kita ketahui, pengetahuan masyarakat tentang keberadaan Pegadaian Syariah masih minim karena Pegadaian Syariah terbilang masih baru dan kantor cabang syariah nya pun masih terbilang sedikit, tetapi pertumbuhan Pegadaian Syariah menunjukkan peningkatan yang pesat, semenjak didirikannya Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia. Sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh pegadaian syariah sehingga tumbuh pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut. (Swastha 2019:28)

Oleh karena itu Pegadaian Syariah perlu membangun sebuah strategi yang tepat dalam memasarkan produk gadai guna mengembangkan produk Pegadaian Syariah dan mempertahankan jumlah nasabah yang setiap tahunnya sudah mencapai target yang telah ditentukan perusahaan. Berdasarkan uraian di atas,

maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik startegi pemasaran dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Gadai Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia?
2. Bagaimana strategi dalam mempertahankan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia?
3. Apa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran produk gadai yang digunakan di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia?
2. Untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam mempertahankan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia?
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, dapat menambah kontribusi keilmuan tentang pegadaian syariah.
2. Bagi Pegadaian Syariah, dapat mengetahui strategi pemasaran yang baik dan tepat guna serta tidak bertentangan dengan nilai syariah berdasarkan teori-teori yang ada juga dapat menjadi bahan evaluasi serta masukan untuk lebih memajukan lagi industri gadai syariah tersebut.
3. Bagi akademisi, dapat menambah pengetahuan tentang Pegadaian Syariah dan strategi pemasarannya.
4. Bagi masyarakat, dapat menambah pengetahuan tentang produk gadai syariah dan mengetahui strategi pemasarannya yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia

E. Defenisi Operasional

Untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah pembahasan, maka penulis menguraikan secara singkat defenisi operasional variabel yaitu:

1. Strategi Pemasaran adalah rencana yang menyeluruh di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan suatu perusahaan untuk dapat mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran juga dapat dikatakan sebagai upaya perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang semakin berubah.
2. Produk Gadai Syariah adalah produk jasa berupa pemberian pinjaman menggunakan sistem gadai dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariat

islam, yaitu antara lain tidak menentukan tarif jasa dari besar nya uang pinjaman.

3. Gadai Syariah atau *rahn*. Adalah skim pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan anggunan berupa emas, perhiasan, berlian, elektronik dan kendaraan bermotor.
4. Pegadaian Syariah adalah lembaga keuangan non-bank yang berbentuk persero dan merupakan unit syariah dan perusahaan gadai milik Negara (BUMN) yang membuka layanan jasa gadai dengan sistem Syariah, atau lembaga yang menaungi kegiatan gadai syariah (*Rahn*) yaitu menahan salah satu harta dari sipeminjam yang diperlukan sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah adalah lembaga keuangan-non bank milik pemerintah yang berhak memberikan pembiayaan kepada masyarakat atas dasar hukum gadai yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadis serta Peraturan. Perundang-Undangan yang berhubungan dengan Pegadaian Syariah.

Pegadaian Syariah merupakan Perusahaan Perseroan (Persero) sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Keberadaan Pegadaian Syariah di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari keinginan masyarakat untuk melaksanakan transaksi akad gadai berdasarkan prinsip syariah dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan praktik ekonomi dan lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai dan prinsip hukum islam (Subianto, 2007:12).

Pegadaian syariah yang dibentuk untuk menjawab tantangan kebutuhan masyarakat yang mengharapkan adanya pelayanan pinjam meminjam yang bebas dari unsur *riba*, *maysir*, dan *gharar* yang diharamkan oleh syariat islam dapat dilihat dari pembuatan serta pelaksanaan akad gadai. Sesuai dengan landasan konsep *rahn*, pada dasarnya pegadaian syariah berjalan di atas dua akad transaksi syariah yaitu akad *rahn* dan akad *ijarah*. Larangan *riba* yang terdapat dalam Al-Quran, menolak anggapan bahwa pinjaman *riba* yang pada zahir nya seolah-olah menolong mereka yang memerlukan sebagai suatu perbuatan mendekati atau

taqarrub kepada Allah, hal ini sebagaimana disebutkan dalam QS *Ar-Rum* ayat 39

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُو عِنْدَ اللَّهِ ۖ
وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ
الرُّومُ سُورَةُ ٣٩

Artinya “Dan, sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia menambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan, apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat-gandakan (pahalanya)”. (QS. *Ar rum* Ayat 39)

Pendanaan dalam pegadaian syariah sama dengan lembaga keuangan lainnya yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan, namun memiliki cara yang berbeda. Pegadaian syariah yang merupakan lembaga keuangan memiliki misi ganda, yaitu misi sosial dan misi komersial, sehingga harus menerapkan prinsip operasional yang modern.

a. Landasan Hukum Pegadaian Syariah

Secara mendasar, melansir laman resmi Pegadaian Syariah, perbedaan gadai syariah dan konvensional adalah pada akadnya. Islam sebagai agama yang lengkap dan sempurna telah meletakkan kaidah-kaidah dasar dan aturan dalam semua sisi kehidupan manusia, baik dalam masalah ibadah maupun mu’amalah (hubungan antar makhluk). Begitu pula saat seseorang membutuhkan untuk saling menutupi kebutuhan dan tolong-menolong, maka Islam telah memberikan kaidah-kaidahnya. Salah-satunya, yaitu dalam hutang-piutang. Islam memberikan perlindungan secara adil atas diri yang berhutang dan yang memberi pinjaman. Yaitu adanya pemberlakuan barang gadai sebagai jaminan.

Munculnya banyak lembaga peminjaman (atau perseorangan) dengan

jaminan, baik yang dikelola pemerintah atau swasta, menjadi bukti adanya transaksi gadai di tengah masyarakat. Perkara ini bukanlah perkara baru dalam kehidupan manusia, tetapi sudah lama berlangsung. Yang kadang tak bisa dihindari, yaitu akibat yang ditimbulkan dari transaksi gadai ini, yakni adanya perbuatan zhalim dan saling memakan harta dengan cara batil.

Bagaimanakah syari'at Islam memandang transaksi gadai ini? Berikut adalah pembahasan mengenai hal tersebut, atau yang disebut ar-rahn? Semoga menambah pengertian kita, sehingga dapat menghindarkan diri dari praktek-praktek yang merugikan, baik terhadap diri sendiri ataupun orang lain. Secara bahasa, Rahn berarti tetap, kekal, dan jaminan. Sedangkan secara istilah Rahn adalah memberikan benda atau barang yang memiliki nilai untuk dijadikan jaminan atas pemanfaatan hutang yang ia dapat dari pihak yang menerima jaminan tersebut.

Adapun definisi rahn dalam istilah syari'at, para ulama telah menjelaskan, yaitu menjadikan harta benda sebagai jaminan hutang untuk dilunasi dengan jaminan tersebut, apabila (si peminjam) tidak mampu melunasinya. Atau harta benda yang dijadikan jaminan hutang untuk dilunasi (hutang tersebut) dari nilai barang jaminan tersebut, apabila orang yang berhutang tidak mampu melunasinya. Atau memberikan harta sebagai jaminan hutang agar digunakan sebagai pelunasan hutang dengan harta atau nilai harta tersebut, bila yang berhutang tidak mampu melunasinya.

Menurut ulama Maliki mendefinisikan Rahn sebagai harta yang dijadikan pemiliknya sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat. Sedangkan ulama

Hanafi mendefinisikan Rahn sebagai "barang yang dijadikan sebagai pembayaran hak (piutang) itu, baik seluruhnya maupun sebagian". Sedangkan ulama Syafi'i dan Hambali mendefinisikan Rahn sebagai "barang/materi yang dijadikan sebagai jaminan utang, yang dapat dijadikan pembayaran utang apabila orang yang berhutang tidak mampu membayar yang itu."

Sedangkan menurut Syaikh al Basam, definisi ar-rahm adalah, jaminan hutang dengan barang yang memungkinkan pelunasan hutang dengan barang tersebut atau dari nilai barang tersebut, apabila orang yang berhutang tidak mampu melunasinya.

Berdasarkan al Qur'an, Sunnah dan ijma' kaum Muslimin, sistem hutang-piutang dengan gadai ini diperbolehkan dan disyari'atkan.

Dalil di dalam al Qur'an, yaitu firman Allah:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ط فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ط وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ط وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ أَتَمَّ قَلْبُهُ ط وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ (البقرة : ٢٨٣)

Artinya "Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan". (QS. A-Baqarah Ayat 283)

Dalam ayat ini, walaupun disebutkan "dalam perjalanan", namun tetap menunjukkan keumumannya. Yakni baik dalam perjalanan maupun dalam keadaan mukim. Karena, kata "dalam perjalanan" pada ayat ini, hanya menunjukkan keadaan yang biasa membutuhkan sistem ini.

Dibolehkannya ar-rahn, juga dapat ditunjukkan dengan amalan Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam, bahwa beliau pernah melakukan sistem gadai ini, sebagaimana dikisahkan Ummul-Mukminin ‘Aisyah Radhiyallahu anha :

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ
دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ (رواه البخاري و مسلم)

Artinya “*Sesungguhnya Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam membeli dari seorang Yahudi bahan makanan dengan cara hutang dan menggadaikan baju besinya.*” (HR Al Bukhari, no. 2513 dan Muslim, no. 1603).

Demikian juga para ulama telah bersepakat bolehnya ar-rahn dalam keadaan safar (perjalanan), akan tetapi masih berselisih tentang bolehnya jika dalam keadaan tidak safar. Imam al Qurthubi mengatakan: “Tidak ada seorangpun yang melarang ar-rahn pada keadaan tidak safar, kecuali Mujahid, adh-Dhahak dan Dawud (adh-Dhohiri)”. Demikian juga Ibnu Hazm.

Adapun Ibnu Qudamah, beliau mengatakan: “Diperbolehkan ar-rahn adalah dalam keadaan tidak safar (menetap), sebagaimana diperbolehkan dalam keadaan safar (bepergian)”. Sedangkan Ibnul-Mundzir mengatakan, kami tidak mengetahui seorangpun yang menyelisihi hal ini, kecuali Mujahid. Menurutnya, ar-rahn tidak ada, kecuali dalam keadaan safar. Karena Allah Subhanahu wa Ta’ala berfirman:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَقْبُوضَةٌ (البقرة: ٢٨٣)

Artinya “*Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang).*” [al Baqarah/2:283].

Namun yang benar dalam hal ini, adalah pendapat mayoritas ulama dengan

menunjuk adanya perbuatan Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam dan sabda beliau:

الرَّهْنُ يُرْكَبُ بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرَهُونًا وَلَبْنُ الدَّرِّ يُشْرَبُ بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرَهُونًا وَعَلَى الَّذِي يَرْكَبُ وَيَشْرَبُ النَّفَقَةُ (رواه البخاري: ٢٥١٢)

Artinya : *Ar-rahn (gadai) ditunggangi dengan sebab nafkahnya, apabila digadaikan. Dan susu hewan menyusui, diminum, dengan sebab nafkah, apabila digadaikan. Dan wajib bagi menungganginya dan meminumnya (memberi) nafkah. (HR Al Bukhari, no. 2512]. Wallahu a'lam.*

Pendapat ini dirajihkan Ibnu Qudamah, al Hafidz Ibnu Hajar, dan Muhammad al Amin as-Singqithi. Setelah jelas pensyari’atan ar-rahn dalam keadaan safar (perjalanan), apakah hukumnya wajib dalam safar dan mukim, atau tidak wajib pada keseluruhannya, atau wajib dalam keadaan safar saja?

Dalam keadaan demikian, para ulama berselisih dalam dua pendapat. Pendapat Pertama. Tidak wajib, baik dalam perjalanan maupun saat mukim. Inilah pendapat madzhab imam empat (Hanafiyah, Malikiyah, Syafi’iyah dan Hambaliyah). Ibnu Qudamah berkata: “Ar-rahn tidaklah wajib. Kami tidak mengetahui orang yang menyelisihinya. Karena ia (ar-rahn) sebagai jaminan atas hutang, sehingga tidak wajib seperti dhiman (jaminan pertanggung-jawaban)”.

Dalil pendapat ini, yaitu dalil-dalil yang menunjukkan pensyari’atan ar-rahn dalam keadaan mukim sebagaimana disebutkan di atas, yang tidak menunjukkan adanya perintah, sehingga menunjukkan tidak wajib. Demikian juga karena ar-rahn adalah jaminan hutang, sehingga tidak wajib seperti halnya adh-dhiman (jaminan pertanggung-jawaban) dan al kitabah (penulisan perjanjian hutang). Disamping itu, juga karena adanya kesulitan ketika harus melakukan

penulisan perjanjian hutang. Bila al kitabah tidak wajib, maka demikian juga penggantinya.

Pendapat Kedua. Wajib dalam keadaan safar. Demikian pendapat Ibnu Hazm dan yang menyepakatinya. Pendapat ini berdalil dengan firman Allah:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ (البقرة : ٢٨٣)

Artinya : *Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). [al Baqarah/2:283].*

Menurut mereka, kalimat “maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang)” adalah berita yang maknanya perintah. Juga dengan sabda Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam :

كُلُّ شَرْطٍ لَيْسَ فِي كِتَابِ اللَّهِ فَهُوَ بَاطِلٌ وَإِنْ كَانَ مِائَةً شَرْطٍ (رواه البخاري)

Artinya : *Semua syarat yang tidak ada dalam Kitabullah, maka ia bathil, walaupun seratus syarat. (HR al Bukhari).*

Mereka mengatakan, pensyaratan ar-rahn dalam keadaan safar ada dalam al Qur`an dan diperintahkan, sehingga wajib mengamalkannya, dan tidak ada pensyaratan dalam keadaan mukim, sehingga ia tertolak. Pendapat ini dibantah, bahwa perintah dalam ayat tersebut bermaksud bimbingan, bukan kewajiban. Ini jelas ditunjukkan dalam firman Allah setelahnya:

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ (البقرة : ٢٨٣)

Artinya “*Akan tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya). [al Baqarah/2:283].*

Dijelaskan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan dengan beberapa ketentuan, yaitu:

1. *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *Marhun* (barang) sampai semua utang *R*
2. *ahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi. *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *Rahin*. Prinsipnya, *Marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *Murtahin* kecuali atas izin *Rahin* dengan tidak mengurangi nilai *Marhun* serta pemanfaatannya hanya sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
3. Pemeliharaan dan penyimpanan *Marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *Rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *Murtahin*. Adapun biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *Rahin*. Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *Marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
4. Penjualan *Marhun*. Apabila sudah jatuh tempo, *Murtahin* harus memberikan peringatan kepada *Rahin* untuk segera melunasi utangnya. Apabila *Rahin* tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka *Marhun* dijual paksa/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah. Hasil penjualan *Marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan. Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *Rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *Rahin*.

Pada prinsip ini, marketer yang mendapatkan pelanggan haruslah memelihara hubungan yang baik dengan mereka. Dan dipastikan pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan menjadi lebih royal. Dengan arti lain keep the customer, namun keep the customer saja tidaklah cukup,

perlu pula grow the costumer, yaitu value yang diberikan kepada pelanggan perlu ditingkatkan sehingga dengan bertambahnya pelayanan, pelanggan juga akan mengikuti pertambahan tersebut. (Dedi, 2019:67)

b. Produk Pegadaian Syariah

Semua produk di Pegadaian Syariah sudah melalui proses persetujuan dari Dewan Syariah Nasional (DSN). Dewan yang dibentuk oleh Majelis Ulama Indonesia yang bertugas dan memiliki kewenangan untuk menetapkan fatwa tentang produk, jasa, dan kegiatan bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Berikut jenis-jenis produk Pegadaian Syariah.

1. *Amanah*. Amanah merupakan salah satu produk pegadaian syariah yang berupa pemberian pinjaman kepada pengusaha mikro/kecil, karyawan serta professional untuk pembelian kendaraan bermotor.
2. *Rahn*. Produk Rahn dari Pegadaian Syariah merupakan pemberian pinjaman dengan barang jaminan berupa emas perhiasaan, emas batangan, berlian, smartphone, laptop, barang elektronik lainnya, sepeda motor, mobil atau barang bergerak lainnya.
3. Pinjaman (*Marhun Bih*) pada pembiayaan Rahn ini mulai dari 50 ribu sampai dengan 1 Milyar keatas dengan jangka waktu pinjaman selama 4 bulan dan dapat diperpanjang hingga berkali-kali. Pelunasan pembiayaan Rahn dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan Mu'nah selama masa pinjaman.

4. *Arrum BPKB*. *Arrum BPKB* adalah salah satu produk berupa pembiayaan untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan jaminan BPKB Kendaraan Bermotor.
5. *Arrum Emas*. *Arrum Emas* merupakan produk Pegadaian untuk memberikan pinjaman dana tunai dengan jaminan perhiasan (emas dan berlian). Melalui pembiayaan ini, pinjaman dapat diangsur melalui proses yang mudah dan sesuai syariah.
6. *Rahn Hasan* merupakan fitur dari produk rahn dengan tarif mu'nah pemeliharaan sebesar 0%, berjangka waktu (tenor) 60 (enam puluh) hari. Maksimal *marhun bih* pada *Rahn Hasan* sebesar Rp. 500.000 dengan jangka waktu 60 hari.
7. *Rahn Fleksi*. *Rahn Fleksi* merupakan fitur dari produk rahn berupa pemberian pinjaman dengan jaminan barang bergerak sesuai syariah, plafon pinjaman tinggi dan menggunakan biaya titip harian. *Rahn Fleksi* bisa diperpanjang, cicil atau tambah pinjaman. Uang pinjaman pada layanan ini diterima utuh tanpa biaya administrasi dengan jangka waktu 10 hari, 30 hari, 60 hari dan minimal 5 hari.
8. *Rahn Bisnis*. *Rahn Bisnis* adalah produk Pegadaian syariah untuk memberikan pinjaman dana tunai kepada pemilik usaha dengan jaminan emas (batangan atau perhiasan). Pinjaman mulai dari Rp. 100.000.000 sampai lebih dari Rp. 1 Miliar Jangka waktu 4 bulan.
9. *Rahn Tasjily Tanah*. Pembiayaan *Rahn Tasjily Tanah* merupakan pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat berpenghasilan tetap/rutin,

pengusaha mikro/kecil dan petani dengan jaminan Sertifikat tanah dan HGB dengan Plafon Pembiayaan Rp. 1.000.000 – Rp. 200.000.000. Menetapkan posisi pasar, tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen. Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari: dasar atribut (harga murah atau harga mahal), menurut kelas pengguna, menurut kelas produk.

c. Strategi Pemasaran

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Strategi pemasaran tidak hanya diperuntukkan bagi usaha berskala saja. Usaha kecil juga membutuhkan strategi pemasaran untuk mengembangkan usahanya, karena sering kali pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. (Sofjan, 2022)

Pemasaran adalah suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen. Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun, baik yang berorientasi terhadap perolehan laba jangka panjang maupun perusahaan nirlaba pasti membutuhkan sistem ini untuk menarik minat pelanggan dalam transaksi yang akan mereka lakukan, sehingga perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan nya tanpa mengabaikan konsep nilai dari yang diperoleh pelanggan itu sendiri (Sofyan, 2020:98)

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Strategi pemasaran menurut Philip Kotler (2015) adalah terdiri dari strategi spesifik untuk pasar sasaran, penentuan posisi produk, baruarn pemasaran dan tingkat pengeluaran pemasaran. Strategi spesifik untuk elemen bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi.

Strategi pemasaran menurut Hermawan(2019) Kartajaya adalah pertama, *segmenting* adalah seni mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar. Kedua, *targeting* adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif, karena sumber daya yang dimiliki terbatas. Ketiga, *positioning* adalah strategi yang menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan dan kompetisi bagi pelanggan. Strategi pemasaran menentukan pasar target dan bauran pemasaran yang terkait. Strategi ini merupakan gambaran besar mengenai yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan disuatu pasar.

Menurut William J.(2018) Stanton dalam Faridatun Sa'adah mengatakan bahwa Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepda pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Sedangkan Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai sebuah proses sosial manajerial dimana individu-individu dan

kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai. Definisi ini berpijak pada beberapa konsep inti, seperti kebutuhan, keinginan dan permintaan, produk-produk (barang-barang, service dan ide), value, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan networks, pasar dan pemasar serta prospek. Pemasaran mencari tahu, mengukur dan menghitung ukuran pasar yang teridentifikasi secara potensi laba. Pemasaran menunjukkan dengan tepat segmen pasar yang dapat dilayani dengan sangat baik oleh perusahaan.

Pemasaran juga merancang dan meningkatkan produk serta jasa yang tepat. Strategi pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam membantu kesuksesan suatu usaha. Ditinjau dari meningkatnya kepentingan tentang keputusan konsumen, perbedaan dunia bisnis, perubahan teknologi yang cepat dan tantangan persaingan global menurut strategi pemasaran untuk mempertahankan keunggulannya dalam bersaing bagi suatu perusahaan. Strategi mengkaji konsep dan proses mempertahankan bersaing dalam dunia bisnis.

Ada lima konsep dalam pemasaran dimana setiap konsep dapat di jadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan. Konsep pemasaran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Konsep Produksi

Bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual

dan merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

2. Konsep Produk

Bahwa akan menyenangkan produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu, perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk. Konsep ini menimbulkan adanya marketing myopia (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Konsep produk merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik.

3. Konsep Penjualan

Bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Konsep ini biasanya diterapkan pada produk-produk asuransi, juga untuk lembaga nirlaba seperti partai politik. Dalam konsep ini pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

4. Konsep Pemasaran

Bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efisien dan lebih efektif yang dilakukan pesaing.

5. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar serta memberikan

kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

d. Gadai Syariah

Kegiatan dalam sehari-hari, uang selalu dibutuhkan dalam beberapa keperluan, namun terkadang kebutuhan yang akan dibeli tidak dapat terpenuhi dengan dana yang dimiliki. Oleh karena itu untuk memnuhi kebutuhan tersebut tentu akan mencari solusi meminjam dari berbagai sumber dana. Pegadaian syariah sebagai lembaga keuangan alternatif bagi masyarakat guna menetapkan pilihan dalam pembiayaan disektor rill. Biasanya masyarakat yang berhubungan dengan pegadaian syariah adalah masyarakat menengah kebawah yang membutuhkan pembiayaan jangka pendek dengan margin yang rendah. Para ulama berpendapat, bahwa perjanjian gadai hukumnya mubah (boleh).

Menurut Sayyid Sabiq (2018), bahwa gadai itu baru dianggap sah apabila memnuhi empat syarat, yaitu orangnya sudah dewasa, berpikiran sehat, barang gadaian itu dapat diserahkan atau dipegang oleh pegadai. Menurut Sayyid Sabiq dalam (2018), mengartikan rahn (gadai) dengan menjadikan suatu benda dalam pandangan syara' sebagai jaminan atas hutang, selama ada dua kemungkinan yakni untuk mengembalikan uang atau mengambil benda itu.

Sedangkan pengertian Perusahaan Umum Pegadaian adalah suatu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai. Perusahaan Umum Pegadaian Syariah adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk

penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1150 diatas. Tugas pokoknya adalah memberi pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai agar masyarakat tidak dirugikan oleh kegiatan lembaga keuangan informal yang cenderung memanfaatkan kebutuhan dana mendesak dari masyarakat. Masyarakat yang sedang memerlukan pinjaman ataupun mengalami kesulitan keuangan cenderung dimanfaatkan oleh lembaga keuangan seperti lintah darat untuk mendapatkan sewa dana atau bunga dengan tingkat yang sangat tinggi. Dalam menjalankan transaksi rahn harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Syarat Aqid, baik rahin dan murtahin harus mempunyai kemampuan juga berarti kelayakan seseorang untuk melakukan transaksi pemilikan, setiap orang yang sah melakukan jual beli gadai.
- b. Marhun Bih (utang) dengan syarat harus merupakan hak yang wajib diberikan atau diserahkan kepada pemiliknya, memungkinkan pemanfaatannya bila sesuatu yang menjadi utang itu tidak bisa dimanfaatkan maka tidak sah, harus dikuantifikasi atau dapat dihitung jumlahnya bila tidak dapat diukur atau tidak dikuantifikasi, rahin itu tidak sah.
- c. Marhun (barang) dengan syarat harus bisa diperjualbelikan, harus berupa harta yang bernilai, marhun harus bisa dimanfaatkan secara syariah, harus diketahui keadaan fisiknya, harus dimiliki oleh rahin setidaknya harus seizin pemiliknya.

- d. Sighat (Ijab dan Qabul) dengan syarat sighat tidak boleh diselingi dengan ucapan yang lain selain ijab dan qabul dan diam terlalu lama pada waktu transaksi, serta tidak boleh terikat oleh waktu.

Secara umum barang gadai harus memenuhi beberapa syarat, antara lain:

- 1) Harus diperjualbelikan
- 2) Harus berupa harta yang bernilai
- 3) Marhun harus bisa dimanfaatkan secara syariah.
- 4) Harus diketahui keadaan fisiknya, maka piutang tidak sah untuk digadaikan harus berupa barang yang diterima secara langsung.
- 5) Harus dimiliki oleh rahin (pinjaman atau pegadai) setidaknya harus seizin pemiliknya.

e. Tujuan dan Manfaat Pegadaian Syariah

Sifat usaha pegadaian pada prinsipnya menyediakan pelayanan bagi kemanfaatan masyarakat umum dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan yang baik. Oleh karena itu, Pegadaian bertujuan sebagai berikut:

- a. Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pembiayaan/pinjaman atas dasar hukum gadai.
- b. Pencegahan praktik ijon, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya.

- c. Pemanfaatan gadai bebas bunga pada gadai syariah memiliki efek jaringan pengaman social karena masyarakat yang butuh dan tidak mendesak tidak lagi dijerat pinjaman/pembiayaan berbasis bunga.
- d. Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.

Adapun manfaat pegadaian:

- a. Bagi nasabah. Manfaat utama yang diperoleh oleh nasabah yang meminjam dari Pegadaian Syariah adalah ketersediaan dana dengan prosedur yang relative lebih sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat terutama apabila dibandingkan dengan kredit perbankan. Disamping itu, mengingat jasa yang ditawarkan oleh pegadaian tidak hanya jasa pegadaian, maka nasabah juga dapat memperoleh.
- b. Bagi perusahaan pegadaian. Penghasilan yang bersumber dari sewa modal yang dibayarkan oleh peminjam dana. Penghasilan yang bersumber dari ongkos yang dibayarkan oleh nasabah memperoleh jasa tertentu. Bagi bank syariah yang mengeluarkan produk gadai syariah dapat mendapat keuntungan dan pembebanan biaya administrasi dan biaya sewa tempat penyimpanan emas. Pelaksanaan misi perum pegadaian sebagai BUMN yang bergerak di bidang pembiayaan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang memerlukan dana dengan prosedur yang relatife sederhana.

f. Mekanisme Pegadaian Syariah

Operasi pegadaian syariah menggambarkan hubungan diantara nasabah dan pegadaian. Adapun teknis pegadaian syariah adalah sebagai berikut:

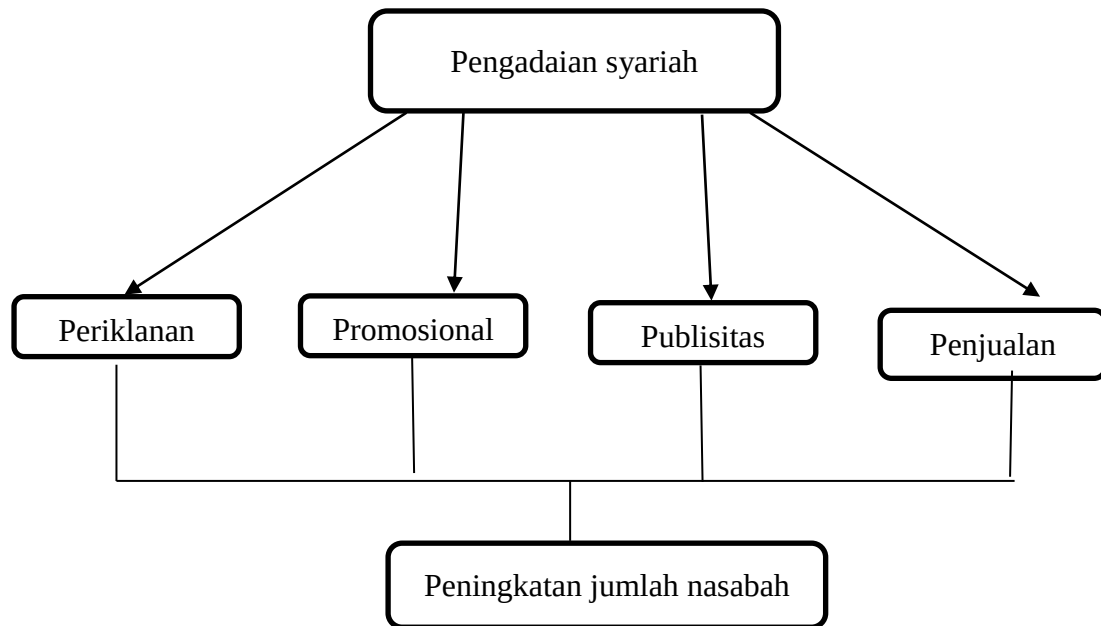
- a. Nasabah meminjamkan barang kepada pegadaian syariah untuk mendapatkan pembiayaan. Kemudian pegadaian menaksir barang jaminan untuk dijadikan dasar dalam memberikan pembiayaan
- b. Pegadaian syariah dan nasabah menyetujui akad gadai. Akad ini mengenai berbagai hal, seperti kesepakatan biaya gadaian, jatuh tempo gadai dan sebagainya.
- c. Pegadaian syariah menerima biaya gadai, seperti biaya penitipan, biaya pemeliharaan, penjagaan dan biaya penaksiran yang dibayar pada awal transaksi oleh nasabah.
- d. Nasabah menebus barang yang digadaikan setelah jatuh tempo.

Pasar syaria“ah adalah pasar yang emosional (emotional market) dimana orang tertarik karena alasan keagamaan bukan karena keuntungan financial semata, tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah ia mengandung nilai-nilai ibadah.

B. Kerangka Pemikiran

Pegadaian syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam hal pembiayaan atau pendanaan di Kota Banda Aceh serta dapat membantu masyarakat bagi yang memerlukan bantuan dengan dana cepat dan menjaminkan barang pribadinya. Pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. sehingga dari strategi pemasaran tersebut Pegadaian Syariah mampu mengikat nasabah dan Pegadaian Syariah memperhatikan strategi yang digunakan

untuk mempertahankan nasabah sehingga dengan strategi tersebut Pegadaian Syariah mampu mempertahankan jumlah nasabah dengan baik jangan sampai menurun. (Sunarti,2019)



Gambar 2.1. Strategi Pegadaian dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Dijelaskan bahwa kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran yang memuat perpaduan antara teori dengan fakta, observasi, dan kajian kepustakaan, yang akan dijadikan dasar dalam kegiatan penelitian. Dalam definisi tersebut, kerangka berpikir dibuat lebih identik untuk karya tulis ilmiah.

Keterangan :

1. Periklanan

Periklanan adalah penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi yang merupakan alat promosi yang kuat

2. Promosional

Adalah kegiatan pemasaran selain dari penjualan pribadi, iklan dan publisitas yang merangsang pembelian konsumen dan keefektifan penyalur seperti pertunjukkan, pameran dan pameran, demonstrasi dan berbagai upaya penjualan yang tidak berulang.

3. Publisitas

Adalah suatu stimulasi non personal terhadap permintaan suatu produk jasa atau unit dagang dengan menyebarkan berita-berita komersial yang penting mengenai kebutuhan akan produk tertentu.

4. Penjualan

Adalah penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pemberi potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan.

C. Penelitian yang Relevan

Penelitian-penelitian yang relevan diperlukan untuk memudahkan penulis dalam melakukan proses penelitian. Di antara penelitian-penelitian yang relevan yang pernah meneliti tentang strategi pemasaran pegadaian syariah adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Toha dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Menarik Minat Nasabah di masa Pandemi Covid-19” diperoleh kesimpulan bahwa strategi yang efektif digunakan adalah pemasaran media sosial, *door to door*, membuat spanduk, dan memperluas jaringan relasi (Toha, 2022:127-160).
2. Penelitian lain dilakukan oleh Wahyuni dengan judul “Strategi Pemasaran

Produk-Produk Gadai Syariah di Sumatera Utara” diperoleh kesimpulan bahwa strategi yang digunakan menerapkan prinsip 4P yaitu, produk, pemasaran, *Price* (harga), dan *Place* (tempat) (Wahyuni, 2020:744-756).

3. Selain itu penelitian tentang strategi pemasaran produk gadai syariah juga dilakukan oleh Sa’adah dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah“ yang memperoleh kesimpulan bahwa strategi yang diterapkan adalah mengelompokkan pasar, menentukan sasaran pasar, dan menentukan posisi pasar (Sa’adah, 2019:61-86).
4. Penelitian oleh Maulana dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Ar-Rahn) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung” yang memperoleh kesimpulan bahwa strategi yang diterapkan adalah pemasaran langsung dan menekankan pada pelayanan dengan strategi manajemen terhadap pelanggan (Maulana, 2019:67).
5. Penelitian oleh Rossalinda dengan judul “Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Bandar Lampung dalam Memasarkan produk Gadai di Era Pandemi” memperoleh kesimpulan bahwa strategi yang diterapkan adalah dengan membagi kelompok pasar, lokasi, dan perilaku konsumen (Rossalinda, 2022:56).
6. Penelitian oleh Ayu dengan judul “Strategi Pemasaran Produk gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo” memperoleh kesimpulan bahwa strategi yang diterapkan adalah

strategi produk, harga, dan periklanan (Ayu, 2018:78).

7. Nurmalasari dengan judul skripsi “Preferensi masyarakat kota Palopo terhadap pegadaian syariah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi masyarakat kota palopo terhadap pegadaian syariah di tentukan oleh faktor pelayanan, sistem dan lokasi yang strategis. Ketiga faktor ini sangat mempengaruhi preferensi masyarakat kota palopo terhadap pengadain syariah (Nurmalasari, 2013:61).
8. Dewi Krisnawati dengan judul skripsi “Peranan pegadaian syariah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di kota palopo”. Berdasarkan hasil analisis dapat di saimpulkan bahwa peranan pegadaian syariah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di kota Palopo belum sepenuhnya terealisasi yaitu hanya meningkatkan perekonomian masyarakat yang sifaynya temporer, di karenakan masyarakat menggunakan jasa pegadaian hanya untuk peminjaman dana ketika masyarakat membutuhkan dana cepat (Krisnawati, 2013:58).

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian relevan yang telah disajikan adalah terletak pada objek penelitian dan strategi yang digunakan. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada strategi pemasaran produk tetapi juga membahas upaya yang dilakukan dalam mempertahankan nasabah dan menyajikan pembahasan mengenai kelebihan dan kekurangan dari pegadaian syariah UPS gampong Mulia Banda Aceh.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. JENIS DAN PENDEKATAN PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Pada dasarnya penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran produk gadai yang digunakan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh.

Adapun sumber data yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*). Selain itu, jenis pendekatan bersifat *Fenomenologi* kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan sifat dan karakter suatu individu, gejala, keadaan, kondisi, atau kelompok tertentu (Furchan, 1992). Fenomena dan studi kasus yang digunakan penulis dalam menganalisis bagaimana strategi pemasaran produk gadai syariah dalam meningkatkan nasabah di pegadaian syariah UPS gampong Mulia.

B. INFORMAN PENELITIAN

Pada penelitian kualitatif posisi sumber data yang berupa manusia (narasumber) sangat penting peranannya sebagai individu yang memiliki informasinya (Sukandarrumidi, 2004). Peneliti dan narasumber di sini memiliki posisi yang sama, oleh karena itu narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan pada yang diminta peneliti, tetapi ia dapat lebih memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang ia miliki. Karena posisi inilah sumber

data yang berupa manusia di dalam penelitian kualitatif disebut sebagai informan, Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian.(Emzir, 2010:78).

Adapun informan yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengelola yang bekerja di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh yaitu ibu Desmanita Soraya.
2. Nasabah di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh yaitu ibu Dilla Ariska, ibu Ida Astuti dan bapak Fajar Ramadhan.

C. JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data kualitatif ini diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi (Indriantoro dan Supomo, 2020: 145).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. data primer merupakan data langsung yang diperoleh dari sumber aslinya tanpa media perantara (Indriantoro dan Supomo, 2019: 142). sedangkan data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2019: 148)..

a) Data Primer

Data Primer adalah data yang belum tersedia dan harus diperoleh dari sumber data asli yaitu Informan. Pada penelitian ini data primer melalui wawancara di peroleh dari manajer yaitu ibu Desmanita Soraya dan nasabah yaitu

ibu Dilla Ariska, ibu Ida Astuti dan bapak Fajar Ramadhan pada Pegadaian Syariah UPS Kampong Mulia yang terletak di Jl.S.M Yamin NO 3 Banda Aceh, Nanggro Aceh Darussalam .

b) Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang telah tersedia di mana penulis hanya perlu mencari tempat untuk mendapatkannya. Penulis memperoleh data ini dari literatur/buku yang membahas tentang strategi pemasaran, situs internet, kamus yang meliputi Kamus Bahasa Indonesia, kamus Inggris Indonesia, serta informasi dari beberapa instansi yang terkait.

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

a. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah aktivitas suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian (Wasito, 1993:34).

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu proses tertentu (Sugiyono, 2019: 317). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan

data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Untuk wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan informan (Moleong, 2002:23). Wawancara dilakukan dengan informan yang dianggap berkompeten dan mewakili. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu Kepala Cabang Pegadaian Syariah UPS kampung Mulia .

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui gambaran yang lengkap tentang kondisi dokumen yang terkait dengan pembahasan proposal skripsi ini. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa sumber data tertulis yang berupa penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Pada penelitian ini penulis mendapatkan sumber dari dokumen resmi, buku, arsip, serta brosur-brosur terkait Pegadaian Syariah UPS kampung Mulia.

E. Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data penelitian lapangan (field research) yang paling utama adalah in-depth interviews/ wawancara yang mendalam, kemudian ditunjang pula dengan observasi dan dokumentasi. Wawancara dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab. Selanjutnya dikuatkan dengan observasi adalah pengamatan atau pencatatan secara fenomena terhadap hal yang diselidiki. Selanjutnya Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2019). Sedangkan yang dimaksud dengan dokumentasi adalah metode yang

digunakan untuk mencari data mengenai sesuatu hal atau variable berupa catatan, transkrip, buku, majalah, agenda dan sebagainya. Pengumpulan data melalui metode ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Metode ini peneliti gunakan untuk memperoleh informasi tentang Pegadaian Syariah UPS Kampong Mulia Yang Terletak Di Jl.S.M Yamin NO 3 Banda Aceh, Nanggroe Aceh Darussalam, serta arsip-arsip lain sebagai pelengkap data dalam penulisan penelitian. Analisis data dilakukan dengan cara:

a. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan (Emzir, 2010:78).

b. Reduksi Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengamatan, wawancara, catatan lapangan, serta bahan-bahan data lain yang ditemukan di lapangan dikumpulkan dan diklasifikasikan dengan membuat catatan-catatan ringkasan, metode untuk menyesuaikan menurut hasil penelitian.

c. Klasifikasi Data

Data adalah hal, peristiwa, atau kenyataan lain apapun yang mengandung sesuatu pengetahuan untuk dijadikan sebagai bahan menyusun keterangan, membuat kesimpulan, atau mengambil keputusan. Sedangkan data itu sendiri dapat diklasifikasikan menurut jenis, sifat, dan sumber data.

d. Penarikan Kesimpulan Atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan dengan mencocokkan pada *reduksi data* dan *display data*, agar kesimpulan yang telah dikaji dapat disepakati untuk ditulis sebagai laporan yang memiliki tingkat kepercayaan yang benar (Emzir, 2010:78).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a. Sejarah Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika pada bulan Januari 2003 (Wikipedia.com). Kemudian berdiri beberapa Pegadaian Syariah diberbagai daerah salah satu cabangnya berada di Jln. S. M YAMIN NO 3 Banda Aceh Nanggroe Aceh Darussalam yaitu PT. Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.

Sejak awal kemerdekaan, Pegadaian Syariah dikelola oleh pemerintah dan sudah beberapa kali berubah situs, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari tahun 1961 No. 178 kemudian berdasarkan PP. No. 10/1990 (yang diperbaharui dengan PP No. 103/2000 berubah menjadi Perusahaan Umum (PERUM) hingga sekarang (Pegadaian.co.id).

Pada saat itu, kegiatan perusahaan terus berjalan dan asset atau kekayaannya bertambah. Namun seiring dengan perubahan zaman Pegadaian Syariah dihadapkan pada tuntutan kebutuhan untuk berubah pula dalam arti untuk meningkatkan kinerjanya tumbuh lebih besar, lebih besar lagi dan lebih profesional didalam memberikan layanan. Oleh karena itu untuk lebih memberikan keleluasan pengelola manajemen dalam mengembangkan usahanya pemerintah meningkatkan status Pegadaian Syariah dari perusahaan jawatan (PERJAN) menjadi perusahaan umum (PERUM) yang dituangkan dalam peraturan pemerintah No. 10/1990 tanggal 10 April 1990. Perubahan dari

PERJAN ke PERUM.

Tujuan PERUM Pegadaian Syariah kembali dipertegas dalam peraturan pemerintah RI No. 103 tahun 2000 yakni meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama golongan menengah kebawah, melalui penyediaan dana atas dasar hukum gadai juga menjadi penyedia jasa dibidang keuangan lainnya. Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghindarkan masyarakat dari gadai gelap, praktek riba dan pinjaman yang tidak wajar lainnya.

b. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi Pegadaian Syariah adalah :

a) VISI

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.

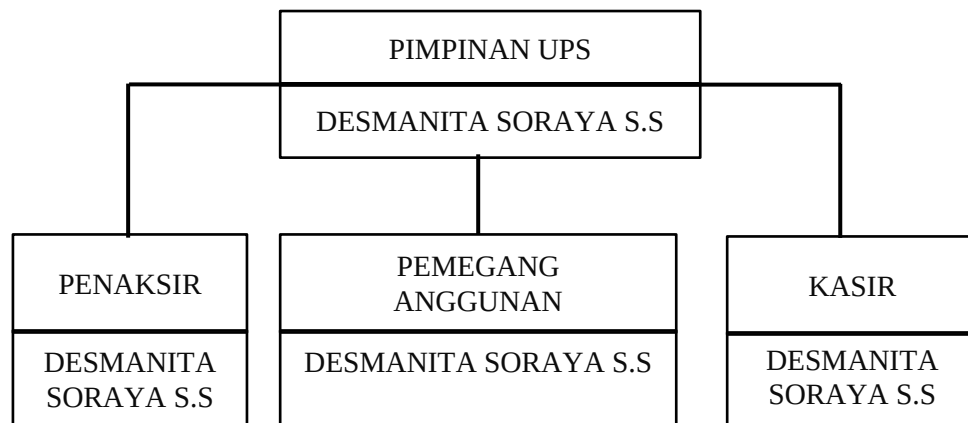
b) MISI

1. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
2. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
3. Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

c. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia

Adapun struktur organisasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia di Jln. S. M YAMIN NO 3 Banda Aceh Nanggro Aceh Darussalam.

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia



Sumber Data : Dokumentasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, April 2023

Pimpinan UPS, sebagai pemimpin pelaksanaan teknis dari perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. *Penaksir*, bertugas menaksir marhun barang jaminan) untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan. Secara organisatoris pimpinan UPS bertanggung jawab langsung kepada pimpinan Cabang dan juga membantu kelancaran pelaksanaan tugas di Kantor UPS.

Pemegang anggunan, bertugas melakukan pemeriksaan, penyimpanan, pemeliharaan dan pengeluaran serta pembukaan marhun selain barang dan keamanan serta keutuhan *marhun*. *Kasir*, bertugas melakukan penerimaan, penyimpanan dan pembayaran serta pembukuan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional Kantor UPS dan *Keamanan* bertugas mengamankan harta perusahaan dan *rahin* dalam lingkungan kantor dan

sekitarnya.

d. Produk-produk Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia

a) Gadai (Ar-Rahn)

Usaha pokok dari kegiatan Pegadaian syariah adalah menyalurkan *Marhun Bih* dalam jumlah skala kecil dengan jaminan harta bergerak maupun tidak bergerak atas dasar hukum gadai. Dimana *Rahin* menyerahkan harta bergerak/tidak bergerak sebagai jaminan sekaligus memberi kuasa kepada Pegadaian Syariah untuk menjual/melelang jika setelah jatuh tempo *rahin* tidak mampu melunasinya. Hasil lelang digunakan untuk melunasi pinjaman pokok ditambah jasa simpan dan biaya lelang. Kelebihannya diserahkan kepada *rahin*, sedangkan kalau kurang menjadi resiko pegadaian.

Singkatnya, produk pegadaian syariah ini memberikan skim pinjaman dengan syarat penahanan agunan, yang bisa berupa emas, perhiasan, elektronik, dan kendaraan bermotor.¹ Hutang dapat diangsur sesuai kemampuan dan masa simpan dapat diperpanjang dengan membayar jasa simpan dan biaya administrasi.

b) Pembiayaan Ar-Rum

Arrum (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil) yaitu skim pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil/motor. Produk-produk yang ditawarkan Pegadaian lebih difokuskan kepada pinjaman yaitu Ar-raham. Karena bisnis inti dari Pegadaian Syariah adalah produk Ar- rahn (gadai syariah) 80% dan produk lainnya adalah usaha lain 20%. Dalam melakukan pemasaran yang kompetitif, Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia diharapkan

terus menerus mengetahui dan memantau setiap gerak gerik pesaing. Tujuan dari persaingan adalah dengan mengetahui keunggulan pesaing dalam segala hal baik itu dari segi produk, harga, dan promosi.

c) Arrum Haji

Adalah pembiayaan syariah untuk melaksanakan ibadah haji. Nasabah yang memiliki emas minimal 15 gram atau 5 mayam dapat mengajukan pembiayaan haji. Nantinya pihak Pegadaian Syariah akan mengajukan pendaftaran ke kantor Cabang Banda Aceh dan ke Kementerian Agama untuk mendapatkan nomor tunggu. Kemudian nasabah membayar sisa biaya dengan cara mengangsur ke Pegadaian Syariah sebelum ibadah haji dilaksanakan. Untuk jangka waktu pengembalian pinjaman, ada tiga pilihan angsuran yang ditawarkan pihak Pegadaian Syariah. "Jangka waktu pembiayaan ibadah haji mulai 12, 18, 24, dan 36 bulan. Untuk 12 bulan, angsuran per bulannya kurang lebih Rp2.336.200, 24 bulan angsurannya Rp1.294.500, dan 36 bulan angsuran per bulannya kurang lebih Rp947.300²

d) Tabungan emas

Adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

e. Persamaan dan Perbedaan Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional

Pegadaian syariah dan pegadaian konvensional yakni secara umum tidak ada bedanya dari sisi peminjaman. Hanya saja, bunga yang dikenakan pada pegadaian konvensional, diganti dengan biaya penitipan pada pegadaian syariah.

Sedangkan pada pegadaian syariah mempunyai mekanisme sedikit berbeda yaitu apabila ada orang yang membutuhkan uang dan mereka datang ke pegadaian syariah, kemudian dilakukan penaksiran terhadap barang yang digadai, orang tersebut akan mendapat sejumlah dana sesuai dengan nilai taksiran tersebut. Sampai saat ini masih sama dengan pegadaian konvensional, dimana terjadi proses pinjam-meminjam uang. Bedanya di pegadaian konvensional dikenakan bunga yang biasanya disebut dengan jasa uang, sedangkan di pegadaian syariah mereka tidak mengenakan bunga atau jasa uang, melainkan jasa penitipan tempat penitipan barang, jasa penitipan barang dikaitkan dengan suatu rate tertentu.

Persamaan antara pegadaian syariah dan pegadaian konvensional adalah jangka waktu tempo yaitu sama-sama 120 hari. Jika setelah 120 hari si peminjam tidak dapat membayar hutangnya, maka barang jaminan akan dijual atau dilelang. Tetapi nasabah diberi tambahan waktu 6 hari, dan pada saat hari pelelangan, nasabah masih diberi kesempatan dan tambahan waktu maksimal 2 jam jika ingin menebus barang jaminannya. Jika tidak ditebus maka barang jaminan tersebut akan dilelang. Atau apabila sudah jatuh tempo, tetapi nasabah belum bisa melunasinya, maka bisa diperpanjang dan hanya membayar *ijarah* dan administrasi.

Pada saat lelang, harga barang jaminan akan mengikuti harga setempat dan Uang pelelangan tersebut digunakan untuk membayar hutang *rahin* dan pajak lelang. Jika hasil lelang tersebut mengalami kelebihan akan dikembalikan oleh nasabah akan tetapi jika tidak di ambil oleh nasabah akan disalurkan ke BMT atau ZIS (zakat, infak, Sadaqah) sedangkan pada pegadaian konvensional uang

kelebihan yang tidak diambil akan menjadi milik pegadaian. Dan apabila dari hasil lelang tersebut ternyata kurang untuk membayar hutang, maka nasabah diharuskan membayar sisa hutangnya.

Sedangkan perbedaan mendasar antara pegadaian syariah dan pegadaian konvensional adalah mengenai biayanya. Gadai konvensional memungut biaya dalam bentuk bunga yang bersifat akumulatif, sedangkan pada gadai syariah tidak berbentuk bunga, tetapi berupa biaya penitipan, pemeliharaan, penjagaan dan penaksiran. Kemudian pada pegadaian syariah terdapat transaksi yaitu akad ijarah. Sedangkan pegadaian konvensional adalah tambahan yang harus dibayar oleh nasabah yang disebut sebagai sewa modal, dihitung dari nilai pinjaman.

Pegadaian konvensional menentukan bunga atau sewa modal berdasarkan jumlah pinjaman yang diajukan. Sedangkan pegadaian syariah menentukan besarnya pinjaman dan biaya pemeliharaan berdasarkan taksiran emas yang digadaikan. Taksiran emas yang diperhitungkan antara lain adalah karatase emas, volume serta berate mas yang digadaikan.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Strategi Pemasaran Produk Gadai di Pegadaian Syariah

Perum Pegadaian merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang jasa keuangan non perbankan dengan kegiatan usaha utama menyalurkan kredit kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai. Pegadaian merupakan salah satu alternative pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam

pemberian dana. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya baik produktif maupun konsumtif. Gadai syariah (*Ar-Rahn*) merupakan salah satu produk unggulan dari Pegadaian Syariah. Gadai syariah adalah skim pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan sistem gadai yang sesuai syariah Islam dengan anggunan berupa emas, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor. Namun demikian, setiap usaha yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah untuk memasarkan produknya dengan apa yang direncanakan merupakan bagian dari strategi pemasaran. Salah satu hal yang paling mendasar dan sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya menarik minat nasabah sekaligus mempertahankan nasabah tersebut agar tetap setia dan loyal.

Penyusunan strategi pemasaran produk gadai syariah (*Ar-rah*n) dilakukan dengan mengenalkan produk gadai kepada calon nasabah guna memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Hal ini dilakukan guna menentukan segmen pasar yang akan dituju, tahap selanjutnya Pegadaian Syariah memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya, pemilihan pasar sasaran produk gadai (*Ar-rah*n) nasabah yang potensial, diantaranya adalah nasabah yang memerlukan dana cepat yang bisa langsung dicairkan untuk keperluan pendidikan, perdagangan, kesehatan, dan konsumsi dan juga karena pegadaian sudah dikenal lebih dulu oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis peroleh dari Pimpinan Pegadaian Syariah Ups Gampong Mulia Banda Aceh, Ibu Desmanita Soraya

menyampaikan :

“Ada produk Ar Rahn namanya dan itu menjadi bagian strategi yang kami pasarkan kepada para nasabah, Pegadaian syariah ini termasuk kami yang berada di UPS Gampong Mulia pun memiliki program yang sama dengan cabang dan kantor pusat, artinya strategi dalam pemasaran itu sudah di susun sedemikian rupa untuk bisa ditawarkan kepada para nasabah”. (Wawancara dengan Pimpinan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, pada 18 Juni 2023).

Selanjutnya, hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu karyawan dari Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh :

“Iya benar, salah satu bagian strategi Gadai syariah adalah skim pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan sistem gadai yang sesuai syariah Islam dengan anggunan berupa emas, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor. Tidak bisa dipungkiri, bahwa hal ii semua diinginkan oleh masyarakat sebagai nasabah pada umumnya”. (Wawancara dengan SS selaku karyawan di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, 22 Juni 2023)

Berdasarkan wawancara dengan pengurus dan struktural Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh, dalam menyusun strategi pemasaran produk gadai syariah (*Ar-rah*n), dengan mengenalkan produk gadai kepada calon nasabah guna memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Hal ini dilakukan guna menentukan segmen pasar yang akan dituju, tahap selanjutnya Pegadaian Syariah memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya, pemilihan

pasar sasaran produk gadai (Ar-rahn) nasabah yang potensial, diantaranya adalah nasabah yang memerlukan dana cepat yang bisa langsung dicairkan untuk keperluan pendidikan, perdagangan, kesehatan, dan konsumsi dan juga karena pegadaian sudah dikenal lebih dulu oleh masyarakat.

Selain penulis mewawancarai pengurus dan struktural pegadaian syariah di UPS Gampong Mulia, penulis juga mencoba menggali informasi yang berasal dari nasabah :

“Saya sebagai nasabah hampir 2 tahun di pgadaian syariah ini merasakan manfaat yang begitu besar. Strategi yang ditawarkan oleh karyawannya pun tidak memberatkan kami nasabah. Yang namanya kami lagi butuh itu pasti kami ambil, dan harus mempertimbangkan juga kan. Jika memberatkan, kami pasti mikir-mikir dulu”. (Wawancara dengan DA selaku nasabah Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, pada 25 Juni 2023)

Nasabah berikutnya mengungkapkan :

“Saya rasa semua nasabah berpikiran sama dan sangat butuh dengan produk yang ditawarkan oleh pegadaian, apalagi kami ada waktu tertentu yang membutuhkan anggaran untuk jangka waktu tidak lama, jadi solusinya ya di pegadaian, termasuk saya sudah berlangganan di pegadaian syariah UPS Gampong Mulia”. (Wawancara dengan IA selaku nasabah Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, pada 25 Juni 2023)

Nasabah lainnya juga memberikan tanggapannya terkait penawaran dan strategi yang biasanya dilakukan oleh pegadaian syariah dalam menawarkan

produknya :

“saya kenal produk yang ada di pegadaian syariah itu kalau tidak salah itu (Ar-Rahn), karena saya sering ditawarkan oleh karyawannya ketika ingin menggadai sepeda motor. Jadi, selama ini saya menanggapi dengan baik dan positif, dan pencairan di pegadaian nya pun tidak begitu lama, langsung cair”. (Wawancara dengan FR selaku nasabah Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, pada 26 Juni 2023)

Untuk mencapai sasaran tersebut strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia meliputi empat variabel dalam bauran pemasaran yaitu, strategi produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi ini juga dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Bandar Lampung yang diteliti oleh Rossalinda, namun yang membedakan antara penelitian ini adalah Pegadaian Syariah Cabang Bandar Lampung juga memperhatikan perilaku konsumen sedangkan dalam penelitian ini mengkaji tentang kelebihan dan kekurangan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.

a) Strategi produk

Produk gadai syariah (*Ar-rah*n) merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah. Gadai Syariah adalah produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, dimana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan *ijarah* (biaya jasa penyimpanan dan pemeliharaan barang jaminan). Pegadaian Syariah menjawab kebutuhan para nasabah dalam transaksi gadai syariah, untuk solusi pendanaan yang cepat, praktis dan aman. Hanya dalam waktu 15 menit dana nasabah akan segera terpenuhi. Tidak perlu prosedur yang

memberatkan. Apabila sudah jatuh tempo, tetapi nasabah belum bisa melunasinya, maka bisa diperpanjang dan hanya membayar *ijarah* dan administrasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Desmanita Soraya, beliau mengatakan bahwa persyaratan di Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh boleh diajukan melalui UPS Gampong Mulia ini tidak ribet dan prosesnya juga cepat, tanpa harus menunggu lama bisa mendapatkan langsung uang tunai. Sesuai dengan teori produk untuk jasa yaitu memberikan nilai tambah berupa pelayanan, Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh melalui UPS Gampong Mulia memberikan pelayanan berupa proses pencairan dana yang cepat, serta praktis dalam hal pengajuan pinjaman, nasabah hanya membawa KTP serta barang jaminan, tidak ada persyaratan lain yang memberatkan.

Pengembangan produk Ar-Rum menjadi Ar-Rum Emas, Ar-Rum BPKB dan Ar-Rum Haji yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah memberikan kemudahan bagi nasabah Pegadaian Syariah yang ingin mendapatkan dana atau pembiayaan usahanya. Tujuan Ar-Rum disamping sebuah diversifikasi produk dari Pegadaian Syariah juga dengan maksud meningkatkan pemberdayaan para pengusaha mikro dan kecil yang membutuhkan pembiayaan modal kerja atau investasi secara syariah.

Berdasarkan strategi produk yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia diharapkan dapat menarik nasabah. Karena nasabah dapat memilih produk yang lebih dibutuhkan nya.

b) Strategi harga

Penetapan harga produk gadai syariah pada Pegadaian Syariah UPS

Gampong Mulia adalah ketika harga barang jaminan dihitung sesuai harga pasaran. Jika harga meningkat, otomatis pinjaman juga meningkat. Yakni harga ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran atas asas sukarela (*an'taradin*). Dengan syarat kedua belah pihak yang bertansaksi mengetahui produk harga yang dipasarkan. Dan biaya pergram emas tidak mengikuti suku bunga melainkan mengikuti harga emas dunia.

Kemudahan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah yaitu :

1) Biaya administrasi terjangkau

Biaya administrasi yang dibebankan kepada nasabah terjangkau oleh nasabah dan tidak memberatkan. Dimana biaya administrasi hanya dibebankan sekali kepada pemberi gadai ketika terjadi akad.

Tabel 4.1 Tarif Ijarah

No.	Jenis Marhun	Perhitungan Tarif
1	Emas, Berlian	Taksiran/ Rp 10.000 x Rp 80 x Jangka Waktu/ 10
2	Elektronik	Taksiran/ Rp 10.000 x Rp 85 x Jangka Waktu/ 10
3	Kendaraan Bermotor	Taksiran/ Rp 10.000 x Rp 90 x Jangka Waktu/ 10

Sumber Data : Dokumentasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, April 2023

Tabel 4.2 Penggolongan Uang Pinjaman dan Biaya administrasi

Golongan Marhun Bih	Plafon Marhun Bih (Rp)		Biaya Administrasi (Rp)
A	50.000	500.000	2.000
B	550.000	1.000.000	8.000
C	1.050.000	2.500.000	15.000
D	2.550.000	5.000.000	25.000
E	5.100.000	10.000.000	40.000
F	10.100.000	20.000.000	60.000
G	20.100.000	30.000.000	80.000

Sumber Data : Dokumentasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, April 2023

Tabel 4.3 Harga Emas Pegadaian Syariah

<i>Denominasi</i>	<i>Harga</i>
<i>1 gram</i>	<i>588.000</i>
<i>5 gram</i>	<i>2.795.000</i>
<i>10 gram</i>	<i>5.540.000</i>
<i>25 gram</i>	<i>13.775.000</i>
<i>50 gram</i>	<i>27.500.000</i>
<i>100 gram</i>	<i>54.950.000</i>
<i>250 gram</i>	<i>137.250.000</i>

Sumber Data : Dokumentasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, April 2023

Tabel di atas merupakan harga emas yang ditetapkan oleh Pegadaian Syariah. Dalam menentukan besarnya pinjaman yang dapat diperoleh *rahin* maka dapat dihitung dari nilai *marhun* yang ditaksir dan pinjaman sebesar 90% dari nilai taksiran dan harga disesuaikan HPS (Harga Pasar Setempat), kemudian dilihat *marhun* tersebut termasuk dalam golongan *marhun bih* yang mana sehingga dapat ditentukan berapa besar biaya administrasi yang harus dibayar oleh *rahin*. Terakhir dihitung tarif *ijarah* yang harus dibayar oleh *rahin* sesuai dengan jenis *marhun* yang dimiliki.

Contoh perhitungan Gadai syariaiah

Misal : barang jaminan berupa emas 22 karat seberat 50 gram dengan taksiran Rp.10.000.000

Marhun bih : $90\% \times \text{Rp. } 10.000.000 = \text{Rp. } 9.000.000$

Biaya administrasi : Marhun Bih termasuk Golongan E maka biaya administrasi sebesar Rp. 40.000

Biaya selama 4 bulan : $\text{Taksiran} / \text{Rp } 10.000 \times \text{Rp } 80 \times \text{Jangka Waktu} / 10$
 $10.000.000 / \text{Rp. } 10.000 \times \text{Rp. } 80 \times 120 / 10 = \text{Rp. } 960.000$

Total biaya yang harus di bayar : $\text{Rp. } 9.000.000 + \text{Rp. } 960.000$
 $= \text{Rp. } 9.960.000$

Jika ada nasabah yang tidak mampu mengembalikan pinjamannya pada waktu yang ditentukan, pihak Pegadaian Syariah akan memberikan

tambahan waktu tergantung pada alasan yang diberikan dan pihak Pegadaian syariah memonitoring apakah sesuai dengan kondisi yang diceritakan. Namun apabila tidak bisa juga mengembalikan pinjamannya maka barang jaminan nasabah akan dilelang.

c) Strategi *Place*

Fokus utama *place* (tempat) adalah persepsi nasabah dan bukan sekedar produk fisik yang dihasilkan. Keberhasilan penentuan posisi sangat ditentukan oleh kemampuan Pegadaian Syariah dalam mendiferensiasi dirinya secara efektif dibandingkan para perusahaan lain, yaitu dengan jalan menyampaikan atau memberikan nilai kepada nasabah dan memilih tempat paling tepat di samping pasar. Dan lokasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia ini dapat dijangkau dan strategis.

Hal lain yang selalu diperhatikan adalah *loy out* gedung dan ruangan kantor harus tertata rapi sedemikian rupa supaya nasabah tidak cepat bosan berhubungan dengan Pegadaian Syariah .

Penentuan posisi pasar digunakan untuk tempat saling tukar menukar informasi kepada nasabah yang akan melakukan usaha. Pegadaian Syariah dalam bersaing untuk mendapatkan posisi dalam pasar sasarannya adalah dengan cara memperlebar jaringan kemitraan.

d) Strategi promosi

Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampng Mulia dalam memasarkan produk gadai syariah dengan cara :

Pertama, melalui periklanan (*Advertising*), yaitu promosi yang dilakukan

dalam bentuk gambar atau kata-kata dalam buku atau majalah pegadaian, brosur, kalender, tv lokal, radio lokal, dan lain-lain

Kedua, melalui Publisitas (*Publicity*), yaitu promosi yang dilakukan untuk menambah nasabah, atau para calon nasabah melalui Literasi kesekolah-sekolah ataupun kampus-kampus

Ketiga, melalui Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), yaitu promosi yang dilakukan oleh karyawan Pegadaian Syariah setempat dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah, mensosialisasikan produk gadai syariah. Dengan menerima mahasiswa magang atau observasi juga merupakan salah satu cara mempromosikan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.

Strategi promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia melalui periklanan baik majalah, brosur, tv lokal, dan radio lokal, atau media lainnya cukup menarik nasabah untuk menggunakan produk gadai syariah dengan memberitahukan manfaat ataupun keuntungan yang dapat diperoleh dari produk-produk yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.

Berdasarkan hasil penelusuran penulis, jumlah omset di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia dari tahun 2020-2021 adalah sebagai berikut:

Tahun	Jumlah Omset
2020	Rp. 19.317.307.943
2021	Rp. 20.651.029.096

Sumber : Desmanita Soraya (Pimpinan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia)

Kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran di Pegadaian Syariaiah adalah mengenai wilayah. Terkadang dalam tim pemasar, wilayah yang ingin dijumpai sulit terjangkau dan terpencil, jadi pegadaain Syariah sulit

mempromosikan produknya.

b. Upaya yang dilakukan Pegadaian Syariah dalam Mempertahankan Nasabah

Adapun strategi yang dilakukan dalam mempertahankan nasabah adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kualitas promosi dan meningkatkan atau mengembangkan strategi pemasaran. Hal ini berbeda dengan pemasaran yang dilakukan oleh Sa'adah, yaitu menerapkan strategi dengan mengelompokkan pasar, menentukan sasaran pasar, dan menentukan posisi pasar (Sa'adah, 2019:61-86). Berikut penjelasan terkait upaya yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia dalam mempertahankan nasabah.

a) Meningkatkan kualitas pelayanan

Upaya yang dilakukan pegadaian syariah dalam mempertahankan nasabah adalah melakukan pelayanan yang baik. Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia telah memberikan pelayanan kepada nasabah sebaik mungkin karena tanpa pelayan yang memuaskan akan menyebabkan nasabah tidak datang ke pegadaian Syariah. Masyarakat pada dasarnya tidak hanya tertarik pada kualitas produk saja tetapi juga menyangkut segi kualitas pelayanan yang diberikan petugas-petugas yang terlibat di dalam pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.

Pelayanan sangat diperlukan dalam suatu perusahaan, disamping untuk menarik nasabah baru juga diharapkan untuk mempertahankan nasabah lama (Sudarsono, 2003). Di samping dalam memberikan pelayanan yang baik, para petugas dituntut untuk selalu bersikap 3S (*senyum, sapa, dan santun*). Dengan

bersikap 3S ternyata akan melahirkan cinta, kasih sayang dan nasabah akan merasa lebih dihargai. Oleh karena itu para petugas Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia setiap kali memberikan pelayanan kepada nasabah selalu bersikap 3S.

Sejalan dengan uraian diatas pelayanan pihak Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia yang diberikan kepada nasabah dengan cara :

- 1) Mengenal Nasabah
- 2) Mengetahui Kebutuhan Nasabah
- 3) Lemah Lembut dan Ramah Tamah dalam Melayani Nasabah
- 4) Melayani dengan penuh tanggung jawab
- 5) Melayani dengan simpatik
- 6) Melayani dengan serius
- 7) Memberi salam

Kemudian, Pada akhir tahun pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia memberikan hadiah dengan program undian “Kemilau EMAS pegadaian”. Program ini bertujuan untuk memberikan apresiasi kepada para nasabah. Salain itu juga untuk menambah daya Tarik dalam mempertahankan nasabah existing dan upaya menambah nasabah baru. Menurutny pemberian hadiah menjadi salah satu upaya untuk menarik minat sekaligus mempertahankan nasabah yang telah memanfaatkan produk dan pelayanan di Pegadaian Syariah ini. Berdasarkan hasil penelusuran penulis, menurut ibu Desmita Soraya salah satu Pegawai pegadaian Syariah di UPS Gampong Mulia, nasabah Pegadaian Syariah meningkat dari tahun ke tahun sejak berdirinya tahun 2010.

b) Meningkatkan kualitas promosi (promotion)

Promosi merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan produk, harga dan lokasi (Tjiptono, 2001). Dalam hal ini setiap perusahaan berusaha untuk

mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. salah satu tujuan adanya Promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru (Hendra, 1997).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara untuk memasarkan produknya, Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia melakukan promosi dengan cara:

- 1) Periklanan Promosi yang dilakukan dengan bentuk gambar atau kata-kata yang tertuang di brosur, media sosial dan media berita online, serta sosialisasi secara luas, dan lainnya.
- 2) Penjualan pribadi (personal selling): Promosi yang dilakukan oleh karyawan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia dengan melayani, mensosialisasikan atau menjelaskan langsung produk gadai kepada nasabahnya.
- 3) Publisitas, promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia masih kurang seharusnya dilakukan kegiatan amal agar masyarakat juga dapat melihat bahwa Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia peduli akan masyarakat kurang mampu, dan peduli akan kegiatan-kegiatan yang positif namun sampai saat ini Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia belum melakukannya, inilah salah satu kekurangan dari promosi Pegadaian Syariah.

c) Meningkatkan kualitas Strategi Pemasaran pada Produk Gadai Syariah

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia dengan strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi ternyata dapat menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah ini dibuktikan dengan pencapaian target omzet dan peningkatan omzet usaha syariah serta meningkatnya barang jaminan yang dimiliki Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.

Bagian bidang produk pegadaian telah melakukan pengembangan produk, yang awalnya hanya memiliki 1 produk saja sekarang sudah memiliki 4 produk. Dalam bidang *price* pegadaian telah melakukan pemotongan tarif atau memberikan diskon kepada nasabah serta memberikan undian berhadiah. Dalam bidang *promotion* pegadaian telah melakukan periklanan, penjualan pribadi, dan publisitas.

Berdasarkan upaya strategi tersebut, sebenarnya bagi pegadaian masih terbuka peluang untuk melakukan upaya lain dalam meningkatkan jumlah dan mempertahankan nasabah, omzet, dan jumlah barang jaminan. Dalam bidang promosi, Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia melakukan promosi melalui media sosial, radio dan media sosial. Upaya yang sudah pegadaian lakukan telah mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah uang pinjaman/omzet, sebesar 85,5% pada periode Agustus- Desember 2021 ke periode Januari-Desember 2022 yakni dari Rp. 261.372.000 menjadi Rp. 431.608.000 dan peningkatan sebesar 62,6% .

Peningkatan omzet yang terjadi di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia, selain karena faktor upaya dan strategi pemasaran yang dilakukan dapat juga terjadi karena musim pendaftaran ulang siswa sekolah sebagai salah satu

pemicu meningkatnya omzet *Rahn*, karena para orang tua banyak yang membutuhkan uang secara cepat untuk mendaftarkan ulang anak-anaknya dan mereka memilih untuk menggadaikan barang berharga miliknya. Pada saat musim menjelang lebaran juga peningkatan omzet terjadi, karena pada saat menjelang lebaran, masyarakat banyak yang pulang kampung, jadi ini menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk menitipkan barang-barang berharga mereka sebagai langkah aman.

Sebagai lembaga keuangan non bank pegadaian syariah harus terus berupaya untuk menyediakan produk dan jasa yang lengkap dengan mengembangkan produk-produk yang ada. Untuk mencapai sasaran tersebut Pegadaian Syariah bertekad untuk menyediakan layanan dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan peraturan pemerintah serta tuntunan syariah. Hal ini dilaksanakan dengan mengidentifikasi kebutuhan nasabah dan menawarkan produk serta layanan yang beragam dengan lebih menekankan pada pembiayaan bagi para pengusaha mikro kecil. Selanjutnya dalam memasarkan produk Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia lebih mengutamakan pada pemeliharaan hubungan baik dengan para nasabah agar tetap setia dan loyal untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

c. Kelebihan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia

a) Pegadaian sebagai market leader

Ini berarti pegadaian diuntungkan dengan keadaan tersebut. Hal tersebut dikarenakan pegadaian menguasai tingkat dominasi terhadap pasar dan pesaingnya. Pegadaian sebagai pemain pertama di Indonesia, dapat juga dikatakan

sebagai penguasa pasar untuk saat ini karena lebih dulu dikenal oleh masyarakat luas sebagai lembaga keuangan non bank dengan sistem utamanya gadai. Ini merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki pegadaian ditengah persaingan lembaga keuangan saat ini.

b) Persyaratan administrasi yang mudah

Salah satu kelebihan dari pegadaian adalah dalam aplikasi rahn, nasabah cukup membawa kartu identitas KTP/SIM/Paspor dan menyerahkan barang jaminan yang bernilai ekonomis maka nasabah sudah dapat meminjam uang di Pegadaian. Sedangkan di bank-bank syariah yang membuka layanan gadai nasabah diharuskan membuka rekening di bank tersebut, sehingga waktu terbuang untuk membuka rekening.

c) Jenis barang jaminan yang lebih unggul

Walaupun emas merupakan mayoritas barang jaminan di pegadaian syariah untuk saat ini (80-90 % dari total barang jaminan) namun bukan berarti nasabah yang memiliki agunan seperti berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor tidak bias mendapatkan pinjaman.

Ini merupakan salah satu keunggulan pegadaian syariah karena bank syariah hanya ingin menerima emas dengan minimal 16 karat saja walaupun emas tersebut disertai berlian, ini dikarenakan bank syariah belum mempunyai tenaga kerja yang handal dalam menaksir berlian.

d) Persentase uang pinjaman terhadap taksiran lebih besar

Setelah dilakukan taksiran terhadap agunan maka langkah selanjutnya adalah menentukan jumlah pinjaman yang bias diterima. Pegadaian syariah

mematok angka 90 % dari nilai taksiran sedangkan competitor lainnya hanya berani pada level 80 % pada jumlah karat dan berat agunan yang sama.

Kekurangan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia

b) Tempat penyimpanan tidak terlalu besar

Pegadaian syariah mempunyai ketidakmerataan dalam hal luasnya tempat penyimpanan, penyimpanan pada UPS tidak terlalu besar melainkan diperbantukan dari kantor cabang dan tidak semua memiliki kapasitas besar. Itu artinya tidak semua kantor cabang dapat menerima barang jaminan yang berukuran besar seperti kendaraan. Jadi nasabah yang ingin menggadaikan kendaraannya harus mencari kantor cabang yang mempunyai kapasitas besar dalam hal tempat penyimpanan barang jaminan.

b) SDM (Sumber Daya Manusia)

SDM yang masih minim tentang pegadaian syariah Maju atau mundurnya suatu perusahaan tersebut berasal dari bagaimana kualitas SDM nya. Jikalau SDM nya memiliki kualitas yang baik, maka sudah dapat dipastikan perusahaan tersebut akan mengalami kondisi yang baik pula.

Sebagai perusahaan baru yang membuka layanan jasa gadai syariah, pegadaian syariah masih berada pada tahap pertumbuhan. Wajar jika SDM mengambil dari pegadaian konvensional yang diberikan pelatihan kilat untuk menjadi karyawan pegadaian syariah. Namun jikalau hal tersebut tidak dimanajemen dengan sangat baik, nantinya dapat menjadi boomerang bagi pegadaian syariah itu sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dari analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran produk yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia meliputi empat variabel di dalam bauran pemasaran, yaitu:
a) strategi produk, di dalam pegadaian syariah produk yang paling diminati oleh nasabah adalah produk Gadai syariah b) strategi harga, yaitu harga barang jaminan dihitung sesuai harga pasaran. Kalau harga meningkat maka harga pinjaman juga meningkat; c) strategi Place (tempat) yaitu Fokus utamanya adalah persepsi nasabah dan bukan sekedar produk fisik yang dihasilkan, yaitu dengan jalan menyampaikan atau memberikan nilai kepada nasabah dan memilih tempat paling tepat di samping pasar dan lokasi Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia ini dapat dijangkau dan strategis; d) strategi promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia melalui periklanan baik majalah, brosur atau media lainnya cukup menarik nasabah untuk menggunakan produk gadai syariah dengan memberitahukan manfaat ataupun keuntungan yang dapat diperoleh dari produk yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.
2. Upaya yang dilakukan Pegadaian Syariah dalam mempertahankan nasabah adalah melakukan pelayanan yang baik. Di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia telah memberikan pelayanan kepada nasabah sebaik

mungkin karena tanpa pelayan yang memuaskan akan menyebabkan nasabah tidak datang ke Pegadaian Syariah. Masyarakat pada dasarnya tidak hanya tertarik pada kualitas produk saja tetapi juga menyangkut segikualitas pelayanan yang diberikan petugas-petugas yang terlibat dalam pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia.

3. Kelebihan yang dimiliki Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia adalah Pegadaian sebagai market leader, persyaratan administrasi yang mudah, jenis barang jaminan yang lebih unggul, dan persenyitasi pinjaman uang taksiran lebih besar. Sedangkan, kekurangan dari Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia adalah tempat penyimpanan masih kurang, dan SDM yang masih minim.

B. Saran

1. Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia di harapkan mampu untuk terus meningkat strategi pemasaran dan mengadopsi strategi pemasaran yang selalu berkembang agar produk pegadaian syariah lebih di kenal masyarakat.
2. Usaha untuk memperluas pasar sasaran dilakukan dengan meningkatkan promosi atau sosialisasi kepada masyarakat secara langsung maupun tidak langsung secara berkesinambungan baik melalui media massa atau yang lain.
3. Evaluasi juga perlu dilakukan dengan mendengarkan masukan yang diberikan oleh para nasabah sebagai upaya untuk membangun hubungan kekerabatan silaturahmi antara pegadaian syariaiah dengan para nasabahnya. Hal ini akan menciptakan akses yang positif sekaligus bagian dari sosialisasi pemahaman, pengetahuan dan pengembangan produk.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Bungin. B. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*(Ed. Ke-4; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013).
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam, (Fiqh Muamalat)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Hendra, Teguh dan Ronny. A Rusli. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997.
- Kartajaya, Hermawan dan Sula, M. Syakir. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian)*. Jakarta: FEUI, 1993.
- Kotler, Philip. *Marketing*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Stanton, William J. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Press, 2001.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002
- Al-Mashur Bissayyiri Al-Bakri, Al-Alamah Abi Bakri. *Kitab Ia'Natut Tholibin*, Beirut: Daarul Fikr, 2004. Juz 3
- Furchan, Ali. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional, 1992
- Al-Qur'an Al-Karim
- Al-Bukhari. Shahih Bukhari. *Beirut: Maktabah Ashriyah*, 1997
- Wasito, Hermawan. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1993
- Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula)*. Yogyakarta: UGM Press, 2004

- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007
- Kamil, Ahmad dan Fauzan, M. *Kitab Undang-undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2007
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004
- Kartajaya, Hermawan dan Sula, M. Syakir. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006

B. Jurnal

- Afiyanti. Y. 2019. Validasi dan Realibilitas Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperrawatan Indonesia*, 12(2):137-141.
- Amah. 2018. Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa Rahn dan Ijarah Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun. *Jurnal Universitas PGRI Madiun*.
- Arnida. W. L. 2020. Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Di Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.3, No.1
- Bachri. S. B. 2018. Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi pendidikan* 10(1): 50.
- Dedi. M. 2012. Analisis Strategi Pemasaran Jasa Lembaga non Bank Pada PT. Oto Multiartha Karawang. *Jurnal Manajemen*, Vol. 09, No.2
- Firdatun. S. 2009. Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*. Vol.1, No.3

C. Wawancara

- Manajer, Desmita Soraya (37 tahun), tanggal 10 April 2023, pukul 10.30 WIB.
- Wawancara dengan nasabah di Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh, Dilla Ariska (32 tahun), Ida Astuti (40 tahun) dan Fajar Ramadhan (27 tahun), tanggal 12 April 2023, pukul 10.30 WIB.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Pembimbing


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS AGAMA ISLAM

(STATUS TERAKREDITASI)

 Jalan Muhammadiyah No. 91 Batoh Lueng Bata Email : fai.tarbiyah@unmuha.ac.id
 BANDA ACEH 23245
SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 277/UM.M5/Q/FAI/2023

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh,

- Menimbang: a. Bahwa untuk kelancaran ujian-ujian Skripsi pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi mahasiswa yang bersangkutan;
- b. Yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan pembimbing Skripsi.

- Mengingat : 1. Keputusan Dirjen Pendidikan Islam Kementerian Agama RI No. 2013 Tahun 2016 Tanggal 11 April 2016;
2. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan tinggi No.1957/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2019;
3. Keputusan Tim Pengesahan Proposal Skripsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh Tanggal 20 Maret 2023

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan : 1. Menunjuk saudara :
1. **Dr. Saiful, S.Ag., M.Ag.**
Sebagai Pembimbing I.
 2. **Cut Fitriani, S.E., M.Pd**
Sebagai Pembimbing II.

Untuk membimbing Skripsi :

N A M A : Lisa Arisma
 N P M : 1905190014
 J U R U S A N : Perbankan Syari'ah
 J U D U L : Strategi Pemasaran Produk Gadai Pegadaian Syariah UPS
 Gampong Mulia Banda Aceh

2. Kepada Pembimbing yang tercantum namanya diberikan honorarium menurut peraturan yang berlaku;
3. Surat Keputusan ini hanya berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan.
4. Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan kemudian hari.

 Ditetapkan di : Banda Aceh.
 Pada Tanggal : 27 Maret 2023

 Dr. Roshidarwati, S.Ag., M.A.
Tembusan :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Koordinator Kopertais Wilayah V Aceh.
3. Mahasiswa Yang bersangkutan.
4. Arsip.

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH FAKULTAS AGAMA ISLAM (STATUS TERAKREDITASI)

Jalan Muhammadiyah No. 91 Batoh Lueng Bata Email : fai.tarbiyah@unmuha.ac.id
BANDA ACEH 23245

Nomor : 290/UM. M6/Q/FAI/2023
Lampiran : --
Hal : Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian
Data Menyusun Skripsi

Banda Aceh, 8 April 2023

Kepada Yth :
Sdr. Kepala Pegadaian Syari'ah UPS
Gampong Mulia Banda Aceh

Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh dengan ini memohon agar kiranya Bapak/Ibu memberi izin dan bantuan kepada :

Nama : Lisa Arisma
NPM : 1905190014
Prodi : Perbankan Syari'ah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : Desa Kaju, Kec. Baitussalam Kab. Aceh Besar

Untuk mengumpulkan data pada :
Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh dalam Rangka Menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studinya pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh, yang berjudul:

"Strategi Pemasaran Produk Gadai Pegadaian Syariah UPS Gampong Mulia Banda Aceh"

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan keizinan serta kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalam



An. Dekan,
Kabag Tata Usaha,

[Signature]
Dedi Zumardi, S.Pd.I

Lampiran 3: Dokumentasi Saat Pengumpulan Data





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : LISA ARISMA
2. Tempat/Tanggal Lahir : Kuta Trieng, 16 Maret 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan / Suku : Indonesia
6. Email : Lisaarisma9@gmail.com
7. Pekerjaan : Mahasiswa
8. Alamat : Desa kuta Trieng, Kec. Darul-Makmur, Kab. Nagan Raya
9. Nama Orang Tua :
 - a. Ayah : Sulaiman, S.E.
 - b. Pekerjaan : Wiraswasta
 - c. Ibu : Anidar
 - d. Pekerjaan : IRT
 - e. Alamat : Desa kuta Trieng, Kec. Darul-Makmur, Kab. Nagan Raya
10. Riwayat Pendidikan :
 - a. SD N 2 Alue Bilie lulus Tahun 2013
 - b. SMPN Bunga Bangsa Lulus Tahun 2016
 - c. SMA Negeri 1 Darul Makmur Lulus Tahun 2019
 - d. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh Lulus Tahun 2023

Banda Aceh, 24 Oktober 2023

Penulis,

LISA ARISMA