STRATEGI PEMASARAN PRODUK *ARRUM* MIKRO DALAM MENARIK MINAT NASABAH PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU DI MASA PANDEMI *COVID-19*

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan SyariahFakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo

Oleh

ANDI NURFAIKA MUSLIM

17 0402 0196

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPALOPO

2022

STRATEGI PEMASARAN PRODUK *ARRUM* MIKRO DALAM MENARIK MINAT NASABAH PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU DI MASA PANDEMI *COVID-19*

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan SyariahFakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo

Oleh

ANDI NURFAIKA MUSLIM

17 0402 0196

Pembimbing:

Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Andi Nurfaika Muslim
NIM	: 17 0402 0196
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnin Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi 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 dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 01 Juni 2022

Yang membuat pertanyaan,

Andi Nurfaika Muslim

NIM. 17 0402 0082

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pemasaran Produk Arrum Mikro dalam Menarik Minat Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu di Masa Pandemi COVID-19 oleh Andi Nurfaika Muslim Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1704020196, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa 10 Mei 2022 bertepatan dengan 09 Syawal 1433 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Palopo, 10 Mei 2022

TIM PENGUJI

1.	Dr. Hj. Ramlah M., M.M.	Ketua Sidang	( )
2.	Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.	Sekretaris Sidang	( )
3.	Hendra Safri, S.E., M.M.	Penguji I	( )
4.	Megasari, S.Pd., M.Sc.	Penguji II	( )
5.	Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.	Pembimbing	( )

Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ketua Pogram Studi Perbankan Syariah
Dr. Hj. Ramlah M., M.M. NIP.19610208 199403 2 001	Hendra Safri, S.E., M.M. NIP.19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ وَعَلَى اٰلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِيْنَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT., yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Strategi Pemasaran Produk *Arrum* Mikro dalam Menarik Minat Nasabah di Pegadaian Syraiah Cabang Luwu di Masa Pendemi *Covid-19*" setelah melalui proses yang Panjang.

Selawat dan Salam kepada Nabi Muhammad SAW SAW., kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi perbankan syari'ahdi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skirpsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Terima kasih kepada kedua orang tuaku tercinta Bapak Muslimin dan Ibu Nurmiati serta tante Murniati, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang yang tak kenal putus asa sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Begitu juga semua saudara dan saudariku yang selama ini membantu dan mendoakanku.

Mudah-mudahan Allah SWT., mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keihklasan, kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor (IAIN) Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo,Muhammad SAW Ruslan Abdullah, S.E., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Tadjuddin, S.E., M.Ak., CA. Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah dan Muzayyanah Jabani, S.T., M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah
3. Hendra Safri, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesain skripsi.
4. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.selaku pembimbing yang senantiasa telah memberikan bimbingan, masukan, arahan dan semangat kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di IAIN Palopo khususnya pada saat menyusun skripsi ini.

5. Hendra Safri, S.E., M.M. selaku penguji utama yang memberikan kritikan dan arahan kepada penulis dalam menyekesaikan skripsi.
6. Megasari, S.Pd., M.Sc. selaku penguji kedua yang memberikan kritikan dan arahan kepada penulis dalam menyekesaikan skripsi.
7. Andi Farhami Lahila M, S.E.Sy., M.E.Sy. selaku Dosen Penasehat Akademik.
8. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Madehang, S.Ag.,M.Pd. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
10. Bapak Kak Itwan Wancie selaku Kepala Unit Bisnis Mikro Luwu, Bapak Adriansyah selaku Staf Mikro dan Ibu Dwi Utami selaku BPO RO serta nasabah produk arrum Mikro pegadaian syariah cabang Luwu yang telah memberikan izin dan meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang di butuhkan oleh peneliti hingga selesai menyusun skripsi.
11. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017 (khususnya kelas PBS F) dan teman-teman KKN Posko Desa SassaAngkatan XXXVIII tahun 2021/2022 serta pihak-pihak lain yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu, yang selama

ini membantu dan selalu memberikan saran dan Do'a dalam penyusunan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Dan selalu diberi petunjuk kejalan yang lurus serta mendapatkan Ridho-Nya Aamiin.

Akhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan bersama dan semoga usaha penulis, bernilai ibadah disisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah disisi-Nya Aamiin.

Palopo, 01 Juni 2022

Andi Nurfaika Muslim

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba’	B	Be
ت	Ta’	T	Te
ث	Ṡa’	Ṡ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa’	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet dengan titik di atas
ر	Ra’	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍad	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. *Vokal*

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	*Fathah*	A	A
اِ	*Kasrah*	I	I
اُ	*Damah*	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يْ	*Fathah* dan*ya’*	Ai	a dan i
وْ	*Fathah* dan *wau*	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هَوْلَ : *haula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf,transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ى ... َ | ا ... َ	*Fathah*dan *alif* atau *ya'*	A	a dan garis di atas
ـِـى	*kasrah* dan *ya'*	I	i dan garis di atas
و	d}ammah dan wau	U	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*
رَمَى : *rāmā*
قِيْلَ : *qīla*
يَمُوْتُ : *yamūtu*

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan*dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَة الأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
اَلْمَدِيْنَة اَلْفَاضِلَة : *al-madīnah al-fādilah*
اَلْحِكْمِة : *al-hikmah*

5. *Syaddah(Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ـّـ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*
نَجَّيْنَا : *najjainā*
اَلْحَقَّ : *al-h}aqq*
نُعِّمَ : *nu'ima*
عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf ىber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasr* (ـِـيّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال*(alif lam ma'rifah)*. Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya.Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

اَلْشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)
اَلْزَلْزَلَة : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)
اَلْفَلْسَفَة : *al-falsafah*
اَلْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (’) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُوْنَ : *ta’murūna*
اَلنَّوْعُ : *al-nau’*
شَيْءٌ : *syai’un*
أُمِرْتُ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur’an (dari *al-Qur’ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah.Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh{ al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِيْنُ اللهِ *dīnullāh* بِاللهِ *billāh*

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz} al-jalālah,* diteransliterasi dengan huruf [*t*]. Contoh:

هُمْ فِيْ رَحْمَةِ اللهِ *hum fī rahmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital *(All Caps)*, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata

sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muh{ammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wud}i'a linnāsi lallaz\ī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramad{ān al-laz\ī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr H{āmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid MuhammadibnRusyd, ditulismenjadi: IbnuRusyd, Abual-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abual-Walid MuhammadIbnu)
Nasr Hamid AbuZaid, ditulismenjadi: AbuZaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. *Daftar Singkatan*

Swt.	: *Subhanahu wa ta 'ala*
Saw.	: *Sallallahu 'alaihi wa sallam*
as	: *'alaihi al-salam*
ra	: *Radiallahu 'anha*
H	: Hijriyah
M	: Masehi
SM	: Sebelum Masehi
I	: Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	: Wafat tahun
No.	: Nomor
Vol	:Volume
QS.../...:4	: QS al-Baqarah/ 2:4 atau QS Ali 'Imran/3:4
HR	: Hadist Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
PRAKATA ..... **v**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xvi**
DAFTAR KUTIPAN AYAT ..... **xix**
DAFTAR HADIS ..... **xx**
DAFTAR TABEL ..... **xxi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxiii**
DAFTAR ISTILAH ..... **xxiv**
ABSTRAK ..... **xxvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Batasan Masalah 6
C. Rumusan Masalah 6
D. Tujuan Penelitian 6
E. Manfaat Penelitian 7

BAB II KAJIAN TEORI **8**
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan 8
B. Deskripsi Teori 10
1. Strategi Pemasaran 10
2. *Arrum* (*Ar-Rahn* untuk Usaha Mikro Kecil) BPKB 22
3. Minat Nasabah 24
4. Pegadaian Syariah 25
5. Pandemi *Covid-19* 30
C. Kerangka Pikir 32

BAB III METODE PENELITIAN **34**
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 34
B. Fokus Penelitian 34
C. Definisi Istilah 35
D. Desain Penelitian 36
E. Data dan Sumber Data 37
F. Instrumen Penelitian 39
G. Teknik Pengumpulan Data 40
H. Pemeriksaan Keabsahan Data 43
I. Teknik Analisis Data 44

BAB IV DESKRIPSIDAN ANALISIS DATA 47
A. Deskripsi Data 47
B. Pembahasan 56

BAB V PENUTUP 84
A. Simpulan 84
B. Saran 85

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat QS. al-Baqarah/2:283 27

DAFTAR HADIS

Hadis 1 Hadis Riwayat Bukhari no. 1926 (Gadai)..... 28

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Angsuran *ARRUM* Mikro..... 64

Tabel 2.2 Perkembangan Jumlah Nasabah *ARRUM* Mikro 81

DAFTAR GAMBAR

Bagan 2.1 Kerangka Konseptual 32
Bagan 3.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Cabang Luwu 51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Identitas Responden

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 5 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 6 Nota Dinas Penguji

Lampiran 7 Hasil Cek plagiasi

Lampiran 8 Brosur

Lampiran 9 Dokumentasi

Riwayat Hidup

DAFTAR ISTILAH

Arrum	: *Ar-Rahn* untuk Usaha Mikro Kecil
Mu'nah	: Sewa modal
Rahn	: Gadai
Rahin	: Yang menggadaiakan atau si peminjam
Murtahin	: Penerima gadai
Marhun	: Barang jaminan
Sighat	: Ijab kabul
Marhun Bih	: Uang pinjaman
Produk	: Produk
Price	: Harga
Place	: Lokasi
Promotion	: Promosi
Fidusia	: Hanya dokumen kepemilikan yang ditahan
Sponsorship	: Bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produknya kepada masyarakat
Canvassing	: Kegiatan penjualan untuk melakukan contact langsung dengan nasabah atau calon nasabah
Riba	: Melebihkan jumlah pinjaman saat pengembalian berdasarkan presentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok yang dibebankan kepada peminjam
Qimar	: Ketidakjelasan pada akad taruhan permainan/ perlombaan
Garar	: Ketidakjelasan pada akad jual beli
Pandemi	: Epidemi penyakit yang menyebar di wilayah yang luas
Lockdown	: Penutupan akses di sebuah area
Social discanting	: Pembatasan fisik atau jaga jarak
Marketing mix	: Bauran pemasaran
Bargaining position	: Nilai penawaran yang dimiliki oleh sebuah produk.
Intangible	: Aset yang tidak bersifat fisik
Market share	: Presentase dari total penjualan dalam suatu industri yang dihasilkan oleh perusahaan
Market leader	: Perusahaan yang memimpin pangsa pasar terbesar di industri tertentu
End-user	: Pengguna terakhir
Personal selling	: Teknik pemasaran dengan berkomunikasi langsung kepada pelanggan
Public relation	: Praktik mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat
Purposive sampling	: Teknik pengambilan sampel data dengan pertimbangan tertentu
Holistik	: Menyeluruh
Dinamis	: Berkembang

ABSTRAK

Andi Nurfaika Muslim, 2022. *"Strategi Pemasaran Produk Arrum mikro dalam Menarik Minat Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu Di Masa Pandemi Covid-19".* Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Hamida.

Skripsi ini membahas tentang Strategi Pemasaran Produk *Arrum* Mikro dalam Menarik Minat Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu Di Masa Pandemi *Covid-19.*Produk *arrum* mikro merupakan pembiayaan yang diberikan oleh pegadaian syariah kepada pengusaha untuk mengembangkan usaha dengan jaminan BPKB kendaraan motor atau mobil. Hanya dengan jaminan BPKB, kendaraan tetap dapat digunakan untuk menjalankan usaha, pengusaha memperoleh tambahan modal dengan cepat dan persyaratan yang mudah.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk *arrum* mikro dalam menarik minat nasabah Pegadaian Syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.* Jenis Penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data penelitian ini dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/ verifikasi data. Adapun untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk *arrum* mikro yang diterapkan oleh pegadaian syariah cabang Luwu melalui 4P yaitu: Strategi *Produk*, dengan cara membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, pengembangan produk *rahn* menjadi *arrum*dan pemberian layanan yang baik. Strategi*Price*, pengadaian syariah cabang Luwu memberikan *mu'nah* atau sewa modal yang lebih rendah dibandingkan dengan pembiayaan lainnya. Strategi*Promotion*, dengan menjadi *sponsorship*, melalui *canvassing*, sebar brosur, *door to door*, melalui internet seperti *whatsaap, wa blast, instagram, facebook,* bukalapak dan media sosial lainnya. Strategi*Place*, lokasi pegadaian syariah berada di pusat keramaian dekat dengan pasar tradisional Andi Tadda, berada di pusat kota dan berada di pinggir jalan raya.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Arrum (ar-Rahn untuk Usaha Mikro) BPKB, Minat Nasabah, Pegadaian Syariah, Pandemi Covid-19*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan lembaga keuangan dalam Islam adalah vital karena kegiatan bisnis dan roda ekonomi tidak akan berjalan tanpanya. Lembaga keuangan syariah terdiri dari lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan memiliki peran yang cukup penting dalam perekonomian di Indonesia, selain itu lembaga keuangan juga berperan sebagai lembaga yang memfasilitasi antara pihak yang surplus dana dengan pihak yang defisit dana. Pegadaian syariah merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang diperbolehkan menyalurkan pembiayaan.

Indonesia saat ini sedang dihadapkan pada bencana nasional berupa pandemi *covid-19.* Penyebaran*covid-19* tercatat sangat cepat dan masif di Indonesia, pandemi *covid-19* ini disinyalir bukan hanya menyerang kesehatan, namun juga ekonomi secara global, tak terkecuali Indonesia. Menanggapi hal tersebut, Menteri Keuangan Sri Mulyani mengatakan bahwa *covid-19* akan memperburuk ekonomi Indonesia, bahkan pertumbuhan ekonomi diprediksi bakal tumbuh hanya sebesar 2,5% bahkan bisa mencapai 0%.[1]

Selain itu kalangan pengusaha menilai *covid-19* telah membawa dampak negatif besar terhadap perekonomian Indonesia. Pasalnya, *covid-19* telah mengganggu mata rantai produksi industri sehingga perputaran bisnis menjadi

[1]Agus Waluyo, *Virus Corona Selama 6 Bulan Membuat Daya Beli Masyarakat Menurun,* (Merdeka.Com, 2 September 2020), 4.

tidak lancar, sementara kewajiban para pengusaha tetap harus berjalan. Akibatnya banyak karyawan yang terpaksa hilang pekerjaannya karena PHK. Nilai rupiah terus melemah tajam yang semakin memperkuat perekonomian Indonesia akan terus melambat.

Krisis pada masa pandemi *Covid-19* menurut laporan pers Humas Kemenkop dan UKM telah memberikan dampak besar terhadap pelaku usaha, dan 99% pelaku usaha tersebut adalah UMKM meliputi tidak sedikit PHK, banyak karyawan dirumahkan, menurunnya volume dan omset penjualan, menurunnya jumlah pembeli UMKM, harga APD melangit, bahan pokok naik, beberapa pasar ditutup dan UMKM terancam bangkrut atau gulung tikar.[2]Hal inilah yang mendorong beberapa masyarakat yang terkena dampak pandemi *covid-19* mendatangi pegadaian agar memperoleh dana dengan cara menggadaikan barang seperti emas, barang elektronik, alat-alat pertanian dan perikanan, kendaraan dan sertifikat.

Usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berhargakepada pihak yang tertentu, guna untuk memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai.[3]

Pegadaian syariah menyediakan fasilitas pinjaman dengan jaminan tertentu. Jaminan nasabah yang akan dijadikan agunan akan di taksir oleh penaksir, untuk menilai seberapa besar pinjaman yang layak diberikan kepada nasabah. Dalam

[2]Ahmad Fathoni, Dampak Covid-19 dan Kebijakan PSBB Pemerintah Terhadap UMKM di Wuyung Surabaya. Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah. Volume 3 Nomor 1, ISSN 2447-0469. 38-39.

[3]Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 262.

melakukan pencairan dana di pegadaian syariah sangat mudah dan cepat, dimana pihak pegadaian tidak meminta persyaratan yang menyulitkan para nasabah. Nasabah cukup membawa barang yang bernilai ekonomis dan bisa mendapatkan dana untuk memenuhi kebutuhannya baik untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Sehubungan dengan berkembangnya dunia pemasaran yang menimbulkan makin tingginya tingkat persaingan antara perusahaan-perusahaan tersebut semakin berusaha untuk memperkuat strategi pemasarannya. Untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis yang kondisi persaingannya terus meningkat maka suatu perusahaan harus dituntut dapat menguasai pasar dengan produk yang telah dihasilkan.

Dalam memasarkan produk pegadaian syariah, pihak pegadaian harus terlebih dahulu memahami apa yang dibutuhkan oleh nasabah. Karena nasabah tentunya menginginkan produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidupnya. Seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya. Dalam hal ini produsen harus menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu seorang pemasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.

Minatmasyarakat yang memanfaatkan jasa pegadaian syariah cukup besar. Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yang memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman.

Hadirnya pegadaian syariah sebagai sebuah lembaga keuangan formal yang berbentuk unit dari perum pegadaian di Indonesia, yang bertugas menyalurkan pembiayaan dalam bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan berdasarkan hukum gadai syariah merupakan hal yang perlu mendapatkan sambutan positif. Dalam gadai syariah yang terpenting adalah dapat memberikan kemaslahatan sesuai dengan yang diharapkan masyarakat dan menjauhkan dari praktik-praktik *riba, qimar* (spekulasi), maupun *garar* (ketidak transparan) yang berakibat terjadinya ketidak adilan dan kedzaliman pada masyarakat dan nasabah.[4]

Seperti yang kita ketahui, informasi atau pengetahuan masyarakat tentang pegadaian syariah masih minim atau masih diabaikan mengingat pegadaian syariah yang dimana kantor cabangnya masih kurang disetiap daerah, namun yang kita lihat adalah pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang pesat. Yang dimana dari hasil pra *survey* yang peneliti lakukan, peneliti menemukan jumlah nasabah produk *arrum* mikro meningkat dari tahun ke tahun di masa pandemi *covid-19* yang dimana dapat dilihat dari peningkatan pada tahun

[4]Sasli Rais, *Pegadaian Syariah Konsep dan Sistem Operasional: Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: UI Press, 2005), 43.

2020 dengan total 757 nasabah meningkat hingga 19% pada tahun 2021 menjadi 908 nasabah maka dapat dihitung peningkatan jumlah nasabah baru pada *arrum* mikro pada periode 2020 hingga 2021 yaitu 151 nasabah atau 19%.[5]Sedangkan pada pegadaian konvensional mengalami penurunan jumlah nasabah produk i mikro pada dua tahun terkahir selama pandemi *covid-19.*[6]Sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh Pegadaian Syariah atas produknya sehingga dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa yang ada di Pegadaian Syariah.

Berdasarkan hal yang dikemukakan, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **"Strategi Pemasaran Produk *Arrum* Mikro dalam Menarik Minat Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu di Masa Pandemi *Covid-19.*"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

Bagaimana strategi pemasaran produk *arrum* mikro dalam menarik minat nasabah Pegadaian Syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19?*

C. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih

[5]Hasil Wawancara dengan Pak Itwan Wancie (*Kepala Unit Bisnis Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 19 Oktober 2021.

[6]Hasil Wawancara dengan Pak Salahuddin (*Pengelola UPC*) PT. Pegadaian Cabang Ratulangi, pada tanggal 19 Oktober 2021.

terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Luas lingkup hanya meliputi informasi tentang strategi pemasaran di masa pandemi *covid-19*;
b. Informasi yang disajikan : strategi pemasaran produk *arrum* mikro, minat nasabah bergabung di pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.*

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

Mendeskripsikan strategi pemasaran produk *arrum* mikro dalam menarik minat nasabah Pegadaian Syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.*

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian dan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk *arrum* mikro dalam menarik minat nasabah Pegadaian Syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.*

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pelaku pemasaran untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam strategi pemasaran dengan upaya untuk meningkatkan volume keputusan bergabung

pada Pegadaian Syariah cabang Luwu oleh nasabah di masa pandemi *covid-19*.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dimaksudkan sebagai perbandingan terhadap penelitian ini sehingga diketahui berbeda dengan penelitian sejenisnya yang telah ada sebelumnya. Beberapa penelitian yang mendukung dalam penelitian ini dan relevan dengan judul yang penulis teliti:

1. Farizatur Risqiyah tentang *"Pengaruh Pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang (Studi pada Nasabah Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)"* pada tahun 2019 UIN Walisongo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dan hasil penelitian dari penelitian ini menunjukkan bahwa $Y=6,198+0,503X_1+0,612X_2+e$.Dariujit(parsial)didapatkanbahwaPembiayaan ARRUM berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha mikrokecilmenengah sebesar 2,948 danStrategipemasaran berpengaruhsignifikanterhadapperkembanganusaha mikrokecil menengahsebesar 3,004. Perbedaannya, pada penelitian ini fokus pada pengaruh pembiayaan arrum BPKB terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah di Semarang sedangan pada penelitian saya lebih fokus

pada strategi pemasaran *arrum* mikro pada pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *Covid-19*.[7]

2. Rahmita Sari tentang "*Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Unit Pegadaian Syariah Madina"* pada tahun 2019 IAIN Padangsidimpuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Dan hasil penelitian dari peneitian ini menunjukkan bahwastrategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran melalui 7P. Perbedaannya pada penelitian ini menggunakan stategi pemasaran 7P dan produk yang diteliti adalah produk *rahn* dan *arrum* BPKB sedangkan pada penelitian saya menggunakan strategi pemasaran 4P dan produk yang diteliti adalah produk *arrum* mikro.[8]
3. Muhammad SAW Rizky tentang "*Analisis Strategi Pemasaran Produk ArrumBPKB (Ar-Rahn* untuk *Usaha Mikro Kecil) cabang Pegadaian Syariah Alaman Botak"* pada tahun 2018 IAIN Padangsidimpuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dan hasil penelitian dari peneitian ini menunjukkan bahwastrategipemasaran dilakukan melalui 7P, yaitu *Product, Price, Place,* dan*Promotion, People, Process, Physical Evidence. Produk*, penentuan logo dan motto, menciptakan merek. Perbedaannya, pada

[7]Farizatur Risqiyah, "Pengaruh Pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang (Studi pada Nasabah Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)", *Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam*, UIN Walisongo, (Juli 2019): i-65, http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10791/.

[8]Rahmita Sari tentang "*Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Unit Pegadaian Syariah Madina", Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam*, IAIN Padangsidimpuan, (November 2019): vi-61, http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/2696/.

penelitian ini menggunakan strategi pemasaran 7P sedangkan pada penelitian saya menggunakan strategi pemasaran 4P, penelitian sebelumnya dilakukan sebelum adanya pandemi *covid-19* dimana kondisi ekonomi masih normal sedangkan penelitian ini dilakukan pada masa pendemi *covid-19* yang menyebabkan kondisi ekonomi terpuruk, tidak sedikit masyarakat yang kehilangan pekerjaannya akibat PHK dan lain sebagainya.[9]

B. Landasan Teori

1. Strategi Pemasaran

Pada setiap perusahaan mempunyai suatu tujuan, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang, juga memiliki suatu kebijakan umum yang digunakan dalam menjalankan proses pemasaran. Beberapa tokoh ekonomi menyatakan bahwa setiap perusahaan harus mempunyai suatu strategi dalam menentukan kesuksesan perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan khususnya jasa bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi nasabahnya. Oleh karena itu, setiap strategi perusahaan harus di arahkan bagi para nasabah.

Menurut Kenneth R. Andrews menyatakan bahwa strategi adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan

[9]Muhammad Rizky, "Analisis Strategi Pemasaran Produk ArrumBPKB (*Ar-Rahn* untuk Usaha Mikro Kecil) cabang Pegadaian Syariah Alaman Bolak", *Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam*, IAIN Padangsidimpuan, (September 2018):viii-123, http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/1186/.

merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.[10]

Menurut Philip Kotler dan Amstrong, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan lewat pencitraan dan pertukaran timbal-balik produk dan nilai dengan orang lain.

Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.[11]

Strategi pemasaran merupakan cerminan pemikiran terbaik perusahaan tentang hal-hal yang berkaitan dengan bagaimana perusahaan memanfaatkan potensi sumber daya manusia pada dasar yang paling menguntungkan. Selain itu perusahaan harus memahami konsumennya dengan baik, jika produsen memahami konsumennya dengan baik maka produsen dapat menentukan strategi yang tepat untuk memenangkan pesaing.[12]

Ada beberapa fungsi dan tujuan strategi pemasaran, yakni menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen dengan tepat dan menguntungkan serta mampu membedakan perusahaan dari para pesaing, memimpin seluruh personil dalam bidang pemasaran untuk menjadi sekumpulan tenaga kerja yang disiplin dan potensial dan yang berpengalaman

[10]H. Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 89.
[11]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2004), 81.
[12]Ristianti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 250.

berdedikasi pada perusahaan dalam mencapai tujuan, serta meramalkan kebutuhan konsumen baik sekarang maupun di masa yang akan datang.

Adapun tujuan dari strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh sebuah perusahaan adalah menetapkan arah dan tujuan yang telah dijalankan oleh suatu perusahaan sebagaimana untuk mengantisipasi berbagai permasalahan dan keadaan yang berubah di masa yang akan datang dan membantu perusahaan dalam peningkatan kegiatan usaha dengan memberikan kemudahan dalam mengontrol untuk mengawasi kegiatan pemasaran dari sebuah perusahaan.

Untuk menjalankan kegiatan pemasaran dengan baik dan sesuai dengan sasaran yang diharapakan, perusahaan harus menerapkan suatu strategi yang tepat sesuai akan kemampuan yang direncanakan serta tujuan secara maksimal dan tepat. Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix*(bauran pemasaran).

Sebuah tingkatan yang menggabungkan elemen penting pemasaran benda atau jasa, seperti keunggulan produk, penetapan harga, pengemasana produk, periklanan, persediaan barang, distribusi dan anggaran pemasaran, dalam usaha memasarkan sebuah produk atau jasa merupakan gambaran jelas mengenai bauran pemasaran.

Pada tingkatan tersebut terdapat perincian mengenai *product, price, place and promotion*, atau lebih sering dikenal sebagai *the 4P in marketing.*

Penggunaan konsep *marketing mix*sudah dinilai sebuah keharusan. Sehingga tidak jarang orang yang memandang *marketing* sebatas *marketing mix*. Dengan menganggap bahwa *marketing* hanya sebatas*marketing mix*atau bauran pemasaran, maka kita telah melakukan kesalahan besar. Lebih jauh lagi, bagi sebagian orang *marketing mix*dianggap sebagai *promotion.*[13]

Kotler dan Armstrong mendefinisikan bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Dalam strategi spesifik untuk elemen bauran pemasaran terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).[14]Oleh karena itu setiap elemen membutuhkan strategi tersendiri, namun tetap akan terkait dengan strategi pada elemen lainnya seperti:

a. *Product* (Produk)

Menurut Philip Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.[15]Tidak selamanya sebuah produk baru atau produk lama yang divariasi mampu menembus semua lapisan dstribusi sehingga dapat sampai pada konsumen. Dalam *marketing* sebuah produk mempunyai *bargaining position. Bargaining position* adalah nilai penawaran yang dimiliki oleh sebuah produk.

---

[13]Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: PT. Karya Kita, 2007), 48.

[14]Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT.Indeks, 2003), 48.

[15]Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 25.

Konsep pertama dalam hal produk, Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada semua pembelinya akan kelebihan dan kekurangan produk yang ia jual.Muhammad SAW bersabda, “Dua orang yang berjual beli, masing-masing mempunyai hak pilih (untuk meneruskan jual beli atau tidak) selam keduanya masih belim berpisah. Jika keduanya berlaku jujur dan berterus terang menjelaskan (keadaan barang yang diperjualbelikan), maka keduanya mendapat berkat dengan jual beli mereka tetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, hilanglah berkat jual beli mereka”.(HR. Muslim, dari Hakim bin Hizam Ra).[16]

Menurut Fandy Tjiptono produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam konteks ini, produk bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun tidak) yang dapat di tawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Produk merupakan semua yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh dan digunakan atau dikonsumsi untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berupa fisik, jasa, orang, organisasi dan ide.[17]

Produk tidak hanya selalu berupa barang tetapi juga berupa jasa ataupun gabungan dari keduanya (barang dan jasa). Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau

[16]Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: PT. Karya Kita, 2007), 58.

[17]Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Penelitian)*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 42

sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan baik 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 yang harus diproduksi untuk kebutuhan manusia, bukan untuk memproduksi barang-barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia.[18]

Setiap produk yang diluncurkan ke pasar tidak selalu mendapatkan respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar dibandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diterapkan, maka peluncuran produk diperlukan strategi-strategi tertentu. Khusus dengan yang berkaitan dengan produk, strategi ini kita kenal dengan nama strategi produk.[19]

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

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

[18]Firdaus Nh & Muhammad, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), 23.

[19]Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), 141.

2) Menciptakan merk. Karena jasa 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 kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah.[20]

b. *Price* (Harga)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk.[21]Tidak diperbolehkannya pembatasan harga komoditi di masa Muhammad SAW merupakan cerminan pemikiran yang mewakili konsep *pricing*. Muhammad SAW bersabda, "Janganlah kamu menjual menyaingi penjualan saudaramu". (HR. Bukhari, dari Abdullah bin Usmar Ra). Konsep persaingan yang sehat dalam menetukan harga sudah ditekankan oleh Muhammad SAW. Dalam melakukan jual beli, *price* harus sesuai dengan nilai suatu barang. Hal ini pada akhirnya akan menguntungkan pihak pengusaha karena kepercayaan konsumen akan dapat diraih dengan sendirinya.[22]

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan serta hendaknya harga akan dapat dijangkau oleh konsumen. Pada umumnya aspek-aspek ini mirip dengan yang bisa dijumpai pemasar barang. Akan tetapi, ada pula

[20]Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 174-175.
[21]Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 25.
[22]Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: PT. Karya Kita, 2007), 63.

perbedaannya yaitu bahwa karakteristik *intangible* jasa menyebabkan harga menjadi indikator signifikan atas kualitas. Karakteristik personal dan *non-transferable* pada beberapa tipe jasa memungkinkan diskriminasi harga dalam pasar jasa tersebut, sementara banyak jasa yang dipasarkan oleh sektor publik dengan harga yang disubsidi atau bahkan gratis. Hal ini menyebabkan kompleksitas dalam penetapan harga.[23]

Dalam konsep Islam penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Dan pertemuan antara permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela. Ini bermakna tidak ada yang menganiaya dan dizalimi. Dalam praktik fiqh muamalah, harga mengambil posisi tengah, tidak berlebih-lebihan, tidak pula merendah-rendahkan. Ini berarti bahwa dalam praktik fiqh muamalah harga mestinya harus proporsional.[24]

Adapun tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:

1) Untuk bertahan hidup. Artinya, alam 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.
2) 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.

[23]Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Penelitian)*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 42

[24]Firdaus, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, 24-25.

3) Untuk memperbesar *market share.* Penentuan harga ini dengan harga murah, sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.
4) 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.
5) Karena Pesaing. Dalam hal ini, penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.[25]

c. *Place*(distribusi)

Dalam sektor jasa, distribusi didefinisikan sebagai setiap sarana yang meningkatkan keberadaan atau kenikmatan suatu jasa yang menambah penggunaannya atau pendapatan dari penggunaannya, baik dengan mempertahankan pemakai yang ada ataupun menarik pemakai baru.[26]*Place* diartikan sebagai distribusi. Distribusi adalah bagaimana produk anda dapat sampai pada pengguna terakhir (*end-user*) yang dalam hal ini adalah pelanggan anda dengan biaya yang seminimal mungkin tanpa mengurangi kepuasan pelanggan dan apa pengaruhnya pada keseimbangan keuangan perusahaan.

Place juga diartikan sebagai pemilihan tempat atau lokasi usaha. Perencanaan pemilihan lokasi yang baik, tidak hanya berdasarkan pada istilah strategis, dalam artian memandang pada jauh dekatnya pada pusat kota atau

[25]Kasmir, *Pemasaran Bank*, 153-154.
[26]Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, (Yogyakarta: Liberty, 1997), 269.

mudah tidaknya akomodasi menuju tempat tersebut.[27] Memanfaatkan kelebihan yang perusahaan miliki adalah inti dari distribusi. Pada masa Muhammad SAW, telah ada kecendrungan orang-orang untuk memotong jalur distribusi. Hal ini tidak luput dari perhatiannya. Muhammad SAW melarang menyongsong (mencegat) pedagang (sebelum tiba di pasar), dan melarang orang kota membeli dagangan orang desa. Inti dari pelarangan tersebut untuk menghindarkan adanya tengkulak (perantara).[28]

Sarana-sarana tersebut dapat berupa kantor pusat, kantor cabang dan lain-lain yang dapat memudahkan nasabah untuk memperoleh manfaat dari jasa perusahaan tersebut. Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Tempat dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan *outlet*yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk. Keputusan ini meliputi keputusan lokal fisik misalnya keputusan mengenai dimana sebuah hotel atau restoran harus didirikan, keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksebilitas jasa bagi para pelanggan misalnya, apakah akan menggunakan jasa agen perjalanan ataukan harus memasarkan sendiri paket liburan langsung kepada konsumen.[29]

Distribusi termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk sedia bagi konsumen sasaran. Setiap perusahaan haruslah memiliki pandangan saluran distribusi keseluruhan terhadap masalah distribusi dari produknya ke

---

[27]Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: PT. Karya Kita, 2007), 53.

[28]Thorik Gunara *dan* Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, 63.

[29]Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Penelitian)*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 42

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 konsumen tepat waktu.

Adapun yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam kegiatan distribusinya yaitu:

1) Kantor pusat pemasaran, yaitu departemen ekspornya atau devisi yang membuat keputusan mengenai saluran distribusi dan elemen-elemen bauran pemasaran lainnya.
2) Mengenai jenis-jenis perantaranya, yaitu agen perusahaan perdagangan dalam hal ini adalah kantor cabang. Letak kantor-kantor cabang yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan mempermudah pendistribusian produk yang ditawarkan kepada nasabah.[30]

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang terakhir. Promosi berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.[31]Tugas perusahaan adalah bagaimana menyampaikan produk mereka dengan *public relation* terbaik yang mereka miliki dan menyerahkan tugas selanjutnya kepada media dan masyarakat untuk menilai kelayakan produk. Pembicaraan dari mulut ke mulut yang berkembang akan lebih kuat pengaruhnya dari pada gempuran iklan yang memerlukan biaya yang tidak sedikit. Strategi *word of mouth* melalui

[30]Philip Khotler, *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian)*,(Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 1993), 181.

[31]Kotler dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2015), 25.

komunitas-komunitas yang ada merupakan promosi yang sangat efektif dan mengakar.[32]

Bauran promosi meliputi berbagai metode yaitu periklanan, promosi penjualan, *direct marketing, personal selling* dan *public relation*. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang sama dengan jasa, promosi jasa seringkali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan *tangibilitas* jasa. Selain itu, dalam kasus pemasaran jasa, personil produksi juga menjadi bagian penting dalam bauran promosi.[33]Menggambarkan berbagai macam cara yang ditempuh perusahaan dalam rangka menjual produk ke konsumen. Kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Dalam Islam mempromosikan suatu barang diperbolehkan. Hanya saja dalam berpromosi tersebut mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Disamping itu, metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariat Islam.[34]

Ada tiga macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan, yaitu:[35]

---

[32]Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: PT. Karya Kita, 2007), 58.

[33]Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Penelitian)*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 42

[34]Firdaus, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, 27.

[35]Kasmir, *Pemasaran Bank*, 176-177.

1) Periklanan (*Advertising)* merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, koran, majalah, televisi atau radio.
2) Publisitas (*Publicity*) merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan para calon nasabah atau melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atua sosial.
3) Penjualan pribadi merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan setempat dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

Berdasarkan teori-teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah suatu kelompok pemasaran yang tediri dari 4P: *product, price, place and promotion* yang saling terkait satu sama lain, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen serta mencapai tujuan perusahaan.

2. *Arrum* (*Ar-Rahn* untuk Usaha Mikro Kecil) BPKB

Arrum (Ar-Rahn untuk usaha mikro kecil) merupakan pembiayaan bagi para pengusaha mikro kecil, untuk pengembangan usaha dengan berprinsip syariah atau skim pinjaman dengan sistem syariah bagi pengusaha mikro kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran menggunakan jaminan surat berharga khususnya BPKB kendaraan dengan kendaraan tetap digunakan oleh pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari.

Jadi, pembiayaan *arrum* mikro merupakan pembiayaan khusus untuk pengusaha mikro sebagai tambahan modal untuk mengembangkan usaha yang dimiliki degan jaminan berupa BPKB motor atau mobil. Dari pembiayaan ini pengusaha memperoleh dana sebesar 90% dari taksiran *marhun*.

*Ar-Rahn*untuk usaha mikro kecil, selanjutnya disebut skim *arrum*adalah skim pemberian pembiayaan yang berprinsip syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan usaha yang didasarkan atas kelayakan usaha. Surat Edaran (SE) No. 14/US.200/2008 tentang penyaluran pembiayaan *arrum*. Tujuan dilancarkannya pembiayaan *arrum* disamping sebagai sebuah upaya diverifikasi produk pegadaian syariah juga dengan maksud meningkatkan pemberdayaan para pengusaha mikro kecil yang membutuhkan pembiayaan modal kerja atau investasi secara syariah. Pembiayaan diberikan dalam jangka waktu tertentu dengan pengembalian pinjaman dilakukan secara angsuran dengan menggunakan kontruksi penjaminan secara gadai maupun fidusia. Skim *arrum*ini merupakan pinjaman kepada individual pengusaha mikro kecil.

a. Keunggulan produk *Arrum* Mikro

1) Proses bertransaksi berprinsip syariah yang adil dan menenteramkan sesuai fatwa MUI 92/DSN-MUI/IV/2014.
2) Proses pembiayaan dilayani lebih dari 600 outlet pegadaian syariah.
3) Pembayaran angsuran dapat dilakukan di seluruh outlet pegadaian syariah.

4) Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24 dan 36 bulan serta dapat dilunasi sewaktu-waktu.
5) Adanya biaya pemeliharaan (*Mu'nah*) yang menarik dan kompetitif.
6) Prosedur pelayanan sederhana, cepat dan mudah.
7) Pegadaian syariah hanya menyimpan BPKB, kendaraan tetap dapat digunakan nasabah.
8) *Marhun bih* (uang pinjaman) sampai dengan RP 200.000.000.

b. Syarat-syarat produk Arrum Mikro

1) Memiliki usaha dan memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 tahun atau lebih.
2) Fotocopy dan kartu keluarga.
3) Menyerahkan dokumen yang diperlukan berupa surat keterangan usaha, BPKB asli, fotocopy STNK dan faktur pembelian.[36]

3. Minat Nasabah

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tatapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subyek atas dasar adanya kebutuhan dan keingintahuan untuk memenuhi kebutuhan. Dalamkamus umum Bahasa Indonesia minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan.[37]

Menurut Abdul Rahman Shaleh minat yaitu suatu kecenderungan dalam memberikan perhatian serta bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi

[36]Pegadaian.co.id, Diakses pada 23 Oktober 2021.
[37]W.J.S. Poerwadarmanta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), 180.

yang menjadi obyek dari minat itu sendiri dengan disertai perasaan senang. Bisa juga diartikan sebagai suatu usaha untuk mendekati, mengetahui dan berhubungan dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang karena adanya daya tarik dari obyek.[38]

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan Bank (dalam hal keuangan). Sedangkan nasabah adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk/jasa yang dijual atau ditawarkan oleh suatu perusahaan.[39]

Jadi, nasabah pegadaian syariah adalah orang yang berhubungan atau pelanggan pada pegadaian syariah yang memperoleh fasilitas untuk melakukan transaksi gadai, menyimpan dana atau melakukan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.

4. Pegadaian Syariah

Dalam bahasa, *ar-rahn* mempunyai arti tetap dan lestari, begitu juga dinamakan "ni'matun rohinah" yang berarti karunia yang tetap lestari. Gadai dalam bahasa Arab bisa disebut dengan *rahn.* Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia gadai ialah meminjam uang yang mempunyai batas waktu dengan menyerahkan barang sebagai jaminan. Dan apabila sampai batas waktu yang telah ditetukan belum dapat melunasi atau belum bisa untuk menebus, barang tersebut dapat menjadi hak yang memberi pinjaman tersebut dan barang yang diserahkan merupakan jaminan uang yang dipinjam tersebut.

[38]Abdul Rahman Shaleh dan Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263.

[39]Kasmir, *Pemasaran Bank*, 82.

Nasabah tidak dikenai bunga pinjaman ataupun sewa modal atas pinjaman yang diberikan. Nasabah dikenakan biaya administrasi dan jasa simpan yang dipungut dengan alasan agunan yang diserahkan nasabah wajib disimpan, dirawat dan diasuransikan.

Menurut Syafi'i Antonio gadai syariah adalah menahan salah satu harta milik nasabah sebagai barang jaminan atas utang atau pinjaman yang diterimanya, barang jaminan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.[40] Pemilik barang tersebut disebut dengan *rahin* dan orang yang mengutang atau meminjamkan uang serta yang menahan barang tersebut disebut dengan *murtahin*, sedangkan barang yang digadaiakan disebut dengan *rahn*. Dapat kita pahami dalam hukum Islam gadai mempunyai objek yang meliputi barang yang mempuyai nilai harta yang tidak bisa dipermasalahkan bahwa itu merupakan benda yang bergerak semacam kendaraan atau benda yang tidak bergerak semacam tanah, emas dan rumah.

a. Dasar Hukum Gadai

1) Al-Qur'an

Firman Allah SWT., QS. Al-Baqarah (2): 283

[40]Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 128.

۞ وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ
مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم بَعۡضٗا فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي ٱؤۡتُمِنَ
أَمَٰنَتَهُۥ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥۗ وَلَا تَكۡتُمُواْ ٱلشَّهَٰدَةَۚ وَمَن
يَكۡتُمۡهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٞ قَلۡبُهُۥۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ عَلِيمٞ
٢٨٣

Terjemahnya:

"Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanat (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena barang siapa menyembunyikannya, sesungguhnya hatiya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.(QS. Al-Baqarah/2:283). *"*[41]

2) Hadis

حَدَّثَنَا مُعَلَّى بْنُ أَسَدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَاحِدِ حَدَّثَنَا الْأَعْمَشُ قَالَ
ذَكَرْنَا عِنْدَ إِبْرَاهِيمَ الرَّهْنَ فِي السَّلَمِ فَقَالَ حَدَّثَنِي الْأَسْوَدُ عَنْ
عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى

[41]Kementerian Agama, *Al-Qur'an Al-Karim*, (Unit Percetakan Al-Qur'an: Bogor, 2018), 49.

طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهَنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ.(رواه البخاري).

Terjemahnya:

"Telah menceritakan kepada kami Mu'alla bin Asad telah menceritakan kepada kami 'Abdul Wahid telah menceritakan kepada kami Al A'masy berkata; Kami membicarakan tentang gadai dalam jual beli kredit (Salam) di hadapan Ibrahim maka dia berkata, telah menceritakan kepada saya Al Aswad dari 'Aisyah radliallahu 'anha bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wasallam pernah membeli makanan dari orang Yahudi yang akan dibayar Beliau pada waktu tertentu di kemudian hari dan Beliau menjaminkannya (gadai) dengan baju besi." (HR. Bukhari).[42]

b. Rukun dan Syarat dalam Gadai Syariah

a) Rukun Gadai

(1) Harus ada ijab dan qabul,

(2) Adanya orang yang bertekad yaitu orang menggadaikan uang disebut *rahin* dan yang menerima gadai yang disebut *murtahin,*

(3) Adanya jaminan yang disebut *marhun*, bisa berupa barang atau harta,

(4) Hutang yang disebut *marhun bih.*

b) Syarat Gadai

(1) Shigat adalah ucapan berupa ijab dan qabul,

(2) Orang yang bertekad yaitu pihak yang akan berakad harus mempunyai kecakapan untuk melakukan tindakan secara hukum, mempunyai akal yang sehat, telah baligh, dan mampu melaksanakan akad.

[42]Abu Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim ibn Mughirah bin Bardizbah Albukhari Alja'fi, *Shahih Bukhari*, Kitab. Al-Buyu', Juz 3, (Darul Fikri: Bairut-Libanon, 1981 M), 8.

(3) Barang yang digunakan untuk pinjaman (*marhun bih*), yang mempunyai beberapa karakteristik, yaitu:

(a) Barang dan harta yang nilainya seimbang dengan hutang dan dapat dijual,

(b) Bisa dimanfaatkan dan memiliki nilai,

(c) Harus jelas spesifiknya,

(d) Dimiliki oleh nasabah yang menggadaikan dengan sah,

(e) Dalam kondisi utuh dan bukan barang curian.

c. Akad Pegadaian Syariah

Pada dasarnya pegadaian syariah berjalan diatas dua akad transaksi syariah yaitu:

1) Akad *rahn*

Akad *rahn* adalah menahan harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dengan akad ini, pegadaian menahan barang bergerak sebagai jaminan atas utang nasabah.

2) Akad Ijarah

Akad ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi

pegadaian syariah untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad.[43]

5. Pandemi *Covid-19*

Pandemi adalah adalah wabah yang berjangkit serempak dimana-mana, meliputi daerah geografis yang luas. Pandemi merupakan epidemi yang menyebar hampir di seluruh negara atau benua, biasanya mengenai banyak orang. Contoh penyakit yang menjadi pandemi adalah *coronavirus disease* 2019 (*Covid-19*).[44]

Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh turunan *coronavirus* baru, 'CO' diambil dari *corona*, 'VI' *virus* dan 'D' *disease* (penyakit). Sebelumnya peyakit ini disebut *2019 novel coronavirus* atau 2019-nCOV. Virus *covid-19* adalah virus baru yang terkait dngan keluarga virus yang sama dengan *Severe Acuture Respiratory Syndrome* (SARS) dan beberapa jenis virus flu biasa (WHO, 2020). *Coronavirus 2019* adalah penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akur *coronavirus 2* (Sars-Co V-2). Penyakit ini pertama kali ditemukan pada Desember 2019 di Wuhan, ibukota provinsi Hubei China dan sejak itu menyebar secara global diseluruh dunia, mengakibatkan pandemi corona virus 2019-2021. Organisasi kesehatan dunia (WHO) mendeklarasikan wabah *coronavirus* 2019-2020 sebagai Kesehatan Masyarakat Darurat Internasional (PHEIC) pada 30 Januari 2020 dan pandemi pada 11 Maret 2020.

---

[43]Nurul Huda dan Mohammad Heykal, "*Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis"*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2010), 275-280.

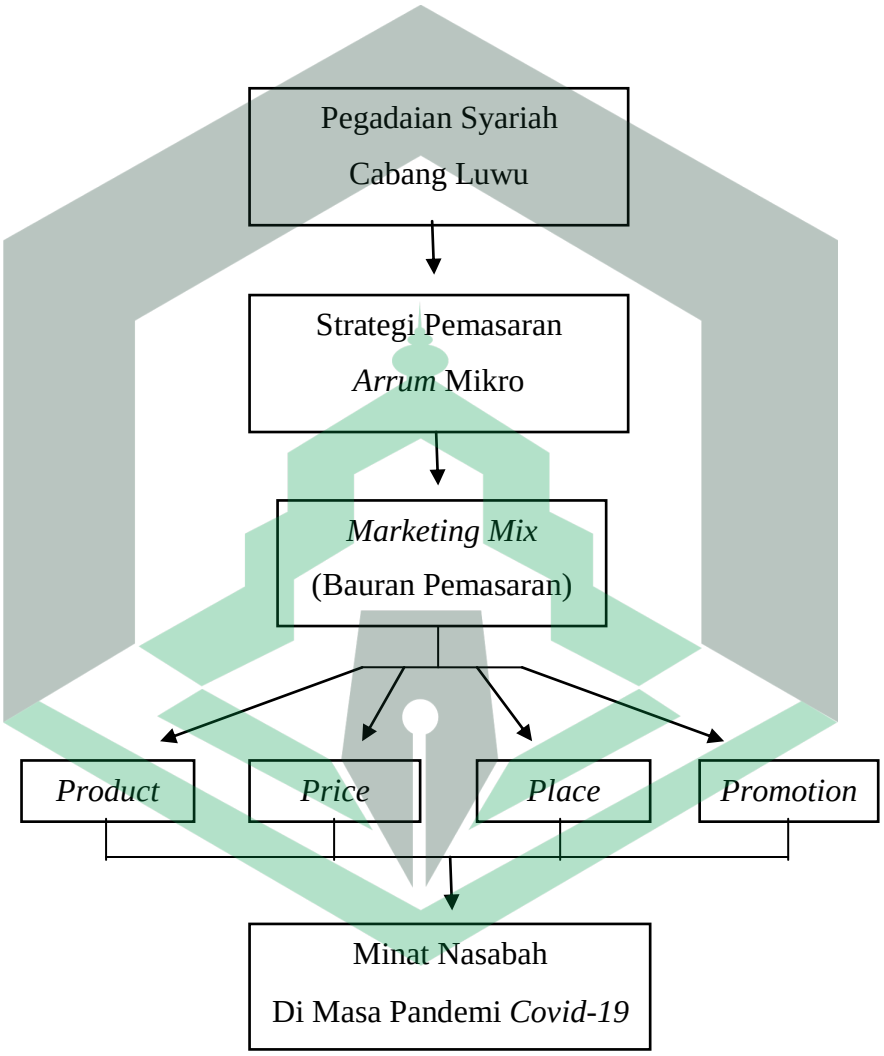
[44]Dinkes DIY, "*Mengenal Istilah Penyakit Endemi, Pandemi dan Darurat Corona*" diakses dari labkes.jogjaprov.go.id/berita/5, pada tanggal 03 November 2021.

Wabah penyakit ini begitu sangat mengguncang masyarakat dunia, hingga hampir 200 negara di dunia terjangkit oleh virus ini termasuk Indonesia. Berbagai upaya pencegahan penyebaran virus *covid-19* pun dilakukan oleh pemerintah di negara-negara di dunia guna memutuskan rantai penyebaran virus *covid-19* ini, yang disebut dengan istilah *lockdown and social discanting*.

Sejak 31 Desember 2019 hingga 3 Januari 2020 kasus ini meningkat pesat ditandai dengan dilaporkannya sebanyak 44 kasus. Tidak sampai satu bulan penyakit ini telah menyebar diberbagai provinsi lain di China, Thailand, Jepang dan Korea Selatan. Sampel yang diteliti menunjukkan etiologi *coronavirus* baru, awalnya penyakit ini dinamakan sementara sebagai *2019 novel coronavirus* (2019-nCoV), kemudian WHO mengumumkan nama baru pada 11 Februari 2020 yaitu *coronavirus disease* (covid-19) yang disebabkan oleh virus *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2* (SARS-CoV-2). Virus ini dapat ditularkan dari manusia ke manusia dan telah menyebar secara luas. Kasus terbaru pada tanggal 13 Agustus 2020, WHO mengumumkan *covid-19*, terdapat 2.162.474 juta kasus konfirmasi dan 737.417 ribu kasus meninggal dimana angka kematian berjumlah 3,7% di seluruh dunia, sementara di Indonesia sudah ditetapkan 1.026.954 juta kasus dengan spesimen diperiksa, dengan kasus terkonfirmasi 132.138 (+2.098) dengan positif *covid-19* sedangkan kasus meninggalkan ialah 5.968 kasus yaitu 4,5% (PHEOC Kemenkes RI, 2020).

6. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang terpenting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka pikir di atas dapat dijelaskan bahwa kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan pada dasarnya bertujuan untuk memperkenalkan produknya kepada nasabah. Pegadaian syariah adalah suatu

lembaga keuangan yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kepada masyarakat yang berlandaskan hukum syariah, bersumber dari Al-Qur'an dan hadist Nabi Muhammad SAW. Adapun salah satu produk yang diunggulkan dalam pegadaian syariah adalah produk *arrum* mikro. Dalam memasarkan produk *arrum* mikro tersebut pegadaian haruslah mempunyai strategi pemasaran dimana strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan pengambilan keputusan yang akan berdampak pada nasabah perusahaan. Dalam hal ini strategi pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup 4P yaitu *product, price, place* dan *promotion*. Dengan adanya *marketing mix* tersebut perusahaan dapat mengambil keputusan dan mengetahui segmentasi pasar yang dijadikan sebagai sasaran dalam menarik minat nasabah di masa pandemi *covid-19*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian lapangan (*field research*), dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif. Yaitu penelitian langsung terjun ke lapangan atau ke tempat yang menjadi subjek penelitian (Pegadaian Syariah cabang Luwu) sehingga penelitian ini difokuskan untuk menelusuri dan mengkaji bahan-bahan yang ada di lapangan serta relevan dengan permasalahan yang diangkat.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Semua data yang telah terkumpul berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.[45] Dengan mendeskripsikan strategi pemasaran yang digunakan di Pegadaian Syariah cabang Luwu pada masa pandemi *covid-19*. Kemudian penulis menganalisis dengan menggunakan materi dan referensi buku, wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah penulis dapatkan.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian bermanfaat bagi pembatasan mengenai objek penelitian yang diangkat manfaat lainnya adalah agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Penentuan fokus penelitian lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi perekonomian dan sosial ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi

[45]Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2011), 71.

penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana data yang tidak relevan.

Pembatasan dalam penelitian kualitatif lebih didasarkan pada tingkat kepentingan, urgensi dan reabilitas masalah yang akan dipecahkan.[46] Penelitian ini difokuskan bagaimana strategi pemasaran pegadaian syariah di masa pandemi*covid-19*.

C. Definisi Istilah

Definisi istilah yang akan menjadi penjabaran masing-masing kata dari judul yang diangkat oleh penulis untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman terhadap judul.

1. Strategi Pemasaran

   Strategi pemasaran adalah salah satu cara atau upaya untuk memasarkan produk kepada masyarakat, agar produk yang kita miliki dapat diketahui di kalangan masyarakat.

2. *Arrum* Mikro

   Arrum mikro adalah salah satu produk pembiayaan yang ada di pegadaian syariah untuk pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dengan jaminan BPKB motor atau mobil.

3. Minat Nasabah

   Minat nasabah yaitu bentuk keinginan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sesuatu yang menarik perhatiannya atau bahkan sesuatu yang

[46]Prof. Dr. Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Kombinasi dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 207.

memberikan kelebihan yang menurut seseorang tersebut sangat menguntungkan baginya.

4. PegadaianSyariah

Pegadaian Syariah yaitu lembaga keuangan yang bertugas menyalurkan dana kepada masyarakat berlandaskan hukum syariah dengan menahan barang jaminan yang bersifa tmateri milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

5. *Covid-19*

Covid-19 yaitusuatu penyakit yang menyerang sistem pernafasan pada tubuh manusia yang di tandai seperti batuk, demam, kehilangan rasa dan bau serta sakit kepala. Penyakit ini pertamakali ditemukan di Wuhan, terletak didaerah ibu kota provinsi Hubei China.

D. Desain Penelitian

Pada desain penelitian ini, peneliti melakukan suatu penelitian dengan pendekatan secara kualitatif dimana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri sesuatu. Bodgan dan Taylor mengatakan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh. Dalam hal ini tidak boleh mengisolasikan individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.[47]

[47]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kalitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda, 2007), 4.

Dalam melakukan suatu penelitian sangat diperlukan perencanaan dan perancangan dalam penelitian, agar penelitian dapat berjalan dengan lancar, baik dan sistematis sebagai berikut:

1. Menetapkan judul yang akan diteliti sehingga dapat diketahui apa yang akan diteliti dan menjadi masalah dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul strategi pemasaran produk *arrum* mikro dalam menarik minat nasabah pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.*
2. Menetapkan masalah yang akan dianalisis mengenai strategi pemasaran dalam penelitian ini menjadi rumusan masalah adalah mendeskripsikan strategi pemasaran produk *arrum* mikro dalam menarik minat nasabah pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.*
3. Memilih teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan 3 tahap yaitu dengan pengumpulan data melalui studi lapangan yaitu wawancaar, observasi dan dokumentasi.

E. Data dan Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu.[48] Data juga dapat diartikan sebagai semua keterangan yang diperoleh dari orang yang dijadikan informan maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statisktik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian.

[48]Moh. Pabundu Tika,*Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 57.

Sumber data utama penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi dalam kata-kata, tindakan dan sumber data tertulis. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data primer

Data primer adalah data langsung yang diperoleh dari sumber aslinya tanpa media perantara. Adapun sumberdari data primer pada penelitian ini diperoleh dari informan, dalam penelitian ini yang termasuk sebagai sumber data primer adalah Bapak Itwan Wancie selaku Kepala Unit Bisnis Mikro Luwu, Bapak Adriansyah selaku Staf Mikro dan Ibu Dwi Utami selaku BPO RO serta 5 nasabah produk *arrum* Mikro pegadaian syariah cabang Luwuyang ada kaitannya dengan strategi pemasaran produk *arrum* mikro pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.*

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer. Walaupun dikatakan bahwa sumber di luar kata dan tindakan merupakan sumber kedua, jelas hal itu tidak dapat diabaikan. Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku, arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.[49]

Adapun data yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan strategi pemasaran produk *arrum* mikro dalam menarik minat nasabah di masa

[49]Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kualitatif dan Kuantitatif*,(Surabaya: Airlangga University Press, 2005) 13.

pandemi *covid-19* terkait dengan bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang diperlukan dalam penelitian.

Dalam memilih sumber data atau informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan siapa informan potensial yang bersedia untuk di wawancarai. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel data dengan pertimbangan tertentu.[50] Pertimbangan ini orang tersebut yang paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang digunakan dalam sebuah penelitian.[51] Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau penelitian adalah peneliti itu sendiri. Dimana peneliti menyediakan *interview* yang berisi pertanyaan yang sesuai dengan rumusan permasalahan yang ada pada penelitian ini. Adapun alat-alat penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian yakni *handphone*, alat tulis, daftar pertanyaan wawancara, buku, jurnal dan referensi lainnya. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus divalidasi seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode

[50]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 131.

[51]Mudrajad Kuncono, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 103.

penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya.

Peneliti kualitatif sebagai human instrumen berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

Dalam penelitian kualitatif segala sesuatu yang akan dicari dari objek penelitian belum jelas dan belum pasti masalahnya, sumber datanya, hasil yang diharapkan semuanya belum jelas. Rancangan penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki objek penelitian. Selain itu dalam memandang realitas, penelitian kualitatif berasumsi bahwa realitas itu bersifat holistik (menyeluruh), dinamis, tidak dapat dipisah-pisahkan ke dalam variabel-variabel penelitian. Kalaupun dapat dipisahkan variabelnya akan banyak sekali. Dengan demikian dalam penelitian kualitatif ini belum dapat dikembangkan instrumen penelitian sebelum masalah yang diteliti jelas sama sekali.

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.[52] Prosedur pengumpulan data dapat juga diartikan sebagai suatu usaha sadar untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan dilakukan secara sistematis dengan prosedur yang standar. Agar dalam penelitian

[52]Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007), 100.

ini dapat diperoleh data yang relefan, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

1. Observasi (Pengamatan)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan langsung atau observasi sebagai metode pengumpulan data. Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.[53] Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Pada penelitian ini, menggunakan pengumpulan data dengan cara observasi terang terangan dan tersamar.

Observasi terus terang atau tersamar ini adalah penelitian melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan di ijinkan untuk melakukan observasi.[54]

Observasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan cara peneliti mengamati secara langsung tentang strategi pemasaran di Pegadaian Syariah dalam menarik minat nasabah di masa pandemi *covid-19*.

[53]Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 58.
[54]Prof. Dr. Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Kombinasi dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 228.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.[55]

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam. Metode ini adalah cara mengumpulkan data yang mengharuskan seorang peneliti mengadakan kontak langsung secara lisan atau tatap muka (*face to face*) dengan responden, baik dalam situasi yang sengaja dibuat untuk keperluan tersebut.[56]

Dalam metode wawancara ini, penulis melakukan wawancara secara langsung baik dengan kepala unit bisnis mikro maupun para karyawan Pegadaian Syariah cabang Luwu dan nasabah produk *arrum* mikro mengenai strategi pemasaran yang dilakukan di masa pandemi *covid-19*.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan gambar atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, kriteria, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain sebagainya. Studi dokumen merupakan

[55]Ibrahim, *Metodologi Peneltian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta CV, 2015), 88.

[56]Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1988), 95.

perlengkapan dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.[57]

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah dokumen yang telah ada atau tersedia yang nantinya digunakan untuk dipelajari pengetahuan dan fakta yang akan diteliti. Metode dokumentasi pada penelitian ini digunakan peneliti untuk mendokumntasikan tentang kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan yang menggunakan strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah di masa pandemi *covid-19.* Dalam hal ini dokumentasi dilakukan terhadap berbagaisumber data baik yang berasal dari bukti catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data komputer) dan file-file kegiatan umum operasional Pegadaian Syariah cabang Luwu, yang memiliki hubungan erat dengan objek yang ditelitiyaitu strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah di masa pandemi *covid-19*. Penelitian dengan cara dokumentasi berfungsi untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan untuk penelitian tugas akhir ini.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang terkumpul, penulis menggunakan metode (*triangulasi*).*Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaat sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.[58]Dalam penelitian ini peneliti mengecek

[57]Prof. Dr. Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Kombinasi dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 240.

[58]Lexy J.Moeleong,*Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), 330.

kembali segala informasi ataupun catatan-catatan yang diperoleh dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara serta mengecek data yang sudah diperoleh dengan berbagai sumber data.pada penelitian ini peneliti membandingkan pernyataan dari pihak pegadaian syariah dengan nasabah produk *arrum* mikro di masa pandemi *covid-19*. Dengan *triangulasi* peneliti menjadikan kepala unit bisnis mikro, karyawan dan nasabah *arrum* mikro sebagai sumber pengumpulan data dan sebagai tolak ukur keabsahan data.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data disebut juga pengolahan dan penafsiran data. Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara proses pengumpulan data menurut Miles dan Huberman yang dibagi menjadi tiga macam kegiatan analisis kualitatif, yaitu:

1. Reduksi Data (*Reduction*)

   Reduksi data diartikan sebagai pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis atau data yang diperoleh dari lapangan. Akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan terperinci. Mereduksi data

berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.[59]

Dalam mereduksi data peneliti perlu melakukan pengamatan awal terhadap strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah pegadaian syariah di masa pandemi *covid-19,* dengan cara melakuakn pengujian data dalam kaitannya dengan fokus penelitian. Peneliti akan memilih data yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang di teliti. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.Data ini didapat setelah selesai melakukan wawancara, mengetahui hasil dokumen, data tersebut dirangkum dan dipilih sesuai dengan fokus penelitian.

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak untuk itu perlu diteliti dan dicatat lebih rinci. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis data dengan cara mereduksi data, memilih hal-hal pokok dan memfokuskan hal-hal penting untuk penelitian ini.

2. Penyajian Data (*Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategoridan sejenisnya. Dengan men *display* data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi,

[59]Prof. Dr. Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Kombinasi dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 247.

merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.[60]

Penyajian data dilakukan setelah data dari lapangan didapat dan dipilih sesuai apa yang menjadi fokus penelitian. Data yang disajikan dengan terlebih dahulu menyajikan teori-teori dalam strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah di masa pandemi *covid-19,* setelah itu disajikan data yang didapat dilapangan yaitu dari pegadaian syariah cabang Luwu. Hal ini dilakukan agar mengetahui celah kesalahan kondisi lapangan yang tidak sesuai dengan teori dalam strategi pemasaran.

3. Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.[61]

Penarikan kesimpulam dilakukan setelah reduksi data dan penyajian data yaitu menyajikan teori strategi pemasaran dengan data yang di peroleh di lapangan, sehingga ditarik kesimpulannya apakah kondisi lapangan mengenai strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandmi *covid-19* sesuai dengan teori yang ada atau tidak.

[60]Prof. Dr. Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Kombinasi dan R&D,* 249.
[61]Prof. Dr. Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Kombinasi dan R&D,* 252.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Dikeluarkannya UU No. 7 tahun 1992 dan penyempurnaannya menjadi UU No. 10 tahun 1998 tentang pokok-pokok Perbankan yang didalamnya mengatur tentang Perbankan Syariah memberi peluang berdirinya lembaga keuangan syariah yang berdasarkan sistem bagi hasil. Kondisi ini dimanfaatkan sebesar-besarnya oleh umat Islam dengan mendirikan perbankan Islami seperti Bank Muamalat Indonesia (BMI), Baitul Maal Wa Tamwil (BMT), Asuransi Takaful serta Reksadana Syariah.

Namun demikian meskipun lembaga keuangan Islam sudah cukup lengkap, kebanyakan lembaga-lembaga tersebut dimanfaatkan oleh umat Islam yang mempunyai ekonomi yang cukup baik, sedangkan mayoritas umat Islam yang ekonominya lemah belum bisa merasakan manfaat nyata dari keberadaan lembaga tersebut.

Berkembangnya perbankan dan lembaga keuangan syariah, merupakan baru bagi pegadaian yang masih menggunakan sistem konvensional, yaitu sistem bunga pegadaian yang merupakan lembaga keuangan non Bank sekitar tahun 2000 mengadakan studi banding ke negeri Malaysia, untuk mempelajari kemungkinan berdirinya lembaga gadai syariah di Indonesia, di Malaysia nama lembaga tersebut adalah *ar-Rahnu*, beroperasi sudah lama dan milik pemerintah.

Pegadaian syariah merupakan salah satu unit layanan syariah yang dilaksanakan oleh Perum Pegadaian. Berdirinya unit layanan syariah ini didasarkan atas perjanjian musyarakah dengan sistem bagi hasil antara Perum Pegadaian dengan Bank Muamalat Indonesia untuk tujuan melayani nasabah Bank Muamalat Indonesia maupun nasabah pegadaian yang ingin memanfaatkan jasa dengan menggunakan prinsip syariah.[62] Dalam perjanjian *musyarakah* ini, Bank Muamalat Indonesia yang memberikan modal bagi berdirinya pegadaian syariah, karena untuk mendirikan lembaga keuangan syariah modalnya juga harus diperoleh dengan prinsip syariah pula. Sedangkan perum pegadaian yang menjalankan operasionalnya dan penyedia sumber daya manusia dengan pertimbangan pengalaman perum pegadaian dalam pelayanan jasa gadai.

Ketentuan nisbah yang disepakati yaitu 45,5 untuk Bank Muamalat Indonesia dan 55,5 untuk perum pegadaian, perjanjian kerjasama ini disepakati pada tanggal 20 Desember 2002, dengan nomor 446/SP300.233/2002 dan 015/BMI/PKS/XII/2002. Bank syariah selain mem-*Back-up* dana juga memfasilitasi ke Dewan Syariah yang mengawasi operasional apakah sesuai dengan prinsip syariah atau tidak.

Pegadaian syariah cabang Luwu adalah lembaga keuangan non bank yang telah berdiri kurang lebih 11 tahun, yang didirikan pada tahun 2010. Pegadaian syariah cabang Luwu ini adalah satu-satunya pegadaian syariah yang ada di Palopo, bertepatan di jalan Andi Tenriadjeng, Kelurahan

[62]Zainudin, *Bank Muamalat Indonesia*, (Bandung: Prenadamedia Group, 2006).

Ponjalae, Kecamatan Wara Timur Kota Palopo Sulawesi Selatan. Pegadaian ini juga terletak di tempat yang strategis. Dikarenakan berdekatan dengan pasar tradisional Andi Tadda yang merupakan tempat penjual untuk memenuhi kebutuhan pokok lainnya, pegadaian syariah didirikan dalam rangka menjawab kebutuhan sebagai konsumen baik itu konsumen muslim maupun non muslim yang mengiginkan transaksi yang aman dan halal tanpa adanya unsur riba, karena riba jelas diharamkan dalam Islam.

Dalam perum pegadaian syariah cabang Luwu menawarkan berbagai produk gadai syariah diantaranya, amanah, *rahn*, mulia, tabungan emas, *arrum* BPKB dan *arrum* haji. Kantor pegadaian syariah cabang Luwu juga menyediakan berbagai layanan terkait dengan produk-produk gadai yang tersedia mulai dari investasi emas pegadaian, cek harga emas pegadaian, tabungan emas. Nasabah juga mengajukan pinjaman uang atau kredit dengan jaminan BPKB kendaraan motor ataupun mobil, sertifikat tanah (sawah, kebun dan empang) ataupun hal lainnya yang bersifat berharga.

2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah

a. Visi Pegadaian Syariah

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

b. Misi Pegadaian Syariah

1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

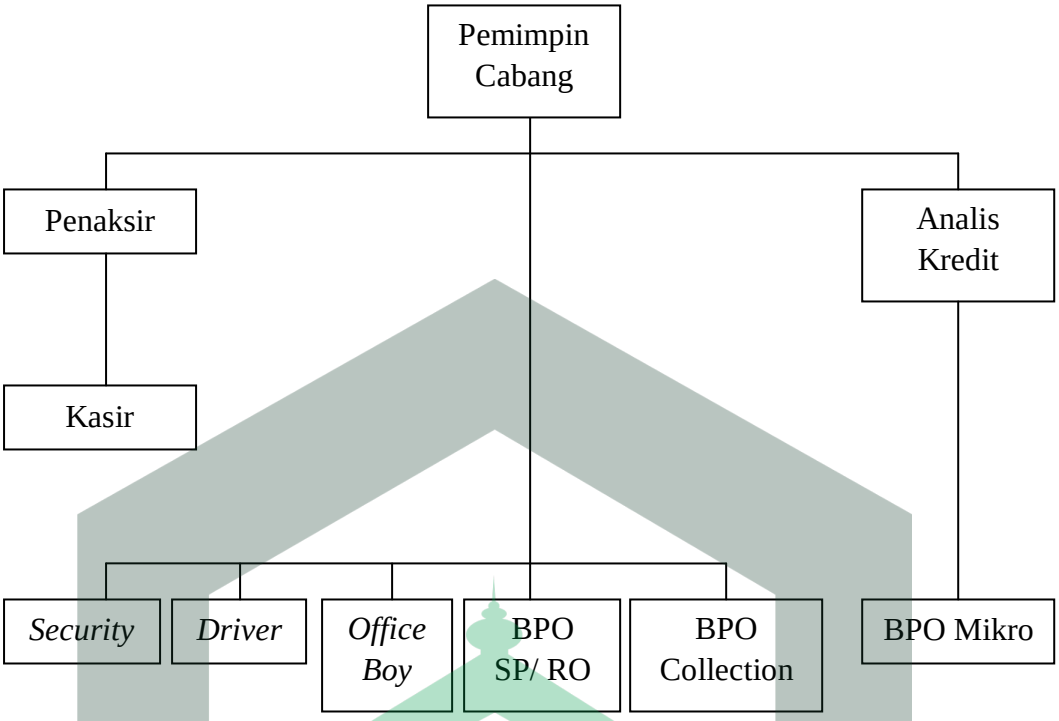
2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

3. Struktur Organisasi

Setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi yang berbeda-beda tergantung pada jenis dan besarnya suatu perusahaan. Struktur organisasi bertujuan untuk memberikan batasan antara wewenang dan tanggung jawab suatu bagian dengan bagian lainnya. Sebagai sebuah lembaga keuangan perbankan maka dapat dipastikan bahwa pegadaian syariah cabang Luwu memiliki karyawan disetiap bidangnya guna untuk menjadi penggerak dalam menjalankan kegiatan usaha. Oleh karena itu, struktur organisasi dalam sebuah perusahaan merupakan sesuatu yang sangat penting untuk diperhatikan agar perusahaan dapat beroperasi serta berkembang dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan.

Berikut adalah struktur organisasi pegadaian syariah cabang Luwu:



Sumber Data: Pegadaian Syariah cabang Luwu, 2022

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Deskripsi tugas dari masing-masing bagian jabatan dalam struktur organisasi pegadaian syariah cabang Luwu di atas adalah sebagai berikut:

a. Pemimpin cabang (Recky Rendy Derozari, S.E): Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan operasional administrasi dan keuangan kantor cabang.
b. Analisi kredit (Itwan Wancie): Pemutus pinjaman produk non gadai (jaminan BPKB, sertifikat).
c. Penaksir (Dian Azis Mentari, S.E): Pemutus pinjaman gadai emas (*rahn*).
d. Kasir (Kartika): Pendukung tenaga kas.

e. BPO Mikro (Adriansyah): Survei.

f. BPO Collection (Yasir Arafat, Arif Catur dan Deny): Penagih.

g. BPO SP/RO (Yutri dan Dwi Utami): *Marketing* produk.

h. OB (Ari Purnomo): Menjaga kebersihan dan kerapian.

i. *Security* (Abdul Samad, Tio, Zulfikar dan Yusuf Sugiono): Mengendalikan ketertiban dan keamanan.

4. Produk Pegadaian Syariah Cabang Luwu

a. *Rahn*

Gadai syariah merupakan produk dengan menggunakan sistem penyaluran pinjaman secara gadai yang didasarkan pada penerapan sistem syariah Islam. Nasabah tidak dikenai bunga pinjaman ataupun sewa modal atas pinjaman yang diberikan. Nasabah dikenakan biaya administrasi dan jasa simpan yang dipungut dengan alasan agunan yang diserahkan nasabah wajib disimpan, dirawat dan diasuransikan. Pegadaian syariah cabang Luwu saat ini sudah menerima barang jaminan selain emas. Keunggulan produk *rahn*, yaitu:

1) Prosedur pengajuan sangat mudah. Calon nasabah perlu membawa agunan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya ke outlet pegadaian syariah
2) Proses pinjaman sangat cepat, hanya butuh 15 menit
3) *Marhun bih*mulai dari Rp 50.000 – Rp 200.000.000 atau lebih

4) Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan cara membayar *ijarah* saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman
5) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu
6) Tanpa perlu buka rekening dengan perhitungan sewa modal selama masa pinjaman
7) Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai.

b. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Tabungan emas merupakan layanan investasi emas yang mudah dan murah yang dapat dilakukan oleh masyarakat dari berbagai kalangan tak terkecuali pelajar dan mahasiswa. Keunggulan produk tabungan emas, yaitu:

1) Mulai dari jumlah yang rendah sampai jumlah yang tidak ditentukan
2) Dapat dicetak dalam bentuk uang atau emas batangan
3) Biaya administrasi yang murah
4) Ditujukan untuk semua jenis kalangan masyarakat
5) Investasi jangka panjang.

c. Mulia

Pegadaian syariah dalam mengembangkan usahanya bekerjasama dengan Antam. 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 rill.

Mulia adalah penjualan logam mulia oleh pegadaian syariah kepada masyarakat secara tunai dan agunan dengan jangka waktu fleksibel. Keunggulan produk mulia, yaitu:

1) Proses mudah dengan layanan profesional
2) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset
3) Sebagai aset yang liquid untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak
4) Tersedia pilihan kogam mulia dengan berat mulai dari 5 gram – 1 kg.

d. Amanah

Pembiayaan amanah adalah produk pembiayaan konsumsi bagi masyarakat yang memiliki penghasilan tetap untuk pembelian kendaraan bermotor roda dua atau roda empat, baru atau bekas dengan berbagai jenis. Keunggulan produk amanah, yaitu:

1) Prosedur pengajuan cepat dan mudah
2) Uang muka terjangkau
3) Biaya administrasi murah dan angsuran tetap
4) Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai 60 bulan.

e. *ARRUM (Ar-Rahn*untukUsaha Mikro) BPKB

*ARRUM (Ar-Rahn*untukUsaha Mikro) BPKB merupakan skim pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran,

menggunakan janiman BPKB motor atau mobil. Keunggulan produk *arrum*, yaitu:

1) Prosedur pengajuan *marhun bih* sangat cepat dan mudah
2) Agunan cukup BPKB kendaraan motor atau mobil
3) Prosedur *marhun bih*hanya butuh tiga hari dan dapat segera cair
4) *Ijarah* relatif murah dengan angsuran tetap perbulan
5) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu.

f. *Arrum* Haji

Pembiayaan secara syariah yang diberikan untuk ibadah haji dengan jaminan emas yang dibayarkan dengan skema angsuran dengan proses mudah, cepat dan aman. Keunggulan produk *arrum* haji, yaitu:

1) Memperoleh tabungan haji yang langsung dapat digunakan untuk memperoleh nomor porsi haji
2) Emas dan dokumen haji aman tersimpan di pegadaian syariah
3) Biaya pemeliharaan barang jaminan terjangkau
4) Jaminan emas dapat digunakan untuk pelunasan biaya haji pada saat lunas.

B. Pembahasan

Strategi Pemasaran Produk *Arrum* Mikro yang Diterapkan Pegadaian Syariah Cabang Luwu dalam Menarik Minat Nasabah Di Masa Pandemi *Covid-19*

Pegadaian syariah merupakan suatu institusi yang mengelola usaha gadai, tetapi lebih luas dari itu menjadi institusi yang mengelola usaha pembiayaan

mikro kecil berbasis sistem syariah. Sebagai langkah awal untuk mengimplementasikan gagasan ini, maka skim pembiayaan dengan sistem *Ar-Rahn*, kini mulai dicoba untuk dikembangkan dengan konsep pelunasan pinjaman secara angsuran baik dengan cara gadai (menahan agunan) maupun fidusia (hanya dokumen kepemilikan barang yang ditahan).

Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit atau yang dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya. Disamping itu proses pencairan dana juga terbilang cepat dan sangat mudah.

Pegadaian syariah merupakan bagian lembaga keuangan non bank yang memberikan fasilitas pembiayaan untuk kebutuhan dana pengembangan usaha yang mudah, cepat dan kompetitif. Pembiayaan usaha tersebut dinamakan dengan produk *arrum* mikro. Pembiayaan *arrum* mikro merupakan pemberian pinjaman dengan akad *rahn* dan akad *ijarah* untuk para pengusaha yang ingin mengoptimalkan potensi bisnisnya dengan pilihan menjaminkan BPKB kendaraan motor atau mobil.

Sekarang ini masih banyak orang-orang yang belum mengetahui mengenai adanya pegadaian syariah. Sehingga sekarang masih terbilang sedikit pengguna jasa pegadaian syariah. Maka dari itu bagaimana strategi yang digunakan oleh pegadaian syariah dalam menarik minat dan mengajak para nasabah untuk bisa bergabung kedalam pegadaian syariah. Namun bukan

hanya dari strategi dari lembaga ini yang membuat para nasabah tertarik dalam pegadaian syariah, melainkan faktor kebutuhan dan keperluan yang sangat mendesak sehingga mengharuskan para nasabah bergabung pada pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.*

Dalam strategi pemasaran yang pertama dilakukan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19* dengan cara membuat masyarakat mau membeli produk yang ditawarkan. Dengan begitu ketika masyarakat telah tertarik dengan produk yang ditawarkan, tindakan selanjutnya yang dilakukan oleh pegadaian syariah dengan mencari kelompok yang akan didatangi kemudian para pegawai menentukan tujuan untuk dipenuhi kebutuhan. Terutama untuk para masyarakat yang memerlukan pinjaman mendesak dengan proses pencairan dana yang cepat dalam hal usaha, sekolah, bertani dan keperluan sehari-hari.

Strategi pemasaran sangat diperlukan karena dengan adanya strategi dalam pemasaran maka akan lebih memudahkan perusahaan untuk mencapai target percapaian usaha yang diinginkan. Semua perusahaan memiliki strategi pemasarannya masing-masing yang mana strategi itu digunakan untuk memperlancar kinerja kerja suatu perusahaan. Dalam menentukan strategi pemasaran pasti memiliki tujuan masing-masing agar dapat mencapai target yang diinginkan.

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti buat disini peneliti menyimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dilihat dari

upaya strategi pemasaran yang digunakan unit pegadaian syariah cabang Luwu adalah 4P yang mana terdiri dari *product, price, place and promotion:*

a. Strategi Produk (*Product*)

Produk adalah titik sentral dari kegiatan *marketing,* semua kegiatan *marketing*lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk, *arrum* mikro adalah salah satunya. Produk juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat yang memiliki suatu nilai. Suatu produk dikatakan bernilai apabila sesuai dengan keinginan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Kesalahan dalam suatu perencanaan maupun penawaran produk dapat mengakibatkan kekalahan dalam bersaing di pasar.

Arrum merupakan hasil pengembangan produk (*ar-rahn* untuk usaha mikro kecil). *Arrum* adalah skim pembiayaan berprinsip syariah bagi para pengusaha mikro kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran tiap bulan, namun pelunasan sekaligus juga dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon *ijarah* dan jaminan berupa BPKB kendaraan motor atau mobil. Tujuan *arrum* selain diverifikasi dari pegadaian syariah juga dengan maksud pengembangan usaha mikro kecil yang membutuhkan pembiayaan modal usaha atau investasi secara syariah.

Sebagaimana bapak Itwan Wancie, beliau mengatakan bahwapegadaiansyariah cabang Luwu memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dengan memberitahukan keunggulan produk kepada masyarakat. Dan dalam memasarkan produk *arrum* mikro ini semua

sumber daya manusia pegadaian syariah ikut terlibat mulai dari pimpinan dan karyawan lainnya kecuali *security*.[63]

Dengan ini pegadaian syariah berusaha bagaimana semenarik mungkin menarik minat nasabah, kembali pada pelayanan sebisa mungkin jika ada nasabah langsung di layani agar nasabah berfikir benar pegadaian syariah cabang Luwu pelayanannya bagus jadi nasabah lebih tertarik untuk bertransaksi di pegadaian syariah. Karena ada istilah CGC *customer get customer* mungkin karna terkesan dari pelayanan si A makanya si B tertarik.

Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah, yaitu:

1) Foto *copy* KTP suami + istri
2) Foto *copy* kartu keluarga
3) Foto *copy* surat nikah atau buku nikah
4) Foto *copy* STNK (pajak kendaraan hidup)
5) Asli BPKB, faktur pembelian, serifikat kendaraan (diutamakan atas nama sendiri, usia mobil maksimal 15 tahun dan motor 5 tahun)
6) Foto *copy* SITU/SIU/TDP atau surat keterangan usaha (menerangkan usaha telah berjalan sejak tahun)
7) Foto *copy* PBB rumah
8) Foto *copy* rekening listrik
9) Cek fisik dari samsat
10) Slip gaji pegawai minimal 3 bulan terakhir

Penjelasan skema transaksi:

[63]Hasil Wawancara dengan Pak Itwan Wancie (*Kepala Unit Bisnis Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 08Februari 2022.

1) Nasabah mengajukan data-data kepada pegadaian syariah guna untuk mendapatkan modal pembiayaan
2) Tim mikro menerima dan melakukan verifikasi data untuk pengecekan awal agar pihak pegadaian syariah percaya terhadap nasabah
3) Tim mikro melakukan pengecekan ke lokasi nasabah untuk mengetahui tempat dan kondisi usaha nasabah
4) Setelah pengecekan pertama dan kedua selesai, tim mikro menyetujui data-data permohonan dari nasabah dan besarnya pokok pinjaman
5) Selanjutnya nasabah menerima pinjaman dari pihak pegadaian syariah atas permohonan dokumen

Mekanisme peminjaman produk *arrum* mikro ini pun terbilang sangat mudah hal pertama yang harus dilakukan oleh calon nasabah adalah mengisi formulir yang telah disediakan lalu melengkapi dengan persyaratan kredit yang telah ditentukan. Kedua, petugas pegadaian akan menganalisa permohonan kredit dan melakukan *survey* ke lokasi usaha dan rumah calon nasabah. Ketiga, setelah *survey* dan dianggap layak untuk diberikan pinjaman, maka dilakukan proses kesepakatan dan perjanjian kredit. Ke empat adalah pencairan dana.[64]

Produk pembiayaan untuk pegusaha mikro di pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional tidak jauh berbeda jika di pegadaian konvensional menggunakan produk kreasi tetapi di pegadaian syariah menggunakan produk

[64]Hasil Wawancara dengan Pak Itwan Wancie (*Kepala Unit Bisnis Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 08Februari 2022.

arrum, kedua produk ini sama-sama menggunakan jaminan berupa BPKB kendaraan motor atau mobil.

Berdasarkan data yang diperoleh memalui proses wawancara dengan Bapak Adriansyah menyatakan bahwa produk pada pegadaian syariah dan konvensional itu sebenarnya hampir sama hanya bedanya dari nama produk tersebut yang dimana pada pegadaian syariah dikatakan produk *arrum* sedangkan pada pegadaikan konvensional itu dikenal dengan kreasi.[65]

Pada pegadaian syariah cabang Luwu produk *arrum*mikro merupakan produk yang diminati selain produk *rahn*. Produk *arrum*mikro pada pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19* membantu para pengusaha kecil untuk memperoleh modal usaha dengan jaminan BPKB kendaraan motor atau mobil. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat dimanfaatkan untuk mendorong dan mendukung usaha sehari-hari. Selain itu *arrum* mikro merupakan salah satu jalan bagi pengusaha kecil untuk mendapat tambahan modal yang jumlahnya tidak terlalu besar.

Produk pembiayaan *arrum* mikro di pegadaian syariah cabang Luwu paling banyak diminati oleh masyarakat yang mempunyai usaha mikro karena produk pembiayaan *arrum* mikro memberikan dana kepada pengusaha mikro dengan jangka waktu pencairan yang cepat dan persyaratan yang mudah.

Dari hasil wawancara *arrum* mikro ini adalah salah satu produk yang paling di minati nasabah dari banyaknya produk yang mereka tawarkan tapi produk *arrum* mikro cukup banyak diminati nasabah karena dalam

[65]Hasil Wawancara dengan Pak Adriansyah (*BPO Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 08 Februari 2021.

memasarkan produk *arrum* mikro mereka menjelaskan apa kegunaan dan keunggulan dari produk tersebut dibandingkan dengan instansi pembiayaan yang lain. Adapun alasan nasabah menggunakan produk *arrum* mikro karena dapat menjadi modal usaha dengan proses pencairan dana yang cepat.

b. Strategi Harga (*Price*)

Harga merupakan suatu hal yang harus dikeluarkan apabila ingin memperoleh sesuatu yang dibutuhkan baik berupa barang atau jasa. Harga juga diartikan jumlah uang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk manfaat memiliki produk atau menggunakan jasa. Penentuan harga menjadi faktor penting yang dilakukan karena dari hal tersebut bisa dilihat seberapa besar harga yang dikelurkan untuk mendapatkan manfaat yang dirasakan. Sebelum suatu perusahaan memasarakan produknya akan menetapkan harga terlebih dahulu. Pada dasarnya harga akan sangat mempengaruhi persepsi dan permintaan oleh nasabah maupun pencapaian target dan penawaran oleh perusahaan.

Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian dan harga elemen dari bauran pemasaran yang mempunyai peranan yang sangat penting guna meningkatkan banyaknya penjualan pada produk *arrum* mikro. Penetapan harga pada produk *arrum* mikro, harga yang diberikan pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid*-19dalam pembiayaan *arrum* mikro terbilang murah karena *mu'nah*nya lebih terjangkau dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Dan adanya berbagai diskon yang

diberikan kepada nasabah, baik itu diskon di waktu tertentu maupun diskon tetap. Diskon tetap yang dimaksud adalah diskon yang diberikan kepada nasabah sebelum melakukan penebusan, diskon tersebut disebut diskon dini.

Produk pembiayaan *arrum* mikro di pegadain syariah cabang Luwu merupakan salah satu produk yang dapat membantu para pengusaha mikro kecil dan menengah untuk memperoleh tambahan dana dengan jumlah pinjaman pembiayaan *arrum* mikro limit Rp 3.000.000 sampai Rp 200.000.000. Keunggulan produk *arrum* mikro pada pegadaian syariah cabang Luwu antara lain:

1) Prosedur pengajuan kredit mudah dan cepat

Prosedur dan syarat yang mudah, serta waktu dari *survey* sampai pencairan cepat.

2) Sewa modal lebih murah

Biaya *ijarah* yang relatif ringan dan biaya administrasi yang tidak memberatkan.

3) Pelunasan sewaktu-waktu

Jangka waktu pembiayaan fleksibel, Pelunasan dilakukan secara angsuran tiap bulan dengan ujrah 1% perbulan.

Tabel 2.1Angsuran *ARRUM* Mikro

MARHUN BIH	JANGKA WAKTU/ LAMA CICILAN				
	12 x	**18 x**	**24 x**	**36 x**	**48 x**
3,000,000	281				
4,000,000	374				
5,000,000	468	329			
6,000,000	561	394			
7,000,000	654	459			
8,000,000	748	525	414		
9,000,000	841	591	466		
10,000,000	934	656	517		
11,000,000	1,028	722	569		
12,000,000	1,121	788	621		
13,000,000	1,214	853	672	492	
14,000,000	1,307	918	724	529	
15,000,000	1,401	984	776	568	
16,000,000	1,494	1,050	827	605	
17,000,000	1,587	1,115	879	643	
18,000,000	1,681	1,181	931	681	
19,000,000	1,774	1,246	983	719	
20,000,000	1,867	1,312	1,034	756	
25,000,000	2,334	1,640	1,293	946	
30,000,000	2,801	1,967	1,551	1,134	

Tabel 2.1 Lanjutan

40,000,000	3,734	2,623	2,068	1,512	
50,000,000	4,668	3,279	2,584	1,890	
60,000,000	5,601	3,934	3,101	2,268	
70,000,000	6,534	4,589	3,617	2,645	
80,000,000	7,468	5,245	4,134	3,023	
90,000,000	8,401	5,901	4,651	3,401	
100,000,000	9,334	6,556	5,167	3,779	
110,000,000	10,268	7,212	5,684	4,156	3,393
120,000,000	11,201	7,868	6,201	4,534	3,701
130,000,000	12,134	8,523	6,718	4,912	4,009
140,000,000	13,067	9,178	7,234	5,289	4,317
150,000,000	14,001	9,834	7,751	5,667	4,626
160,000,000	14,934	10,490	8,267	6,045	4,934
170,000,000	15,867	11,145	8,784	6,423	5,242
180,000,000	16,801	11,801	9,301	6,801	5,551
190,000,000	17,734	12,457	9,818	7,179	5,859
200,000,000	18,668	13,112	10,334	7,557	6,168

Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Mekanisme perhitungan pembiayaan *arrum* mikro pegadaian syariah cabang Luwu dengan ujrah atau biaya sewa 1% adalah sebagai berikut:

1) Pokok angsuran

Total pinjaman/ jangka waktu

= Rp 10.000.000/ 12

= Rp 833.334

2) Perhitungan ujrah (biaya sewa)

Jumlah pinjaman x 1%

= Rp 10.000.000 x 1%

= Rp 100.000

3) Total angsuran perbulan

Pokok angsuran + ujrah (perbulan)

= Rp 833.334 + Rp 100.000

= Rp 933.334

Untuk biaya administrasi pembiayaan *arrum* mikro ditentukan sesuai dengan ketentuan pegadaian syariah. Adanya akad *rahn* digunakan pada proses kesepakatan untuk menyimpan barang milik nasabah berupa BPKB kendaraan motor atau mobil yang akan dijadikan sebagai jaminan atas utang yang diberikan pegadaian syariah suatu saat dapat digunakan pembayaran apabila nasabah tidak mampu untuk membayar angsuran pinjamannya. Setelah akad *rahn* kepada *murtahin* di kantor pegadaian syariah sehingga nasabah akan membayar sejumlah upah kepada murtahin di kantor pegadaian syariah sehingga nasabah akan membayar sejumlah upah kepada murtahin atas biaya perawatan dan penjagaan terhadap *marhun*, di sinilah proses akad ijarah terjadi. Untuk besaran tarif *mu'nah* akad pinjaman usaha pegadaian syariah cabang Luwu ditentukan berdasarkan biaya pemeliharaan dari barang

yang digadaikan. Biaya tersebut dapat dihitung dari nilai barang dengan perhitungan 0,7% x harga pasar sementara.

Di dalam pegadaian syariah tidak ada istilah bunga, melainkan *ijarah* yakni membayar denda. Hal inilah yang membedakan antara pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional, jika nasabah telat membayar angsuran maka nasabah tersebut tidak terkena bunga selayaknya di pegadaian konvensional melainkan dikenakan *ijarah*sebesar 1% dari angsuran perbulannya. Sedangkan pegadaian konvensional sebesar 1,5%.

Berdasarakan data yang diperoleh melalui proses wawancara dengan bapak Adriansyah mengatakan bahwa senjata utama pada pegadaian syariah cabang Luwu itu *mu'nah* atau sewa modal yang lebih rendah dibandingkan dengan pembiayaan lain, pegadaian konven saja kalah sama kita. Intinya sedikit banyaknya itu membantu nasabah untuk mengenai masalah angsuran dan lain-lain. Yang kita berikan juga ke masyarakat itu pelayanan yang sebaik-baiknya agar nasabah terkesan dengan pelayanan kita.[66]

Pernyataan di atas, senada dengan pernyataan ibu Dwi Utami mengatakan bahwa pada pegadaian konvensional itu lebih tinggi tingkat bunganya sedangkan pada pegadaian syariah tidak ada istilah bunga melainkan *ijarah*, nah *ijarah* pada pegadaian syariah itu lebih rendah dibandingkan konvensional. Dengan ini secara otomatis nasabah akan berpindah ke pegadaian syariah dikarenakan jasanya lebih rendah.[67]

---

[66]Hasil Wawancara dengan Pak Adriansyah (*BPO Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 08 Februari 2022.

[67]Hasil Wawancara dengan Ibu Dwi Utami (*BPO RO Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 08Februari 2022.

Begitupun ibu Rani Andriani Nur saat diwawancarai beliau mengatakan bahwa pada pegadaian syariah cabang Luwu ini saya diberi penjelasan bahwa pengambilan dana produk *arrum* mikro biaya pemeliharaan barang yang digadaikan itu jumlahnya kecil atau hanya sedikit dan proses pencairan dananya terbilang cepat karena dalam kurun waktu tiga hari dana sudah bisa dicairkan selain itu pelayanan yang diberikan juga sangat memuaskan karna tidak ada kata menunda-nunda dan karyawannya sangat ramah.[68]

Berdasarkan hasil wawancara dari 5 nasabah yang telah mengambil produk pembiayaan *arrum* mikro jangka waktu untuk pengembalian secara angsuran pembiayaan tersebut adalah setiap sebulan sekali dengan ujrah 1% per bulan. Produk pembiayaan *arrum* mikro yang diberikan oleh pihak pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19* menurut mereka sudah merasa cukup untuk mendirikan usaha dengan mosal tersebut. Dana yang diberikan kepada nasabah akan di alokasikan ke bidang usaha yang di inginkannya. Dengan pemberian modal tersebut besar harapan dari pihak pegadaian syariah cabang Luwu mampu menambah modal dan membantu para pengusaha mikro dalam mengembangkan usahanya menjadi lebih baik lagi.

Selama masa pandemi *covid-19* produktivitas menurun bukan hanya pegadaian syariah akan tetapi perusahaan lain pasti mengalami hal yang sama akan tetapi bisnis tetap berjalan banyak kebijakan-kebijakan yang berubah dan ada kebijakan-kebijakan baru yang ditetapkan mengingat di masa

[68]Hasil Wawancara dengan Ibu Rani Andriani Nur (*Nasabah Produk Arrum Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 16 Februari 2022.

pandemi ini kondisi sulit. Contohnya pada pegadaian syariah ada program restrukturisasi, restruk adalah penangguhan untuk kredit seperti *arrum* BPKB. Untuk pemahaman lebih mudahnya restruk diartikan sebagai tunda bayar, dimana yang tadinya nasabah memiliki tunggakan, tuggakannya dihilangkan kemudian selama tiga bulan tidak membayar.

Produk *arrum* mikro merupakan skim pembiayaan berbasis syariah bagi para pengusaha mikro kecil untuk keperluan usahanya. Dengan jaminan BPKB motor atau mobil. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari.

Keterbatasan modal yang dihadapi pelaku usaha akan membatasi ruang geraknya dalam mengembangkan usaha mereka, oleh sebab itu dimaksudkan adanya pembiayaan ini adalah untuk membantu mereka yang kekurangan modal sehingga mendapatkan tambahan modal usaha untuk mengembangkan usaha mereka. Mengingat bahwa UMKM adalah salah satu bagian terpenting dari perekonomian Indonesia sehingga harus dibantu dalam pengembangannya salah satunya dengan pemberian pembiayaan *arrum* mikro yang dikeluarkan oleh pegadaian syariah sebagai jalan keluar masalah bagi pelaku usaha mikro yang kekurangan modal dalam mengembangkan usahanya.

Peneliti dapat memahami bahwa strategi pemasaran sebagai suatu tindakan atau upaya dalam mengubah pola pikir mereka untuk menjadi konsumen produk dan jasa gadai yang dihasilkan suatu perusahaan dalam memperlancar suatu usahanya. Yang dimana gadai syariah (*rahn*) dijadikan

sebagai salah satu jasa gadai yang berlandaskan syariat Islam, hanya saja dibebani dengan biaya administrasi dan biaya jasa simpan serta pemeliharaan barang jaminan (*ijarah*). Pelaksanaan gadai syariah ini merupakan satu upaya menampung masyarakat khususnya umat beragama muslim yang ingin transaksi sesuai dengan prinsip Islam yakni tanpa khawatir adanya unsur riba. Dalam penerapannya strategi pemasaran ini melibatkan beberapa serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai suatu tujuan yang diharapakan suatu perusahaan agar jangkauan ke depan yang di targetkan dapat terpenuhi dengan baik sesuai dengan yang direncanakan.

c. Strategi Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan alat yang penting yang digunakan dalam upaya memperkenalkan produk ke pasar sasaran sehingga lebih dikenal lagi.Dalam hal ini perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya, salah satu tujuan adanya promosi adalah menginformasikan produk yang ditawarkan dan berusaah menarik calon nasabah yang baru. Promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19* berperan penting dalam peningkatan banyaknya penjualan produk *arrum* mikro.

Promosi yang dilakukan dalam Islam lebih menekankan pada hubungan dengan nasabah yang meliputi pemberian pelayanan yang baik, *relationship* dan komunikasi yang terjalin baik, penampilan yang menawan, pemahaman

kebutuhan terhadap nasabah, menciptakan keterlibatan dan berintegrasi serta mendapat kepercayaan nasabah, agar dapat memahami nasabah maka perlu mengandalkan akhlak dan budi pekerti dalam mempromosikan produk. Memasarkan suatu produk, perusahaan perlu merangsang dan menyebarkan informasi tentang manfaat atau kegunaan produk yang dihasilkan.

Dengan melakukan promosi kepada masyarakat secara langsung maupun tidak langsung, maka bisa memperkenalkan produk-produk yang ada terutama produk *arrum* mikro dengan begitu masyarakat bisa tau dan mengenali produk yang ada di pegadaian syariah cabang Luwu serta dapat menarik keinginan masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah cabang Luwu. Karena promosi yang benar merupakan cara yang paling ampuh menarik keinginan masyarakat dan juga menciptakan image yang baik guna memberikan pengaruh positif di kalangan masyarakat. Strategi promosi yang dilakukan pihak pegadaian syariah cabang Luwu dalam memasarkan produk Arrum mikro dengan cara:

1) Periklanan

Promosi yang dilakukan pihak pegadaian memanfaatkan internet, sebab fitur yang disediakan oleh jejaring sosial ini sangat membantu dalam memasarkan produk dan jasa kepada masyarakat, baik dalam bentuk gambar, membuat spanduk atau brosur untuk dibagikan ini juga dilakukan pihak pegadaian syariah dalam memasarkan produknya, dilihat saat dijalan kita akan menemukan spanduk besar yang terlihat dengan jelas tentang pegadaian syariah atau pihak karyawan juga turun ke lapangan untuk menyebarkan

brosur baik secara langsung maupun dengan cara menitipkannya. Menggunakan berbagai upaya agar menerik minat nasabah untuk menggunakan produk *arrum* mikro yang ditawarkan oleh pegadain syariah cabang Luwu dengan memberi tahukan manfaat ataupun keuntungan yang diperoleh dari produk *arrum* mikro ini.

2) Penjualan pribadi

Promosi yang dilakukan oleh karyawan unit pegadaian syariah cabang Luwu dengan melayani, mensosialisasikan atau menjelaskan langsung kelebihan produk *arrum*mikro kepada nasabahnya yang datang langsung ke pegadaian syariah. *Door to door*, ini juga dilakukan pihak pegadaian untuk mengunjungi rumah warga untuk memperkenalkan produk dan jasa mereka. Mereka juga memanfaatinternet sebagai *personal selling* nya seperti *whatsaap*, *instagram*, *facebook*, bukalapak dan media sosial lainnya.

3) Publisitas

Promosi dengan menjadi sponsor untuk kegiatan yang membutuhkan dana dan membukan stand di kegiatan tersebut. Canvassing yakni terjun ke tempat-tempat UMKM, melakukan literasi ke kantor dengan mengumpulkan warga dan berbagi informasi di lokasi tersebut, sekolah dan instansi lainnya.Dengan menerima mahasiswa magang dan observasi juga merupakan salah satu cara mempromosikan pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.*

Promosi merupakan media untuk menawarkan produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan agar produk atau jasa diminati oleh masyarakat.

Dengan adanya strategi ini memudahkan perusahaan mengenalkan produknya kepada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut bapak Adriansyah saat di wawancarai beliau mengatakan bahwa kalau dari yang teman teman lakukan dilapangan pertama itu memang bagi-bagi brosur, melalui media sosial baik itu *whatsaap*, *instagram*, *facebook* dan media sosial lainnya kemudian kita datangi langsung nasabah atau *door to door* untuk mempromosikan bahwa ini kami ada produk dengan nama ini dengan sewa modal yang lebih rendah dibandingkan dengan pembiayaan lain selain itu kami di sini ada jadwal setiap hari Selasa dan Jum'at sore setelah pelayanan semua SDM keluar, rutin kita lakukan setiap minggunya. Dalam hal ini paling intinya adalah menawarkan, jangan putus asa dalam menawarkan, ditolak satu kali hajar lagi tiga kali. Harus terus mencoba. Ada beberapa karakter nasabah pertama memilih karena kenal, memilih karena keluarga dan memilih karena tertarik dengan promosi penjualannya.[69]

Pernyataan di atas senada dengan ibu Dwi Utami, beliau mengatakan bahwa promosinya lewat media sosial seperti *whatsaap*, *instagram*, *facebook*, bukalapak dan *wa blast*. Karena di media sosial banyak teman jadi lumayan banyak yang *coment* dan *Dm* malah kita yang kewalahan balas satu persatu, setiap ada nasabah saya prospek satu-satu yang mana yang mau atau jalan-jalan ke warung saya bagikan brosur. Karena jika kita mengharapkan nasabah datang ke pegadaian syariah itu jarang karena kebanyakan masyarakat taunya

[69]Hasil Wawancara dengan Pak Adriansyah (*BPO Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 08 Februari 2022.

pegadaian konvensional. Terkadang ada nasabah berkata ternyata pegadaian syariah, kita respon ia ada Ibu.

Menurut bapak Asdar, beliau mengatakan bahwa saya mengetahui bahwa ternyata ada produk pada pegadaian syariah selain gadai yakni *arrum* mikro ini dari teman–teman saya, salah satunya dari Itwan salah satu karyawan yangbekerja di pegadaian syariah, saat melakukan promosi beliau mengatakan jika anda butuh dana dengan proses pencairan cepat bisa dengan menggadaikan BPKB kendaraan anda.[70]

Ibu Nurul Zabrina Aritonong, beliau mengatakan bahwa saya sudah lama melakukan transaksi di pegadaian syariah cabang Luwu tapi selama ini saya hanya tau gadai emas jadi saya hanya menggadaikan emas. Nah kebetulan saya ada usaha online shop dan butuh dana untuk modal usaha, selain menggadaikan emas saya berinisiatif untuk gadaikan BPKB motor saya di Bank tapi tetangga saya mengatakan di Pegadain syariah saja, awalnya saya ragu karna kan saya masih muda dan belum menikah tapi alhamdulillah dalam proses pemberkasan dan pencairan dananya itu cepat.[71]

Ibu Elsi Feriani, beliau mengatakan bahwa lewat Brosur nak, kan saya menggadaikan emas, pada saat saya ke Pegadaian syariah untuk bayar biaya penitipan barang yang di gadaikan disitu ada brosur, kebetulan saat itu saya juga butuh dana untuk usaha rumput laut makanya saya ambil.[72]

---

[70]Hasil Wawancara dengan Pak Asdar (*Nasabah Produk Arrum Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 14 Februari 2022.

[71]Hasil Wawancara dengan Ibu Nurul Zabrina Aritonong (*Nasabah Produk Arrum Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 15 Februari 2022.

[72]Hasil Wawancara dengan Ibu Elsi Feriani (*Nasabah Produk Arrum Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 14 Februari 2022.

Jika dilihat dari bukti nyata, strategi promosi ini sangat penting untuk memperkenalkan produk pembiayaan *arrum* mikro kepada masyarakat agar mereka tertarik untuk menjadi nasabah pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.* promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen dan penjual.

Perlunya dalam mengatur sebuah strategi yang tepat guna memudahkan proses jalannya suatu usaha khususnya pada pegadaian syariah cabang Luwu. Di era digital ini, strategi pemasaran yang paling efektif adalah dapat dilakukan dengan cara online atau sosial media. Ini bagus untuk perusahaan besar ataupun bisnis yang berskala kecil yang harus menguasai strategi pemasaran online karena sebagian besar penduduk Indonesia yang hampir setengahnya sudah dapat menjangaku melalui internet.

Dari sini peneliti menyimpulkan bahwa dari hasil wawancara di atas bahwa penerapan strategi pemasaran telah berjalan dengan baik, karena masyarakat telah mengenal produk dan jasa gadai syariah yang ditawarkan melalui media sosial, brosur ataupun sosialisasi dari *door to door* dan nasabah sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.* Akan tetapi sebagian orang masih belum tau betul mengenai *arrum* mikro dan prosedur yang ada pada pegadaian syariah.

Peneliti dapat simpulkan bahwa promosi merupakan hal penting dalam memasarkan suatu produk sehingga konsumen akan tertarik dalam melakukan

pembelian terhadap produk tersebut, sehingga suatu promosi perlu dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan dapat dimengerti dan mudah dipahami.

d. Strategi Lokasi (*Place)*

Faktor lokasi menjadi faktor yang cukup penting untuk dipertimbangkan dalam menarik minat nasabah. Lokasi yang dimaksud adalah tempat dimana diperjual belikan suatu produk, dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor yaitu lokasi pusat, cabang utama, cabang pembantu dan lain-lain. Penentuan lokasi suatu cabang merupakan salah satu yang sangat penting. Lokasi yang strategis sangat memudahkan masyarakat dan nasabah dalam berurusan dengan suatu lembaga keuangan.

Dari hasil observasi dan wawancaara lokasi pegadaian syariah cabang Luwu terletak di daerah yang strategis, berdekatan dengan pasar tradisional yakni pasar Andi Tadda atau pasar subuh yang beroperasi dari pagi hingga malam hari yang merupakan tempat penjual untuk memenuhi kebutuhan pokok lainnya, berada di pusat kota hingga mudah dijangkau, lokasinya berada di pinggir jalan raya dimana akses transportasi yang mudah didapatkan seperti ojek dan kendaraan umum lainnya sehingga memudahkan nasabah atau calon nasabah yang tidak memiliki kendaraan pribadi untuk menjangkaunya.

Kantor unit pegadaian syariah cabang Luwu mudah dijangkau oleh masyarakat. Dalam hal ini ruangan juga tertata rapi sehingga nasabah merasa nyaman tidak merasa bosan saat melakukan transaksi, dilengkapi dengan

lahan parkir yang cukup luas untuk kendaraan pribadi milik nasabah baik itu motor ataupun mobil.

Adapun kebijakan baru yang diterapkan disetiap produk seperti jaminan BPKB yang dinamakan *arrum* mikro, sebelum pandemi *covid-19* jangkauan lokasi yang dapat pegadaian syariah fasilitasi untuk pengambilan BPKB maksimal 15 KM sedangkan saat ini selama pandemi *covid-19* diperkecil lagi menjadi 10 KM. Sebelum pandemi *covid-19* radius sampai Sabbang sedangkan saat ini hanya sampai Karetan.

Peranan lokasi yang sangat strategis sehingga sangat mudah dijangkau oleh nasabah dan calon nasabah untuk berinteraksi di pegadaian syariah cabang Luwu. Strategi pemilihan tempat memiliki makna yang lebih luas dari sekedar pasar dalam bentuk fisik karena saat ini banyak pasar online di dunia maya. Namun hal ini tidak menjadi persoalan karena Islam memperbolehkan bahwa dalam perniagaan aset pasar adalah terwujudnya transparansi, adanya penjual dan pembeli, adanya barang atau produk yaitu tabungan impian, kesepakatan dan keridhaan serta ijab qabul. Keberadaan barang atau produk tetap menjadi unsur penting agar tidak terjadi praktik penipuan atau penyimpangan yang melanggar kaidah dalam berbisnis serta melanggar syariah. Suasana tempat yang nyaman juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk berinteraksi. Semua itu menjadi pertimbangan masyarakat untuk berinteraksi. Semua itu mempunyai daya tarik tersendiri terhadap keinginan nasabah dan calon nasabah untuk berinteraksi menggunakan produk *arrum* mikro yang ada di pegadaian syariah cabang Luwu.

Menurut bapak Adriansyah, narasumber mengatakan bahwa sebenarnya kalaw lokasinya ya berpengaruh yang awalnya dekat pasar, otomatis kan perputaran ekonomi itu kebanyakan di pasar, cuman karna di outlet sebelumnya habis kontrak maka tidak jauh-jauh juga dari situ kita ambil lokasi makanya kita sekarang berlokasi disini, seandainya mungkin kita pertimbangannya bukan pasar maka ditempat lain kita ambil tetapi karna pertimbangannya dekat pasar.[73]

Menurut ibu Elsi Feriani, beliau mengatakan bahwa Alhamdulillah lokasi pegadaian syariah mudah di jangkau nak bisa hanya dengan berjalan kaki karna kebetulan tidak jauh dari rumah meskipun lokasinya sudah tidak di tempat sebelumnya.[74]

Menurut bapak Asdar, beliau mengatakan bahwa menurut saya lokasi pegadaian syariah cabang Luwu saat ini bagus dikarenakan letaknya strategis dimana outlet pegadaian syariah ini berada di pusat keramaian dan dekat pasar, dibandingkan dengan outlet sebelumnya yang memang juga dekat pasar akan tetapi tertutup atau di tutupi oleh outlet pedagang yang lain selain itu ruangan yang sempit dan tidak adanya lahan parkiran sedangkan untuk outlet sekarang itu sangat bagus karna ruangan yang luas, nyaman dan disediakan tempat parkir untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.[75]

[73]Hasil Wawancara dengan Pak Adriansyah (*BPO Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 08 Februari 2022.

[74]Hasil Wawancara dengan Ibu Elsi Feriani (*Nasabah Produk Arrum Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 14 Februari 2022.

[75]Hasil Wawancara dengan Pak Asdar (*Nasabah Produk Arrum Mikro Luwu*) Pegadaian Syariah Cabang Luwu, pada tanggal 14 Februari 2022.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, salah satu daya tarik nasabah menggunakan produk *arrum* mikro dikarenakan *outlet* pegadaian syariah yang mudah dijangkau dimana *outlet* berada di tempat umum seperti dekat dengan pasar, pinggir jalan raya, selain itu lahan parkir yang luas menimbulkan kenyamanan nasabah saat bertransaksi serta karyawan yang sigap dalam melayani nasabah.

Hal ini di maksud guna memperoleh usaha dan kerja keras yang optimal. Karena itu, untuk menunjang pencapaian tujuan dan sasaran dalam perusahaan, maka perlu adanya penerapan. Hal ini dimaksudkan guna adanya strategi pemasaran produk *arrum* mikro yang diperoleh lebih optimal. Dari uraian di atas peneliti berpendapat bahwa salah satu strategi yang diterapkan oleh pegadaian syariah cabang Luwu adalah tak lain untuk membuat tertarik atas produk dan jasa pegadaian syariah cabang luwu yang ditawarkan kepada masyarakat, salah satunya memberikan pelayanan yang terbaik dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi.

Dari hasil wawancara di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan pihak pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19* mendapat respon yang sangat baik dari masyarakat, dalam menerapkan sebuah strategi harus bisa membaca keadaan lingkungan sekitar maupun paham dengan perilaku sosial masyarakat tersebut dalam upaya memberikan kepercayaan yang dilakukan pihak pegadaian syariah.

ARRUM merupakan singkatan dari *Ar-Rahn* untuk Usaha Mikro Kecil yang merupakan pembiayaan bagi para pengusaha mikro kecil, untuk

mengembangkan usaha dengan berprinsip syariah. Produk *arrum* mikro di pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19* membantu para pengusaha kecil untuk memperoleh modal usaha dengan jaminan BPKB motor atau mobil. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat dimanfaatkan untuk mendukung usaha sehari-hari. Selain itu *arrum* mikro juga merupakan salah satu jalan bagi pengusaha kecil untuk mendapat tambahan modal yang jumlahnya tidak terlalu besar.

Salah satu daya tarik nasabah menggunakan produk pembiayaan *arrum* mikro yakni dikarenakan outlet pegadaian syariah cabang Luwu yang mudah dijangkau, kemudian syarat pengajuan pembiayaan yang mudah yaitu hanya dengan menggunakan BPKB motor atau mobil. Selain itu proses pencairan dana lebih cepat yaitu dalam waktu tiga hari atau paling lambat satu minggu setelah proses pengajuan pinjaman.

Di bawah ini tabel perkembangan jumlah nasabah *arrum* mikro pegadaian syariah cabang Luwu, yang mana dari setiap tahunnya mengalami perubahan yang baik khususnya pada 2 tahun terakhir pada masa pandemi *covid-19,* berarti strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian syariah cabang Luwu memang terbukti dapat menarik minat nasabah di masa pandemi *covid-19.* Sebab banyak nasabah yang melakukan transaksi pada lembaga keuangan syariah salah satunya pegadaian syariah cabang Luwu.

Tabel 2.2Perkembangan Jumlah Nasabah *Arrum* MikroTahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	648
2018	972
2019	1278
2020	757
2021	908

Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Dari table di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak pegadaian syariah cabang Luwu ternyata mampu meningkatkan jumlah nasabah, hal ini berarti pihak pegadaian berhasil dalam memasarkan produk *arrum* mikro yang ditawarkan kepada masyarakat untuk menarik minat nasabah pegadaian syariah cabang Luwu. Ini terbukti dalam kurun waktu 5 tahun yaitu pada tahun 2017-2021. Perkembangan jumlah nasabah relatif mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebanyak 324 nasabah, tahun 2019 meningkat mencapai 306 nasabah, tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 521 nasabah, hal ini terjadi karenakan adanya wabah *covid-19* yang melanda dunia salah satunya Indonesia khususnya masyarakat kota Palopo. Dikarenakan banyaknya masyarakat yang terkena PHK dan tuntutan faktor ekonomi untuk kebutuhan sehari-hari, pada tahun 2020 nasabah tidak dapat melakukan pencairan akibat banyaknya kredit yang bermasalah. Akan tetapi akhir tahun 2021 lebih baik lagi dibandingkan pada tahun 2020 mencapai 151 nasabah. Masyarakat Palopo memanfaatkan

unit pegadaian syariah sebagai tempat solusi karena nasabah dapat menggadaikan barang atau surat berharga lainnya. Sebagai salah satu pemicu utama meningkatnya jumlah nasabah *arrum* mikro dikarenakan masyarakat banyak yang membutuhkan dana dengan proses pencairan yang cepat untuk modal usaha untuk itu mereka memilih menggadaikan BPKB motor atau mobil yang dimiliki.

Dalam hal ini kesadaran masyarakat atas pegadaian yang berbasis syariah meningkat karena dampak yang dirasakan lebih jujur, transparan dan biaya lebih ringan tanpa adanya bunga seperti halnya pada pegadaian konvensional.

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 pemerintahan serta tuntutan syariah.

Hal ini dilaksanakan dengan mengindetifikasi 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 Luwu lebih mengutamakan pada pemeliharaan hubungan baik dengan para nasabah agar tetap setia dan loyal untuk bertransaksi di pegadaian syariah.

Strategi dalam organisasi dapat mengatur sebuah rancangan agar tetap bertahan dalam bersaing di pasar dan bagaimana nasabah yang telah ada tetap menggunakan produk dan jasa gadai syariah jangan sampai meninggalkan

gadai syariah ke gadai konvensional ataupun lembaga keuangan yang bersifat konvensional. Untuk itu perlunya pihak perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga dapat memuaskan nasabah dalam mempertahankan kualitas dan kuantitas produk dan jasa pegadaian syariah kantor cabang Luwu. Adapun bentuk bentuk strategi yang dilakukan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19.*

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dari uraian bab sebelumnya, setelah melakukan penelitian analisa terhadap produk pembiayaan *arrum* mikro dalam menarik minat nasabah pegadaian syariah cabang Luwu, maka penulis dapat menarik kesimpulan: Strategi pemasaran yang diterapkan pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi dalam menarik minat nasabah melalui 4P yakni dalam bidang produkpegadaian syariah cabang Luwumembuat produk yang sesuai dengan keinginan nasabah dan pemberian layanan dan jasa kepada nasabah dengan baik. Dalam bidang harga pegadaian telah memberikan harga dalam pembiayaan *arrum* mikro terbilang murah karena *mu'nahnya* terjangkau dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Dalam bidang promosi pegadaian syariah cabang Luwu melakukan promosi dengan sebar brosur, *door to door* setiaphari Selasa dan Jumatyang rutin dilakukan oleh semua personil pegadaian syariah cabang Luwu kemudian melalui internet seperti *whatsaap*, *instagram*, *facebook*, *wa blast*, bukalapak dan media sosial lainnya. Dalam bidang lokasi pegadaian syariah cabang Luwu terletak di daerah yang strategis, lokasinya berada di dekat pasar pusat keramaian yang memudahkan nasabah atau calon nasabah untuk menjangkaunya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis memiliki beberapa saran untuk dijadikan bahan pertimbangan dan masukan agar kiranya dapat bermanfaat bagi pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19:*

1. Hendaknya pegadaian syariah cabang Luwu lebih sering lagi dalam melakukan kegiatan pemasaran, baik dengan sosialisasi maupun kegiatan promosi lainnya kepada masyarkat, agar nasabah mengetahui produk *arrum* mikro pada pegadaian syariah memberikan pinjaman untuk usaha dengan persyaratan yang mudah, murah dan cepat. Karena telah terbukti bahwa kegiatan pemasaran ini mampu menarik minat nasabah dan berdampak pada peningkatan jumlah nasabah.
2. Pegadaian syariah diharapkan dapat melakukan pembaharuan pada strategi pemasaran yang digunakan selain dari *produk, price, place and promotion.*
3. Skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan.Penulis berharap untuk peneliti selanjutnya penelitian ini dapatdijadikan acuan untuk penelitian yang lebih sempurna lagikedepannya khususnya mengenai strategi pemasaran produk *arrum*mikro karena tidak menutup kemungkinan akan ada peneliti selanjutnya yang mengangkat tema ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Abu Abdullah Muhammad SAW bin Ismail bin Ibrahim ibn Mughirah bin Bardizbah Albukhari Alja'fi. *Shahih Bukhari*. Kitab. Al-Buyu', Juz 3. Darul Fikri: Bairut-Libanon, 1981 M.

Amstrong, Kotler. *Dasar-Dasar* Pemasaran. Jakarta: Indeks, 2003.

Antonio, Muhammad SAW Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Anwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar, 2001.

Arikunto, Suharsimi.*Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007.

Arikunto, *Suharsimi*. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.

Armstrong, Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga, 2001.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kualitatif dan Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2005.

Fathoni, Ahmad. *Dampak Covid-19 dan Kebijakan PSBB Pemerintah Terhadap UMKM di Wuyung Surabaya*. Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah. Volume 3 Nomor 1, ISSN 2447-0469.

Gary Armstrong, Philip Kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2003.

Ibrahim. *Metodologi Peneltian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV, 2015.

Ir. Syofian Siregar, M.M. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta, Bumi Aksara, 2014.

J.Moeleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.

Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Press, 2008.

Kasmir.*Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.

Kementerian Agama. *Al-Qur'an Al-Karim*. Unit Percetakan Al-Qur'an: Bogor, 2018.

Khotler, Philip. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian).* Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 1993.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Indeks Kelompok *Gramedia*, 2004.

Kuncono, Mudrajad. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2003.

Lincolin Arsyad, Soeratno. *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1988.

Manap, H. Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.

Mohammad Heykal, Nurul Huda. *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2010.

Moleong, Lexy J. Metodologi *Penelitian Kalitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda, 2007.

Muhammad SAW, *Firdaus* Nh. *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisan, 2005.

Muhbib Abdul Wahab, Abdul Rahman Shaleh. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.

Patilima, Hamid. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Pegadaian.co.id, Diakses pada 23 Oktober 2021.

Poerwadarmanta, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2006.

Prasetijo, Ristianti. *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: Andi Offset, 2005.

Prof. Dr. Sugiyono. *Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Rais,Sasli. *Pegadaian Syariah Konsep dan Sistem Operasional: Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta, UI Press, 2005.

Sumarni, Murti. Marketing *Perbankan*. Yogyakarta: Liberty, 1997.

Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2011.

Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.

Tika, Moh. Pabundu. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.

Utus Hardiono Sudibyo, Thorik Gunara. *Marketing Muhammad SAW*. Bandung: PT. Karya Kita, 2007.

Waluyo, Agus. *Virus Corona Selama 6 Bulan Membuat Daya Beli Masyarakat Menurun.* Merdeka.Com, 2020.

Zainudin. *Bank Muamalat Indonesia*. Bandung: Prenadamedia Group, 2006.

JURNAL:

Risqiyah, Farizatur. "Pengaruh Pembiayaan Arrum BPKB dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Semarang (Studi pada Nasabah Cabang Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)".Skripsi, UIN Walisongo, (Juli 2019): viii-123, http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10791/.

Rizky, Muhammad SAW. "Analisis Strategi Pemasaran Produk ArrumBPKB (Ar-Rahn untuk Usaha Mkikro Kecil) cabang Pegadaian Syariah Alaman Bolak". Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, (September 2018): i-65, http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/1186/ .

Sari, Rahmita. "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Unit Pegadaian Syariah Madina". Skripsi,IAIN Padangsidimpuan, (November 2019): vi-61, http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/2696/.

WAWANCARA

Adriansyah. BPO *Mikro Luwu*. Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2022.

Andriani Nur, Rani. *Nasabah Produk Arrum Mikro*. Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2022.

Asdar. *Nasabah Produk Arrum Mikro*. Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2022.

Dari, Nova Wulan. *Nasabah Produk Arrum Mikro*. Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2022.

Feriani, Elsi. *Nasabah Produk Arrum Mikro*. Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2022.

Salahuddin. *Pengelola UPC*. Pegadaian Cabang Ratulangi 2021.

Utami, Dwi. BPO RO. Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2022.

Wancie, Itwan. *Kepala Unit Bisnis Mikro Luwu*. Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2021.

Wancie, Itwan. *Kepala Unit Bisnis Mikro Luwu*. Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2022.

Zabrina Aritonong, Elsi. *Nasabah Produk Arrum Mikro*. Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2022.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Identitas Responden

Responden 1

Nama : Itwan Wancie

Jabatan : Kepala Unit Bisnis Mikro Luwu

Alamat : Btn Bogar

Responden 2

Nama : Adriansyah

Jabatan : BPO Mikro

Alamat : Lamasi

Responden 3

Nama : Dwi Utami

Jabatan : BPO RO

Alamat : Jl. Durian

Responden 4

Nama : Asdar

Pekerjaan : Wiraswasta

Jenis Usaha : Toko Xsport

Alamat : Jl. Salak

Responden 5

Nama : Elsi Feriani

Pekerjaan : IRT

Jenis Usaha : Rumput Laut

Alamat : Andi Tenri Ajeng

Responden 6

Nama : Nurul Zabrina Aritonong

Pekerjaan : Mahasiswa

Jenis Usaha : Online Shop

Alamat : Perumahan Sampoddo Lestari Residen

Responden 7

Nama : Rani Andriani Nur, S.An

Pekerjaan : Wiraswasta

Jenis Usaha : Campuran

Alamat : Jl. Tokasirang perumahan Temmalebba

Responden 8

Nama : Nova Wulan Dari

Pekerjaan : Wiraswasta

Jenis Usaha : Ayam Geprek

Alamat : Jl. Tappong Baru

Lampiran 2

Pedoman Wawancara

A. Wawancara Kepala Unit Bisnis Mikro dan Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Luwu

1. Bagaimana awal mula berdirinya pegadaian syariah cabang Luwu dan bagaimana perkembangannya selama pandemi *covid-19*?
2. Produk apa saja yang terdapat pada pegadaian syariah cabang Luwu?
3. Produk apa yang paling di minati nasabah selama pandemi *covid-19*?
4. Apa yang membedakan produk arrum mikro dengan produk lain yang ada pada pegadaian syariah cabang Luwu?
5. Seperti apa strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
6. Bagaimana strategi produk yang diterapkan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
7. Bagaimana strategi penetapan harga yang digunakan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
8. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
9. Bagaimana strategi lokasi yang dilakukan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
10. Adakah strategi pemasaran yang digunakan oleh pegadaian syariah cabang Luwu dalam menarik minat nasabah di masa pandemi *covid-19* selain dari strategi produk, harga, promosi dan tempat?

11. Bagaimana perkembangan jumlah nasabah pembiayaan arrum mikro selama pandemi *covid-19*?
12. Bagaimana mekanisme atau alur pemberkasan hingga persetujuan arrum mikro dan apa saja yang perlu dipertimbangkan?
13. Syarat apa saja yang harus dipenuhi oleh calon nasabah untuk mengajukan produk arrum mikro?
14. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh pegadaian syariah cabang Luwu di masa *covid-19*?
15. Strategi pemasaran apa yang paling efektif dalam upaya menarik minat nasabah pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
16. Media apa saja yang digunakan oleh pegadaian syariah dalam memasarkan produk arrum mikrodi masa pandemi *covid-19*?
17. Seberapa luas jangkauan wilayah yang bisa diberikan produk pembiayaan arrum mikro, apakah ruang lingkup promosi produk arrum mikro hanya sekitar Andi Tadda atau ke daerah lain?
18. Apakah ada kendala atau hambatan yang dihadapi pegadaian syariah dalam melakukan promosi produk arrum mikro di masa pandemi *covid-19*?

B. Wawancara Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu

1. Bagaimana pendapat anda tentang pegadaian syariah cabang Luwu?
2. Dari mana anda mengetahui pegadaian syariah cabang Luwu?
3. Bagaimana pendapat anda mengenai lokasi pegadaian syariah cabang Luwu?
4. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah produk arrum mikro pada pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
5. Dari mana anda mengetahui produk arrum mikro yang ada di pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
6. Apakah anda pernah menjadi nasabah produk arrum mikro selain di pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
7. Apa alasan anda memilih atau yang membuat anda tertarik menjadi nasabah produk arrum mikro di pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19*?
8. Apakah produk arrum mikro yang ada di pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19* sangat membantu anda dalam memperoleh dana dengan cepat?
9. Bagaimana bentuk pelayanan yang anda rasakan di pegadaian syariah cabang Luwu di masa pandemi *covid-19?*
10. Apa hambatan atau kendala yang anda rasakan selama melakukan transaksi di masa pandemi *covid-19?*

Data Pendukung

1. Sejarah pegadaian syariah cabang Luwu
2. Visi dan misi pegadaian syariah cabang Luwu
3. Struktur organisasi pegadaian syariah cabang Luwu
4. Jumlah nasabah produk *arrum* mikro 5 tahun terakhir

Lampiran 3

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpon : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN

NOMOR : 58/IP/DPMPTSP/I/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: ANDI NURFAIKA MUSLIM
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Tokasirang Kota Palopo
Pekerjaan	: Pelajar/Mahasiswa
NIM	: 1704020196

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM MIKRO DALAM MENARIK MINAT NASABAH PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU DI MASA PANDEMI COVID-19

Lokasi Penelitian	: PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian	: 26 Januari 2022 s.d. 26 Maret 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.**
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) examplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 28 Januari 2022
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

MUH. IHSAN ASHARUDDIN, S.STP, M.SI
Pangkat : Pembina Tk.I
NIP. 19750611 199612 1 001

Tembusan :
1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Lampiran 4

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Itwan Wancie
Alamat : BTN Bogar
Jabatan : Kepala Unit Bisnis Mikro Luwu

Menerangkan bahwa:

Nama : Andi Nurfaika Muslim
Nim : 17 0402 0196
Prodi : Perbankan Syariah

Benar telah mengadakan penelitian dengan wawancara kepada kami sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk *Arrum* Mikro Dalam Menarik Minat Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu Di Masa Pandemi *Covid-19*", pada tanggal 08 Februari 2022

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Palopo, 08 Februari 2022

Yang menerangkan,

Itwan Wancie

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Elsi Feriani

Alamat : Jl. Andi Tenriadjeng

Pekerjaan : IRT

Menerangkan bahwa:

Nama : Andi Nurfaika Muslim

Nim : 17 0402 0196

Prodi : Perbankan Syariah

Benar telah mengadakan penelitian dengan wawancara kepada kami sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk *Arrum* Mikro Dalam Menarik Minat Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu Di Masa Pandemi *Covid-19*", pada tanggal 14 Februari 2022

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Palopo, 14 Februari 2022

Yang menerangkan,

Elsi Feriani

Lampiran 5 Nota Dinas Pembimbing

Hamida, S.E. Sy., M.E.Sy

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 26 April 2022

Lamp. :

Hal : Skripsi an. Andi Nurfaika Muslim

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di-

Palopo

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini :

Nama	:	Andi Nurfaika Muslim
NIM	:	17 0402 0196
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisis Islam
Program Studi	:	Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	Strategi Pemasaran Produk *Arrum* Mikro Dalam Menarik Minat Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu Di Masa Pandemi *Covid-19*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah.*

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing

Hamida, S.E. Sy., M.E.Sy
Tanggal: 26 April 2022

Lampiran 6 Nota Dinas Penguji

Hendra Safri, S.E., M.M
Megasari, S.Pd., M.Sc

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo 26 April 2022

Lamp. :

Hal : Skripsi an. Andi Nurfaika Muslim

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di-

Palopo

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini :

Nama	:	Andi Nurfaika Muslim
NIM	:	17 0402 0196
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisis Islam
Program Studi	:	Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	Strategi Pemasaran Produk *Arrum* Mikro Dalam Menarik Minat Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu Di Masa Pandemi *Covid-19*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

1.	Hendra Safri, S.E., M.M Penguji 1	( ) tanggal: 26 April 2022
2.	Megasari, S.Pd., M.Sc Penguji 2	( ) tanggal: 25 April 2022
3.	Hamida, S.E. Sy., M.E.Sy Pembimbing/Penguji	( ) tanggal: 26 April 2022

Lampiran 7 Hasil Cek plagiasi

23%	22%	5%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	2%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
3	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	2%
4	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	1%
5	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
6	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
7	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
8	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%

Lampiran 8 Brosur

Pegadaian Syariah

BUMN UNTUK INDONESIA

ARRUM Mikro

Ar Rahn Untuk Usaha Mikro Kecil

Persyaratan :

- FC KTP Suami + Istri , Kartu Keluarga & Surat Nikah
- FC STNK (Pajak Kendaraan Hidup)
- Asli BPKB + Faktur Pembelian + Sertifikat Kendaraan

**diutamakan atas nama sendiri*

**Mobil 15 Tahun, Motor 5 Tahun*

- FC SITU/SIUP/TDP // atau Surat Keterangan Usaha

**menerangkan usaha telah berjalan sejak .... Tahun*

- FC PBB rumah (diutamakan a.n. Sendiri/Pasangan)
- FC Pembayaran Rekening Listrik
- Cek Fisik dari SAMSAT >>> Khusus Mobil

Pegadaian Cabang Syariah Luwu

Jl. Andi Tenriadjeng (Cakalang)

TAMI - 0822 9105 1115

Angsuran ARRUM Mikro

MARHUN BIH	JANGKA WAKTU / LAMA CICILAN				
	12 X	18 X	24 X	36 X	48 X
3,000,000	281				
4,000,000	374				
5,000,000	468	329			
6,000,000	561	394			
7,000,000	654	459			
8,000,000	748	525	414		
9,000,000	841	591	466		
10,000,000	934	656	517		
11,000,000	1,028	722	569		
12,000,000	1,121	788	621		
13,000,000	1,214	853	672	492	
14,000,000	1,307	918	724	529	
15,000,000	1,401	984	776	568	
16,000,000	1,494	1,050	827	605	
17,000,000	1,587	1,115	879	643	
18,000,000	1,681	1,181	931	681	
19,000,000	1,774	1,246	983	719	
20,000,000	1,867	1,312	1,034	756	
25,000,000	2,334	1,640	1,293	946	
30,000,000	2,801	1,967	1,551	1,134	
40,000,000	3,734	2,623	2,068	1,512	
50,000,000	4,668	3,279	2,584	1,890	
60,000,000	5,601	3,934	3,101	2,268	
70,000,000	6,534	4,589	3,617	2,645	
80,000,000	7,467	5,245	4,134	3,023	
90,000,000	8,401	5,901	4,651	3,401	
100,000,000	9,334	6,556	5,167	3,779	
110,000,000	10,268	7,212	5,684	4,156	3,393
120,000,000	11,201	7,868	6,201	4,534	3,701
130,000,000	12,134	8,523	6,718	4,912	4,009
140,000,000	13,067	9,178	7,234	5,289	4,317
150,000,000	14,001	9,834	7,751	5,667	4,626
160,000,000	14,934	10,490	8,267	6,045	4,934
170,000,000	15,867	11,145	8,784	6,423	5,242
180,000,000	16,801	11,801	9,301	6,801	5,551
190,000,000	17,734	12,457	9,818	7,179	5,859
200,000,000	18,668	13,112	10,334	7,557	6,168

** Angsuran dalam Ribuan Rupiah (_.000)*

Dokumentasi

Wawancara dengan Kepala Unit Bisnis Mikro Bapak Itwan Wancie

Wawancara dengan BPO RO Ibu Dwi Utami

Wawancara dengan BPO Mikro Bapak Adriansyah

Wawancara dengan Nasabah Bapak Asdar

Wawancara dengan Nasabah Ibu Elsi Feriani

Wawancara dengan Nasabah Ibu Nurul Zabrina Aritonong

Wawancara dengan Nasabah Ibu Rani Andriani Nur, S.An

Wawancara dengan Nasabah Ibu Nova Wulan Dari

RIWAYAT HIDUP

Andi Nurfaika Muslim, Nim 17 0402 0196, Kelas Perbankan Syariah F, lahir di Masamba pada 10 Oktober 1999. Penulis merupakan anak pertama dari seorang bapak bernama Andi Muslimin dan Ibu Andi Nurmiati. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Desa Sumber Harum Kec. Mappedeceng Kab. Luwu Utara Sulawesi Selatan. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2012 di SDN 124 Sumber Wangi. Di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 2 Mappedeceng hingga tahun 2014. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Mappedeceng pada tahun 2014. Setelah lulus di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan pada jenjang Sarjana di perguruan tinggi negeri, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Program Studi Perbankan Syariah.

Alhamdulillah, pada tahun 2022 penulis menyelesaikan Strata-1 (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo dan berhak menyandang gelar Sarjana S.E.

Contact person penulis: *andinurfaika_07@gmail.com*