

**ANALISIS RISIKO PEMASARAN PRODUK MULIA PADA
PEGADAIAN SYARIAH LUWU**

Skripsi

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



IAIN PALOPO

Oleh:

**Leni Miftahul Jannah
17 0402 0192**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**ANALISIS RISIKO PEMASARAN PRODUK MULIA PADA
PEGADAIAN SYARIAH LUWU**

Skripsi

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



IAIN PALOPO

Oleh:

**Leni Miftahul Jannah
17 0402 0192**

**Pembimbing:
Hendra Safri, S.E., M.M.**

**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 : Leni Miftahul Jannah

NIM : 17 0402 0192

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya 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 terdapat di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana dikemudian hari ternyata 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 dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 22 November 2022

Yang membuat pernyataan

A red postage stamp with a value of 1000 Rupiah. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '1000'. A signature is written over the stamp.

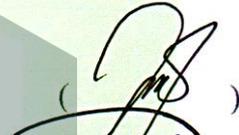
Leni Miftahul Jannah
NIM. 17 0402 0192

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Risiko Pemasaran Produk Mulia pada Pegadaian Syariah Luwu yang ditulis oleh Leni Miftahul Jannah, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1704020192, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jum'at, 7 Oktober 2022 Miladiyah bertepatan dengan tanggal 11 Rabiul Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S. E)

Palopo, 01 November 2022

TIM PENGUJI

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

Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Takdir, S.H., M.H
NIP 19790724 200312 1 002


Hendra Safri, S.E., M.M
NIP 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب لعلمين والصلاة والسلام على اشرف الاء نبياء وا
لمرسلين سيدنا محمد وعلى اله واصحابه اجمعين.

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah swt, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, berupa kesehatan dan kekuatan serta anugerah waktu dan inspirasi yang tiada terkira besarnya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Analisis Risiko Pemasaran Produk Mulia Pada Pegadaian Syariah Luwu”* Sholawat dan salam, semoga tercurah kepada Nabi Muhammad Saw., Nabi dan Rasul terakhir yang diutus dengan membawa syariah yang penuh rahmat dan kemudahan dalam kehidupan dunia dan akhirat.

Manusia sebagai makhluk sosial senantiasa memerlukan bantuan yang lain untuk menjalani hidup dan kehidupannya. Peneliti menyampaikan ucapan terimakasih terkhusus kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda dan ibunda yang dengan penuh kesabaran, pengorbanan dan tetesan keringat yang tak kenal lelah siang dan malam untuk memberikan segala yang terbaik bagi anak-anaknya, kasih sayang, dukungan, yang insya Allah penulis akan selalu bersyukur, serta doanya yang menjadi sumber semangat dan akan mengantarkan kepada kesuksesan peneliti, semoga Allah Swt, memberikan pahala yang berlipat ganda dan melimpahkan rahmat dan kasih sayann-Nya kepada mereka. Aamin. Begitu juga dalam penelitian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak akan mampu menyelesaikannya tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Olehnya itu

melalui kesempatan yang baik ini peneliti memberikan apresiasi sekaligus ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol, M. Ag, serta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr Muhaemin, M.A. yang telah membina peneliti menimbah ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Takdir, SH., MH., serta Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Bapak Tadjuddin, S.E., M. Si. Ak., Ca., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Ilham, S.Ag., M.A., yang telah membantu mensukseskan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ketua Prodi Perbankan Syariah IAIN Palopo, Bapak Hendra Safri, S.E., M.M seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu, mendidik, membimbing, mengajar dan mencurahkan ilmu-ilmunya kepada penulis. Semoga Allah Swt., melimpahkan amal kebaikan mereka. Aamin.
4. Pembimbing I, Hendra Safri, S.E.,M.M yang telah meluangkan waktunya yang sangat berharga untuk membimbing dan mengajarkan peneliti dalam proses penyusunan skripsi dan memberikan kontribusi ilmiah sehingga membuka cakrawala berfikir peneliti dalam menghadapi berbagai persoalan.

5. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo, Bapak Madehang. S.Ag., M.Pd, beserta stafnya yang telah banyak membantu penulis, khususnya dalam mengumpulkan literature-literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
6. Pada Dosen dan Pegawai di kampus institut Agama Islam Negri (IAIN) Palopo, yang selama ini banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam menghadapi segala tantangan selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Administrasi IAIN Palopo yang telah memberikan informasi dan bantuan yang berkaitan dengan akademik.
8. Pimpinan dan segenap karyawan Pegadaian Syariah cabang Luwu yang telah membantu penulis dalam penelitian skripsi ini. Khususnya kepada Bapak Hardiansyah, Bapak Itwan Wancie dan Kakak Adriani yang selama ini memberikan ilmu, pengalaman dan keterangan-keterangan dari wawancara yang tertuang di dalam hasil penelitian skripsi ini.
9. Yang teristimewa, kedua orang tuaku ayahanda Abd. Rosyid dan ibunda Etti Widari yang telah mengasuh dan mendidik dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari Sekolah Dasar hingga perguruan tinggi, begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua. terkhusus untuk Kakek dan Nenek H. Sudiono dan Hj. Musinem dan saudara saudari tercintaku yaitu Bima Nurhudda dan Fipra Fadillah tersayang yang selama ini selalu mendukung, mendoakan, dan

menjadi motivator peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT, amin.

10. Sahabatku terkhusus Andi Nurfaika Muslim, teman seperjuanganku dalam melakukan penelitian ini hingga selesai, Heni, Ega, Dilla, Uga, Nia, Indah, Lia, Ayun, Nindi, Sartika, Rini, Febri, Ayu Tika Sari, Yuni, Yusuf, Idil, Budi, Rifky dan seluruh teman-teman seperjuanganku terutama program studi perbankan syariah IAIN palopo angkatan 2017 (khususnya kelas PBS F), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi.

Akhirnya hanya kepada Allah Swt., peneliti memohon ampun atas segala dosa dan berdo'a semoga bantuan dan partisipasi berbagai pihak dapat diterima sebagai ibadah dan diberikan pahala yang berlipat ganda. Amin.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb.

Palopo, 22 November 2022



Leni Miftahul Jannah

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	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan 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	Ef
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
أَ	<i>fathah</i>	a	A
إِ	<i>kasrah</i>	i	I
أُ	<i>ḍammah</i>	u	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
أَوَّ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haulā*

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
أَ... يَ	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>Kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أُ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā'marbūtah*

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭ fāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*
الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

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

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbnā*
نَجِّنَا : *najjainā*
الْحَقُّ : *al-ḥaqq*
نُعِمُّ : *nu'ima*
عُدُّوْا : *'aduwwun*

Jika huruf *kasrah* (سِسِيّ) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (سِسِيّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

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 diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (*al-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ □□ *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:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْعُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya 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 fī Ri’āyah al-Maṣlahah

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

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)
Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaī, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd Naṣr Ḥāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	: <i>subḥānahū wa ta 'ālā</i>
saw.	: <i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
as	: <i>'alaihi al-salām</i>
H	: Hijrah
M	: Masehi
SM	: Sebelum Masehi
l	: Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	: Wafat tahun
QS.../...:4	: QS al-Baqarah/2:4 atau QS Āli 'Imrān3:4
HR	: Hadis 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	xv
DAFTAR AYAT	xvii
DAFTAR HADIS	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
B. Deskripsi Teori	10
1. Risiko	10
2. Kendala	17
3. Produk Mulia	18
4. Pemasaran	18
5. Pegadaian Syariah.....	21
C. Kerangka Pikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Fokus Penelitian	27
C. Definisi Istilah	27
D. Desain Penelitian	28
E. Data dan Sumber Data.....	29
F. Instrumen Penelitian	29
G. Teknik Pengumpulan Data	30
H. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	30
I. Teknik Analsis Data	31
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	34

A. Deskripsi Data	34
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
BAB V PENUTUP	60
A. Simpulan.....	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA	62
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS al-Baqarah/2:28322



DAFTAR HADIS

Hadis 1 Hadis Riwayat No.(Gadai)23



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	26
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Cabang Luwu	40



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
 - Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
 - Lampiran 3 Surat Keterangan Wawancara
 - Lampiran 4 Hasil Cek Plagiasi
 - Lampiran 5 Dokumentasi
- Riwayat Hidup



ABSTRAK

Leni Miftahul Jannah, 2022.“*Analisis Risiko Pemasaran Produk Mulia Pada Pegadaian Syariah Luwu*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Hendra Safri.

Skripsi ini membahas tentang Analisis Risiko Pemasaran Produk Mulia Pada Pegadaian Syariah Luwu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana risiko dalam pemasaran produk mulai di pegadaian syariah Luwu. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder dengan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Instrumen penelitian atau alat yang digunakan untuk mengambil data dalam penelitian ialah handphone, kamera, dan pedoman wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian ini, risiko dalam pemasaran produk mulai di pegadaian syariah Luwu ada tiga, diantaranya persentase biaya promosi, tingkat penjualan per salesperson, rasio konsumen dan total salesperson. Dari ke tiga indikator tersebut menunjukkan bahwa tingkat risiko dalam pemasaran produk mulia termasuk dalam kategori rendah dan sudah memenuhi peraturan yang diterapkan oleh pihak pegadaian syariah cabang Luwu. Namun hal yang perlu diperhatikan khususnya pada pemasaran produk mulia dimana kurangnya keyakinan nasabah terhadap produk mulia sehingga nasabah kurang yakin dalam mengambil keputusan, seperti calon nasabah yang menganggap bahwa produk mulia memiliki angsuran yang begitu besar yang akan bertambah angsuran demi angsuran, padahal faktanya angsuran produk mulia bersifat flat tidak naik dan tidak turun. hal tersebut dapat berisiko terhadap produk. Hal ini perlu diperhatikan agar calon nasabah dapat lebih percaya untuk mengambil sebuah produk yang ada dipegadaian syariah cabang Luwu.

Kata kunci: Risiko dan Pemasaran Produk Mulia

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk yang akan dijual di pasaran. Dengan strategi pemasaran tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk yang akan dijual. Selain strategi pemasaran perusahaan perlu mengetahui posisi produk yang dijual. Posisi disini menunjukkan perbandingan mengenai pangsa pasar dan pertumbuhan pasar dari para pesaing produk yang sejenis dari perusahaan lain.

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk-produk sangat tergantung pada kiat-kiat dan strategi pemasaran yang dilakukan karena dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat menciptakan dan memelihara serta mengembangkan permintaan konsumen secara menyakinkan dan berkesinambungan. Apabila omset penjualan mengalami peningkatan yang lambat, maka harus dianalisis apakah hal tersebut disebabkan oleh kurang efektifnya strategi pemasaran yang dilakukan atau mungkin di pengaruhi oleh selera dan perilaku konsumen yang sudah berubah, oleh karna itu hal tersebut dapat menimbulkan risiko dan kendala dalam melakukan pemasaran sebuah produk.

Pegadaian syariah sendiri merupakan lembaga keuangan syariah yang bergerak dalam memasarkan produk berupa pinjaman kepada nasabah dengan Implementasi operasional pegadaian yang hampir mirip dengan pegadaian konvensional. Seperti halnya pegadaian konvensional, pegadaian syariah juga menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan barang bergerak. Nasabah dapat memperoleh dana yang diperlukan dalam waktu yang relatif cepat, proses administrasi dan penaksiran hanya kurang lebih 15 menit, dan dana pinjaman dapat diterima nasabah kurang dari 1 jam.¹

Pegadaian Syariah merupakan salah satu dari produk keuangan syariah. Dimana Gadai (*rahn*) merupakan salah satu jenis transaksi perjanjian dalam utang piutang untuk meraih kepercayaan dari kreditur. Barang jaminan tetap milik orang yang menggadaikan, namun dikuasai oleh penerima gadai.²

Praktik seperti ini sebenarnya telah ada sejak zaman Rasulullah Saw, dan pernah melakukannya pula. Hukum kebolehan gadai telah disepakati ulama. Namun, mengingat kompleksnya kelembagaan yang dapat menyebabkan realita bergeser, praktik gadai yang melembaga ini perlu dicermati agar tetap tidak keluar dari fiqh *rahn* itu sendiri. Dengan mulai membaiknya iklim dan minat masyarakat dalam bidang pegadaian mengakibatkan tingkat persaingan di dunia pegadaian menjadi semakin ketat. Strategi pemasaran merupakan salah satu senjata bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan pasar.³

¹Anshori, A., *Gadai Syari'ah di Indonesia konsep, implementasi dan institusional*. Yogyakarta: Gajahmada Uiversity Press, 2006.

²Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada), 246.

³Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta Selatan: PT Trans Media, 2011), Cetakan Pertama, 147.

Adapun produk pegadaian syariah yang dipasarkan oleh perusahaan ini adalah produk mulia, produk tabungan emas, rahn peduli dan yang pasti pinjaman dana, salah satu produk pegadaian syariah yang dibahas dalam penelitian ini adalah produk mulia yakni emas mulia batangan yang dapat dicicil untuk investasi masa depan nasabah, keuntungan yang didapatkan dalam memilih produk mulia yaitu sistemnya meringankan nasabah untuk membeli emas, tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 5 gram sampai 1 kilogram, uang muka mulai 10% sampai dengan 90%, diangsur secara teratur dengan jumlah flat dan jangka waktu angsurannya mulai dari 3 bulan sampai 36 bulan.⁴

Pegadaian syariah sendiri memiliki aplikasi pegadaian syariah digital yang banyak manfaatnya termasuk dalam pembayaran cicilan dan pelunasan produk mulia, dengan aplikasi tersebut nasabah dapat melakukan transaksi produk mulia melalui *handphone* hanya dengan mengajukan data diri dan KTP atau paspor. sehingga mekanisme transaksi produk mulia sangatlah mudah dan cepat dengan menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital, selain itu nasabah juga dapat mengunjungi outlet terdekat dengan membawa mengisi data diri dan membawa KTP serta membayar biaya admin sebesar Rp.5000.

Tabel 4.1

Data Nasabah Logam Mulia CPS Luwu

NO	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	20
2	2019	36

⁴aplikasi pegadaian syariah digital

3	2019	40
4	2020	46
5	2021	61

Sumber Data : Pegadaian Syariah Luwu

Pada observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di pegadaian syariah yang ada di Luwu, memberikan sebuah gambaran atas fenomena yang terjadi, hal ini karna produk mulia yang dikeluarkan oleh pegadaian syariah Luwu sendiri memiliki peminat yang banyak dari beberapa nasabah, banyaknya peminat atas produk mulia tentu tak luput dari manajemen risiko yang ada pada pemasaran yang dilakukan oleh *marketing* pegadaian syariah, hal ini sesuai dibuktikan dalam wawancara bersama dengan staff bagian *marketing* pegadaian syariah mengatakan bahwa dalam mengaplikasikan manajemen risiko pada produk mulia, pegadaian terlebih dulu memberikan dulu reputasi yang bagus dalam masyarakat dan juga mempercayai pegadaian yang beroperasi secara syariah, selain itu Pegadaian Syariah di Luwu juga menganalisis ancaman pada resiko yang tentunya akan mempengaruhi pemasaran produk mulia seperti kurangnya minat masyarakat dalam mencicil emas pada pegadaian syariah. tidak semua SDM memahami betul tentang perbedaan pegadaian konvensional dan syariah, dan resiko hilangnya emas asli dalam pemasaran, masalah tersebut juga didukung dalam penelitian Randi dan Kasfyul Mahali dalam judul Analisis Potensi dan Kendala Pegadaian Syariah di Kota medan⁵, yang menjelaskan bahwa kelemahan tersebut dapat mempengaruhi aktivitas jual beli produk mulia, sehingga pegadaian syariah Luwu

⁵Randi, Kasfyul Mahali. *Analisis Potensi dan Kendala Pegadaian Syariah di Kota medan*, jurnal ekonomi dan keuangan vol. 2 No.4, 2018

juga harus siap-siap menerima risiko dan kendala yang selalu berkaitan dengan manajemen resiko dalam memasarkan produk mulia khususnya di Luwu, terlebih lagi bahwa produk mulia merupakan investasi jangka panjang yang sangat diminati masyarakat Luwu, terutama pada kelas atas dan kelas menengah.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti risiko dan kendala dalam pemasaran produk mulia dengan menarik judul yaitu **Analisis Risiko Pemasaran Produk Mulia Pada Pegadaian Syariah Luwu.**

B. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah skripsi ini akan membahas tentang Risiko dan Kendala dalam pemasaran produk mulia yang ada di Pegadaian Syariah Luwu.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimanakah risiko dalam pemasaran produk mulia pegadaian syariah di Luwu?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, tujuan penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Untuk mengetahui risiko dalam pemasaran produk mulia pegadaian syariah di Luwu

E. Manfaat Penelitian

Dalam setiap penelitian yang ada diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pihak-pihak terkait secara umum, dan kepada peneliti secara khusus. Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, dapat memberikan pengetahuan dan informasi tentang analisis risiko dan kendala dalam pemasaran produk mulia pegadaian syariah di Luwu, serta penelitian ini dapat juga menjadi salah satu rujukan dalam menulis karya ilmiah atau sejenisnya, baik sebagai pembandingan maupun sebagai literatur.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjawab semua pertanyaan dari semua kalangan terutama bagi mahasiswa, pengajar, nasabah dan masyarakat tentang risiko dan kendala pemasaran produk mulia pegadaian syariah di Luwu.

b. Bagi Mahasiswa

Dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai analisis risiko dan kendala dalam pemasaran produk mulia perbankan syariah di Luwu.

c. Bagi Institusi

Penelitian ini akan berguna sebagai informasi atau sebagai bahan evaluasi bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Luwu khususnya mahasiswa untuk mengembangkan penelitian tentang analisis risiko dan kendala dalam pemasaran produk mulia pegadaian syariah di Luwu.



BAB II **KAJIAN TEORI**

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Adapun dalam menyusun penelitian ini, tidak luput dari hasil penelitian terdahulu yang relevan demi menunjang teori dan penelitian ini, peneliti mengemukakan hasil sebelumnya dengan masalah yang diangkat, dimana peneliti belum menemukan judul serupa oleh karena ini dibawah ini beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini:

1. Idzhar Jaya Nugraha, Akmal Riyadi Wastra dan Lislis Imamah Ichdayati, dengan judul Strategi Penangana Risiko Oprasional Pemasaran Produk Teh Celup Hijau Walini 20 Industry Hilir The PT Perkebunan Nusantara VIII, Bandung Jawa Barat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Pada Berdasarkan metode nilai standar didapatkan nilai tertinggi dari ketiga penyebab risiko oprasional adalah risiko system kerja sama (26,4%) dan nilai probabilitas terendah adalah risiko sumberdaya manusia (15,4%) probabilitas risiko per kejadian stagnasi produk, distributor telat melakukan pembayaran, kurangnya informasi penyajian teh kelalaian promosi memiliki probabilitas tertinggi risiko sumber daya manusia memiliki dampak atau kerugian terbesar dengan nilai Rp 102.615.683 sedangkan kerugian terkecil dialami oleh proses dengan nilai Rp 78.436.664 dampak tersebut dapat dihitung melalui metode value at risk (VAR).⁶

⁶Idzhar Jaya Nugraha, Akmal Riyadi Wastra dan Lislis Imamah Ichdayati, *Strategi Penangana Risiko Oprasional Pemasaran Produk Teh Celup Hijau Walini 20 Industry Hilir The PT Perkebunan Nusantara VIII, Bandung Jawa Barat*, Jurnal, 2020

2. Ratih Ardia Sari, dengan judul Analisis Manajemen Risiko Pada Industri Kecil Rotan Di Kota Malang. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko supply dan risiko pemasaran berada pada zona merah sehingga membutuhkan perhatian khusus, sedangkan risiko oprasional berada pada zona kuning yang tidak terlalu berpengaruh.⁷
3. M. Farid Wajdi, Anto Agus Setyawan, Syamsudin dan Muzakar Isa, dengan judul Manajemen Risiko Bisnis UMKM Di Kota Surakarta. Menyimpulkan bahwa Yang dilakukan berdasar risiko bencana dengan aspek bisnis terpenting yang terkena bencana adalah 1. Alat produksi 2. Tempat produksi. 3. Permodalan. 4. Hasil produksi. dan alternative tindakan antisipasi bencana: 1. Menyisihkan sebagian penghasilan untuk berjaga jaga 40%. 2. Menyusun prosedur standar kerja yang aman 35%. 3. Kerja sama dengan pihak lain 15%. 4. Membeli polis asuransi 5%. 5. Lainnya 5%.⁸

B. Landasan Teori

1. Risiko

a. Pengertian Risiko

Definisi risiko menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Menurut Arthur J. Keown, risiko adalah prospek suatu hasil yang tidak disukai (operasional sebagai deviasi standar).⁹

⁷ Ratih Ardia Sari, “Analisis Manajemen Risiko Pada Industri Kecil Rotan Di Kota Malang”, Skripsi, Surabaya: Menejemen Dakwah, IAIN Sunan Ampel, 2020

⁸ M. Farid Wajdi, Anto Agus Setyawan, Syamsudin dan Muzakar Isa, *Manajemen Risiko Bisnis UMKM Di Kota Surakarta*, jurnal ekonomi, 2020

⁹ Arthur J. Keown, David F. Scott, Jr, John D. Martin, J. William Petty, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Satu, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Definisi risiko menurut Hanafirisiko merupakan besarnya penyimpangan antara tingkat pengembalian yang diharapkan (*expected return –ER*) dengan tingkat pengembalian aktual (*actual return*).¹⁰

Menurut Emmaett J. Vaughan dan Curtis M. Elliott¹¹, risiko didefinisikan sebagai;

- 1) Kans kerugian – *the chance of loss*
- 2) Kemungkinan kerugian – *the possibility of loss*
- 3) Ketidakpastian – *uncertainty*
- 4) Penyimpangan kenyataan dari hasil yang diharapkan – *the dispersion of actual from expected result*
- 5) Probabilitas bahwa suatu hasil berbeda dari yang diharapkan – *the probability of any outcome different from the one expected*

Atau dapat diambil kesimpulan bahwa definisi risiko adalah suatu kondisi yang timbul karena ketidakpastian dengan seluruh konsekuensi tidak menguntungkan yang mungkin terjadi.

b. Manajemen risiko

Untuk menemukan risiko-risiko potensial digunakan pendekatan yang terorganisir seperti manajemen risiko. Selanjutnya dapat diketahui dampak buruk dan pengembangan rencana respon yang sesuai untuk mengatasi risiko-risiko potensial.¹² Manajemen risiko merupakan sebuah rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan risiko. Dimana di dalamnya terdapat perencanaan

¹⁰Hanafi, *Manajemen Risiko Operasional*, Jakarta: PT Elex Computindo. 2006

¹¹Emmaett J. Vaughan dan Curtis M. Elliott, *Fundamental of Risk and Insurance*, New York: John Willey & Sons Inc, 1978

¹²Kasidi. *Manajemen Risiko*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011

(*planning*), identifikasi (*identification*), penilaian (*assessment*), analisa (*analysis*), penanganan (*handling*), dan pemantauan (*monitoring*), terhadap risiko.

Manajemen risiko harus dilakukan sejak awal dengan didukung informasi tersebut. Sehingga kondisi usaha yang sesungguhnya dapat menjadi jelas sebelum terlambat dan dapat terhindar dari kegagalan yang lebih besar. Melalui manajemen risiko akan dilakukan metode yang tepat untuk menghindari atau mengurangi besarnya kerugian yang diderita akibat risiko. Manajemen risiko yang baik dapat menghindari semaksimal mungkin biaya-biaya yang terpaksa harus dikeluarkan akibat terjadinya suatu peristiwa yang merugikan dan sebaliknya menunjang keuntungan perusahaan.

Menurut Kasidi secara tidak langsung, manajemen risiko memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1) Memberikan pemahaman tentang risiko, efek dan keterkaitannya secara lebih baik dan pasti sehingga menambah keyakinan dalam pengambilan keputusan.
- 2) Meminimalisir jumlah kejadian di luar dugaan dan memberikan gambaran tentang akibat negatifnya sehingga mengurangi ketegangan dan kesalahpahaman.
- 3) Menangkal timbulnya hal-hal dari luar yang dapat mengganggu kelancaran operasional
- 4) Membantu menyediakan sumber daya dengan baik
- 5) Menimbulkan kedamaian pikiran dan ketenangan kerja dalam bekerja.

- 6) Meningkatkan kesan publik perusahaan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan terhadap karyawan dan masyarakat
- 7) Menstabilkan pendapatan¹³

Proses manajemen risiko mencakup langkah sebagai berikut :

- 1) Menentukan konteks

Penetapan konteks manajemen risiko bertujuan untuk mengidentifikasi serta mengungkapkan sasaran organisasi, lingkungan dimana sasaran hendak dicapai, *stakeholders* yang berkepentingan, dan keberagaman kriteria risiko. Hal-hal tersebut akan membantu untuk mengungkapkan dan menilai sifat dan kompleksitas dari risiko.

- 2) Identifikasi risiko

Pada tahap ini pihak manajemen risiko perusahaan harus melakukan identifikasi mengenai kemungkinan-kemungkinan risiko yang akan timbul. Risiko bisa datang dari internal maupun eksternal. Untuk melakukan identifikasi risiko sangat tidak mudah. Karena selain harus melakukan identifikasi risiko pada masa sekarang juga akan lebih baik jika melakukan identifikasi risiko untuk masa yang akan datang.

- 3) Penilaian risiko

penilaian risiko meliputi tahapan identifikasi risiko yang bertujuan untuk mengidentifikasi risiko-risiko yang dapat memengaruhi pencapaian sasaran organisasi. Berdasarkan risiko-risiko yang telah teridentifikasi

¹³Kasidi. *Manajemen Risiko*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011

dapat disusun sebuah daftar risiko untuk kemudian dilakukan pengukuran risiko untuk melihat tingkatan risiko.

4) Pengendalian risiko

Pengendalian risiko yang berupa perencanaan atas mitigasi risiko-risiko untuk mendapatkan alternatif solusinya sehingga penanganan risiko dapat diterapkan secara efektif dan efisien. Beberapa alternatif pengendalian risiko yang dapat diambil antara lain yang bertujuan untuk menghindari risiko, memitigasi risiko untuk mengurangi kemungkinan atau dampak, mentransfer risiko kepada pihak ketiga (*risk sharing*) dan menerima risiko (*risk acceptance*).

5) Komunikasi dan konsultasi

Komunikasi dan konsultasi, untuk menjamin tersedianya dukungan yang memadai dari setiap kegiatan manajemen risiko, dan menjadikan setiap kegiatan mencapai sasarannya dengan tepat. Proses lainnya adalah monitoring dan *review* yang bertujuan untuk memastikan bahwa implementasi manajemen risiko berjalan sesuai dengan perencanaan serta sebagai dasar untuk melakukan perbaikan secara berkala terhadap proses manajemen risiko.

6) Pemantauan dan tinjau ulang

Pemantauan dan tinjau ulang tahapan ini bertujuan untuk mengetahui perubahan dan seberapa efektif sistem dilaksanakan. Pemantauan pengendalian risiko perlu dilakukan minimal setiap tiga bulan.

Flanagan dan Norman mengemukakan langkah pertama dalam proses manajemen risiko adalah identifikasi risiko. Kualitas dari analisis kualitatif sangat ditentukan oleh identifikasi risiko. Kemudian risiko dikelola dengan baik sehingga tidak menjadi ancaman terhadap tujuan yang ingin dicapai¹⁴.

c. Identifikasi Risiko

Menurut Darmawi tahapan pertama dalam proses manajemen risiko adalah tahap identifikasi risiko. Identifikasi risiko merupakan suatu proses yang secara sistematis dan terus menerus dilakukan untuk mengidentifikasi kemungkinan timbulnya risiko atau kerugian terhadap kekayaan, hutang, dan personil perusahaan¹⁵.

Proses identifikasi risiko ini mungkin adalah proses yang terpenting, karena dari proses inilah, semua risiko yang ada atau yang mungkin terjadi pada suatu proyek, harus diidentifikasi.

Masih menurut Darmawi proses identifikasi harus dilakukan secara cermat dan komprehensif, sehingga tidak ada risiko yang terlewatkan atau tidak teridentifikasi. Dalam pelaksanaannya, identifikasi risiko dapat dilakukan dengan beberapa teknik, antara lain:

- 1) *Brainstorming*
- 2) *Questionnaire*
- 3) *Industry benchmarking*
- 4) *Scenario analysis*
- 5) *Risk assessment workshop*

¹⁴Flanagan, R., & Norman, G. *Risk Management and Construction*. Cambridge: University Press. 1993

¹⁵Darmawi, Herman. *Manajemen Risiko*. Bumi Aksara, Jakarta, 2005

- 6) *Incident investigation*
- 7) *Auditing*
- 8) *Inspection*
- 9) *Checklist*
- 10) *HAZOP (Hazard and Operability Studies)*¹⁶

Adapun cara – cara pelaksanaan identifikasi risiko secara nyata dalam sebuah proyek adalah :

- 1) Membuat daftar bisnis yang dapat menimbulkan kerugian.
- 2) Membuat daftar kerugian potensial. Dalam checklist ini dibuat daftar kerugian dan peringkat kerugian yang terjadi.
- 3) Membuat klasifikasi kerugian.
 - a. Kerugian atas kekayaan (property).
 - 1) Kekayaan langsung yang dihubungkan dengan kebutuhan untuk mengganti kekayaan yang hilang atau rusak.
 - 2) Kekayaan yang tidak langsung, misalnya penurunan permintaan, image perusahaan, dan sebagainya.
 - b. Kerugian atas hutang piutang, karena kerusakan kekayaan atau cideranya pribadi orang lain.
 - c. Kerugian atas personil perusahaan. Misalnya akibat kematian, ketidakmampuan, usia tua, pengangguran, sakit, dan sebagainya.

Kategori-kategori risiko yang dikemukakan oleh Al Bahar dan Crandall (1990), dimodifikasi sedemikian rupa sehingga sesuai dengan kondisi yang

¹⁶Darmawi, Herman. *Manajemen Risiko*. Bumi Aksara, Jakarta, 2005

diinginkan, yaitu risiko yang diperhitungkan dari sudut pandang perusahaan developer properti. Adapun kategori risiko tersebut dimodifikasi sehingga menjadi sebagai berikut :

- 1) Finansial dan Ekonomi. Yang termasuk dalam kategori ini misalnya fluktuasi tingkat inflasi dan suku bunga, perubahan nilai tukar, kenaikan upah pekerja, dan lain sebagainya.
- 2) Politik dan Lingkungan. Yang termasuk dalam kategori ini misalnya perubahan dalam hukum dan peraturan, perubahan politik, perang, embargo, bencana alam, dan lain sebagainya.
- 3) Konstruksi Yang termasuk dalam kategori ini misalnya kecelakaan kerja, pencurian, perubahan desain, dan sebagainya.

Untuk mengukur risiko, adapun beberapa indikator yang dapat mengukur risiko dalam pemasaran menurut CRMS Indonesia:

- 1) Presentase biaya promosi

Poin utama yang harus diperhatikan adalah seberapa besar presentase biaya promosi yang akan dilakukan pada bisnis. Jangan sampai jumlahnya melebihi total profit yang diperoleh perusahaan dalam satu tahun atau kurun waktu tertentu. Untuk menghitung presentase biaya promosi yaitu membagi biaya promosi dengan total penjualan lalu dikalikan dengan 100% untuk mendapatkan indikator yang sesuai. Biaya promosi yang baik adalah 10% jika lebih dari itu maka tingkat risikonya semakin tinggi.

Untuk menentukan persentase biaya promosi yaitu :

$$\text{Persentase Biaya Promosi} = \frac{\text{Biaya promosi.}}{\text{Total penjualan.}} \times 100\%$$

2) Tingkat penjualan per salesperson

Bagi para pebisnis pemula tentunya akan berat untuk menentukan berapa salesperson yang harus dipekerjakan serta membayar gaji pokok mereka. Untuk mengetahuinya anda bisa mendapatkan angka atau indikator yang sesuai dengan cara membagi pendapatan bersih dengan total petugas sales yang dipekerjakan. Untuk menentukan Tingkat penjualan per salesperson yaitu :

$$\text{Tingkat penjualan per salesperson} = \frac{\text{Pendapatan bersih}}{\text{Total petugas sales}}$$

3) Rasio konsumen dan total salesperson

Petugas sales memegang peran penting. Salah satunya adalah harus dapat memahami kebutuhan konsumen dan meyakinkan bahwa produk atau jasa perusahaan dapat memuaskan kebutuhan para pelanggan. Untuk mendapatkan rasio yang tepat antara jumlah konsumen dan total petugas sales yaitu untuk membandingkan jumlah keduanya untuk proses penjualan yang efektif.¹⁷

2. Kendala

Dalam kamus besar bahasa Indonesia kendala berarti halangan, rintangan, faktor atau keadaan yang membatasi, menghalangi, atau mencegah pencapaian sasaran; kekuatan yang memaksa pembatalan pelaksanaan. Sedangkan kendala yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kendala yang dialami oleh guru dalam pembelajaran baik perencanaan maupun dalam pelaksanaan kegiatan

¹⁷<https://crmsindonesia.org/publications/5-indikator-risiko-di-pemasaran/>

pembelajaran Kendala juga biasanya juga sering disebut hambatan, adapun beberapa indikator yaitu:

- a. Pencapaian sasaran
- b. Kelancaran Operasional

3. Produk Mulia

Produk mulia yakni emas mulia batangan yang dapat dicicil untuk investasi masa depan nasabah, keuntungan yang didapatkan dalam memilih produk mulia yaitu sistemnya meringankan nasabah untuk membeli emas, tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 5 gram sampai 1 kilogram, uang muka mulai 10% sampai dengan 90%, diangsur secara teratur dengan jumlah flat dan jangka waktu angsurannya mulai dari 3 bulan sampai 36 bulan.¹⁸

4. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran juga merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Definisi pemasaran menurut William J. Stanton yang dikutip oleh

¹⁸aplikasi pegadaian syariah digital

Swastha dan Handoko: Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatankegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial¹⁹. Pengertian pemasaran menurut Kotler: “adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain”.²⁰

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mempunyai arti yang lebih luas daripada penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Jadi, pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu system untuk menghasilkan laba.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Terdapat falsafah dalam pemasaran yang disebut sebagai konsep pemasaran. Basu Swastha dan Hani Handoko mendefinisikan konsep pemasaran sebagai berikut: “Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan”. Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dari konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran

¹⁹Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama

²⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga Jilid 5 1995

tersebut dapat dicapai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen harus menyusun kebijaksanaan produk, harga, promosi dan distribusi yang tepat sesuai dengan keadaan konsumen sarannya.²¹

b. Defenisi manajemen pemasaran

Seluruh perusahaan menginginkan bahwa seluruh kegiatan yang dijalankan berjalan dengan baik, berkembang dan mendapatkan laba yang maksimal. Langkah untuk mencapai hal tersebut diperlukan pengelolaan yang baik dalam melaksanakan seluruh kegiatan pemasaran, pengelolaan dalam rangka melaksanakan kegiatan tersebut yang dikenal dengan istilah manajemen pemasaran.

Philip Kotler dalam Basu Swastha mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai berikut: Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi²². Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan pelayanan dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong serta melayani pasar. Definisi ini menjelaskan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang menyangkut analisis, perencanaan dan

²¹ Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama

²² Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama

pelaksanaan serta pengawasan program-program yang ditujukan untuk melayani pasar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

c. Tujuan Pemasaran

Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan pemasaran, artinya laba dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Laba dapat membuat perusahaan tumbuh dan berkembang, menggunakan kemampuan yang lebih besar kepada konsumen serta memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Laba merupakan tujuan umum dari perusahaan. Tujuan pemasaran merupakan wujud rencana yang terencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

5. Pegadaian Syariah

a. Pengertian gadai syariah

Gadai adalah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan utang, dengan adanya benda yang menjadi tanggungan itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima²³.

Secara umum pengertian usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang – barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dan lembaga gadai²⁴. Menurut bahasa, gadai (al-rahn) berarti al – tsubut dan al-habs yaitu penetapan dan penahanan. Ada pula yang menjelaskan bahwa rahn adalah terkurung. Sedangkan rahn secara harfiah adalah tetap, kekal, dan jaminan. Sedangkan secara istilah rahn adalah apa yang disebut

²³Ahmad Azhar Basyir, Riba, Utang-Piutang, dan Gadai, (Bandung: Al-Ma'arif, 1983),

²⁴ Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, (Jakarta : Raja Grafindo Persada), 246.

dengan barang jaminan, agunan, cagar, atau tanggungan²⁵. Rahn adalah akad yang objeknya menahan harga terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna darinya.²⁶ Ar-rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis.

b. Landasan Hukum Pegadaian Syariah

1) Al-Quran QS. Al-baqarah (2):283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتَمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Terjemahnya :

“Jika kamu dalam perjalanan (dan kamu melaksanakan muamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan (oleh yang mengutangkan), tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanat (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah SWT, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Berdasarkan pada ayat diatas dijelaskan bahwa diperbolehkannya meminjam harta dengan sebuah jaminan yang berupa benda sebagai tanggungan, dan peminjam harta tersebut berkewajiban untuk membayar utangnya.

²⁵ Sri Nurhayati, Akutansi Syariah di Indonesia, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 266.

²⁶ Hasbi Ash-Shiddieqy, Pengantar Fiqh Muamalah, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), 86.

2) al-Hadis

Hadis Nabi riwayat al-Bukhari dan Muslim dari 'Aisyah RA, ia berkata:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ
إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ .

Terjemahnya:

"Sesungguhnya Rasulullah SAW pernah membeli makanan dengan berutang dari seorang Yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya."²⁷

Berdasarkan hadis diatas menjelaskan bahwa Nabi Muhammad SAW pernah mempraktikan akad gadai atau ar – rahn dengan menggadaikan maju besinya untuk mendapatkan harta (uang) dan membelanjaknya untuk membeli makan, jadi tidak dapat dipungkiri lagi bahwa gadai di perbolehkan dalam Islam.

3) Ijma para ulama

Berdasarkan FATWA DEWAN SYARI'AH NASIONAL Nomor 92/DSN-MUI/IV/2014 Tentang Pembiayaan yang Disertai Rahn (al-Tamwil al-Mautsuq bi al-Rahn) Para ulama semuanya sependapat, bahwa 15 perjanjian gadai hukumnya mubah (boleh). Berikut beberapa pendapat ulama tentang Rahn (al-Tamwil alMautsuq bi al-Rahn) yaitu ²⁸:

- a) Pendapat Ibnu Qudamah: "Mengenai dalil ijma' umat Islam sepakat (ijma') bahwa secara garis besar akad rahn (gadai/penjaminan utang) diperbolehkan."

²⁷Suteni, Adrian, Hukum Gadai Syariah, Bandung: Alfabeta, 2011

²⁸Suteni, Adrian, Hukum Gadai Syariah, Bandung: Alfabeta, 2011

b) Pendapat al-Khathib al-Syirbini: "Pemberi gadai boleh memanfaatkan barang gadai secara penuh dengan syarat tidak mengakibatkan berkurangnya (nilai) barang gadai tersebut."

c) Pendapat mayoritas ulama: "Mayoritas ulama berpendapat bahwa penerima gadai tidak boleh memanfaatkan barang gadai sama sekali."

4) Ketentuan al-Ma'ayir al-Syar'iyah No: 39 (2-3-3):

Tidak boleh mengisyaratkan adanya jaminan dalam bentuk barang (akad al-rahn) terhadap akad yang bersifat amanah, antara lain akad wakalah, akad wadi'ah, akad musyarakah, akad mudharabah, dan obyek ijarah di tangan musta'jir. Apabila rahn dimaksudkan untuk dijadikan sumber pembayaran (hak Pemberi Amanah) ketika Pemegang Amanah melampaui batas, lalai dan/atau menyalahi syarat-syarat, maka akad rahn diperbolehkan.

c. Rukun dan Syarat gadai syariah

Dalam sebuah hukum syariah pasti memiliki syarat dan rukunnya begitu pula dengan pegadaian syariah (ar-rahn) juga memiliki rukun dan syaratnya. Dalam gadai memiliki beberapa rukun antara lain :

- 1) Akad ijab dan Kabul, seperti seseorang berkata "aku gadaikan mejaku ini dengan harga Rp10.000,00" dan yang satu lagi menjawab "aku terima gadai mejamu seharga Rp10.000,00" atau bisa pula dilakukan selain dengan kata – kata, seperti surat, isyarat, atau yang lainnya
- 2) Aqid, yaitu yang menggadaikan (rahin) dan yang menerima gadai (murtahin). Adapun syarat bagi yang berakad adalah ahli tashruf, yaitu

mampu membelanjakan harta dan dalam hal ini memahami persoalan – persoalan yang berkaitan dengan gadai.

- 3) Barang yang dijadikan jaminan (borg), syarat pada benda yang dijadikan jaminan barang itu tidak rusak sebelum janji hutang harus dibayar
- 4) Ada utang, disyaratkan keadaan utang telah tetap.²⁹

d. Mekanisme Gadai Syariah

Setelah mengetahui rukun dan syarat gadai syariah (*rahn*), mekanisme gadai kemudian dilakukan dengan cara berikut.

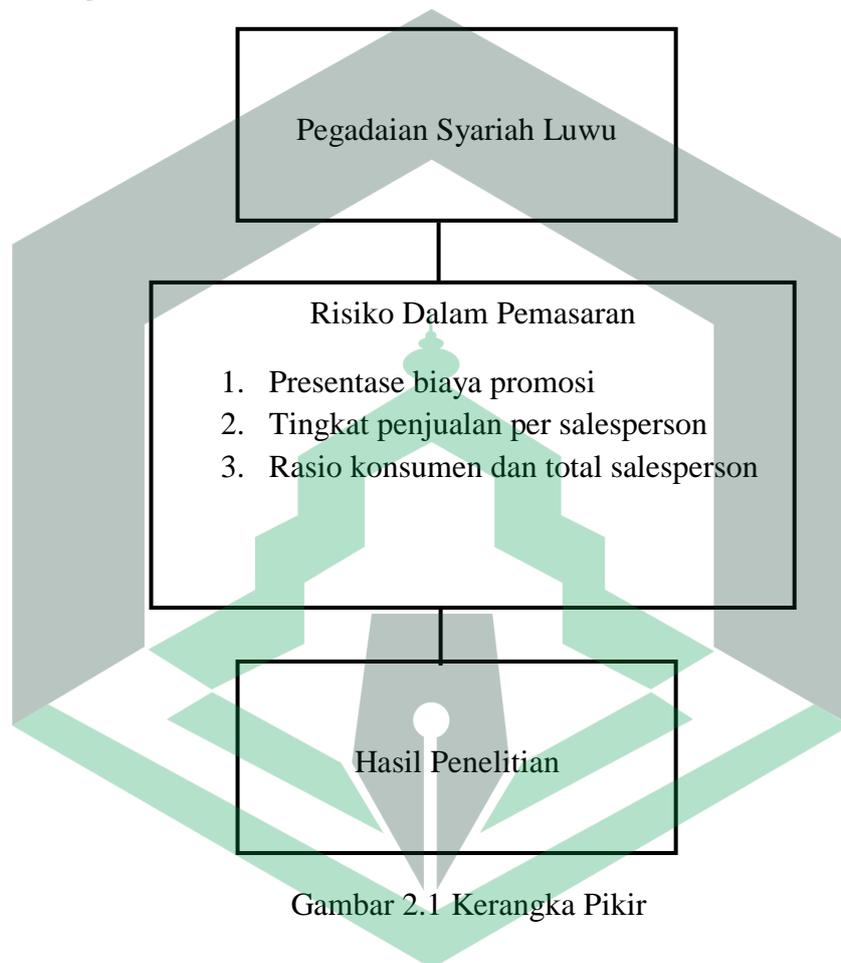
- 1) Melalui akad *rahn*, terjadi akad transaksi atau penaksiran barang (*marhun*) yang dimiliki nasabah
- 2) *Marhun* memberikan hutang yang telah disepakati kepada *Raahin*
- 3) Nasabah (*Raahin*) menyerahkan barang (*Marhun*) untuk digadaikan kepegadaian atau bank syariah (*Murtahin*) akan menyimpan dan merawat barang tersebut.³⁰

Dalam pegadaian syariah (*rahn marhun*) dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin*. Menurut Fatwa DSN No: 25/DSN-MUI/III/2002 Tentang *Rahn* Pada prinsipnya *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* kecuali *seizin rahein*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya

²⁹Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2011), 107 – 108

³⁰Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta Selatan: PT Trans Media, 2011), Cetakan Pertama, 147.

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dari gambar/bagan diatas, dapat dijelaskan perlu kita ketahui bahwa dalam sebuah pemasaran baik yang produk maupun jasa, pemasaran tidak akan luput dari risiko sehingga peneliti akan menganalisis risikodalam pemasaran produk mulia pegadaian syariah di Luwu.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

B. Fokus penelitian

Adapun fokus penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah risiko dan kendala yang terjadi dalam pemasaran produk mulia di pegadaian syariah cabang luwu, dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan mendeskripsikan hasil penelitian sedetail, ringkas dan jelas.

C. Defenisi Istilah

1. Kendala

Kendala adalah halangan, rintangan, atau gejala yang membatasi keleluasaan

2. Produk Mulia

Produk Mulia adalah layanan penjualan emas batangan yang bisa dimanfaatkan masyarakat untuk untuk memenuhi berbagai kebutuhannya.

3. Risiko

Risiko menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Menurut Arthur J. Keown, risiko adalah prospek suatu hasil yang tidak disukai (operasional sebagai deviasi standar)³¹.

Definisi risiko menurut Hanafi, risiko merupakan besarnya penyimpangan antara tingkat pengembalian yang diharapkan (*expected return –ER*) dengan tingkat pengembalian aktual (*actual return*)³².

4. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang, dan mendapatkan laba.

5. Pegadaian Syariah

Gadai adalah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan utang, dengan adanya benda yang menjadi tanggungan itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima

D. Desain Penelitian

Menggunakan metode kualitatif atau naturalistik karena dilakukan dalam keadaan ilmiah. Sugiyono menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti dalam keadaan alamiah, dimana peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi

³¹Arthur J. Keown, David F. Scott, Jr, John D. Martin, J. William Petty, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Satu, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

³²Hanafi, *Manajemen Risiko Operasional*, Jakarta: PT Elex Computindo. 2006

(gabungan), analisis data secara induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Objek alam yang dimaksud adalah objek apa adanya, tidak dimanifulasi sehingga kondisi saat memasuki objek, setelah diobjek dan setelah meninggalkan objek relatif tidak berubah.

E. Data dan Sumber Data

Adapun subjek/informan yang akan diperoleh dalam menyusun skripsi ini adalah sumber data primer, data primer merupakan data pertama kali yang dikumpulkan oleh peneliti melalui upaya dengan cara turun langsung dilapangan untuk melihat secara detail informasi yang akan didapatkan dalam hal ini peneliti akan mengambil informasi dengan teknik wawancara dan observasi, dalam wawancara sumber informan atau narasumber yakni pegawai staff bagian marketing pegadaian syariah luwu.

F. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara dengan pihak pegadaian syariah cabang luwu. Dalam observasi, peneliti mengamati fenomena dan ikut merasakan dan kemudian memahani proses dengan didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang telah didapatkan sebelumnya. sedangkan wawancara adalah proses penghimpunan data dengan metode tanya jawab dengan cara yang sistematis. Pertanyaan yang diajukan telah disusun terlebihdahulu oleh peneliti dan juga telah disiapkan jawaban yang nantinya akan memberikan gambaran tentang kondisi obyek dan subjek yang diteliti.

G. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan teknik wawancara (*interview*) secara langsung pada lokasi penelitian, dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada subjek informan secara lisan dan akan diubah dalam sebuah kata-kata yang mendeskripsikan suatu informasi dari subjek informan

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif condong pada aspek validitas. Data yang ditemukan selama di lapangan bisa tidak akurat atau tidak valid apabila tidak ditemukan perbedaan yang signifikan antara permasalahan yang diambil peneliti dengan realita di lapangan. Sehingga dalam menguji keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti, dalam penelitian kualitatif, tidak hanya satu, tetapi terdapat banyak cara yang dapat dilakukan. Diantaranya adalah:

2. Triangulasi data

Merupakan cara untuk memeriksa keabsahan data, dengan memanfaatkan suatu hal yang lain. Terdapat 4 macam triangulasi yang dapat digunakan sebagai cara untuk memeriksa data, diantaranya: metode, penyidik, teori maupun pemanfaatan sumber.

3. Perpanjangan Keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan merupakan salah satu teknik penguji keabsahan data dimana peneliti tetap berada di lapangan hingga pengambilan data permasalahan yang diteliti benar-benar terkumpul. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kekeliruan dan menghindari pengaruh kejadian yang sesaat

dan tidak biasa. Perpanjangan keikutsertaan mengharuskan peneliti untuk turut serta pada lokasi yang dijadikan penelitian. Keikutsertaan tersebut dengan tujuan untuk membangun komunikasi yang baik, antara peneliti dengan subjek, sehingga dapat mempengaruhi tingkat validitas data yang diperoleh.

4. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan merupakan salah satu teknik pengujian keabsahan data, yang bertujuan untuk mencari interpretasi yang berkaitan dengan proses menganalisis dan mencari pengaruh yang dapat diperhitungkan maupun yang tidak dapat diperhitungkan, dalam penelitian. Teknik ini bertujuan juga untuk menemukan karakteristik yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti untuk kemudian dijelaskan secara rinci.³³

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data dalam kasus ini menggunakan analisa data dalam penelitian ini deskriptif kualitatif. Penelitian ini akan menggunakan empat metode analisis, yaitu:

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data yang di peroleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua bagian yaitu deskriptif dan reflektif. Catatan deskriptif adalah catatan alami, catatan apa yang dilihat, didengar, disaksikan oleh penulis. Catatan

³³Nusa Putra, *Research & Development. Dalam Penelitian Dan Pengembangan: Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 191-192.

reflektif adalah catatan yang berisi kesan, komentar dan tafsiran penulis sesuai dengan temuan.

2. Reduksi data

Setelah data terkumpul, selanjutnya di buat reduksi sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan tranformasi data “kasar” yang muncul dari catatancatatan yang tertulis dilapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisa yang menajam, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara yang sedemikian rupa serta mengorganisasikan data sehingga memudahkan penulis menarik kesimpulan³⁴

3. Penyajian data

Penyajian data dapat berupa tulisan atau kata-kata, gambar, grafik dan table. Tujuan sajian data adalah untuk menghubungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi. Dengan penyajian tersebut akan dapat dipahami apa yang terjadi dan apa yang harus dilakukan, menganalisis ataukah tindakan berdasarkan pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut.³⁵

4. *Conclusion* (penarikan kesimpulan)

Penarikan kesimpulan dilakukan selama penelitian berlangsung seperti halnya proses reduksi data, setelah data dan catatan-catatan lapangan

³⁴Tuturtika, *Proposal Penelitian*”, 12 Maret 2016 [https://:Tuturtika.wordpress.com](https://Tuturtika.wordpress.com)

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 23

terkumpul cukup memadai maka selanjutnyadiambil kesimpulan sementara. data harus diuji kebenarannya, kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya apabila benar benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir.



BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Sejarah singkat perusahaan

Sejarah berdirinya pegadaian mulai berdiri terjadi saat Vereenigde Oost Indische Compagne (VOC) suatu maskapai perdagangan dari Belanda datang ke Indonesia pada abad ke-18. Bank Van Leening adalah lembaga kredit yang memberikan kredit dengan sistem gadai yang didirikan oleh VOC untuk memperlancar perekonomiannya. Bank Van Leening yang pertama didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746 berdasarkan keputusan Gubernur Jenderal Van Imhoff. Setelah VOC dibubarkan pada tahun 1800, Indonesia berada dibawah pemerintahan Belanda. Pemerintah Belanda melalui Gubernur Jenderal Daendels mengeluarkan peraturan yang berisi barang apa saja yang bisa digadaikan seperti emas, perak, kain dan sebagian perabot rumah tangga, yang dapat disimpan dalam waktu yang relatif singkat.

Saat Inggris mengambil alih pemerintahan atas Indonesia dari Belanda (1811-1816), Gubernur Jenderal Thomas Stamford Raffles membubarkan Bank Van Leening dan mengeluarkan peraturan yang menyatakan bahwa siapa saja dapat mendirikan pegadaian dengan izin dari pemerintah setempat. Pemerintah mendapatkan pendapatan tambahan dari hasil penjualan lisensi ini.

Pada tahun 1816 Belanda kembali berkuasa di Indonesia, Pemerintah Belanda melihat bahwa pegadaian yang didirikan saat masa pemerintahan Inggris banyak merugikan masyarakat, pemegang hak banyak melakukan penyelewengan, mengeruk keuntungan untuk diri sendiri dengan sewenang-wenang menetapkan bunga pinjaman. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh lembaga penelitian yang dipimpin oleh Wolf Van Westernode pada tahun 1900 menyarankan agar pegadaian ditangani oleh pemerintah sendiri agar dapat melindungi masyarakat peminjam dan agar dapat memberikan manfaat yang lebih. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pemerintah Belanda mengeluarkan Staatsblad No. 131 tanggal 12 Maret 1901 yang pada prinsipnya mengatur bahwa pendirian pegadaian merupakan monopoli dan karena itu hanya bisa dijalankan oleh pemerintah. Berdasarkan undang-undang ini maka didirikanlah Pegadaian Negara Pertama di Kota Sukabumi (Jawa Barat) pada tanggal 1 April 1901. Selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai hari ulang tahun pegadaian.

Sejak awal kemerdekaan Indonesia, pegadaian dikelola oleh pemerintah dan beberapa kali berubah status, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) mulai 1 Januari 1961, kemudian berdasarkan PP N0.7/1969 menjadi perusahaan Jawatan (Perjan) dan berdasarkan Peraturan Pemerintah N0.10/1990 (yang diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah No. 103/2000) berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (Perum). Pada tahun 2012, tepatnya 1 April 2012, bertepatan dengan ulang 38 tahun

Pegadaian ke 111, bentuk Badan Hukum Perum Pegadaian berubah dari Perum menjadi PT Pegadaian (Persero) sampai saat ini. Saat ini Pegadaian terus tumbuh memberikan layanan yang terbaik kepada masyarakat Indonesia. Bersamaan itu pula, kesadaran masyarakat (muslim) untuk bertransaksi ekonomi secara syariah mulai meningkat untuk bertransaksi bebas dari bunga dan kebutuhan masyarakat akan hadirnya pegadaian berbasis prinsip-prinsip syariah. Pegadaian Syariah Dewi Sartika Jakarta merupakan salah satu pegadaian syariah yang pertama kali beroperasi di Indonesia. Kehadiran pegadaian ini merupakan hal yang sangat dinantikan oleh masyarakat karena memberikan pinjaman dalam bentuk pemberian uang kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai yang sesuai prinsip syariah.

Pegadaian cabang Syariah Luwu adalah lembaga keuangan Syariah non-bank yang merupakan bagian dari PT Pegadaian (Persero), beroperasi di provinsi Sulawesi selatan, tepatnya di kota palopo. Cabang Pegadaian Syariah Luwu mulai beroperasi pada tanggal 19 Juli 2004 sampai sekarang. Dalam artian Cabang Pegadaian Syariah Luwu sudah beroperasi selama 14 tahun dan mampu bertahan hingga saat ini. Perkembangannya tiap tahun semakin meningkat.

Adapun misi dari Pegadaian Syariah pada umumnya yaitu turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat (nasabah) dari praktek gelap praktek riba dan pinjaman yang tidak wajar serta bertujuan dalam rangka pemenuhan atau untuk menjawab kebutuhan sebagai masyarakat muslim

di Indonesia yang menginginkan transaksi pinjam-meminjam yang sesuai dengan syariah Islam. Sedangkan visi dari Pegadaian Syariah adalah pada tahun 2013 pegadaian menjadi “*Champion*” dalam pembiayaan mikro dan kecil berbasis gadai fidusia bagi masyarakat golongan menengah kebawah.

Pada mulanya praktik gadai (Rahn) hanya dilakukan oleh kalangan masyarakat sebagai salah satu bentuk interaksi dan transaksi muamalah di antara mereka ketika membutuhkan dana. Seiring dengan kemajuan di bidang ekonomi, muncul pemikiran untuk menjadikan kegiatan gadai melalui lembaga ekonomi, dan kemudian muncul lembaga berbentuk pegadaian yang jika dilihat dari geografis sangat memungkinkan ada sebuah lembaga yang berbentuk gadai yang mencoba dengan konsep Islam. Produk andalan yang ditawarkan oleh pegadaian Syariah adalah Gadai Syariah. Adapun slogan pegadaian secara umum yaitu mengatasi masalah tanpa masalah, memberikan solusi kepada masyarakat yang membutuhkan dana tanpa bunga pinjaman.

2. Visi dan Misi Perusahaan

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

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

- a. 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.
 - b. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.
3. Budaya Perusahaan Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi perusahaan.

Pegadaian telah menerapkan tata nilai dengan nama INTAN sebagai patokan dalam meningkatkan nilai-nilai budaya perusahaan yang harus dihayati dan dijalankan secara konsisten dalam keseharian oleh semua jajaran insan pegadaian. Pegadaian berkomitmen untuk menerapkan tata nilai INTAN yang diterjemahkan dalam 10 Perilaku Utama insan pegadaian sebagai berikut:

- a. Inovatif
 - 1) Berinisiatif, kreatif dan produktif
 - 2) Berorientasi pada solusi bisnis
- b. Nilai Moral Tinggi
 - 1) Taat Beribadah
 - 2) Jujur dan berpikir positif
- c. Terampil
 - 1) Kompeten dibidang tugasnya

2) Selalu mengembangkan diri

d. Adi Layanan

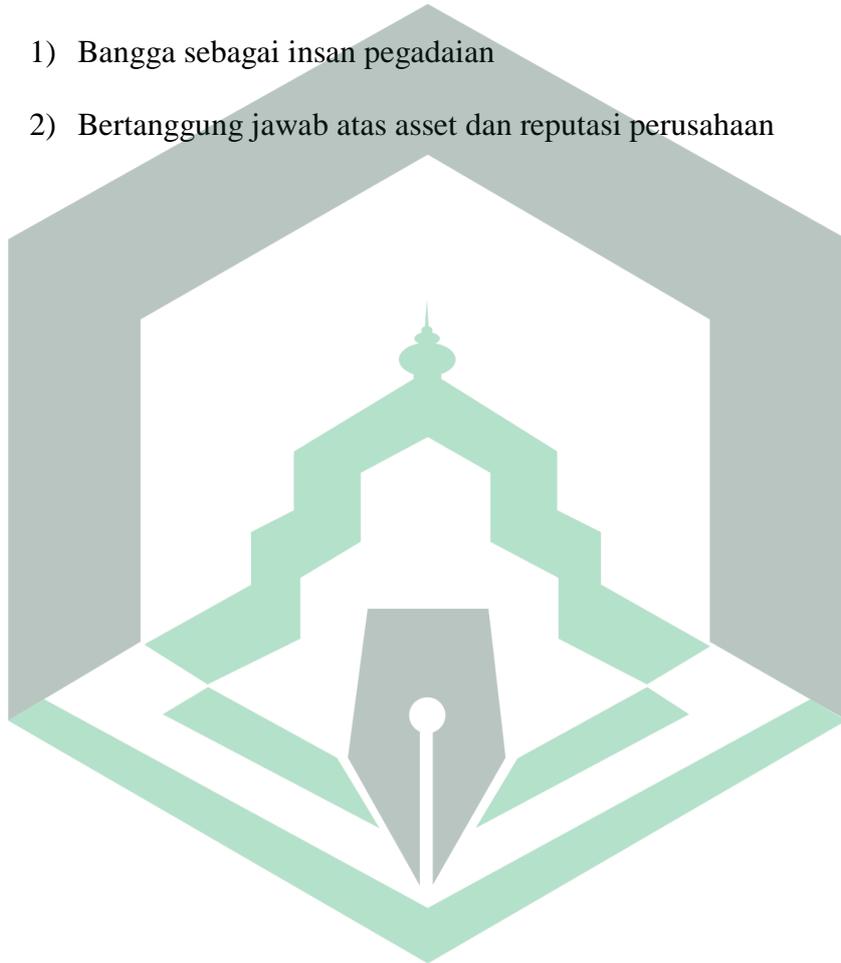
1) Peka dan cepat tanggap

2) Empatik, santun dan ramah

e. Nuansa Citra

1) Bangga sebagai insan pegadaian

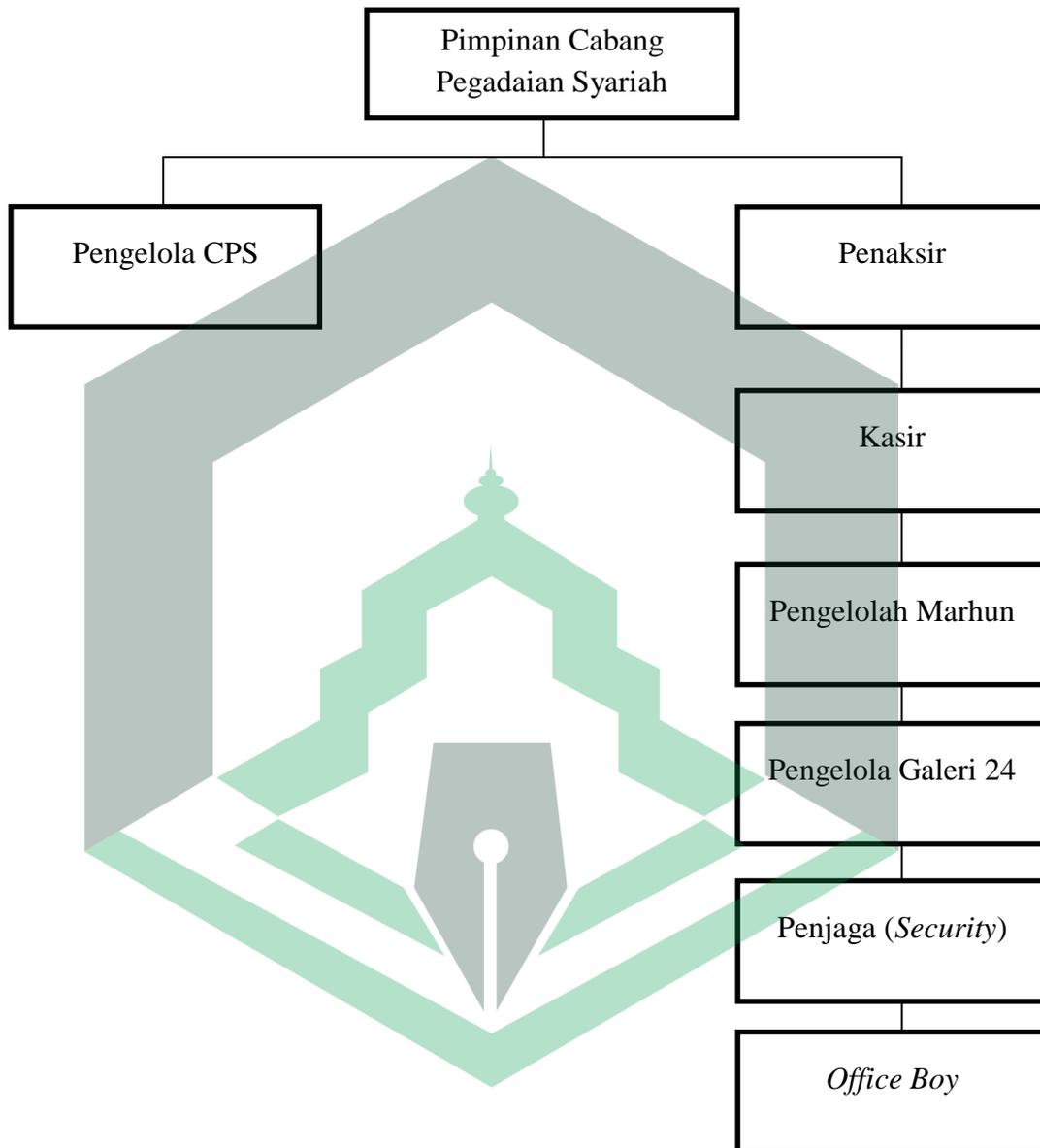
2) Bertanggung jawab atas asset dan reputasi perusahaan



4. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero)

Cabang Pegadaian Syariah Luwu



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero) Cabang Pegadaian Syariah Luwu

Berdasarkan struktur organisasi PT Pegadaian (Persero) Pemimpin Cabang dibantu oleh Pengelola CPS (Cabang Pegadaian Syariah), Penaksir,

Pengelola Marhun, Kasir dan Customer Service. Adapun tugas tugasnya dapat diuraikan sebagai berikut:

d. Pimpinan Cabang mempunyai tugas:

- 1) Menyusun rencana pengembangan bisnis pada cabang syariah yang dikelolanya berdasarkan otensi daerah setempat untuk diusulkan kepada Deputi Bisnis.
- 2) Menyusun rencana kerja, program, inisiatif strategis, dan rincian biaya untuk mendapatkan RKAP yang terintegrasi dengan baik dengan seluruh unit kerja yang dikelolanya meliputi:
 - a) Target kinerja.
 - b) Inisiatif strategis yang terintegrasi dengan tema RKAP yang ditetapkan.
 - c) Pengembangan infrastruktur penunjang operasional sesuai kebutuhan.
- 3) Menyusun KPI dan Target Setting berdasarkan RKAP yang telah disetujui dan melakukan cascading KPI kepada seluruh karyawan di unit kerjanya.
- 4) Mengelola aset cabang syariah untuk mendukung efektivitas operasional kantor cabang syariah dalam mencapai target kinerja.
- 5) Mengorganisir dan mengintegrasikan seluruh sumber daa yang ada di bawah koordinasinya untuk mencapai tujuan perusahaan melalui perencanaan, pelaksanaan, monitoring, evaluasi dan pengembangan bisnis berkelanjutan di cabang syariah yang dikelolanya.

- 6) Mengembangkan bisnis perusahaan sesuai dengan potensi cabang syariah yang dikelolanya termasuk melakukan sosialisasi di lingkungan yang memiliki potensi bisnis.
- 7) Meyakini, memastikan dan mengendalikan operasional cabang syariah berjalan sesuai ketentuan yang berlaku guna memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.
- 8) Menetapkan besarnya taksiran dan uang pinjaman sesuai dengan ketentuan dan batas kewenangannya.
- 9) Meyakini bahwa lelang telah dilaksanakan di cabang syariah sesuai ketentuan.
- 10) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan dan mengendalikan pengelolaan modal kerja cabang syariah,
- 11) Melakukan pengendalian, pengawasan, pembinaan, motivasi, coaching and counseling untuk individu perorangan maupun seluruh karyawan dibawah koordinasinya (*people manager*).
- 12) Mengelola operasional dan memastikan cabang syariah sebagai delivery channel atau titik layanan produk-produk Perusahaan agar dapat berjalan lancar sesuai ketentuan dan SOP.
- 13) Mengembangkan bisnis (*business development*) melalui strategi pelayanan dan strategi penjualan untuk mencapai target kinerja yang ditetapkan.
- 14) Bertanggung jawab meningkatkan pelayanan dari sisi Service Level Agreement (SLA), menerapkan standar perilaku pelayanan,

menerapkan standar tampilan fisik dan peralatan cabang syariah yang dikelolanya sesuai dengan ketentuan.

15) Melaksanakan pengawasan yang efektif atas operasional cabang syariah.

16) Melakukan pemetaan potensi bisnis diseputar lingkungan cabang syariah (dengan radius tertentu) dan mendapatkan data poteni bisnis untuk penguatan program penjualan.

17) Melakukan koordinasi dengan Deputy Bisnis dalam menyusun rencana kerja terkait dengan program penjualan yang akan dilaksanakan untuk mendukung upaya pencapaian kinerja.

18) Mengusulkan Harga Pasar Setempat (HPS) kepada Deputy Bisnis.

19) Memastikan soft collection telah dijalankan.

20) Menyusun laporan sesuai ruang lingkup dan bidang tugasnya

21) Melaksanakan Business Continuity Plan (BCP) sesuai kebijakan dari unit kerja terkait.

22) Menyelesaikan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh atasan.

e. Pengelola Unit Pelayanan Syariah bertugas:

1) Membantu menyusun dan memetakan rencana pengembangan bisnis pada daerah tertentu atau lokasi yang dikelolanya berdasarkan potensi daerah setempat untuk diusulkan kepada atasan.

2) Menyusun rencana kerja, program, inisiatif strategis, rincian biaya guna untuk mendapatkan RKAP yang terintegrasi dengan baik, sesuai ruang lingkup dan bidang tugasnya.

- 3) Menyusun KPI dan Target Setting berdasarkan RKAP yang telah disetujui dan cascading KPI kepada seluruh karyawan di unit kerjanya.
- 4) Mengorganisasi serta mengintegrasikan seluruh sumber daya yang ada di bawah koordinasinya untuk mencapai kinerja UPS dan fokus pada standarisasi pelayanan.
- 5) Meyakini, memastikan dan mengendalikan operasional cabang syariah dapat berjalan sesuai ketentuan yang berlaku untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.
- 6) Melakukan pengendalian, pengawasan, pembinaan, motivasi, coaching and counseling baik untuk individu perorangan maupun seluruh karyawan di bawah koordinasinya (*people manager*).
- 7) Mengelola operasional UPS sebagai titik layanan produk-produk perusahaan sesuai ketentuan, prosedur dan kebijakan operasional.
- 8) Bertanggung jawab meningkatkan pelayanan baik dari sisi Service Level Agreement (SLA), menerapkan standar perilaku pelayanan, menerapkan standar tampilan fisik. Bangunan, infrastruktur, peralatan di UPS yang dikelolanya sesuai dengan ketentuan.
- 9) Menetapkan besaran taksiran dan uang pinjaman kredit sesuai batas kewenangannya.
- 10) Menangani barang jaminan sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku.
- 11) Memonitor pinjaman yang jatuh tempo.

- 12) Menangani barang jaminan yang bermasalahan dan barang jaminan yang telah jatuh tempo.
 - 13) Membantu merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan, dan mengendalikan kegiatan pelelangan di cabang syariah.
 - 14) Menyusun laporan operasional UPS mengenai keuangan, transaksi, administrasi maupun pelaporan lainnya.
 - 15) Melakukan pengawasan operasional untuk memastikan operasional UPS.
 - 16) Mengelola asset UPS dengan baik.
 - 17) Menyusun laporan sesuai ruang lingkup dan bidang tugasnya.
 - 18) Melaksanakan Business Continuity Plan (BCP) sesuai kebijakan dari unit kerja terkait.
 - 19) Menyelesaikan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh atasan.
- f. Penaksir bertugas:
- 1) Melaksanakan kegiatan penaksiran barang jaminan sesuai dengan kewenangannya secara cepat, tepat dan akurat.
 - 2) Menetapkan uang pinjaman berdasarkan atas hasil penaksiran barang jaminan, sesuai kewenangannya.
 - 3) Menyusun KPI dan Target Setting berdasarkan RKAP yang telah disetujui.
 - 4) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang secara cepat, tepat dan akurat untuk mengetahui mutu serta nilai,

dalam menentukan harga dasar barang jaminan yang akan dilelang atau sebagai Tim Taksir Ulang.

- 5) Menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan agar terjamin keamanannya.
 - 6) Mengoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan administrasi dan penaksiran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mendukung kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang syariah.
 - 7) Melakukan monitoring kredit yang jatuh tempo.
 - 8) Menyusun laporan yang berkaitan dengan ruang lingkup dan bidang tugas penaksir.
 - 9) Melaksanakan Business Continuity Plan (BCP) sesuai kebijakan dari unit kerja terkait.
 - 10) Menyelesaikan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh atasan.
- g. Pengelola Marhun bertugas:
- 1) Membantu menyusun KPI dan Target setting sesuai rang lingkup dan bidang tugasnya.
 - 2) Melaksanakan pengelolaan barang jaminan untuk memastikan barang jaminan sesuai dengan database administrasi barang jaminan yang tercatat atau saldo buku gudang.
 - 3) Melaksanakan pemeriksaan keadaan gudang penyimpanan barang jaminan untuk memastikan keamanan dan kebersihan gudang barang jaminan.

- 4) Menerima barang jaminan dari peugas yang berwenang dan meneliti isi barang jaminan untuk dicocokkan dengan dokumen administrasi tau daftar rincian barang jaminan sesuai ketentuan.
 - 5) Mengeluarkan barang jaminan dan dokumen yang terkait dengan bisnis mikro atau bisnis emas untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan serta keperluan lainnya sesuai ketentuan.
 - 6) Mengelola serta merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan agar barang jaminan dalam kondisi baik, aman, dan terawatt.
 - 7) Melakukan pengurutan dan pengelompokan barang jaminan dan gudang bukan emas sesuai dengan rubrik dan bulan pinjamannya serta melakukan penyusunan sesuai dengan urutan Surat Bukti Rahn (SBR) dan melakukan penyimpanan secara tertib dan disiplin.
 - 8) Melakukan pencatatan mutasi penerimaan atau pengeluaran semua barang jaminan yang menjadi tanggung jawabnya.
 - 9) Menyimpan dokumen pinjaman mikro, bisnis emas dan jasa lainnya.
 - 10) Menyusun laporan atas pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan ruang lingkup bidang tugasnya.
 - 11) Melaksanakan *Business Continuity Plan* (BCP) sesuai kebijakan dari unit kerja terkait.
 - 12) Menyelesaikan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh atasan.
- h. Kasir bertugas:
- 1) Membantu menyusun KPI dan Target Setting sesuai ruang lingkup pekerjaan dan bidang tugasnya.

- 2) Melaksanakan pekerjaan penerimaan, perhitungan dan pembayaran uang serta melaksanakan tugas administrasi keuangan di unit kerja sesuai kewenangan dan SOP.
- 3) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 4) Menerima uang dari hasil penjualan barang jaminan yang dilelang.
- 5) Membayarkan uang pinjaman kredit kepada nasabah sesuai dengan ketentuan.
- 6) Melakukan pembayaran atas pengeluaran kantor sesuai dokumen pembayaran yang ditetapkan.
- 7) Melakukan penerimaan uang atas transaksi produk maupun kepentingan kantor berdasarkan dokumen atau bukti yang ditetapkan.
- 8) Melakukan perhitungan, pencatatan dan administrasi atas penerimaan serta pengeluaran uang yang dikelolanya sesuai dengan SOP.
- 9) Mengadministrasikan dokumen dan bukti transaksi lainnya sebagai dasar penerimaan dan pengeluaran uang kas sesuai prosedur yang ditetapkan.
- 10) Menyusun laporan sesuai ruang lingkup dan bidang tugasnya.
- 11) Melaksanakan Business Continuity Plan (BCP) sesuai kebijakan dari unit kerja terkait.
- 12) Menyelesaikan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh atasan.

i. Pengelola galeri 24 bertugas:

- 1) Membantu menyusun KPI dan Target Setting sesuai ruang lingkup pekerjaan dan bidang tugasnya.
- 2) Melaksanakan pelayanan kepada nasabah, menyampaikan informasi mengenai produk dan pelayanan Perusahaan serta penanganan complain nasabah di konter Perusahaan untuk meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.
- 3) Menyiapkan sarana dan prasana yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan pekerjaan dalam melayani nasabah misalnya ketersediaan brosur, pamflet, tabel harga, tabel perhitungan serta marketing kits lainnya.
- 4) Mengelola nasabah atau walk in customer yang ada di konter dengan baik.
- 5) Melaksanakan pelayanan kepada nasabah sesuai standar perilaku antara lain:
 - a) Memberikan salam pembuka dan menanyakan kebutuhan nasabah.
 - b) Memberikan penjelasan kepada nasabah dan memberikan solusi atas produk serta layanan yang dibutuhkan nasabah.
 - c) Menanyakan konfirmasi kepada nasabah bantuan yang dibutuhkan.
 - d) Memberikan salam penutup dan lain-lain.
- 6) Melakukan pengelolaan nasabah dengan baik, meliputi:

- a) Menghubungi nasabah yang jatuh tempo lelang.
 - b) Menghubungi nasabah jatuh tempo uang kelebihan yang akan kadaluarsa.
 - c) Menghubungi nasabah yang tidak aktif bertransaksi.
- 7) Menyusun laporan sesuai ruang lingkup dan bidang tugasnya.
 - 8) Tugas pokok melaksanakan pelayanan terhadap penjualan dan pembelian kembali (buyback) Logam Mulia baik secara tunai atau angsuran.
 - 9) Melaksanakan *Business Continuity Plan* (BCP) sesuai kebijakan dari unit kerja terkait.
 - 10) Menyelesaikan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh atasan
5. Kegiatan Usaha
- PT Pegadaian (Persero) Cabang Pegadaian Syariah Luwu melakukan bermacam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Peminjaman dana disalurkan kepada nasabah yang memerlukan dan halal. Kegiatan usaha PT Pegadaian (Persero) Cabang Pegadaian Syariah Luwu diantaranya:
- a. Pemberian Pinjaman (Gadai Syariah) kepada masyarakat menggunakan akad Rahn dan Ijarah, dengan mensyaratkan pemberian jaminan dengan menyerahkan barang bergerak maupun tidak bergerak seperti emas perhiasan, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor sebagai jaminan dan pemberian jaminan yang ditentukan oleh taksiran nilai dan jumlah dari barang yang digadaikan.

- b. Penaksiran Nilai Barang, layanan penaksiran barang ini berupa penilaian suatu barang yang bergerak baik berupa perhiasaan, barang-barang elektronik seperti handphone dan laptop serta kendaraan bermotor.
- c. Penitipan barang (Ijarah), Pegadaian Syariah juga menerima titipan barang dari masyarakat berupa emas perhiasan, surat-surat berharga seperti sertifikat tanah, dan barang-barang berharga lainnya. Atas jasa titipan ini Pegadaian Syariah akan mengenakan biaya penitipan pada nasabah yang menggunakan jasa ini.
- d. ARRUM (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro Kecil) adalah skim pemberian pinjaman berprinsip syariah yang berdasarkan hukum gadai (Rahn) bagi para pengusaha Mikro dan Kecil untuk memberikan modal kerja atau tambahan modal usaha dengan sistem angsuran dan menggunakan jaminan BPKB motor/mobil.
- e. MULIA (Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi), adalah jenis pembiayaan yang memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan logam mulia secara tunai dan atau angsuran dengan proses cepat dan jangka waktu fleksibel.
- f. Tabungan Emas adalah produk layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas, hanya mulai dari +5000 nasabah sudah bisa menabung emas.

- g. Amanah, adalah produk yang menawarkan baik bagi karyawan, pengusaha kecil dan nasabah untuk memiliki kendaraan pribadi secara syariah. Dengan pembayaran yang dapat diangsur dengan prinsip syariah dan melalui proses pembiayaan yang mudah.
- h. ARRUM Haji merupakan pembiayaan guna pendaftaran ibadah haji. Pemberian pinjaman guna pendaftaran haji ini dengan jaminan emas senilai Rp. 7.000.000,- dan bukti Setoran Awal Biaya Perjalanan Ibadah Haji (SA BPIH).
- i. RAHN Bisnis adalah fitur layanan pemberian pinjaman cepat dan aman yang tepat untuk pendanaan bisnis dengan agunan emas. Produk ini hadir bagi nasabah yang ingin menambah modal tetapi dengan cara menggadaikan barang.
- j. Multi Pembayaran Online, adalah jasa yang diberikan oleh pegadaian syariah kepada nasabah untuk melayani pembayaran berbagai macam tagihan seperti Listrik, Air (PDAM), telepon secara online. Layanan ini merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam betransaksi.
- k. Remittance, merupakan layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri dengan biaya kompetitif.
- l. G LAB (Lab Gemologi Pegadaian) merupakan laboratorium untuk melakukan pengujian tentang keaslian dan jenis batu permata serta sertifikasi yang berguna untuk kepentingan investasi dan kepastian jual

beli permata. Karena bagi Pegadaian “Tiap butir permata tidak pernah sama”.

- m. Konsinyasi Emas adalah layanan titip jual emas batangan dipegadaian sehingga mejadikan investasi emas milik nasabah lebih aman karena disimpan dipegadaian. Keuntungan dari hasil penjualan emas batangan 57 diberikan kepada nasabah, oleh sebab itu juga emas yang dimiliki lebih produktif.
- n. Mitra MPO (Pegadaian Mobile) merupakan program kemitraan dari pegadaian dimana nasabah pegadaian bisa mendapatkan peluang bisnis electronic payment langsung dari smartphone android yang dimiliki.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Hasil wawancara dengan ibu adriani karyawan pegadaian syariah Luwu

Adapun yang menjadi bahan kajian pada penelitian ini adalah terkait dengan Pemasaran Pegadaian syariah Luwu yang diperoleh melalui teknik wawancara dengan ibu Adriani selaku karyawan di pegadaian syariah Luwu.

- a. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, baik itu kecil maupun besar, karna pemasaran merupakan hal yang sangat membantu perusahaan dalam memperkenalkan produk mereka di masyarakat, dalam pemasaran sendiri hal yang tak bisa dihindarkan yakni risiko, yang dimana setiap hal yang dilakukan pasti akan selalu terhubung dengan risiko, baik diluar maupun didalam perusahaan.

Dalam hasil wawancara peneliti bersama dengan pihak pegadaian syariah cabang luwu atas nama adriani dengan posisi jabatan BPORO Pegadaian syariah Cabang luwu yang telah diwawancarai pada tanggal 13 September 2021, sebelum membahas risiko pemasaran produk mulia, peneliti terlebih dahulu akan membahas sedikit tentang bagaimana pegadaian syariah cabang luwu melakukan sebuah promosi produk.

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu adriani seorang wanita berumur 30an, menjelaskan promosi produk mulia sebagai berikut:

“Dalam melakukan promosi, sosia media sih yang sering kami gunakan, juga menelpon nasabah yang memang sudah pernah mengambil produk yang ada dipegadaian syariah, kami tawarkan biasanya, kalau ada produk baru ini itu, selain itu orang kantor biasanya melakukan promosi diluar kantor, seperti ditempat keramaian seperti pesta,even acara perkampungan, intinya sih tempat-tempat yang ramai, bahkan biasa kami menawarkan sama nasabah yang datang kekantor untuk melakukan pembayaran angsuran, biasanya kami tawarkan produk baru ini”

ibu adriani pada saat wawancara 13 September 2021. tepatnya hari senin jam kantor, dalam ungkapan wanita tersebut dapat disimpulkan bahwa, dalam melakukan promosi produk mulia, pegadaian syraiah cabang luwu melakukan promosi dengan memanfaatkan sosial media, nasabah yang telsh dulu bergsbung dan juga melakukan promosi diluar kantor dengan mempromosikan produk ditempat yang begitu ramai. dalam hasil wawancara ibu Adrian juga mengatakan bahwa dalam promosi produk mulia, pihak pegadaian juga menawarkan keunggulan-keunggulan produk mulia seperti yang diungkapkan dibawah ini:

“Selama melakukan promosi produk mulia, pegadaian sangat wajib menerangkan keunggulan-keunggulan produk mulia, ini yang akan membuat calon nasabah akan tertarik untuk mengambil produk, biasanya

keunggulan yang sering ditawarkan adalah cashback, dan juga diangsur secara teratur dengan jumlah flat, tidak naik dan tidak turun, karna kebanyakan calon nasabah banyak yang khawatir tentang hal itu, jika dipikir produk ini sangatlah bagus karna emasnya 24 karat, harganya pun kalau digadai ulang bisa naik”

Ungkap ibu Adrian mengebu-ngebu, dalam ungkapan tersebut dapat disimpulkan bahwa keunggulan produk mulia yakni banyak cashback, angsuran secara teratur dengan jumlah flat dan emasnya 24 karat.

b. Persentase biaya promosi

Poin utama yang harus diperhatikan adalah seberapa besar persentase biaya promosi yang akan dilakukan pada bisnis anda. Jangan sampai jumlahnya melebihi total profit yang diperoleh perusahaan dalam satu tahun atau kurun waktu tertentu.

Pada dasarnya, biaya promosi adalah nilai yang dikorbankan atau dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk kepentingan promosi, yang berkaitan dengan pemasaran produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Biaya ini berperan dalam menunjang target penjualan. Biaya yang dikeluarkan untuk promosi, mempertimbangkan antara hasil atau dampak yang ingin diperoleh dengan budget yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak itwan wancie selaku kepala unit micro menjelaskan apa saja yang termasuk ke dalam biaya-biaya promosi logam mulia.

"Biasanya tujuan dari biaya promosi adalah seminar investasi emas atau cashback uang muka di mana setiap biaya promosi di pegadaian syariah Luwu ada potongan uang muka. Jadi persentase biaya promosi itu jangan sampai biaya promosinya melebihi total profit yang di peroleh pegadaian syariah

.Biaya promosi yang baik adalah 10% untuk menentukan persentase biaya promosi.

$$\frac{\text{Biaya promosi.}}{\text{Total penjualan.}} \times 100\% = \frac{100.000.000}{500.000.000} \times 100\% = 0,2$$

Dari hasil yang diperoleh Pegadaian syariah Luwu untuk biaya promosi logam mulia yaitu sebesar 0,2%, jumlah tersebut menunjukkan bahwa biaya promosi logam mulia pegadaian syariah Luwu sangat bagus. Ini merupakan prosedur yang telah ditetapkan dipegadaian syariah Luwu bahwa setiap biaya promosi investasi emas ada potongan uang muka dan biaya promosi yang baik adalah 10% persentase biaya promosi.

c. Tingkat penjualan per salesperson

Bagi para pebisnis pemula tentunya akan berat untuk menentukan berapa salesperson yang harus dipekerjakan serta membayar gaji pokok mereka. Untuk bisa mengetahui pendapatan angka atau indikator yang sesuai dengan cara membagi pendapatan bersih dengan total petugas sales (salesman/SPG) yang diperjakan.

Dalam menentukan gaji pokok sales atau persentase komisi karyawan, tentu jangan sampai perusahaan merugi. Oleh karena itu, perusahaan perlu melihat data historis penjualan persalesperson untuk menentukan hal tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Bapak itwan wancie selaku kepala unit micro tersebut.

"Untuk gaji sales atau pendapatan di pegadaian syariah luwu para sales sebelumnya sudah ditentukan gaji pokoknya dari perusahaan dimana gaji

pokokpara sales dalam 1 bulan yaitu Rp 3.500.000 kemudian perusahaan akan menargetkan kepada para sales sebanyak 600 JT perbulan apabila target tercapai maka penghasilan para sales bisa melebihi dari gaji pokok yang mereka dapatkan perbulannya. Apabila para sales tidak mencapai target maka para sales tetap akan menerima gaji mereka tiap bulannya yaitu Rp 3.500.000”.

Cara yang dilakukan oleh pegadaian syariah Luwu merupakan prosedur yang dilakukan bilamana para sales tidak mencapai target yang diberikan oleh perusahaan maka para sales tetap akan mendapat kan gaji pokok perbulan sebanyak Rp. 3.500.000.

d. Rasio konsumen dan total salesperson

Petugas sales memegang peran penting.Salah satunya adalah harus dapat memahami kebutuhan konsumen dan meyakinkan bahwa produk atau jasa perusahaan dapat memuaskan kebutuhan para pelanggan. Untuk mendapatkan rasio yang tepat antara jumlah konsumen dan total petugas sales.

Menurut Zallacco et al. (2009) salesperson skill sangat dibutuhkan dalam kegiatan penjualan.Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan, bahwa pengetahuan dan informasi yang dimiliki tenaga penjual, sangat diperlukan untuk membangun hubungan berkualitas dengan pelanggan. Kemampuan tenaga penjualan terlihat saat mereka mampu mempengaruhi pelanggan, yang tentunya akan mempengaruhi performance tenaga penjual. Menurut Altintas, kurtulmusoglu, Altintas, kaufmann, dan Alkibay (2017), mengatakan bahwa kemampuan tenaga penjual dalam menyesuaikan diri dengan pelanggan (beradaptasi) dapat memudahkan implementasi hubungan antara tenaga penjual dengan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa keahlian yang dimiliki tenaga

penjual akan menciptakan efektifitas kegiatan penjualan positif dan memberi keuntungan kepada perusahaan kepada perusahaan dari hasil penjualan yang tinggi.

untuk proses penjualan yang efektif, jumlah konsumen dan total petugas sales itu harus dibandingkan untuk mencapai target penjualan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak Itwan wancie bahwa:

"Sales tidak ditentukan berapa konsumen yang mereka harus dapatkan tetapi sales hanya ditargetkan dari perusahaan sebanyak 600 JT perbulan apabila target mencapai atau melewati target maka omset yg dihasilkan sales akan dikali 1%. Jadi sales akan mendapatkan bonus dari omset yang mereka dapatkan, contohnya apabila sales mendapatkan omset sebanyak 10 JT maka akan dikali $10.000.000 \times 1\% = 100.000.$ "

Ini merupakan contoh dari omset yang dicapai oleh sales selama 1bulan apabila sales mencapai target yang diberikan oleh perusahaan maka sales akan mendapatkan bonus dari perusahaan atas target yang dicapai oleh sales.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa tingkat risiko dalam pemasaran produk mulai di pegadaian syariah Luwu termasuk dalam kategori rendah dan sudah memenuhi peraturan yang diterapkan oleh pihak pegadaian syariah cabang Luwu. Namun hal yang perlu diperhatikan khususnya pada pemasaran produk mulia dimana kurang nya keyakinan nasabah terhadap produk mulia sehingga nasabah kurang yakin dalam mengambil keputusan, seperti calon nasabah yang menganggap bahwa produk mulia memiliki angsuran yang begitu besar padahal angsuran produk mulia bersifat flat hal tersebut dapat berisiko terhadap produk. Hal ini perlu diperhatikan agar calon

nasabah dapat lebih percaya untuk mengambil sebuah produk yang ada dipegadian syariah cabang Luwu.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian risiko pemasaran produk mulia dipegadaian syariah cabang Luwu yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan yaitu:

1. Presentase biaya promosi

Pada dasarnya, biaya promosi adalah nilai yang dikorbankan atau dikeluarkan oleh suatu pegadaian untuk kepentingan promosi, yang berkaitan dengan pemasaran produk atau layanan yang ditawarkan oleh pegadaian syariah cabang Luwu. Biaya promosi berperan dalam menunjang target penjualan. Biaya yang dikeluarkan untuk promosi, mempertimbangkan antara hasil atau dampak yang ingin diperoleh dengan budget yang dimiliki pegadaian. Jadi presentase biaya promosi itu jangan sampai biaya promosinya melebihi total profit yang diperoleh pegadaian syariah cabang Luwu. Biaya promosi yang baik adalah 10% untuk menentukan persentase biaya promosi.

2. Tingkat penjualan per salesperson

Bagi para pebisnis pemula tentunya akan berat untuk menentukan berapa salesperson yang harus dipekerjakan serta membayar gaji pokok mereka. Dalam menentukan gaji pokok sales atau presentasi komisi karyawan di pegadaian, tentu jangan sampai pihak pegadaian merugi. Karena pegadaian perlu melihat data historis penjualan per sales person untuk menentukan hal tersebut. Para sales akan

ditargetkan dalam perbulan oleh pegadaian, apabila sales mencapai target maka penghasilan para sales bisa melebihi gaji pokok yang mereka dapatkan perbulan, sebaliknya apabila sales tidak mencapai target maka sales tetap akan menerima gaji mereka tiap bulan.

3. Rasio konsumen dan total salesperson

Sales memegang peranan penting salah satunya harus dapat memahami kebutuhan konsumen dan meyakinkan bahwa produk atau jasa perusahaan dapat memuaskan kebutuhan para pelanggan. Untuk mendapatkan rasio yang tepat antara jumlah konsumen dan total petugas sales itu harus dibandingkan untuk mencapai target penjualan. Apabila target mencapai atau melewati target maka omset yang dihasilkan sales akan dikali 1% jadi sales akan mendapatkan bonus dari omset yang mereka dapatkan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian tentang Analisis Risiko Pemasaran Produk Mulia Pada Pegadaian Syariah Luwu. Dimana ada beberapa saran mengenai risiko pemasaran produk mulia yaitu:

Bagi pihak pegadaian syariah Luwu lebih ditingkatkan lagi cara mempromosikan produk mulia agar nasabah atau calon nasabah yakin dalam mengambil keputusan. Hal ini perlu diperhatikan agar calon nasabah dapat lebih percaya untuk mengambil sebuah produk yang ada di pegadaian syariah Luwu.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, A., *Gadai Syari'ah di Indonesia konsep, implementasi dan institusional*. Yogyakarta: Gajahmada University Press, 2006.
- Arthur J. Keown, David F. Scott, Jr, John D. Martin, J. William Petty, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Satu, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Liberty Edisi Pertama
- Darmawi, Herman. *Manajemen Risiko*. Bumi Aksara, Jakarta, 2005
- Dedy Akhmadi, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Pembiayaan pada PT. Federal International Finance (FIF) Syariah", Skripsi, Jakarta: Perbankan syariah, UIN Syarif Hidayatullah, 2020.
- Emmaett J. Vaughan dan Curtis M. Elliott, *Fundamental of Risk and Insurance*, New York: John Wiley & Sons Inc, 1978
- Flanagan, R., & Norman, G. *Risk Management and Construction*. Cambridge: University Press. 1993
- Hanafi, *Manajemen Risiko Operasional*, Jakarta: PT Elex Computindo. 2006
- Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), 86.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 107-108
- Idzhar Jaya Nugraha, Akmal Riyadi Wastradan Lislis Imamah Ichdayati, *Strategi Penanganan Risiko Operasional Pemasaran Produk Teh Celup Hijau Walini 20 Industry Hilir The PT Perkebunan Nusantara VIII, Bandung Jawa Barat*, Jurnal, 2020
- Kasidi. *Manajemen Risiko*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 246.
- M.
- Farid Wajdi, Anto Agus Setyawan, Syamsudin dan Muzakar Isa, *Manajemen Risiko Bisnis UMKMDi Kota Surakarta*, jurnal ekonomi, 2020

Nur Azizah, “Strategi Promosi dalam Menarik Minat Nasabah Koperasi BMT-UGT Sidogiri di Klampis Bagkalan Madura”, Skripsi, Surabaya: Menejemen Dakwah, IAIN Sunan Ampel, 2020

Nafiani Nanik, “Strategi Promosi Produk Gadai Syariah di Perusahaan Umum Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya”, Skripsi, Surabaya: Menejemen Dakwah, IAIN Sunan Ampel, 2020.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga Jilid 5 1995

Ratih Ardia Sari, “Analisis Manajemen Risiko Pada Industri Kecil Rotan Di Kota Malang”, Skripsi, Surabaya: Menejemen Dakwah, IAIN Sunan Ampel, 2020

Sri Nurhayati, *Akutansi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 266. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 23

Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta Selatan: PT Trans Media, 2011), Cetakan Pertama, 147.

TuturTika, *Proposal Penelitian*, 12 Maret 2016
[https://:TuturTika.wordpress.com](https://TuturTika.wordpress.com)



L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1 Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

1. Berapakah jumlah biaya promosi produk mulia pada pegadaian syariah Luwu?
2. Berapakah jumlah total penjualan produk mulia pada pegadaian syariah Luwu?

Biaya promosi

————— X 100%

Total penjualan

3. Apa saja yang termasuk ke dalam biaya-biaya promosi produk logam mulia pada pegadaian syariah Luwu?
4. Berapakah jumlah konsumen yang harus dilayani oleh sales dalam mencapai target penjualan per bulan ?
5. Berapakah target penjualan sales per bulan?

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

  
1 2 0 2 1 1 9 0 0 9 0 5 7 6

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

ASLI **IZIN PENELITIAN**
NOMOR : 576/IP/DPMPSTP/VIII/2021

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 Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan 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 : LENI MIFTAHUL JANNAH
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Wiwitan Timur Kab Luwu
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 17 0402 0192

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

ANALISIS RISIKO DAN KENDALA DALAM PEMASARAN PRODUK MULIA PADA PEGADAIAN SYARIAH DI LUWU

Lokasi Penelitian : PT. PEGADAIAN SYARIAH LUWU CABANG KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian : 25 Agustus 2021 s.d. 25 Oktober 2021

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) exemplar 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 : 30 Agustus 2021
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

MUH. HJGAN ASHARUDDIN, S.STP, M.Si
Pangkat : Pembina Tk.I
NIP - 19780611 199612 1 001

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Provi Pal-Sel
2. Walikota Palopo
3. Gubernur Sulawesi Selatan
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kependidikan Kota Palopo
7. Instansi terkait dengan pelaksanaan penelitian

Lampiran 3 Surat Keterangan Wawancara

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

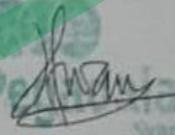
Nama : Itwan Wancie
Alamat : BTN Bogar
Jabatan : Kepala Unit Bisnis Micro Luwu

Menerangkan bahwa :

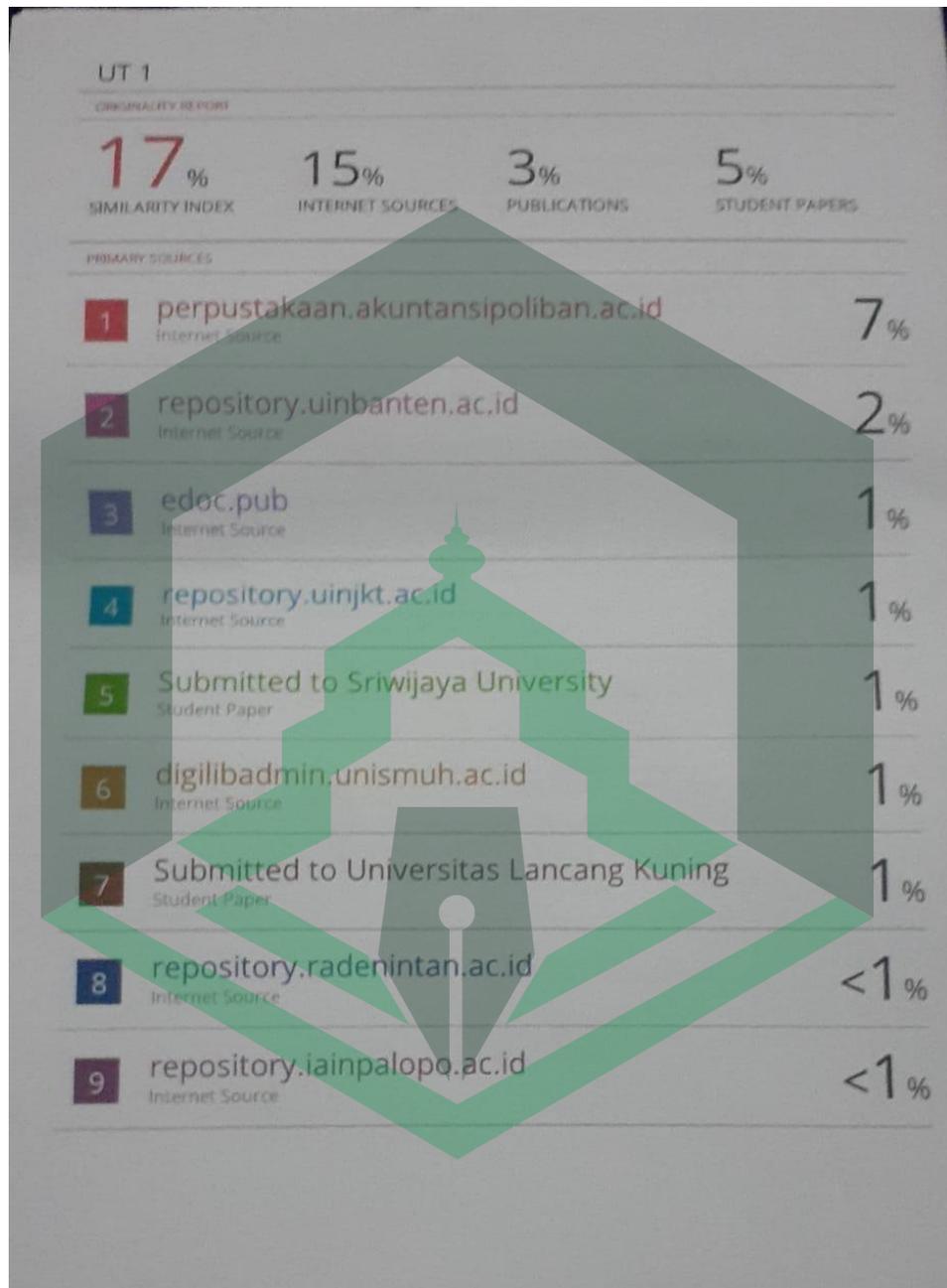
Nama : Leni Miftahul Jannah
Nim : 17 0402 0192
Prodi : Perbankan Syariah

Benar telah mengadakan penelitian dengan wawancara kepada kami sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Analisis Risiko Pemasaran Produk Mulia Pada Pegadaian Syariah Luwu", pada tanggal 20 April 2022.

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Palopo, 20 April 2022
Yang menerangkan,

Itwan Wancie

Lampiran 4 Hasil Cek Turnitin



Lampiran 5 Dokumentasi





RIWAYATHIDUP



Leni Miftahul Jannah, Lahir di Lamasi pada tanggal 23 Desember 1999. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan seorang ayahanda Abd.Rosyid dan Ibu Etti Widari. Saat ini bertempat tinggal di Desa Wiwitan Timur Kec. Lamasi Kab. Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada Tahun 2011 di SD Negeri 104 Wiwitan. Pendidikan Sekolah Menengah Pertama ditempuh di SMP Negeri 1 Lamasi diselesaikan pada tahun 2014. Dan pada tahun yang sama penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMK Negeri 3 Luwu dan selesai pada tahun 2017. Dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dan mengambil jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Contact person penulis: leni_miftahul0192@iainpalopo.ac.id