

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARIAH DALAM UPAYA  
MENARIK MINAT NASABAH PADA PENGADAIAN SYARIAH  
CABANG PALOPO**



**IAIN PALOPO**

**Skripsi**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

**Oleh,**

**AYU  
NIM. 13.16.15.0016**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
2018**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARIAH DALAM UPAYA  
MENARIK MINAT NASABAH PADA PENGADAIAN SYARIAH  
CABANG PALOPO**



**Skripsi**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

**Oleh,**

**AYU  
NIM. 13.16.15.0016**

**Dibimbing oleh:**

- 1. Dr. Anita Marwing, SH., M.Hi**
- 2. Muzayyanah Jabani, ST., MM.**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
2018**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi berjudul "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pengadaian Syariah Cabang Palopo", yang ditulis oleh Ayu, NIM. 13.16.15.0016, Mahasiswa Program Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo, yang *dimunqasyohkan* pada 12 September 2017 M bertepatan dengan 21 Dzulhijjah 1438 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima untuk memperoleh gelar S.E.

Palopo, 20 Oktober 2017 M  
30 Muharram 1439 H

Tim Penguji

- |                                   |                   |         |
|-----------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah, M. M. M.       | Ketua Sidang      | (.....) |
| 2. Dr. Takdir, S. H., M. H.       | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Mahadin Saleh, M. Si.      | Penguji I         | (.....) |
| 4. Irma T, S. Kom., M. Kom.       | Penguji II        | (.....) |
| 5. Dr. Anita Marwong, SH., M. Hl. | Pembimbing I      | (.....) |
| 6. Muzayyanah Jabani, ST., M. M.  | Pembimbing II     | (.....) |

IAIN PALOPO

Mengetahui:



Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Ramlah, M. M. M.  
NIP. 19610208 1994032 001



Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

Zainuddin S. S.E., M. Ak.  
NIP. 19774018 2006041 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Palopo, 20 Juli 2017

Lamp :-

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu Alaikum Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

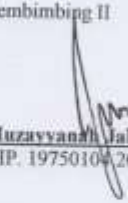
Nama : Ayu  
NIM : 13.16.15.0016  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb*

Pembimbing II

  
Muzayyanah Jabani, ST., M.M.  
NIP. 19750104200501 2 003

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Palopo, 20 Juli 2017

Lamp :-

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu AlaikumWr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Ayu  
NIM : 13.16.15.0016  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya

*Wassalamu AlaikumWr. Wb*

Pembimbing I



**Dr. Anita Marwing, SH., M.H.I.**  
NIP. 19820124 200901 2 006

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Judul : "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo"

Yang ditulis oleh:

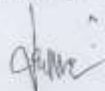
Nama : Ayu  
Nim : 13.16.15.0016  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada Ujian *Munaqasyah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

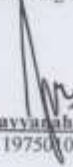
Palopo, 20 Juli 2019

Pembimbing I



Dr. Anita Marwing, SH., M.H.L.  
NIP. 19820124 200901 2 006

Pembimbing II



Muzayyannah Jabani, ST., M.M.  
NIP. 19750104 200501 2 003

**NOTA DINAS PENGUJI**

Hal : Skripsi

Palopo, 20 Juli 2017

Lamp :-

KepadaYth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu AlaikumWr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

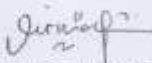
Nama : Ayu  
NIM : 13.16.15.0016  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya

*Wassalamu AlaikumWr. Wb*

Penguji II

  
**Irma T. S. Kom., M. Kom.**  
NIP. 19791208 200912 2 001

## NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Palopo, 20 Juli 2017

Lamp :-

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu AlaikumWr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Ayu  
NIM : 13.16.15.0016  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya

*Wassalamu AlaikumWr. Wb*

Penguji I



**Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.**  
NIP. 19561217 198303 1 011



## PERSETUJUAN PENGUJI

Judul : "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo"

Yang ditulis oleh:

Nama : Ayu  
Nim : 13.16.15.0016  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada Ujian *Ahliqasyah*.

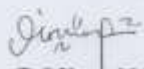
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 20 Juli 2019

Penguji I

  
Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.  
NIP. 19561217 198303 1 011

Penguji II

  
Irma T. S. Kom., M.Kom.  
NIP. 19791208 200912 2 001

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan dibawah ini,

Nama : NUZUL RAHMAT  
Alamat : Jl. Andi Tadda  
Jabatan : Pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Palopo

Menerangkan bahwa :

Nama : AYU  
Nim : 13.16.15.0016  
Semester : 9 ( Sembilan )  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Benar telah mengadakan penelitian dengan wawancara kepada kami sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo". Pada tanggal 28 Juli 2017

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya,

Palopo, 08 Agustus 2017

Yang menerangkan



Nuzul Rahmat

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu  
NIM. : 13.16.15.0016  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiat atau duplikasi dari tulisan/ karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 12 September 2017

Yang membuat pernyataan,

Ayu

NIM. 13.16.15.0016

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ  
وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَا بَعْدُ.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah swt yang memberikan petunjukNya kepada penulis dalam proses menuntut ilmu dan menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini. salawat dan salam kepada rasulullah saw senantiasa menjadi suri tauladan bagi kita semua. Skripsi ini berjudul "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo".

Penelitian ini merupakan tugas akhir untuk melengkapi keseluruhan kegiatan perkuliahan dan juga sebagai bentuk pertanggung jawaban penulis sebagai mahasiswa IAIN Palopo serta memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar strata satu (S1) pada program studi perbankan syariah di fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo.

Dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Penulis tak lupa menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang turut andil dalam memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan kerjasamanya, terkhusus kedua orang tua saya Bapak Burhan dan Ibu Nani yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun material. Sungguh peneliti sadari tidak mampu untuk membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abdul Pirol, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

2. Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulase, MM., selaku Dekan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Dr. Takdir, SH.,M.H, Dr.Rahmawati.,M.Ag, Dr. Muhammad Tahmid Nur,M.Ag selaku wakil dekan I,II,III fakulltas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo.
4. Zainuddin S, S,E. M.Ak selaku ketua program studi perbankan syariah.
5. Ibu Dr.Anita Marwing, SH., M.Hi dan Ibu Muzayyanah Jabani, ST., M.M selaku dosen pembimbing skripsi I dan dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi masukan kepada penulis mulai awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak Dr. Mahadin Saleh, M.Si dan Irma T, S.Kom., M.Kom selaku dosen penguji I dan dosen penguji II.
7. Seluruh dosen beserta staf IAIN Palopo yang dengan sabar mendidik dan membagi pengetahuan, pemahaman, motivasi dan pelayanan selama penulis melaksanakan studi.
8. Kepala perpustakaan dan jajarannya yang telah memberikan ruang dan pelayanan dalam membantu penulis untuk keperluan studi kepustakaan.
9. Bapak Nuzul Rahmat selaku pimpinan pegadaian Syariah cabang palopo yang telah memberikan informasi yang di butuhkan oleh peneliti hingga selesai menyusun skripsi.
10. Teman-teman FEBI 2013 dan teman kelasku Perbankan A dan semua pihak yang belum sempat penulis jelaskan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuannya, dukunganya dan doa'nya.

Akhirnya tidak ada kata yang lebih penting selain harapan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis terkhususnya dan bagi pembaca pada umumnya, Amin.

Palopo, 25 Januari 2018

Penulis,

Ayu

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Defenisis Operasional .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	7
B. Kajian Pustaka.....	8
C. Kerangka Pikir .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Sumber data.....	36
D. Subjek Penelitian.....	37
E. Teknik pengumpulan data .....	37
F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	40
1. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah .....	40
2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah .....	43
3. Budaya Perusahaan .....	43
4. Struktur dan Bagan Organisasi .....	44
B. Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo dalam Menarik Minat Nasabah .....	46
C. Imlementasi Strategi Pemasaran pada Produk Gadai Syariah dapat Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo	59

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	65
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	 <b>66</b>

## ABSTRAK

Nama : Ayu  
NIM : .13.16.15.0016  
Konsentrasi : Perbankan Syariah  
Judul Tesis : Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo

---

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk Gadai Syariah, Minat Nasabah

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo dalam menarik minat nasabah dan untuk mengetahui apakah dengan implementasi strategi pemasaran produk gadai syariah dapat meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yaitu data primer bersumber dari pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Palopo dan Staf Pegadaian Syariah Cabang Palopo melalui wawancara. Sedangkan data sekunder diambil dari dokumen yang ada kaitannya dengan penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis data dilakukan dengan cara mereduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

Dari hasil penelitian dan analisis diperoleh bahwa (1) strategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo meliputi tiga variabel yaitu: *Pertama* dengan strategi produk, dengan cara pengembangan produk rahn, arrum, mulia, KUCICA, dan Jasa taksiran. *Kedua*, dengan strategi periklanan, yaitu dilakukan dengan cara promosi melalui periklanan baik majalah, brosur, spanduk, media social seperti facebook dan Instagram dan memberikan undian berhadiah kepada masyarakat yang mengumpulkan koin terbanyak dan *Ketiga*, adalah strategi harga dan (2) Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo ternyata mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah uang pinjaman/omzet dan jumlah barang jaminan yang dimiliki Pegadaian Syariah Palopo. Peningkatan jumlah uang pinjaman/omzet, sebesar 85,5% pada periode Agustus-Desember 2015 ke periode Januari-Desember 2016 yakni dari Rp. 1.061.372.000 menjadi Rp. 10.131.608.000 dan peningkatan sebesar 62,6% .



# BAB I

## PENDAHULUAN

### ***A. Latar Belakang***

Perum Pegadaian merupakan lembaga perkreditan yang dikelola oleh pemerintah yang kegiatan utamanya melaksanakan penyaluran uang pinjaman atau kredit atas dasar hukum gadai. Penyaluran uang pinjaman tersebut dilakukan dengan cara yang mudah, cepat, aman dan hemat sehingga tidak memberatkan bagi masyarakat yang melakukan pinjaman dan tidak menimbulkan masalah yang baru bagi peminjam setelah melakukan pinjaman di pegadaian.

Gadai syariah berkembang pasca keluarnya Fatwa DSN MUI No 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn*, Fatwa DSN MUI No 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn emas*, dan Fatwa DSN MUI No 68/DSN-MUI/III/2008 tentang *rahn tasjily*. Sejak itu marak berbagai jasa gadai syariah, baik di Pegadaian Syariah maupun di berbagai bank syariah.<sup>1</sup>

Perum pegadaian sebagai lembaga perkreditan yang memiliki tujuan khusus yaitu penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai yang ditujukan untuk mencegah praktek ijon, pegadaian gelap, riba, serta pinjaman tidak wajar lainnya. Perum Pegadaian meningkatkan peranannya dalam penyaluran pinjaman bagi masyarakat. Nasabah Perum Pegadaian terdiri dari masyarakat golongan ekonomi lemah yang kurang mendapat pelayanan dari lembaga keuangan atau perbankan, sehingga masyarakat menengah kebawah memerlukan pinjaman secara mudah dan cepat.

Namun belakangan ini kesan tersebut perlahan sirna seiring dengan upaya modernisasi dan profesionalisasi yang dilakukan pihak PT Pegadaian. Kini

---

<sup>1</sup> Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), Jilid I, h. 18

mereka mulai membangun citra barunya sebagai sebuah lembaga keuangan yang profesional dengan mengusung motto: **“Menyelesaikan masalah tanpa masalah”**. Demikian pula kalangan nasabahnya, tidak lagi terlepas dari golongan ekonomi menengah ke bawah tetapi malah menjangkau kalangan ekonomi atas. Jika dianalisa, hal ini tidak terlepas dari kebijakan pengembangan produk layanannya yang semakin kompleks, yaitu tidak hanya mencakup jasa gadai tapi juga taksiran, jasa titipan dan jasa lelang. Secara umum lembaga pegadaian dimaksudkan sebagai suatu lembaga yang memberikan fasilitas bagi warga masyarakat untuk dapat memperoleh pinjaman uang secara praktis.

Melihat semakin berkembangnya permintaan masyarakat dan kian diterimanya pola bisnis berbasis syariah dalam praktek perekonomian di Indonesia, maka banyak Bank dan Lembaga Keuangan lainnya tertarik untuk menerapkan pola serupa. Apalagi, pola pegadaian syariah memungkinkan perusahaan dapat lebih proaktif dan lebih produktif dalam menghasilkan berbagai produk jasa keuangan modern, seperti jasa piutang dan jasa sewa beli. Pada lembaga gadai model yang dimaksud, nilai-nilai dan prinsip syariah dalam hal gadai dapat di implementasikan. Selain itu fungsinya juga dapat dipertimbangkan sebagai lembaga intermediasi bagi warga masyarakat terhadap sektor keuangan.

Pada umumnya masyarakat tidak memahami pemasaran, mereka melihat pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran ini mempunyai arti lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat dipasarkan seperti ide, kejadian, organisasi, tempat dan kepribadian. Namun

penting untuk ditekankan bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran, tetapi dengan pencarian peluang pasar.<sup>2</sup>

Menurut M. Syakir Sula ada 4 karakteristik syariah marketing yang dapat menjadi panduan bagi pemasar, yakni *teistis (rabbaniyyah)*, *etis (akhlaqiyyah)*, *realistis (al-waqi'iyah)*, dan *humanistis (insaniyyah)*. Inilah yang membedakan sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi konvensional. Yang menarik pemasaran syariah meyakini bahwa perbuatan yang dilakukan seseorang akan dimintai pertanggungjawabannya kelak. Selain itu, pemasaran syariah mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral di dalam pelaksanaannya. Karena itu pemasaran syariah menjadi penting bagi para tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral di dalam pelaksanaannya. Karena itu pemasaran syariah menjadi penting bagi para tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar.<sup>3</sup>

Strategi pemasaran antara konvensional dengan yang Islami tentulah berbeda dalam prosesnya, akan tetapi mempunyai tujuan yang sama yaitu bagaimana meningkatkan jumlah nasabah. Maju atau mundurnya perusahaan dapat dilihat dari strategi pemasaran mereka yang berdampak pada meningkatnya minat nasabah sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam menggunakan produk jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan, atau dengan kata lain, dapat meningkatkan volume penjualan, sehingga pemasaran yang baik akan berdampak signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

---

<sup>2</sup> Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, h. 18

<sup>3</sup> Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), h. 28.

Pengetahuan masyarakat khususnya masyarakat kota Palopo tentang keberadaan pegadaian syariah masih minim karena pegadaian syariah terbilang masih baru dan kantor cabang syariahnya pun masih terbilang sedikit, tetapi pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang pesat, sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh pegadaian syariah atas produk gadai syariah sehingga tumbuh menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut. Dalam menarik minat nasabah memang tidak hanya dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang digunakan oleh pegadaian syariah Kota Palopo. Ada beberapa faktor lain yang mempengaruhinya seperti kebutuhan nasabah yang mendesak yang memerlukan proses pencairan dana yang cepat, nasabah yang menginginkan transaksi gadai tanpa adanya unsur ribawi (bunga) di dalamnya, dan lain sebagainya.

Berdasarkan keterangan dan uraian diatas hal inilah yang melatar belakangi penulis untuk meneliti lebih jauh tentang perum pegadaian syariah, maka dengan ini penulis mengambil judul proposal skripsi “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pengadaian Syariah Cabang Kota Palopo”

## ***B. Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo dalam menarik minat nasabah?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran pada produk gadai syariah dapat meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo?

## ***C. Tujuan Penelitian***

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo dalam menarik minat nasabah.
2. Untuk mengetahui apakah dengan implementasi strategi pemasaran produk gadai syariah dapat meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo.

#### ***D. Manfaat penelitian***

1. Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan yang terkhusus semoga dapat membantu dalam menambah wawasan dan referensi keilmuan mengenai pegadaian syariah dalam perannya menarik minat masyarakat menjadi nasabah.

2. Praktis

- a. Bagi masyarakat, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang peran pegadaian syariah.
- b. Bagi pemerintah, semoga dengan hasil penelitian ini dapat membantu memberikan informasi mengenai peran pegadaian syariah dalam menarik minat masyarakat menjadi nasabah.

#### ***E. Defenisi Operasional Variabel***

1. 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 besarnya uang pinjaman.
2. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu.

3. Minat Nasabah adalah perilaku konsumen untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan mereka merasa tertarik kepada sesuatu.

4. Produk gadai syariah adalah sistem penyaluran pinjaman secara gadai yang didasarkan pada prinsip syariah Islam dalam transaksi ekonomi, yaitu: menghindari transaksi pinjam meminjam uang yang mengandung unsur riba.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### ***F. Penelitian Terdahulu yang Relevan***

1. 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. Preverensi masyarakat berupa Sistem untuk memperoleh imbalan atas jasa dan atau bagi hasil pegadaian syariah di kenal dengan istilah rahn bersipat menguntungkan baik pegadaian maupun masyarakat dan ketersediaan pormulir dan mudah di peroleh merupakan faktor dominan dan signifikan yang mempengaruhi preverensi untuk menggunakan pelayanan pegadaian syariah di kota palopo. Preverensi masyarakat kota Palopo di tentukan oleh pelayanan, pegadaian syariah akan memberikan perhatian terhadap penyelesaian masalah setiap kali masyarakat menghadapi masalah dalam pengurusan.<sup>4</sup>

2. 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. Namun pada

---

<sup>4</sup> Nurmalasari, *Preferensi Masyarakat Kota Palopo terhadap Pengadaian Syariah*, (Skripsi, IAIN Palopo, 2013), h. 61.

prinsipnya pegadaian syariah mempunyai peranan kepada masyarakat yaitu membantu masyarakat yang membutuhkan dana cepat, mengurangi pengangguran dengan melakukan pinjaman di pegadaian syariah maka seseorang dapat membuka usaha, kemudian membantu pemerintah dalam rangka mengurangi pengangguran.<sup>5</sup>

Perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah subjek penelitian, pada penelitian terdahulu subjek penelitiannya adalah peranan pegadaian syariah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan preferensi masyarakat kota Palopo terhadap pegadaian syariah sedangkan pada penelitian ini mengkaji tentang strategi pemasaran produk gadai syariah dalam menarik minat nasabah di pegadaian syariah Palopo.

## **G. Kajian Pustaka**

### **1. Strategi Pemasaran**

Pemasaran syariah sendiri adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholdernya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah. Jadi pemasaran syari'ah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Nilai inti dari pemasaran syari'ah adalah integritas dan transparansi, sehingga pemasaran tidak boleh bohong dan orang membeli karena dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Konsep pemasaran syari'ah sendiri sebenarnya tidak berbedah jauh dari konsep pemasaran yang kita kenal sekarang, pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan

---

<sup>5</sup> Dewi Krisnawati, *Peranan Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Kota Palopo* (Skripsi, IAIN Palopo, 2013), h. 58.



kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Syariah marketing bukan hanya sebuah marketing yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada syariah marketing, tetapi lebih jauhnya syariah berperan dalam marketing. Syariah berperan dalam marketing bermakna suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, sehingga diharapkan perusahaan tidak akan serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja ia juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat merubah suatu value kepada para stakeholders sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya sehingga menjadi bisnis yang sustainable.

Menurut pemasaran syariah, produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat bernilai guna yang menghasilkan perbaikan material moral, spritual bagi pelanggan. Dalam pemasaran konvensional, produk adalah yang dapat dipertukarkan, tetapi produk dalam pemasaran syariah adalah produk yang dipertukarkan itu berdaya guna secara agama.

Selain itu, dalam pemasaran syariah, bisnis haruslah disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah SWT, maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah. Jadi dengan pemasaran syariah seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islami. Selama bisnis ini dapat dijamin atau tidak ada penyimpangan terhadap prinsip syariah, maka setiap transaksi apapun dalam pemasaran dapat diperbolehkan.

## **2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Dalam dunia pemasaran selalu terkait dengan yang dinamakan *marketing mix* (bauran pemasaran). *Marketing mix* adalah deskripsi dari suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan.<sup>6</sup>

Kotler dan Armstrong mendefinisikan bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan yang banyak itu dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya.

Kemungkinan yang banyak itu dapat digolongkan menjadi empat kelompok variabel yang dikenal dengan “empat P” : *Product, Price, Place, dan Promotion* (Produk, harga, distribusi, promosi).<sup>7</sup> Empat P dalam marketing mix yaitu:

a. *Product* (Produk)

Menurut Philip Kotler “Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan, atau untuk dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Firdaus NH dkk, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005)., h. 22

<sup>7</sup> Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran.*, h. 48

<sup>8</sup> Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta, Erlangga, 2001) Jilid I ed. Ke- 8., h.346.

Dalam definisi secara luas produk meliputi objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran dari semua bentuk-bentuk tadi. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya.

Dalam perspektif syariah produksi merupakan sesuatu yang penting. Al-Qur'an menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang sangat luas. Tekanan Al-Qur'an diarahkan pada manfaat dari barang yang diproduksi. Memproduksi suatu barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Berarti barang itu harus diproduksi untuk kebutuhan manusia, bukan untuk memproduksi barang-barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia.

Islam juga mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas (*gharar*) bagi pembeli. Pasalnya di sini berpotensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak.

Selain keberadaan suatu produk, Islam juga memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk. Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian.<sup>9</sup>

Setiap produk yang diluncurkan ke pasar tidak selalu mendapat respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar dibandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka peluncuran

---

<sup>9</sup> Firdaus NH dkk, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah.*, h.23

produk diperlukan strategi-strategi tertentu. Khusus dengan yang berkaitan dengan produk, strategi ini kita kenal dengan nama strategi produk.<sup>10</sup>

Dalam strategi produk yang harus dilakukan untuk mengembangkan suatu produk adalah:

1) Penentuan logo dan moto. Logo merupakan ciri khas suatu perusahaan sedangkan moto merupakan serangkain kata-kata yang berisi visi dan misi.

2) Menciptakan merk. Karena jasa memiliki beraneka ragam, maka setiap jasa harus memiliki nama. Tujuannya agar mudah dikenal dan diingat.

3) Menciptakan kemasan. Kemasan merupakan pembungkus suatu produk.

Dalam hal ini kemasan lebih diartikan sebagai pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah.<sup>11</sup>

Dalam strategi produk, perusahaan harus dapat melihat produk apa yang lebih dibutuhkan dan diinginkan oleh pembeli sehingga perusahaan dapat memperoleh banyak nasabah. Selain itu kualitas dan keberadaan produk juga harus diperhatikan sehingga tidak berpotensi terjadi penipuan.

#### b. *Price* (Harga)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk.<sup>12</sup> Dalam konsep Islam, penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Pertemuan antara permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela. Ini bermakna tidak ada yang menzalimi dan dizalimi.

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank.*, h. 141.

<sup>11</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, h. 141-143.

<sup>12</sup> Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran.*, h. 48.

Dalam praktik fiqh muamalah, harga mengambil posisi tengah, tidak berlebih-lebihan, tidak pula merendahkan-merendahkan. Ini berarti bahwa dalam praktik fiqh muamalah harga mestinya harus proporsional.<sup>13</sup>

Tujuan penentuan harga secara umum adalah:

*Pertama*, Untuk Bertahan Hidup. Artinya, dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi. Dalam hal ini perusahaan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang dipasarkan laku di pasaran.

*Kedua*, Untuk Memaksimalkan Laba. Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

*Ketiga*, Untuk Memperbesar Market Share. Penentuan harga ini dengan harga yang murah, sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

*Keempat*, Mutu Produk. Tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin.

*Kelima*, Karena Pesaing. Dalam hal ini, penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.<sup>14</sup>

Strategi harga yang dilakukan perusahaan adalah strategi kedua pada bauran pemasaran. Di mana perusahaan sebisa mungkin menawarkan harga yang

---

<sup>13</sup> Firdaus NH dkk, *Dasar & Startegi Pemasarn Syariah.*, h. 24-25.

<sup>14</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank.*, h. 153-154.

terendah sehingga lebih banyak menarik minat nasabah. Tetapi dalam Islam harga haruslah proporsional tidak boleh terlalu tinggi tidak boleh terlalu rendah.

c. *Place (Distribusi)*

Dalam sektor jasa, distribusi didefinisikan sebagai setiap sarana yang meningkatkan keberadaan atau kenikmatan suatu jasa yang menambah penggunaannya, baik dengan mempertahankan pemakai yang ada, meningkatkan nilai kegunaannya di antara pemakai yang ada ataupun menarik pemakai baru.<sup>15</sup> Sarana-sarana tersebut dapat berupa kantor pusat, kantor cabang, dan lain-lain yang dapat memudahkan nasabah untuk memperoleh manfaat dari jasa perusahaan tersebut. Distribusi termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran. Setiap perusahaan haruslah memiliki pandangan saluran distribusi keseluruhan terhadap masalah distribusi dari produknya ke pemakai akhir. Dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat.

Dalam kegiatan distribusinya perusahaan dapat memperhatikan, pertama, kantor pusat pemasaran, yaitu departemen ekspornya atau divisi yang membuat keputusan mengenai saluran distribusi dan elemen-elemen bauran pemasaran lainnya. Kedua, mengenai jenis-jenis perantaranya, yaitu agen, perusahaan perdagangan dalam hal ini adalah kantor cabang yang mudah dijangkau oleh

---

<sup>15</sup> Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, (Yogyakarta: Liberty, 1997),. h. 269.

masyarakat dapat mempermudah pendistribusian produk yang ditawarkan kepada nasabah.<sup>16</sup>

Dalam strategi distribusi tempat yang mudah dijangkau oleh nasabah merupakan hal yang penting. Karena dapat menghemat waktu dan biaya dalam menjangkau kantor atau perusahaan yang menawarkan suatu produk yang dibutuhkan oleh nasabah.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang terakhir. Promosi berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.<sup>17</sup> Kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Dalam Islam mempromosikan suatu barang diperbolehkan. Hanya saja dalam berpromosi tersebut harus mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Di samping itu, metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariah Islam.<sup>18</sup> Secara garis besar ada tiga macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan, yaitu:

*Pertama*, Periklanan (*Advertising*). Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, Koran, majalah, televisi, atau radio.

---

<sup>16</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian)*, (Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 1993), h.181.

<sup>17</sup> Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, h.49.

<sup>18</sup> Firdaus, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, h. 27

*Kedua, Publisitas (Publicity).* Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial.

*Ketiga, Penjualan Pribadi.* Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan setempat dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.<sup>19</sup>

Strategi promosi adalah sesuatu yang dapat memperkenalkan atau mensosialisasikan produk yang ditawarkan suatu perusahaan melalui berbagai macam media dan cara. Tetapi dalam mempromosikan suatu produk harus mengedepankan kejujuran dan menjauhi unsur penipuan.

### **3. Produk Gadai Syariah (*Rahn*)**

#### **a. Pengertian *Ar-Rahn***

Pengertian gadai (*Ar-Rahn*) secara bahasa adalah tetap, kekal dan jaminan, sedangkan dalam pengertian istilah adalah menyadera sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, dan dapat diambil kembali sejumlah harta dimaksud sesudah ditebus.<sup>20</sup> Pengertian gadai (*Ar-Rahn*) juga dikemukakan oleh para ahli hukum Islam sebagai berikut:

1) Ulama Syafi'iyah mendefinisikan gadai berarti menjadikan suatu barang yang bisa dijual sebagai jaminan hutang dipenuhi dari harganya, bila yang berhutang tidak sanggup membayar hutangnya.

2) Ulama Hanabilah mengungkapkan arti gadai yaitu suatu benda yang dijadikan kepercayaan suatu hutang, untuk dipenuhi dari harganya, bila yang

---

<sup>19</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, h. 176-177

<sup>20</sup> Zainudin Ali. *Hukum Gadai Emas Syariah*, (Jakarta : Sinar Grafika 2 008), h. 1.



berhutang tidak sanggup membayar hutangnya.

3) Ulama Malikiyah mendefinisikan gadai adalah sesuatu yang bernilai harta (*mutamawwal*) yang di ambil dari pemiliknya untuk di jadikan pengikat atas hutang yang tetap (mengikat).

4) Ahmad Azhar Basyir mengartikan *Ar-Rahn* adalah perjanjian menahan suatu barang sebagai tanggungan hutang, atau menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan *marhun bih*, sehingga dengan adanya tanggungan hutang itu seluruh atau sebagian hutang dapat diterima.

5) Muhammad Syafi'i Antonio mendefinisikan gadai syariah (*Ar-Rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (*rahin*) sebagai barang jaminan (*marhun*) atas hutang/pinjaman (*marhun bih*) yang diterimanya. *Marhun* tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan atau penerima gadai (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau atau sebagian piutangnya.<sup>21</sup>

Jadi, kesimpulannya bahwa *rahn* adalah menahan barang jaminan milik si peminjam (*rahin*), baik yang bersifat materi atau manfaat tertentu, sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang diterima tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian hutangnya dari barang gadai tersebut apabila pihak yang menggadaikannya tidak dapat membayar tepat waktunya.

---

<sup>21</sup> Sasli Rais, *Pegadaian Syari'ah; Konsep dan Sistem Kontemporer*. (Jakarta: UI Prees, 2005), h.125.

## b. Dasar Hukum Gadai Syariah

Menurut Islam dalam Al-Qur'an, Al-Hadist, dan Ijtihad boleh tidak transaksi gadai. Ketiga sumber hukum tersebut disajikan dasar hukum sebagai berikut:

### 1) Al-Qur'an

Ayat-ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan dasar hukum perjanjian gadai adalah Qs Al Baqarah (283) yang berbunyi:

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَتَىٰ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Terjemahnya:

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). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>22</sup>

Inti dari ayat tersebut adalah: apabila untuk memperkuat perjanjian hutang-piutang dengan tulisan yang dipersaksikan dua orang saksi laki-laki dan dua orang saksi perempuan.<sup>23</sup>

### 2) Al-Hadits

Dasar hukum yang kedua untuk dijadikan rujukan dalam membuat rumusan gadai syariah adalah hadis Nabi Muhammad SAW, yang antara lain diungkapkan sebagai berikut:

---

<sup>22</sup> Departemen Agama RI, Al-Quran dan terjemahnya, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1991), h. 121.

<sup>23</sup> Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* Cetakan ke-12. (Jakarta : Gema Insani Press bekerja sama dengan Tazkia Cendekia,2001), h. 129-130.

- a) Hadist Aisyah ra, yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, yang berbunyi :  
“Rasulullah Shalallahu alaihi wasalam pernah membeli makanan dari orang Yahudi dengan tempo (kredit) dan beliau mengagunkan baju besinya.” (HR Bukhari dan Muslim).
- b) Hadist dari Anas bin Malik ra, yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah yang berbunyi: “Sesungguhnya Nabi Shalallahu alaihi wasalam pernah mengagunkan baju besinya di Madinah kepada orang Yahudi, sementara Beliau mengambil gandum dari orang tersebut untuk memenuhi kebutuhan keluarga Beliau.” (HR al-Bukhari).
- c) Hadist dari Abu Hurairah yang diriwayatkan oleh Imam Al-Bukhari, yang berbunyi: “Nabi Muhammad SAW bersabda : kendaraan dapat digunakan dan hewan ternak dapat pula diambil manfaatnya apabila digadaikan. Penggadai wajib memberikan nafkah dan penerima gadai boleh mendapatkan manfaatnya.”
- d) Hadist riwayat Abu Hurairah ra, yang berbunyi: “Barang agunan tidak boleh disembunyikan dari pemilik yang mengagunkan, baginya risiko dan hasilnya.”<sup>24</sup>

### 3) Ijtihad

Berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits diatas menunjukkan bahwa transaksi atau perjanjian gadai dibenarkan dalam Islam bahkan Nabi pernah melakukannya. Namun demikian perlu dilakukan pengkajian lebih mendalam dengan melakukan *ijtihad*.<sup>25</sup>

Dasar hukum tersebut menjadikan pertimbangan DSN menetapkan gadai sebagai salah satu sistem perekonomian yang sah dalam Islam, dengan ketentuan

---

<sup>24</sup> Zainudin Ali. *Hukum Gadai Emas Syariah*, h. 5

<sup>25</sup> Muhammad, *kebijakan Fiskal dan Moneter Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 115.

bahwa pinjaman yang menggadaikan barang sebagai jaminan hutang dalam bentuk *rahn* dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut.

- a) *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua hutang *rahn* (yang menyerahkan barang) dilunasi;
- b) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahn*. Pada prinsipnya, *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* kecuali seizin *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya;
- c) Pemeliharaan dan penyimpanannya *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahin*;
- d) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman;

#### 4) Penjualan *marhun*.

- a) Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi hutangnya;
- b) Apabila *rahin* tetap tidak dapat melunasi hutangnya, maka *marhun* dijual paksa/ dieksekusi melalui lelang sesuai syariah;
- c) Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi hutang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan;
- d) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.<sup>26</sup>

#### c. Rukun dan Syarat Gadai

---

<sup>26</sup> Muhammad Firdaus NH, et al., *Fatwa-fatwa Ekonomi Syariah Kontemporer*, (Jakarta: Renaisan Anggota IKAPI, 2005), h. 70-71.

Setiap akad harus memenuhi syarat sah dan rukun yang telah ditetapkan oleh para ulama *fiqih*. Walaupun terdapat perbedaan mengenai hal ini, namun secara umum syarat sah dan rukun dalam menjalankan produk gadai sebagai berikut:

1) Rukun Gadai

a) *Shigat* adalah ucapan berupa *ijab* dan *qabul*;

Orang yang berakad, yaitu orang yang menggadaikan (*rahin*) dan orang yang menerima gadai (*murtahin*);\

b) Harta/barang yang dijadikan jaminan (*marhun*);

c) Utang (*marhun bih*).<sup>27</sup>

d. Syarat Sah Gadai

1) *Shigat*

Syarat *shigat* adalah *shigat* tidak boleh terikat dengan syarat tertentu dan dengan masa yang akan datang. Misalnya, *rahin* mensyaratkan apabila tenggang waktu *marhun bih* habis dan *marhun bih* belum terbayar, maka *rahn* dapat diperpanjang satu bulan. Kecuali jika syarat tersebut mendukung kelancaran akad maka diperbolehkan seperti pihak *murtahin* minta agar akad disaksikan oleh dua orang.

2) Orang yang berakad

*Rahin* maupun *marhun* harus cakap dalam melakukan tindakan hukum, baligh dan berakal sehat, serta mampu melakukan akad. Bahkan menurut ulama

---

<sup>27</sup> Muhammad Firdaus NH, et al., *Fatwa-fatwa Ekonomi Syariah Kontemporer*, h. 71.

Hanafiyyah, anak kecil yang *mumayyiz* dapat melakukan akad, karena ia dapat membedakan yang baik dan yang buruk.

3) *Marhun bih*

- a) Harus merupakan hak yang wajib dikembalikan kepada *murtahin*;
- b) Merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, jika tidak dapat dimanfaatkan, maka tidak sah;
- c) Barang tersebut dapat dihitung jumlahnya.

4) *Marhun*

- a) Harus berupa harta yang dapat dijual dan nilainya seimbang dengan *marhun bih*;
- b) *Marhun* harus mempunyai nilai dan dapat dimanfaatkan;
- c) harus jelas dan spesifik;
- d) *Marhun* itu secara sah dimiliki oleh *rahin*;
- e) Merupakan harta yang utuh, tidak bertebaran dalam beberapa tempat.<sup>28</sup>

e. Status Barang Gadai

Status barang gadai terbentuk saat terjadinya akad atau kontrak hutang-piutang yang dibarengi dengan penyerahan jaminan. Misalnya, ketika seorang penjual meminta pembeli menyerahkan jaminan seharga tertentu untuk pembelian suatu barang dengan kredit.

Para ulama menilai hal ini sah karena hutang tetap(lazim), memang menuntut pengembalian jaminan, karena dibolehkan mengambil jaminan. Tetapi gadai juga bisa terbentuk( terjadi dan sah) sebelum muncul hutang. Misalnya,

---

<sup>28</sup> Muhammad Firdaus NH, et al., *Fatwa-fatwa Ekonomi Syariah Kontemporer*, h. 71.

seseorang berkata “saya gadaikan barang ini dengan uang pinjaman dari anda sebesar 10 juta rupiah”. Maka gadai tersebut sah, setidaknya demikian pendapat mazhab Maliki dan Hanafi, karena barang tersebut merupakan jaminan bagi hak tertentu.

Mayoritas ulama berpendapat bahwa gadai itu berkaitan dengan keseluruhan hak barang yang digadaikan dan bagian lainnya. Ini berarti jika seseorang menggadaikan sejumlah barang tertentu, kemudian ia melunasi sebagiannya, maka keseluruhan barang gadai masih tetap berada ditangan penerima gadai sampai orang yang menggadaikan (*rahin*) melunasi seluruh hutangnya.

*Fuqaha* berpendapat sebagian bahwa barang yang masih tetap berada ditangan penerima gadai (*murtahin*) hanya sebagiannya saja, yaitu sebesar hak yang belum dilunasi.<sup>29</sup>

#### f. Pemanfaatan Barang Gadai

Konsep operasionalnya dari lembaga keuangan gadai syariah mempunyai fungsi sosial yang sangat besar. Karena pada umumnya, mayoritas nasabah yang datang ke lembaga keuangan gadai syariah adalah mereka yang secara ekonomi sangat kekurangan, biasanya pinjaman yang dibutuhkan adalah pinjaman yang bersifat konsumtif dan sifatnya mendesak. Dalam implementasinya lembaga keuangan syariah merupakan kombinasi komersil-produktif. Dan banyak manfaat lain yang bisa diperoleh manfaat lain yang bisa diperoleh dari lembaga keuangan gadai syariah adalah:

---

<sup>29</sup> Muhammad Firdaus NH, et al., *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*, (Jakarta: Renaisan Anggota IKAPI, 2005), h.94.

1) Proses cepat, nasabah dapat memperoleh pinjaman yang diperlukan dalam waktu relatif cepat, baik proses administrasi maupun penaksiran barang gadai;

2) Prosedurnya cukup mudah, yakni hanya membawa barang gadai (*marhun*) beserta bukti kepemilikan barang tersebut;

3) Jaminan keamanan atas barang gadai diserahkan dengan standar keamanan yang telah diuji dan diasuransikan.<sup>30</sup>

*Rahn* pada dasarnya bertujuan meminta kepercayaan dan menjamin hutang. Hal ini untuk menjaga jika penggadai (*rahin*) tidak mampu atau tidak menepati janjinya, bukan untuk mencari keuntungan.

Ulama sepakat mengatakan bahwa barang yang digadaikan tidak boleh dibiarkan begitu saja, tanpa menghasilkan sama sekali, karena tindakan itu termasuk menyia-nyiakan harta.

Beberapa perbedaan pendapat diantara para ulama.

*Pertama*, ulama Hanafiyah dan Syafi'iyah berpendapat bahwa *murtahin* tidak berhak memanfaatkan barang gadaian. Menurut mereka tidak boleh bagi yang menerima gadai (*murtahin*) untuk mengambil manfaat dari barang gadaian. Oleh karena itu, tidak boleh ia mempergunakan binatang gadaian, menyewakan rumah gadaian, memakai kain gadaian, dan tidak boleh memberi pinjaman selama barang itu masih dalam gadaian, kecuali atas izin orang yang menggadaikan (*rahin*). Karena itu, segala manfaat dari hasil-hasil yang diperoleh dari barang gadaian semuanya menjadi hak *rahin* (orang yang menggadaikan).

---

<sup>30</sup> Muhammad Firdaus NH, et al., *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*, h. 14.



Ulama Syafi'iyah penggadai (*rahin*) berhak mendapat keuntungan dari barang tanggungannya, karena ia adalah pemiliknya. Barang gadaian tersebut tetap dipegang oleh pemegang gadai kecuali barang itu dipakai oleh penggadai. Dalil yang dikemukakan adalah hadis Nabi SAW yang secara jelas melarang pemanfaatan barang gadaian oleh pemegang gadai, diantaranya.<sup>31</sup>

*"Dari Abu Hurairah r.a. dari Nabi Saw. Bersabda, "Barang yang digadaikan tidak boleh tertutup dari pemiliknya yang menggadaikan barang itu, sehingga mungkin dia mendapat keuntungan dan menanggung kerugiannya." (HR Daruquthni dan al-Hakim).*

*Kedua*, menurut ulama Malikiyah, manfaat atau nilai tambah yang lahir dari barang gadai adalah milik *rahin* (penggadai) dan bukannya untuk *murtahin* (penerima gadai). Tidak boleh mensyaratkan pengambilan manfaat dari gadai, karena larangan tersebut hanya berlaku pada *qardl* (hutang piutang). Adapun pada akad gadai mereka memberikan toleransi (keleluasaan) kepada penerima gadai untuk memanfaatkan barang gadai selama hal itu tidak dijadikan syarat dalam transaksi (*akad*). Hal ini berdasarkan pertanyaan ulama mazhab yang menyatakan, hasil dari barang gadaian ataupun manfaatnya adalah hak bagi pemberi gadai, selama penerima gadai tidak mensyaratkan pemanfaatannya.

*Ketiga*, pendapat ulama Hanabilah mengatakan barang gadaian bisa berupa hewan yang dapat ditunggangi atau dapat diperah susunya, atau bukan berupa hewan, apabila berupa hewan tunggangan atau perahan, maka penerima gadai boleh memanfaatkan dengan menunggangi atau memerah

---

<sup>31</sup> Muhammad Firdaus NH, et al., *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*, h. 14.

susunya tanpa seizin pemiliknya, sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan penerima gadai. Dan penerima gadai supaya memanfaatkan barang gadaian dengan adil sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

g. Penjualan Barang Gadai setelah Jatuh Tempo

Gadai adalah sebagai jaminan atas hutang dan jika jatuh tempo sedangkan penggadai tidak bisa melunasi hutangnya, maka pelunasan hutang bisa diambilkan dari barang gadaian tersebut. Dan pelunasannya melalui penjualan barang gadai haruslah sesuai dengan besarnya tanggungan yang harus dipikul oleh penggadai (*rahin*). Artinya jika setelah barang tersebut terjual ternyata harganya melebihi tanggungan penggadai, maka selebihnya adalah menjadi hak penggadai.

h. Rusaknya Barang Gadai

Masalah ini terdapat perbedaan pendapat. Menurut sebagian ulama barang gadai adalah amanah dari orang yang menggadaikan. Pemegang gadai sebagai pemegang amanah tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan tanggungan, selama tidak sengaja merusaknya atau lalai.

Pendapat lain mengatakan bahwa kerusakan yang terjadi dalam barang gadai ditanggung oleh penerima gadai (*murtahin*), karena barang gadai adalah jaminan atas hutang sehingga jika barang rusak, maka kewajiban melunasi hutang juga hilang.

i. Akhir Akad Gadai

Akad gadai berakhir dengan hal-hal berikut:

- 1) Barang telah diserahkan kembali kepada pemiliknya (*rahin*);
- 2) *Rahin* telah membayar hutangnya;

- 3) Pembebasan hutang dengan cara apapun;
- 4) Pembatalan oleh *murtahin*, meskipun tidak ada persetujuan daripihak *rahin*;
- 5) Rusaknya barang gadai bukan karena tindakan *murtahin*;
- 6) Dijual dengan perintah hakim atas permintaan *rahin*;
- 7) Memanfaatkan barang gadai dengan cara menyewakan, hibah, atau hadiah baik dari pihak *rahin* maupun *murtahin*.<sup>32</sup>

j. Mekanisme Akad Perjanjian Transaksi *Rahn* (Gadai)

Akad adalah suatu perikatan antara *ijab* dan *qabul* dengan cara yang dibenarkan syara' yang menetapkan adanya akibat-akibat hukum pada objeknya. *Ijab* adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan, sedangkan *qabul* itu diadakan dengan maksud untuk menunjukkan adanya sukarela timbal balik terhadap perikatan yang dilakukan oleh dua belah pihak yang bersangkutan.

Pengertian akad menurut operasional unit layanan gadai syariah dimana akad adalah perjanjian yaitu pertalian *ijab* dan *qabul* menurut cara-cara yang disyariatkan yang berpengaruh terhadap objek yang diadakan dan yang menimbulkan hak dan kewajiban masing-masing pihak yang melaksanakan akad. Kedua pengertian tersebut, maka akad terjadi antara dua pihak dengan sukarela dan menimbulkan kewajiban atas masing-masing secara timbal balik.

Berjalannya perjanjian gadai sangat ditentukan oleh banyak hal. Diantara hal tersebut adalah subjek dan objek perjanjian gadai. Dimana subjek perjanjian

---

<sup>32</sup> Muhammad Firdaus NH, et al., *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*, h. 98.

gadai adalah *rahin* (yang menggadaikan barang). Objeknya ialah *marhun* (barang gadai) dan utang yang diterima *rahin*.<sup>33</sup>

Mekanisme aktivitas perjanjian dalam dalam dalam transaksi gadai dapat menggunakan akad perjanjian, antara lain:

1) Akad *Qard hasan*

Akad *Al qardhul hasan* dilakukan untuk nasabah yang menginginkan menggadaikan barangnya untuk keperluan konsumtif. Dengan demikian *rahin* akan memberikan biaya atau *fee* (upah) kepada *murtahin* (penggadai) karena telah menjaga dan merawat barang gadaian (*marhun*). Sebenarnya, dalam akad *qardhul hasan* tidak diperbolehkan memungut biaya kecuali biaya administrasi. Namun demikian, ketentuan untuk biaya administrasi pada pinjaman dengan cara.

- a) Harus dinyatakan dengan nominal, bukan prosentase;
- b) Sifatnya harus jelas, nyata dan pasti serta terbatas pada hal-hal yang mutlak diperlukan dalam kontrak.

2) Akad *mudharabah*

Adalah akad yang dilakukan oleh nasabah yang menggadaikan jaminan untuk menambah modal usaha atau pembiayaan yang bersifat produktif. Keuntungan yang didapat nasabah (*rahin*) akan memberikan bagi hasil berdasarkan kesepakatan, sampai modal yang dipinjam dilunasi.

3) Ketentuan akad *mudharabah*

- a) Jenis barang gadai asalkan bisa dimanfaatkan, baik berupa barang bergerak maupun tidak bergerak. Seperti kendaraan bermotor, barang elektronik,

---

<sup>33</sup>Muhammad, *Kebijakan Fiskal dan Moneter dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 116.

tanah, rumah, bangunan, dan lain sebagainya;

- b) Keuntungan yang dibagikan kepada pemilik barang gadai adalah keuntungan setelah dikurangi biaya pengelolaan. Adapun ketentuan prosentase nisbah bagi hasil sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak.

4) Akad *ba'i muqayyadah*

Akad *ba'i muqayyadah* adalah akad yang dilakukan apabila nasabah (*rahin*) ingin menggadaikan barangnya untuk keperluan produktif. Seperti pembelian peralatan untuk modal kerja. Untuk memperoleh pinjaman, nasabah harus menyerahkan barang sebagai jaminan berupa barang-barang yang dapat dimanfaatkan, baik oleh *rahin* maupun *murtahin*. Dalam hal ini, nasabah dapat member keuntungan berupa *mark-up* atas barang yang dibeli oleh *murtahin*. Atau dengan kata lain, *murtahin* (pihak bank) dapat memberikan barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan akad jual beli, sehingga *murtahin* dapat mengambil keuntungan berupa *margin* dari penjualan barang tersebut sesuai dengan kesepakatan keduanya.

5) Akad *ijarah*

Akad *ijarah* adalah akad yang objeknya adalah penukaran manfaat untuk masa tertentu, yaitu pemilikan manfaat dengan imbalan, sama dengan menjual manfaat. Dalam kontrak ini ada kebolehan untuk menggunakan manfaat atau jasa dengan ganti berupa kompensasi. Disini, penerima gadai (*murtahin*) dapat menyewakan tempat penyimpanan barang (*deposit box*) kepada nasabahnya. Barang titipan dapat berupa barang yang menghasilkan manfaaat dan sesuatu

dapat diambil manfaatnya disebut *major*, sedangkan kompensasi atau balas jasa disebut *ajran* atau *ujroh*.<sup>34</sup>

k. Manfaat *ar-Rahn* dan Risiko *ar-Rahn*

1) Manfaat *ar-Rahn*

Manfaat yang dapat diambil oleh bank dari prinsip *ar-rahn* adalah sebagai berikut:

- a) Menjaga kemungkinan nasabah untuk lalai atau bermain-main dengan fasilitas pembiayaan yang diberikan bank;
- b) Memberikan keamanan bagi semua penabung dan pemegang deposito bahwa dananya tidak akan hilang begitu saja jika nasabah peminjam ingkar janji karena ada suatu aset atau barang (*marhun*) yang dipegang oleh bank;
- c) Jika *rahn* diterapkan dalam mekanisme pegadaian, sudah barang tentu akan sangat membantu saudara kita yang kesulitan dana, terutama di daerah-daerah.

Manfaat langsung yang akan didapat bank adalah biaya-biaya konkret yang harus dibayar oleh nasabah untuk pemeliharaan dan keamanan aset tersebut. Jika penahanan aset berdasarkan *fidusia* (penahanan barang bergerak sebagai jaminan pembayaran), nasabah juga harus membayar biaya asuransi yang besarnya sesuai dengan yang berlaku secara umum.

2) Risiko *ar-Rahn*

---

<sup>34</sup> Muhammad, Firdaus et al, *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*, (Jakarta : Renaisan, 2005) h. 14.

Adapun risiko yang mungkin terdapat pada *rahn* apabila diterapkan sebagai produk adalah:

- a) Risiko tak terbayarnya utang nasabah (*wanprestasi*);
- b) Risiko penurunan aset yang ditahan atau rusak.<sup>35</sup>

#### **4. Produk dan Jasa Pegadaian Syariah**

Produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Syariah kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

##### **a. Pemberian pinjaman atas dasar hukum gadai**

Pemberian pinjaman atas dasar hukum gadai berarti mensyaratkan pemberian pinjaman atas dasar penyerahan barang bergerak oleh penerima pinjaman. Konsekuensi pertamanya adalah jumlah atau nilai pinjaman yang diberikan kepada masing-masing peminjam sangat dipengaruhi oleh nilai barang bergerak yang digadaikan. Menurut aturan dasar pegadaian, barang-barang yang dapat digadaikan di lembaga itu hanyalah barang-barang bergerak (gadai dalam KUH Pegadaian) hanyalah berbentuk barang-barang bergerak.

Pinjaman ini pada dasarnya adalah kredit jangka pendek dengan memberikan pinjaman uang tunai dari Rp. 50.000.000,00 hingga Rp. 250.000.000,00 dengan jaminan benda seperti perhiasan, emas, alat rumah tangga, kendaraan, barang elektronik dan sebagainya dengan prosedur mudah dan layanan cepat. Sewa bunga pinjaman di pegadaian merupakan pinjaman dengan jangka waktu selama 4 bulan. Apabila telah melewati batas pinjaman nasabah dapat memperpanjang dengan membayar sewa modal (bunga) atau dapat menebus

---

<sup>35</sup> Muhammad, Firdaus et al, *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*, h. 130.

barang jaminannya. Apabila kedua hal tersebut tidak dapat dilaksanakan maka pegadaian berhak untuk melelang barang jaminan.

b. Penaksiran nilai barang

PT. pegadaian juga memberikan jasa penaksiran nilai suatu barang. Jasa ini dapat diberikan oleh perum pegadaian karena perusahaan ini mempunyai peralatan penaksir serta petugas-petugas yang sudah berpengalaman dan terlatih dalam menaksir nilai suatu barang akan digadaikan, terutama emas, berlian dan intan.

c. Penitipan barang

Jasa lain yang ditawarkan oleh perum pegadaian adalah penitipan barang. PT. pegadaian dapat menyelenggarakan jasa tersebut karena perusahaan ini mempunyai tempat penyimpanan barang bergerak yang cukup memadai.

d. Jasa lain

Kantor PT. Pegadaian JL. Andi Tadda tertentu juga menawarkan jasa lain seperti;<sup>36</sup>

1) Penjualan koin emas ONH. Koin emas OHN adalah emas berbentuk koin yang bisa digunakan untuk tujuan persiapan dana pergi haji bagi pembelinya

2) 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.

3) Arrum haji adalah pembiayaan syariah untuk melaksanakan ibadah haji. Nasabah yang memiliki emas minimal 15 gram dapat mengajukan pembiayaan haji. Naninya pihak Pegadaian Syariah akan mengajukan pendaftaran ke kantor Kementerian Agama untuk mendapatkan nomor tunggu. Kemudian nasabah

---

<sup>36</sup> Ibid.



membayar sisa biaya dengan cara mengansur 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, angsuran per bulannya kurang lebih Rp2.336.200,24 bulan angsurannya Rp1.294.500, dan 36 bulan angsuran per bulannya kurang lebih Rp947.300.

4) Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

#### **H. Kerangka Pikir**

Gadai dalam fiqh disebut *rahn*, yang menurut bahasa adalah nama barang yang dijadikan sebagai jaminan kepercayaan. Sedangkan menurut *syara'* artinya menyandera sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, tetapi dapat diambil kembali sebagai tebusan.

Perum Pegadaian merupakan lembaga perkreditan yang dikelola oleh pemerintah yang kegiatan utamanya melaksanakan penyaluran uang pinjaman atau kredit atas dasar hukum gadai. Penyaluran uang pinjaman tersebut dilakukan dengan cara yang mudah, cepat, aman dan hemat sehingga tidak memberatkan bagi masyarakat yang melakukan pinjaman dan tidak menimbulkan masalah yang baru bagi peminjam setelah melakukan pinjaman di pegadaian.<sup>37</sup>

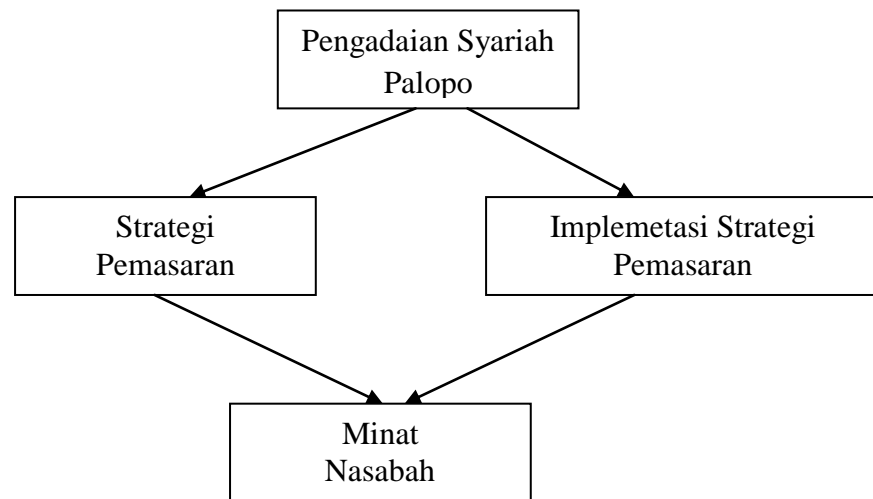
Sistem gadai syariah adalah sistem penyaluran pinjaman secara gadai yang didasarkan pada prinsip syariah Islam dalam transaksi ekonomi, yaitu: menghindari transaksi pinjam meminjam uang yang mengandung unsur riba.

---

<sup>37</sup> Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), Jilid I, h. 18

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu. Dalam strategi pemasaran terdapat strategi Acuan/Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat komponen/variabel pemasaran. Dari strategi-strategi tersebut keberhasilan strategi ini dapat dilihat dari minat nasabah.

Kerangka pikir pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***I. Pendekatan dan Jenis Penelitian***

##### **e. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.<sup>38</sup>

##### **f. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, karena bermaksud menggambarkan, mengungkap dan menjelaskan strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya menarik minat nasabah pada pengadaian syariah cabang Palopo.

#### ***J. Lokasi Penelitian***

Lokasi penelitian ini adalah pengadaian syariah cabang kota Palopo yang terletak di Jl. Andi Tadda No. 23 kota Palopo. Penelitian ini dimulai pada bulan Juni sampai dengan Juli 2017.

#### ***K. Sumber Data***

Penulis akan menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

1. Data primer, merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya.<sup>39</sup> Data primer penelitian adalah data yang diperoleh langsung dari

---

<sup>38</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002), h. 3.

<sup>39</sup> Hermawan Wasito, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1993), h. 69.

Pegadaian Syariah Cabang Palopo yaitu berupa data tentang jumlah omzet/uang pinjaman, data jumlah nasabah dan data jumlah barang jaminan.

2. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan, buku-buku dan sumber lainnya yang relevan dengan skripsi ini.

#### **L. *Subjek Penelitian***

Subjek penelitian adalah orang yang dijadikan sebagai sumber data atau sumber informasi oleh penelitian untuk penelitian yang dilakukan. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah pimpinan beserta dengan pegawai Pegadaian Syariah Cabang Palopo yang kaitannya dengan strategi pemasaran pegadaian syariah cabang Palopo dalam menarik minat nasabah sebagai objek penelitian.

#### **M. *Teknik Pengumpulan Data***

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Observasi

Observasi diarahkan sebagai pengamat dan pencatatan sistematis terhadap gejala yang diselidiki.<sup>40</sup> Pengamatan dilakukan dengan cara melihat dan peneliti mengamati sendiri terkait strategi pemasaran produk gadai di pegadaian syariah Cab. Palopo.

##### 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas

---

<sup>40</sup>Amirul Hadi dan Haryianto, *Metodologi Penelitian Pendidikan untuk IAIN dan Ptain semua jurusan komponen MKK*, (Bandung : Pustaka Setia, 1998), h. 47.

pertanyaan itu.<sup>41</sup>Dalam penelitian ini penulis mengadakan wawancara dengan Manajer Cabang Pengadaian Syariah Palopo dan staf-stafnya

### 3. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang ditunjukkan kepada subyek penelitian.<sup>42</sup>Studi ini dilakukan dengan cara melihat dokumen serta arsip yang dijadikan objek penelitian.

## **N. Teknik Analisis Data**

Analisa data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis hasil observasi, transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang telah dihimpun oleh peneliti untuk meningkatkan pemahaman tentang kasus yang diteliti untuk dilaporkan. Peneliti memproses data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, catatan lapangan, dan dokumen. Kemudian data dianalisa sedemikian rupa sehingga menjadi paparan data yang mudah difahami dan kemudian diolah dengan pendekatan kualitatif.

### 1. Reduksi Data

Data yang berasal dari hasil observasi, dan wawancara tentang strategi pemasaran pada Pengadaian Syariah Cabang Palopo. Oleh karena itu untuk memperoleh informasi yang lengkap dari data-data tersebut dilakukan reduksi data. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian dan informasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 135.

<sup>42</sup> Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula)*, (Yogyakarta: UGM Press, 2004), h. 100.

<sup>43</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 16.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam rangka menyajikan hasil reduksi data secara naratif, sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan dan keputusan dalam pengambilan tindakan. Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah data yang sebelumnya sudah dianalisis yaitu strategi pemasaran pengadaian syariah cabanbg palopo dalam menarik minat nasabah.

## 3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan memberi simpulan terhadap hasil penafsiran dan evaluasi. Kegiatan ini mencakup penarikan makna dan memberi penjelasan. Selanjutnya dilakukan verifikasi, yaitu menguji kebenaran, kekokohan dan mencocokkan makna-makna yang muncul dari data.<sup>44</sup> Sejak permulaan pengumpulan data, penarikan kesimpulan sudah dilakukan, yaitu mempertimbangkan apa isi informasi, dan apa pula maksudnya. Kesimpulan akhir baru dapat diperoleh pada waktu data telah terkumpul dengan cukup, yang dapat diwujudkan sebagai gambaran sasaran penelitian.

---

<sup>44</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, h. 19.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah**

Pegadaian merupakan lembaga perkreditan dengan sistem gadai untuk pertama kalinya. Hadir di Indonesia pada abad ke-17 yang dibawa dan dikembangkan oleh maskapai perdagangan dari negeri Belanda yaitu V.O.C (Vereenigde Oost Indische Compagnie). Dalam rangka memperlancar kegiatan perekonomiannya, pada tanggal 20 Agustus 1746 V.O.C melalui surat keputusan Gubernur Jenderal Van Imhoff didirikanlah pegadaian yang bernama Bank van Leening. Lembaga tersebut merupakan lembaga kredit yang memberikan pinjaman uang kepada masyarakat dengan jaminan gadai. Sejak itu, bentuk usaha pegadaian telah mengalami beberapa kali perubahan sejalan dengan perubahan peraturan-peraturan yang mengaturnya.<sup>45</sup>

Pada masa selanjutnya, pegadaian mengalami beberapa kali perubahan bentuk badan hukum, yaitu pada tahun 1969 Perusahaan Negara Pegadaian diubah menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) Pegadaian, dan pada tahun 1990 Perusahaan Jawatan Pegadaian diubah menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian melalui Peraturan Pemerintah (PP) nomor 10 tahun 1990 tanggal 10 April 1990.

Seiring dengan dikeluarkannya fatwa DSN-MUI tentang haramnya riba maka Perum Pegadaian meresponnya dengan mendirikan Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai diversifikasi produk gadai. Hal tersebut bukan semata-

---

<sup>45</sup> Pirgong Matua, *Sejarah Singkat Perum Pegadaian*, (Jakarta: Perum Pegadaian, 2003), h.1

mata respon terhadap fatwa DSN-MUI, melainkan dalam rangka membentengi pegadaian sendiri terhadap persaingan dari perbankan syariah. Perbankan syariah pun telah gencar meluncurkan produk serupa berkat pertolongan dari Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan syariah, yang isinya menyatakan perbankan syariah boleh mendirikan usaha rahn (gadai).

Terbitnya PP/10 tanggal 1 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan Pegadaian. Satu hal yang perlu dicermati bahwa PP10 menegaskan misi yang harus diemban oleh Pegadaian untuk mencegah praktik riba. Misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP103/2000 yang dijadikan landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian sampai sekarang.

Pada saat ini Pegadaian Syariah sudah berbentuk sebagai sebuah lembaga. Ide pembentukan Pegadaian Syariah selain karena tuntutan idealisme juga dikarenakan keberhasilan terlembaganya bank dan asuransi syariah. Setelah terbentuknya bank, BMT, BPR, dan asuransi syariah, maka Pegadaian syariah mendapat perhatian oleh beberapa praktisi dan akademisi untuk dibentuk dibawah suatu lembaga sendiri. Keberadaan Pegadaian Syariah atau Rahn lebih dikenal sebagai bagian produk yang ditawarkan oleh bank syariah, dimana bank menawarkan kepada masyarakat bentuk penjaminan barang guna mendapatkan pembiayaan.<sup>46</sup>

Mengingat adanya peluang dalam mengimplementasikan Rahn/gadai syariah, maka Perum Pegadaian bekerja sama dengan Lembaga Keuangan Syariah melaksanakan Rahn yang bagi Pegadaian dapat dipandang sebagai pengembangan produk, sedang bagi Lembaga Keuangan Syariah dapat berfungsi sebagai kepanjangan tangan dalam pengelolaan produk Rahn. Untuk mengelola

---

<sup>46</sup> <https://eviyuliyanti.wordpress.com/2008/06/12/sekilas-tentang-pegadaian-syariah/>



kegiatan tersebut, Pegadaian telah membentuk Divisi Usaha Syariah yang semula dibawah binaan Divisi Usaha Lain.

Bank syariah selain memberikan dukungan dana juga memfasilitasi ke Dewan Syariah yang mengawasi operasional apakah sesuai dengan prinsip syariah atau tidak. Gadai Syariah atau Unit Layanan Gadai Syariah untuk pertama kalinya didirikan di Jakarta tanggal 1 Januari 2003, kemudia di kota Jogjakarta, Semarang, Solo, Malang, Bandung, Padang, Denpasar, Balikpapan, Medan dan kota-kota lainnya termasuk Kota Palopo. Khususnya di wilayah Palopo mulai beroperasi pada tanggal 4 Maret 2009 dengan alamat Jalan Andi Tadda Palopo (Komp. Ruko Andi Tadda). Pegadaian Syariah Cabang Palopo yang tereletak di Jalan Andi Tadda Palopo didirikan dengan tujuan untuk menampung nasabah yang anti terhadap riba atau masyarakat muslim yang selama ini takut ke pegadaian karena takut riba dan juga untuk menampung nasabah di sekitar wilayah Kota Palopo.<sup>47</sup> Gadai Syariah masuk dalam Devisi Usaha Lain, karena diharapkan terjadi bisnis sehingga menjadi organisasi yang tidak tergantung hanya pada satu produk saja. Namun untuk kedepan diharapkan gadai syariah menjadi entitas bisnis yang mandiri dan menjadi PT sendiri.

## **2. Visi dan Misi**

### **a. Visi pegadaian**

---

<sup>47</sup> Nuzul Rahmat, Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 6 Juni 2017

“Pada tahun 2013 pegadaian menjadi “champion” dalam pembiayaan mikro dan kecil berbasis gadai dan fiducia bagi masyarakat menengah ke bawah”.<sup>5</sup>

#### b. Misi Pegadaian

1) Membantu program pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya golongan menengah ke bawah dengan memberikan solusi yang terbaik melalui penyaluran pinjaman skala mikro, kecil dan menengah atas dasar hukum gadai dan fiducia.

2) Memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan dan melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten.

3) Melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya.\

### 3. Budaya Perusahaan

Pegadaian syariah di dalam tindakan operasionalnya sehari-hari mempunyai budaya perusahaan yang diaktualisasikan ke dalam bentuk simbol atau maskot si **INTAN** yang bermakna:

Inovatif : Penuh gagasan (kreatif), aktif, dan menyukai tantangan.

Nilai

moral tinggi : Taqwa, jujur, berbudi luhur, dan royal.

Terampil : Menguasai pekerjaan, tanggap, cepat, dan akurat. Adil dan berlayana: Sopan, ramah, berkepribadian dan simpatik.

Nuansa citra : Berorientasi bisnis, mengutamakan kepuasan pelanggan untuk selalu berusaha mengembangkan diri.

Makna yang terkandung dalam maskot si **INTAN** adalah kepala yang berbentuk berlian memberi makna bahwa pegadaian mengenal batu intan sudah puluhan tahun. Intan tidak lebih dari sebuah bongkahan batu yang diciptakan alam

dari sebuah proses yang memakan waktu ratusan tahun lamanya. Kekerasannya menjadikan ia tidak dapat tergores dari benda lain. Tetapi ia juga dapat dibentuk menjadi batu yang sangat cemerlang (*brilliant*).

Dengan kecemerlangan itulah, kemudian ia disebut berlian. Karakteristik batu intan itudiharapkan terdapat juga di dalam setiap insan pegadaian. Sikap tubuh dengan tangan terbuka dan wajah tersenyum memberi makna sikap seorang pelayan yang selalu siap memberikan pelayanan prima kepada siapa saja. Sedangkan rompi warna hijau memberikan makna keteduhan sebagai insan pegadaian

#### 4. Struktur dan Bagan Organisasi

Adapun struktur organisasi pegadaian Syariah Cabang Paopo di Jalan Andi Tadda samping pasar Subuh Palopo.

**GAMBAR 1.3**  
**Struktur Organisasi Pegadaian Syariah**



menyalurkan uang pinjaman (*Qardh*) secara hukum gadai yang didasarkan pada penerapan prinsip syariat Islam.

*Penaksir*, bertugas menaksir *marhun* (barang jaminan) untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan petetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.

*Kasir*, bertugas melakukan penerimaan, penyimpanan, dan pembayaran serta pembukuan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional Kantor Cabang.

*Pemegang Gudang*, bertugas melakukan pemeriksaan, penyimpanan, pemeliharaan dan pengeluaran serta pembukuan *marhun* selain barang kantong sesuai dengan pengaturan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan *marhun*.

*Penyimpan Marhun*, bertugas mengelola gudang marhun emas dengan menerima, menyimpan, merawat, mengeluarkan, dan mengadministrasikannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mengamankan serta menjaga keutuhan barang milik *rahin* (Penggadai).

*Keamanan*, bertugas mengamankan harta perusahaan dan *rahin* dalam lingkungan kantor dan sekitarnya.

*Staf*, bertugas memelihara kebersihan, keindahan, kenyamanan gedung ruang kerja, mengirim dan mengambil surat/dokumen untuk menunjang kelancaran tugas administrasi dan tugas operasional Kantor Cabang.

## **B. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang**

### ***Palopo dalam Menarik Minat Nasabah***

Perum Pegadaian Syariah merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif, karena tidak memerlukan persyaratan yang sulit seperti di Bank. Di pegadaian syariah nasabah hanya perlu membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis serta fotocopy KTP dan mengisi permohonan kredit maka nasabah sudah bisa mendapatkan dana yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya baik produktif maupun konsumtif.

Sampai saat ini *Ar-Rahn* merupakan produk yang paling diminati oleh masyarakat di Pegadaian Syariah. Menurut beberapa mazhab *Rahn* berarti hutang yang nantinya dapat dijadikan jaminan hutang yang nantinya dapat dijadikan sebagai pembayar hak piutang tersebut. Sedangkan pada pegadaian *Rahn* adalah pembelian skim pinjaman dengan sistem gadai berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang mengacu pada sistem administrasi modern, *rahn* dilakukan secara sukarela atas dasar tolong menolong, dan tidak semata-mata mencari keuntungan. Dengan agunan berupa emas, berlian, barang elektronik, dan kendaraan bermotor. Dalam produk *Rahn* tidak dikenal bunga uang, sehingga *rahn* tidak dikenakan tambahan pembayaran tetapi dimungkinkan penerima gadai memperoleh imbalan berupa sewa tempat penyimpanan *marhun* (barang jaminan). Adapun setiap usaha yang dilakukan oleh pegadaian syariah adalah merupakan bagian dari pemasaran. Bagaimana cara untuk menarik minat nasabah serta agar nasabah yang sudah ada tetap setia dan loyal kepada pegadaian syariah.

Sasaran produk gadai syariah adalah kepada nasabah yang potensial, diantaranya adalah nasabah yang memerlukan dana cepat yang bisa langsung dicairkan untuk keperluan pendidikan, perdagangan, pertanian, kesehatan, perumahan dan konsumsi.

Untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo meliputi 4 variabel dalam bauran pemasaran, yaitu:

1. Strategi dalam bidang produk

Menurut Nuzul pegadaian syariah cabang Palopo telah mengembangkan atau memasarkan 5 produk yaitu rahn, arrum, mulia, kiriman uang cara instan , cepat dan aman (KUCICA), dan Jasa taksiran.<sup>48</sup>

a. *Rahn*

*Rahn* merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah. *Rahn* adalah produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, di mana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan *ijarah* (biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan).

Seperti yang diungkapkan oleh Halija:

“Ar-Rahn (gadai syariah) merupakan salah satu produk unggulan yang ada disini. Ar-Rahn merupakan skim pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan sistem gadai yang sesuai syariah Islam berupa emas, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor”<sup>49</sup>

Lebih lanjut Hendri menambahkan bahwa 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 untuk menarik minat nasabah sekaligus mempertahankan nasabah tersebut agar tetap setia dan loyal”<sup>50</sup>

*Rahn* dilakukan apabila *rahin* hendak meminjam lagi uang pinjaman yang telah dilunasinya dengan tetap menggunakan barang yang sama sebagai jaminan. Atas pelunasan pinjaman, *rahin* wajib membayar *ijarah* sampai tanggal

---

<sup>48</sup>Nuzul Rahmat, Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Cabang Palopo“wawancara” 6 Juni 2017

<sup>49</sup> Halija, Penaksir Madya Pegadaian Syariah Cabang Palopo“wawancara” 6 Juni 2017

<sup>50</sup> Hendri Sania, Kasir Pegadaian Syariah Cabang Palopo“wawancara” 6 Juni 2017

pelunasan. Selanjutnya, karena transaksi ini dibuat *akad* baru seperti halnya proses gadai biasa maka kepada *rahn* dikenakan biaya administrasi. Untuk memberikan tanda bahwa *rahn* hanya membayar *ijarah*, maka slip surat bukti *rahn* diberi tanda UR yang artinya Ulang Rahn.

Pegadaian menentukan besarnya pinjaman dan biaya pemeliharaan berdasarkan taksiran emas yang digadaikan. Taksiran emas yang diperhitungkan ini dapat dilihat dari karatase emas, volume, serta berat emas yang digadaikan. Untuk layanan Rahn, jangka waktu pinjaman yang diberikan selama 4 bulan dan tidak perlu khawatir karena anda bisa memperpanjangnya hingga berkali-kali. Menariknya, pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan *ijarah* selama masa pinjaman.

Adapun penerimaan *marhun bih*/pinjaman pada produk ini bisa dalam bentuk tunai atau ditransfer ke rekening nasabah. Untuk peminjaman mulai dari Rp 50.000 hingga Rp 500.000, tarif *ijarah* dengan agunan emas maupun non emas yaitu sebesar 0.45% dari nilai taksiran dan untuk pinjaman Rp 500.001 hingga Rp 20.000.000, tarif *ijarah*-nya sebesar 0.710% dari nilai taksiran untuk emas dan untuk non emas sebesar 0.72%. Sedangkan untuk pinjaman di atas Rp 20 juta, tarif *ijarah* dengan agunan emas yaitu 0.62% dan untuk non emas 0.65% dari nilai taksiran.

Pegadaian syariah menjawab kebutuhan transaksi gadai syariah, untuk solusi pendanaan yang cepat, praktis dan menentramkan. Hanya dengan 15 menit kebutuhan dana nasabah akan segera terpenuhi. Tidak perlu prosedur yang memberatkan. Apabila sudah jatuh tempo, tetapi nasabah belum bisa melunasinya, maka bisa diperpanjang dan hanya dengan membayar sewa simpan dan pemeliharaan serta biaya administrasi.

b. *Arrum*

ARRUM merupakan hasil pengembangan produk (*Ar-Rahn* untuk Usaha Mikro Kecil). ARRUM adalah skim pembiayaan berprinsip syariah Islam bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsur tiap bulan dengan jumlah tetap, namun pelunasan sekaligus juga dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon *ijaroh* dan jaminan atau agunan berupa BPKB kendaraan bermotor (mobil atau motor). Tujuan ARRUM selain diversifikasi dari Pegadaian Syariah juga dengan maksud untuk pengembangan usaha mikro dan kecil yang membutuhkan pembiayaan modal kerja atau investasi secara syariah.

Menurut Helmi sistem pengembalian secara angsuran dan agunan BPKB motor/mobil. Dengan batas minimum Rp. 5 juta dengan kelipatan 100 ribu. Dan batas maksimal Rp. 50 juta dengan kelipatan 100 ribu. Pembayaran *ijaroh* dibayar dengan cara diangsur bersamaan dengan pembayaran angsuran pokok pembiayaan yang jumlahnya tetap setiap bulannya. Tujuan ARRUM di samping 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.<sup>51</sup>

Untuk bisa mengajukan pinjaman melalui produk Arrum ini, masyarakat bisa memilih jangka waktu pinjaman yang bisa disesuaikan dengan kemampuan Anda. Anda pun bisa melunasi pinjaman dalam jangka waktu 12, 18, 24 atau 36 bulan. Besarnya uang pinjaman yang bisa diajukan di layanan Arrum mulai dari Rp 20.000.000 hingga Rp. 150.000.000. *Ijaroh* yang harus Anda bayarkan melalui kalkulasi Rp 950.00 x (taksiran Rp 100.000).

---

<sup>51</sup> Nuzul Rahmat, Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Cabang Palopo "wawancara" 6 Juni 2017



c. *Mulia*

Saat ini Pegadaian Syariah Cabang Palopo juga memiliki produk MULIA. Logam Mulia atau Emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia di samping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid dan aman secara riil. MULIA adalah penjualan Logam Mulia oleh Pegadaian kepada masyarakat secara tunai, dan agunan dengan jangka Fleksibel. Akad murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi adalah persetujuan atau kesepakatan yang dibuat bersama antara pegadaian dengan nasabah atas sejumlah pembelian Logam Mulia disertai keuntungan dan biaya-biaya yang disepakati. Berinvestasi melalui Logam Mulia merupakan jembatan nasabah untuk dapat menunaikan Ibadah Haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak di masa yang akan datang, dan untuk dapat memiliki tempat tinggal dan kendaraan.

Menurut Hendri Pengoptimalan taksiran logam mulia dilakukan dengan cara mengoptimalkan segi taksiran emas disesuaikan dengan HPS (Harga Pasar Setempat), keakuratan timbangan secara teratur dicek, alat uji berlian dan alat taksiran dicek secara teratur pula.<sup>52</sup>

Untuk nilai peminjaman di pegadaian syariah nilainya adalah 85 % dari harga emas. Jadi bila emas kita ditaksir pegadaian bernilai Rp 1.000.000 (satu juta rupiah) maka nilai maksimal uang yang bisa dipinjam adalah Rp 850.000. Untuk biaya penitipan pegadaian memakai rumus perkalian taksiran / Rp 10.000 X 79 (nilai 79 bisa berubah menjadi 73 atau bahkan dibawahnya jika pinjaman semakin rendah dari nilai taksiran).

---

<sup>52</sup> Hendri Sania, Kasir Pegadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 7 Juni 2017

Misalnya emas kita ditaksir pegadaian syariah bernilai 1 juta, maka nilai pinjaman maksimal  $85\% \times \text{Rp } 1.000.000 = \text{Rp } 850.000$  dan kita ingin mengambil nilai peminjaman maksimal maka biaya penitipan per 10 hari adalah  $\text{Rp } 1 \text{ jt} / \text{Rp } 10 \text{ rb} \times 79 = \text{Rp } 7.900 / 10 \text{ hari}$

Jadi jika misalnya menggadai emas dalam masa 15 hari maka jumlah yang akan dibayarkan adalah:

$$\text{Rp } 15.000 \text{ (dibayar dimuka)} + \text{Rp } 850.000 + (2 \times \text{Rp } 7.900) = \text{Rp } 880.800.$$

Jika ingin menggadai lebih lama maka tinggal mengalikan nilai penitipan (dihitung per 10 hari).

#### d. Jasa Taksiran

Selain produk-produk di atas, pegadaian syariah Palopo masih memiliki satu produk lagi. Jasa Taksiran adalah suatu layanan kepada masyarakat yang peduli akan harga atau nilai harta benda miliknya. Dengan biaya yang relatif ringan, masyarakat dapat mengetahui dengan pasti tentang nilai atau kualitas suatu barang miliknya setelah lebih dulu diperiksa dan ditaksir oleh juru taksir berpengalaman.

Hendri mengatakan bahwa untuk jasa taksiran kami memastikan terlebih dahulu nilai atau kualitas suatu barang tersebut. Misalnya dalam memastikan kualitas emas atau batu permata itu dimaksudkan agar memberikan rasa aman dan rasa lebih pasti bahwa barang tersebut benar-benar mempunyai nilai investasi yang tinggi. Sehingga kebingungan masyarakat atau nasabah tidak akan berlarut-larut dan kepentingannya juga akan terlindung.<sup>53</sup>

Lebih lanjut Nuzul menambahkan untuk pengoptimalan taksiran nasabah tidak perlu khawatir dengan taksiran barang yang dimiliki. Karena untuk

---

<sup>53</sup> Hendri Sania, Kasir Pegadaian Syariah Cabang Palopo "wawancara" 7 Juni 2017

sementara di Pegadaian Syariah Cabang Palopo barang yang dapat digunakan sebagai jaminan hanya berupa emas/perhiasan dan handphone maka nilai taksiran disesuaikan dengan HPS (Harga Pasar Setempat) dan alat uji dan alat taksiran secara berkala dicek keakuratannya sehingga nasabah tidak perlu khawatir terhadap nilai taksiran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah. Pengoptimalan taksiran yang dilakukan Pegadaian Syariah Cabang Palopo berhasil ini terbukti dengan meningkatnya omzet tiap tahunnya.<sup>54</sup>

Untuk biaya jasa taksiran dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.**  
**Biaya Cetak Emas**

Biaya Cetak Emas		
Denominasi	Cetakan antam	Cetakan abs
Kepingan 1 Gram	Rp. 85.000,-	Rp. 40.000,-
Kepingan 2 Gram	Rp. 86.000,-	Rp. 66.000,-
Kepingan 5 Gram	Rp. 127.000,-	Rp. 83.000,-
Kepingan 10 Gram	Rp. 177.000,-	Rp. 111.000,-
Kepingan 25 Gram	Rp. 245.000,-	Rp. 178.000,-
Kepingan 50 Gram	Rp. 516.000,-	Rp. 301.000,-
Kepingan 100 Gram	Rp. 632.000,-	Rp. 507.000,-

**Tabel. 2**  
**Biaya Transaksi**

Biaya Transaksi		
Transaksi	Biaya	Keterangan
Pembukaan Rekening	Rp. 10.000,-	Per Rekening Tabungan
Transfer Emas	Rp. 2.000,-	Per Transaksi
Pencetakan Rekening Koran	Rp. 1.000,-	Per Lembar
Penggantian Buku Tabungan (Akibat Hilang/ Rusak)	Rp. 10.000,-	Per Buku Tabungan
Penutupan Rekening	Rp. 30.000,-	Per Rekening Tabungan
Denda Keterlambatan Pengambilan Emas Cetakan	Rp. 20.000,-	Per Order Cetak. Per 30 Hari dan maks. Rp. 250.000,- Dibebankan mulai hari ke-121 dari tanggal order cetak.
Biaya Fasilitas Titipan Emas	Rp. 2.500,-	Per bulan

<sup>54</sup> Nuzul Rahmat, Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Cabang Palopo "wawancara" 6 Juni 2017

**Tabel 3.**  
**Pembatasan Transaksi Per Hari/Nasabah**

Transaksi	Pembatasan Transaksi (Per Hari Per Nasabah)		
	Pembatasan		
	Minimal	Maksimal	Ket
Pemilik Rekening dapat membeli	0.01 gr	100 gr	per CIF
Pemilik Rekening dapat menjual	1 gr	100 gr	per CIF
Pemilik Rekening dapat mencetak	1 gr	100 gr	per CIF
Pemilik Rekening dapat mentransfer	1 gr	100 gr	per CIF
Saldo rekening	0.1 gr	- gr	per Rekening
Pemilik Rekening dapat membeli	0.01 gr	100 gr	per CIF

Dengan strategi produk yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo diharapkan mampu menarik minat nasabah. Karena nasabah dapat memilih salah satu produk yang dibutuhkan oleh nasabah dari 5 macam produk yang ada di Pegadaian Syariah Palopo.

Sampai saat ini produk yang paling diminati di pegadaian syariah adalah Rahn. Karena untuk sementara ini Pegadaian Syariah Cabang Palopo hanya menerima jenis agunan berupa emas, baik dalam bentuk perhiasan maupun logam mulia, berlian, dan untuk barang elektroniknya berupa handphone serta laptop. Untuk handphone yang dapat dijadikan agunan hanya merk Ip-Phone, Samsung dan model-model yang terbaru saja, hal ini didasarkan atas analisa bahwa apabila nasabah tidak menebus barangnya, Pegadaian Syariah Palopo akan lebih mudah melelang barang tersebut disebabkan peminat-peminat merek tersebut cukup banyak, serta harganya relatif stabil.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Halija, Penaksir Madya Pegadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 6 Juni 2017

Dengan adanya produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pondok Aren berhasil, ini telah terbukti dengan meningkatnya omzet tiap tahun.

## 2. Strategi dalam bidang promosi

Promosi yang dilakukan oleh pegadaian Syariah Cabang palopo dalam memasarkan produk gadai syariah adalah dengan cara:

Pertama, melalui Periklanan (*Advertising*), yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk gambar atau kata-kata yang tertuang dalam buku atau majalah pegadaian, spanduk, brosur, dan lain-lain. Seperti yang diungkapkan oleh Nuzul bahwa untuk melakukan promosi kami biasanya membagikan brosur kepada masyarakat.<sup>56</sup> Strategi promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo melalui periklanan baik majalah, brosur, spanduk, media social seperti facebook dan Instagram dan memberikan undian berhadiah kepada masyarakat yang mengumpulkan koin terbanyak.<sup>57</sup> Strategi tersebut cukup menarik minat nasabah untuk menggunakan produk gadai syariah yang ditawarkan oleh Pegadaian syariah Palopo dengan memberitahukan manfaat ataupun keuntungan yang dapat diperoleh.

Kedua, melalui Penjualan Pribadi (*Personal selling*), yaitu promosi yang dilakukan oleh karyawan Pegadaian Syariah Cabang Palopo dalam melayani, mensosialisasikan atau menjelaskan kelebihan produk- produk gadai syariah kepada nasabah yang datang langsung ke pegadaian syariah.

Ketiga, melalui Publisitas (*publicity*), yaitu promosi dengan cara menjadi seponsor untuk kegiatan-kegiatan yang membutuhkan dana, dan membuka stand

---

<sup>56</sup> Nuzul Rahmat, Pimpinan Cabang Pengadaian Syariah Cabang Palopo“wawancara” 6 Juni 2017.

<sup>57</sup>Nuzul Rahmat, Pimpinan Cabang Pengadaian Syariah Cabang Palopo“wawancara” 6 Juni 2017.

di kegiatan tersebut. Dengan menerima mahasiswa magang dan observasi juga merupakan salah satu cara mempromosikan Pegadaian Syariah Palopo.

Promosi yang dilakukan dengan publisitas melalui kegiatan amal yang dilakukan, diharapkan agar masyarakat dapat melihat bahwa Pegadaian Syariah peduli akan masyarakat yang kurang mampu, dan peduli akan kegiatan positif yang dilakukan oleh masyarakat.

### 3. Strategi dalam bidang harga

Penetapan strategi harga produk gadai syariah pada pegadaian Syariah Cabang Palopo dengan cara memotong tarif *ijarah*, apabila pinjaman pegadaian yang diperoleh nasabah tidak mencapai batas maksimum prosentase pinjaman (yakni 80%) dari harga kendaraan/taksiran barang jaminan, maka kepada nasabah tersebut akan diberikan diskon *ijarah* yang besarnya akan ditetapkan sesuai dengan uang pinjaman.

Menurut SE. No. 19/US.100/2008 tentang Petunjuk Pelaksanaan SK 07/US.1.00/2008 perihal penggolongan *Marhun Bih* dan Tarif Biaya Administrasi pada kantor cabang Pegadaian Syariah.

**Tabel 4**  
**Penggolongan *Marhun-bih* (Uang Pinjaman) dan Biaya Adinistrasi**

<b>Gol</b>	<b>Plafon Marhun-bih (Rp)</b>	<b>Biaya Adm</b>
A	20.000 - 150.000	1.000
B	151.000 – 500.000	3.000
C1	501.000 – 1.000.000	8.000
C2	1.005.000 – 5.000.000	15.000
C3	5.010.000 – 10.000.000	25.000
C4	10.050.000 – 20.000.000	40.000
D1	20.100.000 – 50.000.000	60.000
D2	50.100.000 – 200.000.000	100.000

Menurut Nuzul besarnya *marhun bih* dihitung berdasarkan nilai taksiran. Nilai taksiran ditetapkan dari harga pasar barang. Penetapan nilai taksiran berpedoman pada ketentuan dalam buku pedoman menaksir dan surat edaran yang

berlaku pada sistem konvensional sedangkan besarnya nilai pinjaman dihitung dari presentase nilai taksiran juga digunakan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya jasa simpanan, untuk memudahkan dalam penetapan tarif, maka besarnya tarif dapat dihitung atas dasar kelipatan nilai taksir per Rp. 10.000.<sup>58</sup>

Halija menambahkan bahwa 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 dengan 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.<sup>59</sup>

Jika *marhun* berupa emas, berlian maka tarif ijarah yang dikenakan sebesar Rp.80,00 (Delapan Puluh Rupiah), untuk *marhun* yang berupa elektronik maka tarif ijarah yang dikenakan sebesar Rp. 85,00 (Delapan Puluh Lima Rupiah), sedangkan untuk *marhun* yang berupa kendaraan bermotor tarif ijarah yang dikenakan sebesar Rp.90,00 (Sembilan Puluh Rupiah). Strategi harga yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo adalah memotong tarif ijarah untuk emas, berlian dari Rp. 85,00 menjadi Rp. 80,00 untuk barang-barang elektronik pemotongan tarif ijarah dari Rp.90,00 menjadi Rp.85,00 sedangkan untuk kendaraan bermotor pemotongan tarif ijarah dari Rp.95,00 menjadi Rp.90,00. Dengan pemotongan tarif ijarah diharapkan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan produk Gadai Syariah pada Pegadaian Syariah.

Contoh:

---

<sup>58</sup> Nuzul Rahmat, Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 6 Juni 2017

<sup>59</sup> Halija, Penaksir Madya Pegadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 6 Juni 2017

Barang jaminan berupa emas 22 karat seberat 50 gram dengan taksiran Rp. 10.000.000.

*Marhun bih* : 90 % x Rp. 10.000.000 = Rp. 9.000.000

Biaya Administrasi : Marhun bih termasuk dalam Golongan C3 maka biaya administrasinya sebesar Rp. 25.000 Biaya selama 4 bulan : taksiran / Rp.10.000 x Rp.80 x JW/10

$10.000.000 / 10.000 \times 80 \times 120 / 10 = \text{Rp. } 960.000$

Total biaya yang harus dibayar =Rp.9.000.000 + Rp.960.000  
=Rp.9.960.000

Berdasarkan perhitungan di atas, maka perhitungan di Pegadaian Syariah sudah sesuai dengan fatwa DSN No. 25 tentang Rahn yang berbunyi besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman<sup>60</sup>. Adapun pengenaan tarif ijarah 1 hari dihitung 10 hari dikarenakan apabila digunakan tarif perhitungan 1 hari dihitung 1 hari juga, maka hal ini mempengaruhi operasional pegadaian syariah yang akan mengakibatkan kerugian. Memang hal ini dirasakan merugikan para pengguna jasa layanan pegadaian syariah tapi sebelum para pihak melakukan akad, *rahin* diawal kesepakatan sudah diberitahukan hal tersebut.

Kesimpulannya adalah, strategi yang digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo ada tiga, yaitu strategi produk, promosi, dan harga. Ketiga strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo sudah diatur dalam pedoman Operasional Gadai Syariah yang berlaku umum tetapi tergantung kondisi cabang yang berbeda-beda. Yang terkait dalam strategi pemasaran ini

---

<sup>60</sup>Ahmad Kamil dan M. Fauzan, *Kitab Undang-Undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 545.



adalah dewan direksi perum pegadaian yang membuat strategi secara umum dan seluruh pegawai pegadaian syariah bertanggung jawab dalam melakukan pemasaran atas produk gadai syariah tersebut. Untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang diterapkan di Pegadaian Syariah Cabang Palopo maka diadakan evaluasi setiap bulannya. Dan dilihat jika salah satu strategi ada yang tidak mengenai sasaran dan target maka strategi tersebut dirubah dan dicari strategi baru.

### ***C. Implementasi Strategi Pemasaran pada Produk Gadai Syariah dapat Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo***

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

Dalam bidang *product* 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.

Dari strategi-strategi tersebut, sebenarnya bagi pegadaian masih terbuka peluang untuk melakukan strategi lain dalam meningkatkan jumlah nasabah, omzet, dan jumlah barang jaminan. Dalam bidang promosi, pegadaian syariah Palopo melakukan promosi melalui media sosial, radio dan Koran. Strategi yang sudah pegadaian lakukan telah mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan

peningkatan jumlah uang pinjaman/omzet, sebesar 85,5% pada periode Agustus-Desember 2015 ke periode Januari-Desember 2016 yakni dari Rp. 1.061.372.000 menjadi Rp. 10.131.608.000 dan peningkatan sebesar 62,6% .<sup>61</sup>

Peningkatan omzet yang terjadi di Pegadaian Syariah Cabang Palopo, selain karena faktor 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 mendaftar 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.<sup>62</sup>

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 Cabang Palopo lebih mengutamakan pada pemeliharaan hubungan baik dengan para nasabah agar tetap setia dan loyal untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

---

<sup>61</sup> Sumber data pegadaian syariah cabang Palopo tahun 2017.

<sup>62</sup>Nuzul Rahmat, Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Cabang Palopo“wawancara” 6 Juni 2017.

## 1. Kelebihan pegadaian syariah cabang Palopo

### 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. Ini berarti pegadaian syariah dapat memberikan uang pinjaman yang lebih tinggi dari bank syariah.

2. Kekurangan pegadaian syariah cabang Palopo

a. Tempat penyimpanan tidak terlalu besar

Pegadaian syariah mempunyai ketidakmerataan dalam hal luasnya tempat penyimpanan, penyimpanan pada kantor cabang 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) 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**

1. Strategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo meliputi tiga variabel yaitu: *Pertama* dengan strategi produk, dengan cara pengembangan produk rahn, arrum, mulia, KUCICA, dan Jasa taksiran. *Kedua*, dengan strategi periklanan, yaitu dilakukan dengan cara promosi melalui periklanan baik majalah, brosur, spanduk, media social seperti facebook dan Instagram dan memberikan undian berhadiah kepada masyarakat yang mengumpulkan koin terbanyak dan *Ketiga*, adalah strategi harga.

2. Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo ternyata mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah uang pinjaman/omset dan jumlah barang jaminan yang dimiliki Pegadaian Syariah Palopo. Peningkatan jumlah uang pinjaman/omzet, sebesar 85,5% pada periode Agustus-Desember 2015 ke periode Januari-Desember 2016 yakni dari Rp. 1.061.372.000 menjadi Rp. 10.131.608.000 dan peningkatan sebesar 62,6% .

#### **B. Saran**

1. Hendaknya Pegadaian Syariah semakin aktif untuk meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran, baik promosi dan sosialisasi, karena kegiatan pemasaran terbukti mampu meningkatkan jumlah nasabah. Namun jika dilihat dari persentase peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun dirasakan masih belum berhasil secara maksimal. Oleh karena itu perlu diadakan evaluasi terhadap pelaksanaan aktivitas promosi dan sosialisasi secara terus menerus untuk

mengetahui seberapa efektif keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan, mengatasi berbagai kendala yang timbul dan sebagai bahan acuan perencanaan kegiatan promosi dan sosialisasi di masa mendatang.

2. Kemampuan Sumber Daya Manusia perlu lebih ditingkatkan lagi baik melalui pendidikan dan pelatihan yang diberikan serta penyeleksian calon karyawan baru dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan profesionalitas kerja pegawai syariah.

3. Evaluasi juga perlu dilakukan dengan mendengarkan masukan yang diberikan oleh para nasabah sebagai upaya untuk membangun hubungan kekerabatan silaturahmi antara pegawai syariah dengan para nasabahnya. Hal ini akan menciptakan kesan positif sekaligus bagian dari sosialisasi pemahaman, pengetahuan, dan pengenalan produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainudin. *Hukum Gadai Emas Syariah*, Jakarta : Sinar Grafika 2008.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* Cetakan ke-12. Jakarta: Gema Insani Press bekerja sama dengan Tazkia Cendekia,2001.
- Departemen Agama RI, Al-Quran dan terjemahnya, Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1991.
- Firdaus NH dkk, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005.
- Firdaus, Muhammad. *Fatwa-fatwa Ekonomi Syariah Kontemporer*, Jakarta: Renaisan Anggota IKAPI, 2005.
- Hadi, Amirul dan Haryianto, *Metodologi Penelitian Pendidikan untuk IAIN dan Ptain semua jurusan komponen MKK*, Bandung : Pustaka Setia, 1998.
- Hendra, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Kartajaya, Hermawan dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.
- Kartajaya, Hermawan. *Muhammad syakir sula, pemasaran syariah, Bandung: mizan pustaka, 2006.*
- Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta, Erlangga, 2001. \
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian)*, Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 1993.
- Krisnawati, Dewi. *Peranan Pengadaian Syariah dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Kota Palopo*, Skripsi, IAIN Palopo, 2013.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002.
- Muhammad, *kebijakan Fiskal dan Moneter Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, Yogyakarta: Liberty, 1997.
- Nurmalasari, *Preferensi Masyarakat Kota Palopo terhadap Pengadaian Syariah*. Skripsi, IAIN Palopo, 2013.
- Rais, Sasli. *Pegadaian Syari'ah; Konsep dan Sistem Kontemporer*. Jakarta: UI Prees, 2005.



Soetjipto, Budi W. *SahalaHarahap, dll, HR Excellence 2007Kisah Sukses Para Kampium SDM*, Jakarta:Salemba Empat, 2008.

Sugiono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula)*, Yogyakarta: UGM Press, 2004.

Wasito, Hermawan. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1993.