



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J A M B I

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

# STRATEGI PEMASARAN PEGADAIAN SYARIAH DI KOTA JAMBI

## TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Magister  
Ekonomi Syariah dalam Konsentrasi Perbankan dan Lembaga  
Keuangan Syariah



OLEH:

NURLAILA  
NIM: 802202007

PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



@ Hak cipta milik UIN Sultha Jambi

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang:

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



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDIN  
JAMBI  
PASCASARJANA**

Alamat: Jalan Arif Rahman Hakim Telanai Pura Jambi Tlp. (0741) 60731  
e-mail: pasca@uinjambi.ac.id

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK UJIAN TESIS</b>	
<b>Nama : Nurlaila</b> <b>NIM : 802202007</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Pembimbing I</b></p>  <p style="text-align: center;"><b><u>Dr. Habriyanto, M.E.I</u></b> 16 Februari 2023</p>	<p style="text-align: center;"><b>Pembimbing II</b></p>  <p style="text-align: center;"><b><u>Ayub Mursalin, M.A, P.hD</u></b> 16 Februari 2023</p>
<p style="text-align: center;"><b>Mengetahui Wakil Direktur</b></p>  <p style="text-align: center;"><b><u>Dr. Badarussyamsi, S.Ag., M.A</u></b> 16 Februari 2023</p>	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
PASCASARJANA  
Jalan. Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi Telp. (0741) 60731  
e-mail : pasca@uinjambi.ac.id

Jambi, Mei 2023

Pembimbing I : Dr. Habriyanto, M.E.I  
Pembimbing II : Ayub Mursalin, M.A., Ph.D

Alamat : Jl. Arif Rahman Hakim  
Telanaipura Kota Jambi  
Kepada Yth,  
Bapak Direktur  
Pascasarjana UIN STS Jambi  
di-JAMBI

#### NOTA DINAS

*Assalamu'alaikum Wr, Wb...*

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan sesuai dengan persyaratan yang berlaku di Pascasarjana UIN STS Jambi, maka kami berpendapat bahwa Tesis saudara **Nurlaila NIM: 802202007** Program Studi Ekonomi Syariah Konsentrasi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah dengan Judul: **Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi** telah dapat di terima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister (S.2) pada Program Studi Ekonomi Syariah Konsentrasi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah (PLKS) Pascasarjana UIN STS Jambi.

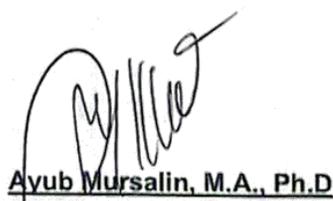
Demikianlah yang dapat kami sampaikan kepada bapak, semoga bermanfaat bagi kepentingan Agama, Nusa, dan Bangsa. Aamiin...

*Wassalamu'alaikum Wr, Wb...*

Pembimbing I

  
Dr. Habriyanto, M.E.I

Pembimbing II

  
Ayub Mursalin, M.A., Ph.D



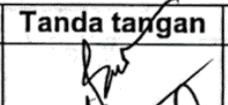
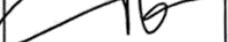
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
PASCASARJANA  
Jalan. Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi Telp. (0741) 60731  
e-mail : pasca@uinjambi.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

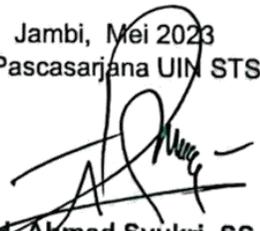
Tesis di sertai dengan judul "Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi" yang telah diajukan pada Ujian Tesis di Pascasarjana UIN STS Jambi pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 10 April 2023  
Jam : 09.00-10.30 WIB  
Tempat : (Aplikasi Zoom) Online  
Nama : Nurlaila  
NIM : 802202007  
Judul : Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi

Telah diperbaiki sebagaimana hasil sidang di atas telah di terima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Magister (S2) Program Studi Ekonomi Syariah (ES) konsentrasi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah (PLKS) pada Pascasarjana UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

No	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1	Dr. H. Bahrul Ma'ani, M. Ag (Ketua Sidang)		3/05 2023
2	Dr. Habriyanto, M.E.I (Pembimbing I)		17/04 2023
3	Ayub Mursalin, M.A., Ph.D (Pembimbing II)		2/05 2023
4	Dr. Sudirman, S.E., M.E (Penguji I)		27/04 2023
5	Titin Agustin Nengsih, S.Si., M.Si., Ph.D (Penguji II)		28/4 2023

Jambi, Mei 2023  
Direktur Pascasarjana UIN STS Jambi

  
**Prof. Dr. H. Ahmad Syukri, SS., M.Ag.**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
PASCASARJANA  
Jalan. Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi Telp. (0741) 60731  
e-mail : pasca@uinjambi.ac.id

PERSETUJUAN PENGESAHAN TESIS	
<p>Pembimbing I</p>  <p><u>Dr. Habriyanto, M.E.I</u></p>	<p>Pembimbing II</p>  <p><u>Ayub Mursalin, M.A., Ph.D</u></p>
<p>Mengetahui, Wakil Direktur</p>  <p><u>Dr. Badarussyamsi, S.Ag, MA</u> NIP.197602102009011009</p>	
<p>Nama : Nurlaila NIM : 802202007 Judul Tesis : Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi</p>	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDIN  
JAMBI  
PASCASARJANA

Alamat: Jalan Arif Rahman Hakim Telanai Pura Jambi Tlp. (0741) 60731  
e-mail: pasca@uinjambi.ac.id

**PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurlaila  
NIM : 802202007  
Tempat/Tanggal Lahr : Jambi, 09 Februari 1999  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Alamat : Jl. Parluhutan Lubis RT 02 Kec. Telanaipura, Jambi

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya tesis yang berjudul "Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi" adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya sepenuhnya bertanggung jawab sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia dan ketentuan Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, termasuk pencabutan gelar yang saya peroleh melalui tesis ini. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Jambi, 16 Februari 2023

Nurlaila  
082202007

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



## MOTTO

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مِمَّنْ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ بِأَمَانَتِهِ  
وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ □ ◌

*Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya.<sup>1</sup>*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

<sup>1</sup> QS Al-Baqarah (2) : 283

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahiim*

Yang Utama Dari Segalanya

Puji syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya tesis ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada nabi kita Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya ini kepada orang-orang yang sangat kucintai dan kusayangi:

Kedua orang tua saya tercinta, Ibunda (Sumiwati) dan Ayahanda (Hasan Basri A.K)

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Tanpa Ibu dan Ayah, saya tidak akan mampu memperoleh gelar Magister ini. Terimah kasih Ibu dan Ayah.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan nikmat kesehatan, rezeki dan kesejahteraan.

Teruntuk Suamiku tercinta (Wildan Nur Hidayat, M.Pd) terima kasih selalu menyayangi, mencintai, membimbing serta menguatkan selama pembuatan tesis ini. Terima kasih suamiku, semoga Allah SWT selalu melindungi dan memberkahi aa dalam setiap langkah. Teruntuk abangku (M. Ali Akbar, S.E.Sy) dan kakakku (Deanty Widyastuti, S.Pd) tersayang, terima kasih atas motivasi dan dukungannya selama ini. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga dan melindungi abang dan kakak dalam setiap langkah.

Untuk sahabatku Ruzanna Nada Mariska, S.H, Prihatin Ardi Ningsih, S.E, Nurul Faizah, S.E, Resi Putri Anggraini, S.E. Terima kasih sudah kebersamai baik dari jarak dekat maupun jauh, mendukung dan memberikan semangat dalam penyelesaian tesis ini. Semoga Allah SWT menjaga serta melindungi dan memberkahi kalian.

*Last but not least*, terima kasih untuk diri sendiri yang telah kuat pada tiap langkah dalam proses menulis tesis dan mencapai gelar Magister ini dengan baik.



## ABSTRAK

Pegadaian Syariah kota Jambi telah berdiri selama 13 tahun. Kehadirannya diharapkan mampu memberikan solusi bagi masyarakat yang sedang membutuhkan dana secara cepat. Namun kurangnya tim marketing dan promosi yang dilakukan menyebabkan jumlah nasabah menjadi fluktuatif. Data menunjukkan dari 3,28 jiwa penduduk muslim di Jambi, hanya 1,3% yang memakai jasa pegadaian syariah. Sementara 2,9% menggunakan jasa pegadaian konvensional. Artinya setengah penduduk muslim kota Jambi yang memakai jasa pegadaian lebih memilih menggunakan pegadaian konvensional dari pada pegadaian syariah. Penelitian ini bertujuan untuk pertama, mengetahui strategi pemasaran yang telah dilakukan pegadaian syariah di kota Jambi. Kedua, mengetahui kendala-kendala yang dihadapi pegadaian syariah di kota Jambi dalam menjalankan strategi pemasaran. Ketiga, mengetahui solusi pegadaian syariah di kota Jambi dalam menjalankan strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah pertama, strategi pemasaran yang telah dilakukan pegadaian syariah di kota Jambi yaitu: Strategi dalam bidang produk, harga, distribusi, dan promosi. Kedua, kendala yang dihadapi terjadi karena faktor internal dan eksternal. Faktor internal karyawan yang merangkap tugas, SDM di pegadaian syariah kota Jambi memahami sepenuhnya prinsip Syariah, belum mengoptimalkan teknologi dan sosial media. Sementara faktor eksternal persaingan bisnis dengan lembaga keuangan lain, kurangnya pemahaman masyarakat tentang Pegadaian Syariah. Kedua, solusi dalam menerapkan strategi pemasaran dengan merekrut SDM yang keahlian lebih banyak, memberikan pelatihan dan pembinaan kepada karyawan dan mengaktifkan sosial media dan meluncurkan produk yang menarik untuk masyarakat. Strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh pegadaian syariah di kota Jambi telah dilakukan dengan baik, meskipun masih harus ada perbaikan dan peningkatan dalam pemasaran yang dilakukan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pegadaian Syariah, Kota Jambi



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengharap ridho Allah yang maha kuasa dan dengan rasa syukur yang mendalam, atas segala karunia dan ridhonya, atas segala karunia dan RidhoNya, sehingga tesis dengan judul “**Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi**” ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister (S2) pada jurusan ekonomi syariah dengan konsentrasi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah (PLKS) Pascasarjana UIN STS Jambi.

Tentunya dalam penyelesaian tesis ini tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Banyak kendala dan kesulitan yang bersifat teknis serta kendala akademis maupun kendala lainnya yang ditemukan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini mungkin masih terdapat banyak kekurangan, karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis butuhkan agar dapat menjadi bahan evaluasi bagi penulis untuk lebih baik kedepannya.

Sehubungan dengan telah selesainya tesis ini, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih terutama kepada Bapak Dr. Harbriyanto, M.E.I selaku pembimbing satu dan Bapak Ayub Mursalin, M.A, Ph.D selaku pembimbing dua yang telah membimbing pengerjaan tesis ini dari awal hingga akhir. Penulis juga tak luput mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Suaidi, MA.,Ph.D selaku Rektor UIN STS Jambi
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Syukri, SS., M. Ag Selaku direktur Pascasarjana UIN STS Jambi
3. Bapak Dr. Badarussyamsi,S.Ag.,MA, selaku wakil direktur pascasarjana UIN STS Jambi Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN STS Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

4. Dr. H. Bahrul Ma'ani, S.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri STS Jambi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pascasarjana UIN STS Jambi yang telah banyak memberikan saya ilmu selama masa perkuliahan di Program Studi Ekonomi Syariah.
6. Bapak dan Ibu Staff pegawai Pascasarjana UIN STS Jambi yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada saya dalam proses akademisi dan administrasi.
7. Bapak dan Ibu pimpinan serta karyawan Pegadaian Syariah di kota Jambi, yang telah bersedia diwawancarai untuk penelitian ini.
8. Teman-teman lokal B Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah (PLKS) tahun 2020 Pascasarjana UIN STS Jambi.
9. Teman-teman seperjuangan di Pascasarjana UIN STS Jambi
10. Semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini yang tidak dapat disebut satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penelitian ini, saran dan tanggapan guna menyempurnakan tesis ini sangat lah dibutuhkan. Dengan segala syukur kepada Allah, akhirnya penulis mengucapkan terima kasih.

Jambi, 20 Desember 2022  
Penulis,

Nurlaila  
802202007



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR LOGO</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>TRANSLITERASI</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Fokus Penelitian .....	13
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN YANG RELEVAN</b>	
A. Landasan Teori.....	15
B. Penelitian yang Relevan.....	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli;  
    a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
    b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulttha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulttha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A.	Pendekatan Penelitian.....	54
B.	Situasi Sosial dan Subjek Penelitian .....	56
C.	Jenis dan Sumber Data .....	57
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	58
E.	Teknik Analisis Data .....	61
F.	Uji Kepercayaan Data.....	64
G.	Rencana dan Waktu Penelitian .....	66

### **BAB IV DESKRIPSI LOKASI, TEMUAN PENELITIAN DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN**

A.	Deskripsi Lokasi Penelitian (Situasi Sosial) .....	68
B.	Temuan Penelitian dan Pembahasan Penelitian .....	94
1.	Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi .....	94
2.	Kendala Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam Menerapkan Strategi Pemasaran .....	106
3.	Solusi Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam Menerapkan Strategi Pemasaran .....	117

### **BAB V PENUTUP**

A.	Kesimpulan.....	125
B.	Saran .....	126
C.	Rekomendasi .....	127

### **DAFTAR PUSTAKA..... 128**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **CURRICULUM VITAE**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel I.1</b>	<b>: Data Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah kota Jambi Tahun 2016-2021</b>
<b>Tabel I.2</b>	<b>: Data Jumlah Nasabah Pegadaian Konvensional di kota Jambi</b>
<b>Tabel I. 3</b>	<b>: Perbedaan Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah dan Bank Syariah</b>
<b>Tabel II.1</b>	<b>: Perbedaan Pegadaian Syariah dan Konvensional</b>
<b>Tabel III.1</b>	<b>: Jadwal Penelitian</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar II.1 : Prosedur Pemberian Pinjaman**  
**Gambar VI.1 : Logo Pegadaian Syariah**  
**Gambar VI.2 : Struktur Organisasi di Cabang Pegadaian Syariah Jambi**  
**Gambar VI.3 : Teori Kendala**



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1 : Instrumen Pengumpulan Data (IPD)**

**Lampiran 2 : Triangulasi Data**

**Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

## A. Alfabet

# TRANSLITERASI

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	Ş	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	Ĥ	Ha (dengan titik diatas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şad	Ş	Es (dengan titik di bawah)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



ڊ	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ٲ	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ز	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ء	'Ain	'	apostrof terbalik
ڠ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



## B. Vocal

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

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

## C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu: ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam kegiatan sehari-hari, uang selalu saja dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Yang menjadi masalah terkadang kebutuhan yang ingin dibeli atau membayar berbagai keperluan tidak dapat dicukupi dengan uang yang dimilikinya. Kalau sudah demikian maka mau tidak mau kita mengurangi untuk membeli berbagai keperluan yang dianggap tidak penting, namun untuk keperluan yang sangat penting terpaksa harus dipenuhi dengan berbagai cara seperti meminjam dari berbagai sumber dana yang ada.

Kebutuhan akan uang tunai menjadi hal yang mutlak di tengah masyarakat. Bahkan pada waktu tertentu, diperlukannya uang tunai sering kali menjadi hal mendesak yang harus disegerakan untuk memenuhi kebutuhan. Apabila seseorang ingin meminjam sejumlah uang tunai di lembaga keuangan seperti bank, maka prosedur yang harus dipenuhi cukup kompleks dan rumit. Selain harus menyiapkan dokumen yang lengkap, jaminan tertentu yang cukup dan menunggu beberapa waktu untuk memberikan kesempatan pada bank untuk menganalisis pembiayaan yang diberikan. Di saat seperti inilah pegadaian hadir sebagai alternatif bagi orang yang membutuhkan uang tunai secara mendesak.<sup>2</sup> Claudia Ruiz Ortega mengatakan bahwa rumah tangga informal di kotamadya Azteca lebih cenderung meminjam dari bank, lebih kecil kemungkinannya mendapatkan

---

<sup>2</sup> Nasrullah, N., & Figriyanti, F, "Analysis of Customer's Interest in Selecting Paid Products in PT. Hasanuddin Gowa Branch Syariah Pegadaian," *Jurnal Ar-Ribh* 5, no. 2 (2022): 146, [https://www.google.com/search?xsrf=ALiCzsaLMt7\\_H2jVlb3ZYV1LDVfTnUmfuA:1671753243403&q=Nasrullah,+N.,+%26+Fitrianti,+F.+\(2022\).+Analysis+Of+Customers+Interest+In+Selecting+Paid+Products+In+PT.+Hasanuddin+Gowa+Branch+Syariah+Pegadaian.+Jurnal+Ar-Ribh,+5\(2\).&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwinmaRto78AhW4A7cAHetxASgQBSgAegQICBAB&biw=1366&bih=610&dpr=1](https://www.google.com/search?xsrf=ALiCzsaLMt7_H2jVlb3ZYV1LDVfTnUmfuA:1671753243403&q=Nasrullah,+N.,+%26+Fitrianti,+F.+(2022).+Analysis+Of+Customers+Interest+In+Selecting+Paid+Products+In+PT.+Hasanuddin+Gowa+Branch+Syariah+Pegadaian.+Jurnal+Ar-Ribh,+5(2).&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwinmaRto78AhW4A7cAHetxASgQBSgAegQICBAB&biw=1366&bih=610&dpr=1)

pinjaman dari pegadaian dan cenderung tidak menyimpan tabungan.<sup>3</sup>

Di Indonesia terdapat jenis lembaga keuangan, yaitu konvensional dan syariah. Pembangunan ekonomi untuk mewujudkan masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera tentunya tidak lepas dari peran pegadaian syariah yang perlu lebih ditingkatkan lagi, tidak hanya berpihak pada kalangan atas tetapi juga memperhatikan masyarakat kelas menengah ke bawah dengan memberikan fasilitas. bagi mereka yang mengambil bagian dalam gadai. Akad rahn adalah salah satu kategori dari perjanjian utang piutang, yang mana untuk suatu kepercayaan dari orang yang berpiutang, maka orang yang berutang menggadaikan barangnya sebagai jaminan terhadap utangnya itu.<sup>4</sup> Kegiatan menjaminkan barang-barang berharga untuk memperoleh sejumlah uang dan dapat ditebus kembali setelah jangka waktu tertentu kita sebut dengan nama usaha gadai.<sup>5</sup>

Pegadaian (*pawnshop*) adalah lembaga keuangan *non-bank* yang menawarkan produk unggulan utamanya yaitu dapat meminjamkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dalam waktu cepat. Dana tersebut biasanya digunakan untuk keperluan tertentu bersifat mendesak atau penting. Seperti biaya pendidikan anak di tahun ajaran baru, biaya pulang kampung untuk menjenguk keluarga terdekat atau orang tua yang mengalami musibah, biaya berobat anggota keluarga yang sakit, biaya menyambut hari raya Idul Fitri dan kebutuhan lainnya.<sup>6</sup>

<sup>3</sup> Claudia Ruiz Ortega. "From Pawn Shops to Banks: The Impact of Formula Credit on Informal Households. *World Bank Policy Research Working*. 6634. (April 2016): [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2335796](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2335796).

<sup>4</sup> Surepno. "Studi Implementasi Akad Rahn (Gadai Syariah) Pada Lembaga Keuangan Syariah". *Jurnal of Sharia Economic Law* 1. No 2. (September 2018): <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tawazun/article/viewFile/5090/3263>

<sup>5</sup> Veithzal Rifa'l et al., *Bank and Financial Institution Management* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007), 1323.

<sup>6</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2015), 171.



Untuk memberikan kemaslahatan bagi umat manusia, maka dalam Islam diajarkan tentang sikap saling membantu. Sikap saling membantu ini bisa berupa pemberian tanpa pengembalian, seperti: zakat, infaq, shadaqah, ataupun berupa pinjaman yang harus di kembalikan seperti: sewa-menyewa dan gadai (*rahn*). Dalam bentuk pinjaman hukum Islam sengaja menjaga kepentingan kreditur, jangan sampai ia dirugikan. Kreditur boleh meminta barang dari debitur sebagai jaminan utangnya, sehingga bila debitur tidak mampu melunasi utangnya setelah jatuh tempo, maka barang jaminan boleh dijual oleh kreditur. Konsep ini biasa dikenal dengan istilah gadai (*rahn*).

Akibat yang timbul dari proses penyimpanan adalah timbulnya biaya-biaya yang meliputi nilai investasi tempat penyimpanan, biaya perawatan dan keseluruhan proses kegiatannya. Atas dasar ini dibenarkan bagi Pegadaian mengenakan biaya sewa kepada nasabah sesuai jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak. Barang gadai harus memiliki nilai ekonomis sehingga pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.

Perusahaan pegadaian merupakan sarana pendanaan yang alternatif dan sudah ada sejak lama dan sangat efektif serta sudah banyak di kenal oleh masyarakat Indonesia, karena dalam pencairan dana dari penyedia pembiayaan jangka waktunya pendek dan juga syaratnya relatif mudah dan tidak bertele-tele, cukup dengan membawa agunan, seseorang telah dapat pinjaman yang sesuai dengan nilai barang tersebut, sehingga sangat praktis bagi mereka yang membutuhkan dana cepat dan mudah, sesuai dengan motto pegadaian, yaitu “mengatasi masalah tanpa Masalah”, Indonesia merupakan masyarakat yang mayoritas muslim dan di dalam perkembangan yang pesat pada pegadaian tersebut maka tentu saja masyarakat muslim akan lebih mantap kiranya jika bermuamalah dengan yang ada kaitannya dengan syariat-syariat Islam, termasuk mempergunakan jasa gadai dengan prinsip-prinsip syariah, dan karena hal tersebut merupakan kebutuhan dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi







Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Gadai dalam bahasa arab di sebut *rah̄n*, yang berarti tetap, kekal, dan jaminan, Secara syara' Akad *rah̄n* bertujuan agar pemberi pinjaman tersebut lebih bisa mempercayai pihak yang berhutang, barang yang telah di serahkan kepada pihak lembaga syariah menjadi tanggungjawabnya untuk menjaga dan memelihara barang tersebut, Biaya perawatan dan sewa tempat di pegadaian dalam sistem gadai syariah biasa di sebut dengan biaya *ijarah*, biaya ini biasanya di hitung per 10 hari. Untuk biaya administrasi dan *ijarah* tidak boleh di tentukan berdasarkan jumlah pinjaman tetapi berdasarkan taksiran harga barang yang digadaikan. Sedangkan besarnya jumlah pinjaman itu sendiri tergantung dari nilai jaminan yang diberikan, semakin besar nilai barang maka semakin besar pula jumlah pinjaman yang diperoleh nasabah.<sup>11</sup>

Pegadaian syariah cabang pusat yang beralamat di Jelutung kota Jambi merupakan pusat Pegadaian Syariah di kota Jambi. Berdiri sejak tahun 2009 Pegadaian Syariah kota Jambi menawarkan berbagai macam produk seperti produk Arrum BPKB, Arrum Haji, Amanah, Rahn (gadai syariah), Multi Pembayaran Online (MPO), Konsinyasi Emas, Tabungan Emas, dan Mulia. Dengan adanya beberapa penawaran produk diharapkan mampu menarik lebih banyak minat menjadi nasabah di pegadaian syariah kota Jambi.

Berdasarkan hasil wawancara awal penulis dengan pihak pegadaian syariah kota Jambi yaitu bagian tim marketing, penyebab terjadinya jumlah nasabah yang fluktuatif diantaranya disebabkan oleh faktor internal dan eksternal yang ada. Faktor internal yaitu jumlah karyawan tim marketing yang kurang. Tim marketing di pegadaian syariah kota Jambi hanya ada 3 orang, dan tidak semua memahami secara penuh wawasan tentang basis syariah. Tim marketing juga tidak memanfaatkan media sosial secara optimal, padahal media sosial merupakan sarana yang luas dan idak terbatas oleh

<sup>11</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 249.

ruang dan waktu Ketika kita ingin melakukan promosi menggunakan media sosial.

Faktor eksternal yang menjadi kendala dalam strategi pemasaran pegadaian syariah kota Jambi adalah persaingan bisnis dengan Lembaga keuangan lain, serta minimnya pemgetahuan masyarakat kota Jambi tentang pegadaian syariah hal ini disebabkan kurangnya promosi tentang pegadaian syariah. Tim marketing menyampaikan, promosi hanya dilakukan di momen acara-acara tertentu dan tidak adanya timeline tentang pemasaran perminggu atau perbulannya. Alasan lainnya yaitu luasnya jangkauan pasar yang akan dituju. Sehingga hal ini dapat mengganggu dalam pencapaian target nasabah.

Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) mencatat, jumlah penduduk Jambi sebanyak 3,56 juta jiwa pada Juni 2021. Dari jumlah tersebut, 3,38 juta jiwa atau 95,07% penduduk di provinsi tersebut memeluk agama Islam.<sup>12</sup> Namun dari 3,28 jiwa penduduk muslim di Jambi, hanya 1,3% yang memakai jasa pegadaian syariah. Sementara penduduk Jambi yang menggunakan jasa pegadaian konvensional sebesar 2,9%. Artinya, setengah penduduk muslim kota Jambi yang memakai jasa pegadaian lebih memilih menggunakan pegadaian konvensional dari pada pegadaian syariah.

Sementara itu, OJK Provinsi Jambi mencatat 345.177 rekening pengguna Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di kota Jambi.<sup>13</sup> Angka ini Kembali menunjukkan bahwa dibandingkan menggunakan jasa pegadaian

<sup>12</sup> "Databoks", Sebanyak 95% Penduduk Jambi Beragama Islam pada Juni 2021, diakses 13 April 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/07/sebanyak-95-penduduk-jambi-beragama-islam-pada-juni-2021>

<sup>13</sup> "OJK", Statistik Perbankan Syariah, diakses 13 April 2023, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2020/SPS%20Januari%202020.pdf>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



syariah, masyarakat kota Jambi masih memilih menggunakan jasa perbankan syariah.

Kurangnya faktor pendukung agar minat masyarakat dalam menggunakan pegadaian syariah juga dapat dilihat dari jumlah kantor pegadaian syariah yang ada di kota Jambi. Di kota Jambi hanya terdapat 7 kantor pegadaian syariah, sementara pegadaian konvensional memiliki total 31 kantor pegadaian.

Pada masa Covid-19 Pegadaian Syariah kota Jambi di tahun 2020 mengalami peningkatan nasabah yang lebih tinggi dari sebelumnya. Namun setelah selesai masa Covid-19 dan sebelum masa Covid-19, cenderung terjadi penurunan dan fluktuatif dari tahun ketahun. Penurunan yang terjadi ini tidak sejalan dengan fenomena yang ada pada masyarakat. Masyarakat Jambi dengan mayoritasnya merupakan ummat muslim seharusnya dapat menjadi peluang yang mampu dimanfaatkan untuk menarik minat menjadi nasabah. Selain itu, penawaran produk Pegadaian Syariah yang sudah banyak jenisnya, bisa dijadikan sebagai keunggulan dari Pegadaian Syariah itu sendiri. Seperti, jika nasabah membutuhkan uang dalam waktu cepat dan memiliki barang yang ingin digadaikan sebagai jaminan bisa segera membawanya ke Pegadaian Syariah, selain itu pembiayaan untuk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), Haji, bahkan tabungan emas pun bisa dilakukan transaksinya dalam satu lembaga saja yaitu Pegadaian Syariah.

Peneliti dalam kegiatan observasinya mewawancarai beberapa nasabah yang sedang melakukan transaksi di Pegadaian Syariah di kota Jambi:

Saya taunya pegadaian syariah ini karena saya sering lewat di daerah sini ya mbak, jadi kebetulan waktu itu melihat ada pegadaian syariah. Saya jadi tertarik saja waktu itu memilihnya karena butuh untuk menggadaikan barang, karenakan ini ada syariahnya, berartikan menggunakan prinsip Islam jadi saya ingin mencoba pakai instansi yang syariah. Kalau untuk promosi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi



pernah saya dapatkan sebelum menjadi nasabah belum ada ya mbak sebelumnya, jadi taunya karena sering lewat di sini.<sup>14</sup>

Ibu Narti mengatakan bahwa ia sebelumnya tidak pernah melihat promosi Pegadaian Syariah di tempat lain, hanya saja karena sering lewat di sana sehingga ia merasa tertarik menggunakan jasa Pegadaian Syariah kota Jambi pusat yang terletak di Jelutung. Sementara nasabah lainnya mengatakan telah mendapatkan promosi sebelumnya dan merasa tertarik:

Kalau saya taunya waktu kuliah dulu mbak, pernah ada disuruh ikut sama dosen seminar dari pegadaian syariah, terus saya tertarik dengan penjelasan menabung emas di pegadaian. Menurut saya kalau nabung emas di rumah rentang terhadap kehilangan atau pencurian. Jadi saya memilih untuk menabung emas di pegadaian saja karena bisa sekalian dititipkan dan bisa dicairkan sewaktu-waktu jika diperlukan mbak.<sup>15</sup>

Wawancara di atas membuktikan bahwa masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah, namun ketika melakukan pemasaran akhirnya bisa mendapatkan nasabah yang menetap sampai sekarang untuk menggunakan produk pegadaian syariah. Artinya, pemasaran sangat mempengaruhi keputusan dari calon nasabah untuk menggunakan jasa pegadaian syariah, maka dari itu perlunya strategi pemasaran yang lebih aktif dan ditingkatkan lagi untuk menarik minat calon nasabah.

Dibandingkan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah dan pegadaian syariah menjadikan hasil dari nasabah yang didapatkan juga berbeda. Bank syariah melakukan strategi lebih massif untuk menarik minat nasabah di era digital ini. Dapat dilihat dari table 1.3 berikut ini:

<sup>14</sup> Narti, Nasabah Pegadaian Syariah, 17 Februari 2023.

<sup>15</sup> Rahmi, Nasabah Pegadaian Syariah, 17 Februari 2023





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

**Tabel I.3:**  
**Perbedaan Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah dan Bank Syariah**

Stategi Pemasaran Pegadaian Syariah	Strategi Pemasaran Bank Syariah
Pemasangan spanduk dan penyebaran brousr	Strategi pemasaran konten: Artikel, video, infografis, atau gambar yang diposting di media social)
Posting informasi di media social (hanya di facebook dan instagram)	Iklan digital: Situs website, aplikasi mobile, media social (FB, Instagram, TikTok, WhatsApp) dan email.
Promosi ketika acara dalam waktu tertentu	Mobile banking: Bisa melakukan transaksi melalui <i>smartphone</i>
	Internet banking: Dapat melakukan transaksi melalui computer
	Kerja sama dengan <i>fintech</i> dan <i>e-commarce</i>

Sumber: Observasi dan wawancara peneliti

Terlihat dari table di atas, bank syariah lebih mengutamakan promosi yang dilakukan di via digital dibandingkan menggunakan cara tradisional dalam promosi. Hal ini dilatar belakangi dengan faktor kecepatan penyebaran informasi dan penghematan waktu serta jangkauan yang lebih luas yang didapatkan oleh bank syariah.

Promosi merupakan hal yang penting untuk dijadikan faktor utama menjadikan minat masyarakat dalam memilih suatu produk. Dalam sebuah penelitian Nengsih mengatakan promosi dipandang sangat penting dalam persaingan dunia perdagangan saat ini yang bertujuan untuk menarik masyarakat agar membeli atau menggunakan barang atau jasa yang dijual. Meskipun demikian, promosi harus dilakukan sesuai dengan prinsip syariah yang ada. Oleh karena itu, jika kita menerima suatu berita, kita harus memastikan kebenaran dari berita tersebut. Jadi, promosi sangat penting

dalam perdagangan untuk memberi informasi, membujuk, dan mengingatkan calon pembeli.<sup>16</sup>

Dalam penelitiannya, Sari mengatakan bahwa faktor yang melatar belakangi rendahnya minat masyarakat terhadap jasa pegadaian dikatakan salah satunya adalah kurangnya masyarakat dalam mendapatkan informasi tentang produk-produk pegadaian dan tidak dilakukan promosi yang gencar oleh pihak pegadaian.<sup>17</sup> Apabila promosi yang dilakukan secara masif kepada masyarakat, maka perkembangan Pegadaian Syariah dapat berkembang pesat. Jika Pegadaian Syariah tidak disosialisasikan dengan baik, maka hal ini dapat menjadi kontraproduktif terhadap hasil yang diharapkan. Pada prinsipnya untuk menjual suatu produk khususnya produk Pegadaian Syariah, pihak Pegadaian Syariah harus mensosialisasikan produknya secara masif kepada masyarakat, karena masyarakat membutuhkan pengetahuan dan informasi tentang produk Pegadaian Syariah.

Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki tujuan untuk dapat terus berkembang dan maju dengan prinsip mempertahankan kepercayaan konsumen dan meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan jasanya hanya dapat dicapai jika strategi pemasaran perusahaan dilakukan dengan baik dan secara berkala. Kegiatan pemasaran ini dilakukan agar dapat menarik perhatian konsumen, sehingga hadirnya perusahaan ditengah masyarakat kedudukannya dapat dipertahankan dan ditingkatkan.<sup>18</sup>

Sofian Assauri mendefinisikan strategi pemasaran adalah sebuah rencana keseluruhan yang terorganisir dan erat hubungannya dengan bidang

<sup>16</sup> Nengsih, *et al.*, "Determinan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah: Studi Empiris di kota Jambi," *Perbanas Journal of Business and Banking* 11, no. 1 (Oktober 2021): 98. <https://media.neliti.com/media/publications/521578-none-22a971ee.pdf>

<sup>17</sup> Sari, *et al.*, "Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, no. 2 (Januari 2013): 22. <https://media.neliti.com/media/publications/14873-ID-persepsi-masyarakat-tentang-gadai-emas-di-pegadaian-syariah-cabang-setia-budi-me.pdf>.

<sup>18</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2014), 167.



pemasaran. Bidang pemasaran memiliki fungsi untuk memberikan petunjuk dalam kegiatan promosi yang dilakukan. Tujuan pemasaran adalah untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada konsumen, meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan produknya, serta meningkatkan penjualan perusahaan lewat kegiatan promosi, penjualan dan pendistribusian.<sup>19</sup>

Kasmir menyatakan “Perusahaan yang melakukan strategi pemasaran biasanya sering menggunakan strategi bauran pemasaran atau yang sering disebut dengan *marketing mix strategy*. Terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan strategi promosi”.<sup>20</sup>

Sementara Madura dalam Kinasih dan Suhermin menyatakan produk dapat dikenal oleh masyarakat apabila dilakukan kegiatan pemasaran dengan promosi secara terus menerus. Promosi dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang suatu produk atau merek tertentu yang sedang ditawarkan. Dengan adanya kegiatan promosi yang terus menerus dilakukan, harapannya suatu produk dapat dikenal dan menarik minat konsumen. Pada kegiatan promosi, memilih media dan cara promosi yang sesuai dan tepat adalah hal yang penting untuk dilakukan. Karena dapat mempengaruhi pola pikir konsumen terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Sehingga *out-put* yang diharapkan oleh perusahaan untuk mempertahankan konsumen lama dan mendapatkan konsumen baru dapat tercapai dengan baik.<sup>21</sup>

Dengan demikian, dalam sebuah perusahaan strategi pemasaran adalah kegiatan yang penting untuk dilakukan dan dikaji dengan baik. Karena

<sup>19</sup> Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 168.

<sup>20</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 188.

<sup>21</sup> Kinasih *et al.*, “Pengaruh Produk, Promosi dan Store Atmosphere terhadap minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Matahari *Departemen Store* Royal Plasa Surabaya,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4, no. 12 (Desember 2015): 15, <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3149/3165>.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufudjin Jambi

strategi pemasaran ini akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih produk yang ditawarkan perusahaan. Strategi pemasaran ini juga merupakan salah satu bagian yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan dan laba yang diterima oleh perusahaan.

Strategi pemasaran Pegadaian Syariah yang baik untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah di kota Jambi penting untuk diteliti. Karena kehadirannya yang sudah berdiri sejak lama diharapkan mampu meningkatkan jumlah nasabahnya. Dari ulasan di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat judul: **Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi.**

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan uraian di atas maka diperoleh indentifikasi permasalahan pada penelitian ini yaitu:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah belum maksimal
2. Ada faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah dalam pelaksanaan Strategi Pemasaran
3. Minat masyarakat kurang dalam menggunakan produk Pegadaian Syariah di tengah penduduk Indonesia khususnya kota Jambi dengan mayoritas muslim.
4. Perkembangan Pegadaian Syariah di kota Jambi belum memiliki ketertarikan sendiri bagi masyarakat kota Jambi untuk menggunakan jasanya dibandingkan dengan banyaknya masyarakat menggunakan jasa lembaga keuangan bank.

## C. Rumusan Masalah

Penelitian ini berfokus pada terjadinya penurunan nasabah Pegadaian Syariah. Untuk menjawab hal itu, diajukanlah tiga pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

2. Apa saja kendala Pegadaian Syariah di kota Jambi untuk menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah?
3. Bagaimana solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah di kota Jambi untuk menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah?

#### D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini berguna agar arah penelitian yang peneliti lakukan tetap terfokus pada suatu permasalahan dan menjaga peneliti agar tidak melibatkan diri pada suatu permasalahan yang lain. Adapun fokus penelitian yang dimaksudkan peneliti disini adalah mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi. Karena Pegadaian Syariah cabang utama adalah di Jelutung, mobilisasi aktifitas nasabah dan struktur yang lengkap juga terdapat di Pegadaian Syariah di Jelutung, maka akan fokus melakukan penelitian di Pegadaian Syariah Jelutung Jambi.

#### E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

##### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi.
- b. Untuk mengetahui kendala Pegadaian Syariah di kota Jambi untuk menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah.
- c. Untuk mengetahui solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah di kota Jambi untuk menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah.

##### 2. Kegunaan Penelitian

Dari aspek gunanya, maka kegunaan dari penelitian ini adalah:

- a. Secara Teoritis

Karya tulis ini diharapkan mampu menjadi referensi dan sumber diskusi bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan setelah ini bagi penulis, pembaca ataupun masyarakat umum.

b. Secara Praktis

1) Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi salah satu pertimbangan dan bahan diskusi serta evaluasi agar mempertahankan dan meningkatkan kinerja Pegadaian Syariah di kota Jambi.

2) Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan serta mampu menjadi panduan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

3) Bagi Penulis

Menambah pengetahuan tentang Pegadaian Syariah dan pada khususnya mengenai strategi pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB II LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN YANG RELEVAN

### A. Landasan Teori

#### 1. Strategi Pemasaran dalam Islam

##### a. Pengertian Strategi Pemasaran

Tujuan penting dari sebuah perusahaan didirikan adalah mendapatkan keuntungan dari penjualan produk yang ditawarkan, sehingga perusahaan memperoleh laba yang tinggi. Untuk tercapainya tujuan tersebut diperlukan sebuah strategi ketika melakukan kegiatan pemasaran. Strategi pemasaran adalah aktifitas yang dilakukan untuk mendapatkan dan meyakinkan masyarakat agar memutuskan untuk memilih produk yang ditawarkan sehingga perusahaan mendapatkan laba atas kegiatan tersebut.

Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya unruk mencapai tujuan.<sup>22</sup> Stephane K. Marrus, mendefinisikan strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>23</sup>

Menurut *American Marketing Association* pemasaran adalah suatu tujuan dari sebuah organisasi dan kegiatan dalam mengkomunikasikan, menghadirkan dan memberi nilai kepada

<sup>22</sup> Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, *Management Tenth Edition*, terj. Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), 231.

<sup>23</sup> Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 31.

konsumen untuk membangun koneksi agar dapat memberikan keuntungan di dalam sebuah perusahaan.<sup>24</sup>

Sementara Philip Kotler menyatakan pemasaran adalah proses mensosialisasikan dan mengatur strategi promosi yang dapat dilakukan perorangan ataupun kelompok agar mendapatkan apa yang mereka inginkan dari penawaran produk, penciptaan produk serta pendistribusian produk yang dipromosikan.<sup>25</sup>

Varadarajan (2009) *“Marketing strategy refers to an organization’s integrated pattern of decisions that specify its crucial choices concerning products, markets, marketing activities and marketing in the creation, communication and/or delivery of products that offer value to customers in exchanges with the organization and thereby enables the organization to achieve specific objectives.”* (Strategi pemasaran mengacu pada pola keputusan terintegrasi organisasi yang menentukan pilihan penting mengenai produk, pasar, aktivitas pemasaran, dan sumber daya pemasaran di penciptaan, komunikasi, dan/atau pengiriman produk yang menawarkan nilai kepada pelanggan dalam pertukaran dengan organisasi dan dengan demikian memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan tertentu).<sup>26</sup>

Fandi Tjiptono mendefinisikan strategi pemasaran adalah penawaran sebuah produk atau merek untuk mencapai tujuan tertentu dari perusahaan. Strategi pemasaran sebagai alat yang dirancang agar dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya

<sup>24</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 5.

<sup>25</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 215.

<sup>26</sup> Varadarajan, “Strategic Marketing and Marketing Strategy: Domain, Definition, Fundamental Issues and Foundational Premises.” *Journal of Academy of Marketing Science* (October 2009): 119-140, [https://www.msi.org/wp-content/uploads/2020/06/MSI\\_SR\\_09\\_214.pdf](https://www.msi.org/wp-content/uploads/2020/06/MSI_SR_09_214.pdf).





dengan memperhatikan keunggulan dalam bersaing lewat pasar yang menjadi target dalam kegiatannya.<sup>27</sup>

Kasmir menyatakan “Perusahaan yang melakukan strategi pemasaran biasanya sering menggunakan strategi bauran pemasaran atau yang sering disebut dengan *marketing mix strategy*. Terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan strategi promosi”.<sup>28</sup> Akan tetapi seiring berkembangnya Ilmu Sosial, Zeithaml, Birtner And Gremler, menambahkan tiga bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari *people, physical Evidence, and Process*.<sup>29</sup>

Strategi pemasaran yang tepat dan baik untuk diterapkan oleh perusahaan dapat dilakukan dengan melihat tiga faktor yaitu perencanaan strategi, implementasi strategi, evaluasi strategi. Hal tersebut penting karena ketiga strategi pemasaran di atas merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen/nasabah dalam melakukan keputusan pengambilan suatu produk. Apabila strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan tersebut mampu memasarkan produk jasanya dengan baik, hal ini akan berpengaruh pada tujuan perusahaan.<sup>30</sup>

#### **b. Pengertian Pemasaran dalam Islam**

Pemasaran adalah sebuah proses manajerial dan sosial dimana pihak seseorang atau pihak sekelompok orang memperoleh apa yang diinginkan dan dibutuhkan dengan kegiatan penciptaan produk dan pertukaran produk dan nilai. Pemasaran bisa disebut sebagai suatu

<sup>27</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), 6.

<sup>28</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, 188.

<sup>29</sup> Valerie A. Zeithaml et al., *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm* (New York: Andy Winston, 2006), 22.

<sup>30</sup> Hermawan Kartajaya dan Philip Kotler, *Rethinking Marketing: Sustainable Marketing Enterprise in Asia* (Jakarta: Premhallindo, 2002), 25.

sistem dari aktifitas yang saling berhubungan yang memiliki tujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang/jasa kepada pembeli yang minat akan produk yang ditawarkan baik secara pembeli individual maupun pembeli secara kelompok. Pemasaran dengan basis Islami merupakan sebuah ilmu disiplin strategis yang mengarah kepada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu penjual kepada pembelinya, yang dalam kegiatannya sesuai dengan akad yang ada di dalam Islam serta sesuai dengan aturan di dalam Al-Qur'an dan hadist. Secara umum, pemasaran Islami adalah sebuah strategi bisnis, yang dapat melindungi seluruh kegiatan di dalam perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan hingga pertukaran nilai dari seorang produsen ke konsumen sesuai dengan ajaran Islam.<sup>31</sup>

Strategi pemasaran adalah salah satu kegiatan muamalah yang tidak dilarang dalam Islam selagi dalam kegiatannya tetap dalam koridor hukum Islam dan menjauhi larangannya. Kegiatan pemasaran adalah kegiatan bermuamalah yang dijalankan menggunakan prinsip dan hukum Islam serta turut serta melibatkan orang atau pihak yang memiliki kepentingan agar memperoleh manfaat dan nilai dari kegiatan pemasaran tersebut.

M. Syakir Sula berpendapat bahwa pemasaran syariah adalah disiplin ilmu bisnis dalam menyusun strategi yang memandu proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai serta menjadi pedoman pemangku kepentingan selama proses tersebut berjalan agar sesuai dengan prinsip dan hukum Islam. Allah mengingatkan kita untuk selalu menghindari melakukan hal yang salah dalam proses

<sup>31</sup> Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 1.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



berbisnis, seperti penciptaan, penawaran dan mengubah nilai pemasaran.<sup>32</sup>

Pengertian di atas berlandaskan pada salah satu bisnis Islami yang ada di dalam kaidah fiqh yang berbunyi: *“al-muslimuuna ‘alaa syaruuthihim illa syarthan harroma halaalan aw ahalla haraaman”* (kaum muslimin terikat dengan kesepakatan kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram). Dengan demikian ini berarti dengan *Islamic Marketing*, seluruh proses dalam pemasaran tidak ada yang boleh melanggar aturan dan bertentangan terhadap prinsip-prinsip serta akad yang ada di dalam aturan muamalah dalam Islam. Selama hal tersebut dapat dijaga, dan pelanggaran terhadap prinsip muamalah dalam Islam tidak terjadi, maka transaksi dalam bentuk apapun di dalam marketing dibolehkan.

Menurut Kertajaya yang dikutip Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, pemasaran syariah merupakan salah satu strategi yang mencakup semua kegiatan suatu perusahaan, yaitu proses penciptaan, penawaran, pertukaran nilai dari produsen atau dari suatu perusahaan maupun individu yang bepedoman dengan prinsip syariah dalam Islam.<sup>33</sup>

Menurut M. Syakir Sula ada 4 karakteristik syariah marketing yang dapat menjadi panduan bagi pemasar. Karakteristik marketing syariah adalah karakter dan gaya hidup perusahaan serta nilai-nilai yang berkembang secara teratur dalam pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu indikator kepada

<sup>32</sup> Abdullah Amir, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta: Gresindo, 2007), 1-2.

<sup>33</sup> Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2010), 343.

nasabahnya yang dalam prinsipnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip syariah, yaitu:<sup>34</sup>

#### 1. Teistis (Rabbaniyyah)

Salah satu ciri khas marketing syariah adalah sifatnya yang religius, kondisi seperti ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetap berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok ke dalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariah merupakan hukum yang paling adil, sempurna, paling selara dengan segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, kemaslahatan.

#### 2. Etis (Akhlaqiyyah)

Keistimewaan yang lain dari syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlaq dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karena hal ini bersifat universal, seorang pemasar syariah harus menjunjung tinggi etika dalam melakukan aktivitas pemasarannya salah satu dengan tidak memberikan janji manis yang tidak benar serta selalu mengedepankan kejujuran dalam menjelaskan tentang kualitas produk yang sedang ditawarkan.

#### 3. Realistis (Al-Waqi'yyah)

Syariah marketer adalah konsep pemasaran yang fleksibel sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah islamiyah yang mendasarinya.

#### 4. Humanistis (Insaniyyah)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

<sup>34</sup> Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), 28.



Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistik universal. Pengertian humanistik adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat keahliannya dapat terkekang dengan panduan syariah.

Setiap perusahaan harus membagi pasar totalnya, memilih segmen terbaik, dan merancang strategi-strategi untuk meraih laba dengan melayani segmen yang dipilih lebih baik dari pada pesaingnya. Proses tersebut terdiri dari 3 proses, yaitu:<sup>35</sup>

#### 1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan pengelompokan konsumen dalam berbagai macam cara tergantung pada faktor demografis (jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan), faktor geografis (Negara, wilayah, kota), faktor perilaku (waktu pembelian, pencarian manfaat, tingkat pemakaian) dan faktor psikografis (kelas sosial, gaya hidup).

#### 2. *Marketing Targeting*

Market targeting adalah mengevaluasi setiap daya tarik segmen dan memilih salah satu atau lebih segmen yang akan dimasuki.

#### 3. *Marketing Positioning*

Market Positioning adalah mengatur sebuah produk untuk menempati tempat yang jelas, berbeda, dan diinginkan relative terhadap produk-produk saingan dalam pemikiran konsumen sasaran. Positioning Nabi Muhammad SAW yang sangat mengesankan dan tidak terlupakan oleh pelanggan merupakan kunci kenapa Muhammad menjadi pebisnis yang sukses. Beliau menjual barang-barang asli yang memang original serta sesuai

<sup>35</sup>Alma dan Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, 359.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tidak pernah terjadi pertengkaran atau klaim dari pihak pelanggan bahwa pelayanan dan produk yang dijual Muhammad mengecewakan.

### c. Tujuan Pemasaran dalam Islam

Kegiatan pemasaran dalam Islam merupakan suatu kegiatan yang dalam prosesnya harus mengikuti ketentuan dan hukum yang disyariatkan oleh Islam agar mendapat kemashlahatan atau kebaikan di dalamnya. Mendukung tujuan pemasaran seperti yang diungkapkan di atas, Arham berpendapat bahwa tujuan pemasaran dalam Islam antara lain:<sup>36</sup>

- 1) Menjalankan dan membawa teori pemasaran Islam pada salah satu disiplin ilmu dari strategi pemasaran modern sesuai dengan ajaran agama Islam.
- 2) Kegiatan pemasaran dalam Islam harus bisa menjadi salah satu sarana untuk mewujudkan keadilan sosial.

### d. Prinsip-prinsip Pemasaran dalam Islam

Pemasaran Islami menurut Abdullah Gymnastiar dan Hermawan Kertajaya mempunyai prinsip-prinsip:<sup>37</sup>

- 1) Memiliki kepribadian spriritual (takwa)  
Bagi pelaku pada pemasaran dalam Islam, memiliki kepribadian spriritual (takwa) adalah hal yang utama, karena takwa merupakan hal yang dapat membentengi diri dalam melakukan hal-hal yang tidak diridhoi oleh Allah SWT.  
Jiwa seorang pebisnis islam adalah meyakini bahwa hukum syariat yang berlandaskan ketuhanan ialah hukum yang paling adil sehingga dalam implementasinya sesuai dengan syariat

<sup>36</sup> Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi dan Isu-isu Kontemporer* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 21.

<sup>37</sup> Abdullah Gymnastiar dan Hermawan Kertajaya, *Berbisnis Dengan Hati* (Jakarta: Mark PLS & CO, 2004), 46.



Islam. Dalam pelaksanaan di lapangan akan senantiasa merasa terawasi karena ia mengetahui bahwa perbuatan sekecil apapun akan dihisab baik itu kebaikan atau keburukan. Hal tersebut tertuang dalam Q.S Al-Zalzalah: 7-8.

2) Berperilaku baik dan simpatik (shidq)

Memiliki perilaku yang baik dan simpatik menjadikan seseorang dapat berlaku sesuai dengan ajaran dan prinsip-prinsip di dalam Islam. Pemasaran dalam Islam adalah konsep strategi pemasaran yang mengedepankan nilai moral dan etika tanpa adanya silang pendapat terlepas berbeda agama atau tidak. Karena hal tersebut bersifat universal dan telah diajarkan oleh nabi.

3) Berlaku Adil

Dalam prinsip pemasaran Islam sebagai seorang yang menawarkan produknya maka harus memiliki sikap yang adil. Adil di sini adalah memberikan perlakuan yang sama dalam memasarkan produk.

4) Bersikap melayani dan rendah hati

Konsumen sangat diinginkan untuk dilayani dalam kegiatan pemasaran, dengan memiliki sikap yang melayani dan rendah hati, maka konsumen akan merasa nyaman untuk dapat bertransaksi dengan kita sehingga menimbulkan kesepakatan untuk jual beli terjadi.

5) Tanggap Terhadap Perubahan

Secara umum, perubahan dalam kegiatan pemasaran dengan tujuan agar bisnis dapat berkembang dengan baik dalam kegiatannya. Persaingan yang sengit di pasaran tidak bisa dihindari. Dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Maka kita harus memiliki inisitif untuk mengikuti perkembangan zaman dan terus berinovasi agar tidak kehalangan konsumen.

6) Berbuat yang Terbaik pada Produk dan Harga

Pada kegiatan pemasaran Islami, dilarang menjual barang dengan kualitas yang buruk dengan harga yang tinggi agar tidak merugikan konsumen yang ingin memilih produk kita. Konsep pemasaran Islami menegaskan bahwa harus adil antara harga dan kualitas barang yang dijual oleh produsen. Dan lebih baiknya adalah menjual barang yang memang memiliki kualitas yang terbaik.

7) Tidak Curang

Pemasaran Islami memiliki aturan untuk melarang melakukan kegiatan penipuan tentang kualitas barang, kuantitas barang, waktu penyerahan barang dan harga barang yang diberikan kepada konsumen.

8) Berorientasi pada Kualitas

Tugas seorang produsen adalah selalu meningkatkan dan melakukan kegiatan QCD agar dapat memebrikan kenyamanan kepada konsumen. QCD yang dimaksud adalah *Quality, Cost, dan Delivery*.

**e. Bauran Pemasaran dalam Islam**

Bauran pemasaran / *marketing mix* merupakan penguraian dari beberapa variabel yang digunakan manajemen untuk mengatur dan mempengaruhi penjualan.<sup>38</sup> Menurut Abuznaid dalam Islam kegiatan berbisnis harus memenuhi dua standar. Pertama, taat kepada pedoman dan hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dalam Islam. Kedua, memiliki rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



<sup>38</sup> Firdaus NH dkk, *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2005), 22.



dari Allah SWT dengan cara meninggalkan kegiatan yang tidak ada manfaatnya dan mencegah kegiatan yang tidak baik. Implikasi kedua standar tersebut dapat dilihat pada bauran pemasaran di dalam Islam dengan menggunakan 6P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process*). Penjelasan bauran pemasaran dalam Islam dapat dilihat dalam penjelasan berikut ini:<sup>39</sup>

1) Produk (*Product*)

Product merupakan bagian pertama dari bauran pemasaran. Islam dengan tegas melarang beberapa produk yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi, produk tersebut adalah daging babi, bangkai dan darah hewan (Q.S Al-Ma'idah [3]), minuman beralkohol (Q.S Al-Baqarah [219]), perjudian, prostitusi dan menetapkan bunga dalam praktik keuangan dan perbankan (Q.S Al-Baqarah [275]). Islam menetapkan bahwa produk harus memenuhi standar halal, tidak menyebabkan kerusakan fikiran maupun jasmani, tidak terdapat riba dan maysir, tidak merugikan, memiliki status kepemilikan yang sah, dilakukan akad atau serah terima yang jelas, karena apabila menjual produk yang fiktif atau tidak jelas keberadaan dan kepemilikannya, maka hal itu tidak dibenarkan dalam Islam.

Abuznaid juga menjelaskan, melakukan proses produksi yang baik merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT. Kegiatan produksi memiliki standar ketentuan dalam Islam. Standar tersebut yaitu mengikuti ketentuan yang diatur dalam syariat Islam, suci dalam prosesnya, dapat disalurkan secara tepat. Produk yang memenuhi ketentuan dalam Islam adalah sebagai berikut:

- a) Halal
- b) Memiliki kejelasan kepemilikan produk

<sup>39</sup> Asnawi dan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi*, 161-172.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- c) Produk harus ditunjukkan keberadaan dan kebenarannya sebelum penyerahan barang
- d) Memiliki kuantitas dan kualitas yang tepat

Dari pemaparan di atas penulis menyimpulkan bahwa produk dalam pandangan muamalah harus sesuai dengan kualitas mutu dan keberadaan produk. Konsep pemasaran Islam tegas memberikan fatwa haram praktek muamalah yang menipu dan tidak jelasnya kualitas mutu barang dan produk (*gharar*). Hal tersebut dikhawatirkan terjadi penipuan dan tidak adilnya proses berjualan di salah satu pihak.

## 2) Harga (*price*)

Selanjutnya bagian dari bauran pemasaran adalah *Price* atau harga. Abuznaid Bahari et al, Ishak dan Abdillah menyatakan, Islam melarang untuk menetapkan harga yang murah dibawah harga pasar, tidak bekerja namun mendapatkan keuntungan, menaikkan harga tanpa diiringi dengan kenaikan kualitas atau kuantitasnya, menipu pelanggan hanya untuk mendapatkan keuntungan yang banyak, mendiskriminasi harga dengan antar pelaku bisnis, menyebarkan propaganda produk yang palsu di media, gambling (penipuan), menimbun barang sehingga mengakibatkan kelangkaan dan kenaikan harga di pasar.

Dalam praktik muamalah Islam, harga mengambil posisi tepat di tengah/proposional. Tujuan ditentukannya harga secara umum antara lain:

### a) Survive

Dalam kondisi genting, terutama saat terjadi persaingan tinggi, lembaga atau perasaan menetapkan harga semurah mungkin dengan tujuan agar barang atau jasa laku dipasaran.

### b) Memaksimalkan Laba

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Harga yang diberikan kepada produk tertentu bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dengan mengharapkan peningkatan penjualan. Meningkatnya jumlah penjualan otomatis akan menghasilkan laba

c) Memperluas Pemasaran

Penentuan harga murah memberikan sebuah harapan agar jumlah nasabah meningkat. Selain itu dapat menggaet nasabah pesaing untuk beralih pada produk yang ditawarkan.

d) Mutu Produk

Tujuan harga diberikan dalam mutu produk adalah untuk memberikan memberikan kesan/pengertian barang atau jasa yang ditawarkan mempunyai kualitas tinggi dan biasanya ditentukan dengan nilai harga setinggi mungkin.

e) Pesaing

Penentuan harga dilakukan dengan melihat pesaing agar harga yang ditawarkan tidak lebih mahal daripada harga pesaing.

3) Tempat (*place*)

*Place* atau tempat didefinisikan sebagai tempat usaha untuk melakukan aktifitas bisnis dan distribusi yang dapat menentukan keberhasilan strategi pemasaran yang sedang dijalankan dengan efektif. Dalam bidang jasa, distribusi diartikan sebagai sarana yang digunakan untuk memaksimalkan keberadaan atau kebermanfaata suatu jasa guna menambah fasilitas atau pendapatan konsumen, baik dengan mempertahankan pemakai yang ada, meningkatkan nilai guna diantara konsumen yang ada ataupun mencari konsumen baru.

Islam menyebutkan bahwa manusia, perusahaan, peralatan di dalamnya yang terlibat dalam proses pemasaran wajib memiliki

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

transparansi yang dapat memuaskan konsumen. Konteks kegiatan distribusi dalam Islam memiliki perlakuan yang etis terhadap barang yang akan di distribusikan, seperti *packaging* yang aman dan kuat.

#### 4) Promosi (*promotion*)

*Promotion* atau promosi memiliki peran yang terpenting dalam bauran pemasaran. Semua kegiatan yang dilakukan dengan cara yang kreatif dan inovatif untuk menarik minat calon konsumen dan pelanggan adalah hal yang diperbolehkan dalam Islam. Islam mengatur etika yang diperbolehkan dalam melaksanakan kegiatan promosi, seperti tidak mengandung unsur SARA (Suku, Agama dan Ras), Mengeksploitasi perempuan dan anak dalam periklanan, menggunakan gambaran yang tidak pantas, dan menjadikan perempuan sebagai objek berlebihan untuk menarik minat pelanggan.

Promosi adalah salah satu bentuk kegiatan untuk menawarkan dan memperkenalkan produk yang sedang diiklankan kepada calon konsumen dan pelanggan. Pelaksanaan promosi dalam Islam tidak diperbolehkan berlebihan dan tidak wajar. Islam juga tidak membenarkan melakukan penipuan dalam promosi, baik berbentuk perilaku atau perkataan. Etika pemasaran dalam Islam menekankan peraturan berikut ini:

- a) Tidak memberikan iklan yang menipu dan menyesatkan
- b) Melakukan manipulasi dalam praktik penjualan yang dapat menyesatkan konsumen
- c) Menolak praktik periklanan produk yang palsu.

#### 5) Manusia (*people*)

Peran manusia tidak kalah penting dalam bauran pemasaran, baik manusia tersebut berperan sebagai produsen atau konsumen. Pelaku bisnis harus memiliki kejujuran terhadap produk yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



ditawarkannya. Pembisnis muslim harus mempunyai perlindungan dan perhatian terhadap hak-hak konsumen, karyawan dan patner bisnis. Selain itu pembisnis muslim harus memiliki rasa tanggung jawab yang besar terhadap segala proses yang dilakukan dalam pemasaran.

#### 6) Proses (*process*)

Terakhir dalam bagian dari bauran pemasaran adalah proses. Abuzanid menyatakan elemen yang terdapat dalam proses adalah produsen, aturan, alur kegiatan dan pelayanan. Proses juga memiliki peran penting dalam terciptanya suatu produk atau jasa, penjualan, hingga pendistribusian kepada konsumen sebagai tahap akhir dari proses jual beli suatu produk.

#### f. Etika Pemasaran dalam Islam

Ada beberapa hal menarik untuk dikaji prihal bagaimana hukum pemasaran/promosi produk dalam perspektif Islam dan bagaimana akibat hukumnya, terutama jika memang terdapat ketidak sesuaian antara suatu promosi dengan ketentuan dalam hukum Islam. Untuk lebih jelasnya adalah sebagai berikut.<sup>40</sup>

- 1) Iklan merupakan tindakan memuji dan mengelu-elukan atas suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Tentunya, hal tersebut tidak terlepas dari pujian yang benar (*haqq*) atau yang tidak benar mengandung kebohongan (*ghayr haqq*). Jika pujian itu benar, maka hukumnya boleh. Hal itu didasari beberapa alasan, yaitu:
  - a) Prinsip dasar dalam muamalah adalah *mubah* atau boleh
  - b) klan adalah kebutuhan manusia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



<sup>40</sup> Syabbul Buchari, *Antologi Kajian Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2010) 34-36.

- c) Periklanan menyerupai dengan aktivitas makelar dan praktek pemakelaran dalam syari'at Islam diperbolehkan.
  - d) Syari'at sendiri member wewenang atau kebolehan pada seseorang untuk memuji dirinya sendiri. Jika demikian, tentu saja memuji produk sendiri juga diperbolehkan. Jika sebuah iklan mengandung pujian yang tidak benar atau mengandung kebohongan, maka hukumnya adalah haram, lantaran di dalamnya terdapat kebohongan, tipuan, dan menyembunyikan cacat produk yang dilarang oleh *shara'*.
- 2) Promosi dengan sampel hukumnya diperbolehkan. Istilah fiqih yang mengarah pada bentuk jual beli dengan promosi sampel adalah *al-aby' bi al-namudhaj* (jual beli dengan contoh atau sampel). Promosi dengan sampel ini diperbolehkan apabila sampel atau contoh itu, sesuai dengan produk yang diperjualbelikan.
  - 3) Potongan harga atau diskon dikenal dengan istilah *fuqaha'* dengan sebutan *alhatt min al-thaman* atau *al-naqs min al-thaman* (penurunan harga atau pengurangan harga). Hukum dari bentuk promosi ini adalah diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada konsumennya, menimbulkan mudarat kepada orang lain dan sebagainya. Termasuk dalam kategori potongan harga atau diskon ini adalah bentuk promosi dengan paket harga, kemasan ukuran jumbo atau ganda, kupon dan premi. Jika dikatakan menjual produk lebih murah diharga pasaran, membawa mudarat kepada pelaku pasar. Maka dapat dijawab bahwa pertanyaan tersebut yang justru membawa mudarat kepada masyarakat seluruhnya dan orang-orang miskin. Kemudian jika harus memilih antara



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

menghilangkan mudharat yang menimpa plaku pasar dan mudharat yang menimpa orang banyak, tentu saja yang dimenangkan adalah menghilangkan mudharat yang menimpa orang banyak.

- 4) Hukum hadiah dengan undian atau sayembara adalah boleh, jika memang si pembeli mempunyai kebutuhan terhadap barang yang dibeli bukan karna motivasi hadiah semata, sehingga dalam hal ini akan terhindar dari unsure judi, pemborosan dan berlebih-lebihan. Sebaliknya jika termotivasi hadiah semata, maka hukumnya adalah haram karna termasuk membeli barang atau produk yang tidak dibutuhkan dengan mengarah pada judi.

#### **g. Prinsip Etika Bisnis tentang Promosi**

Bahasa adalah sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada pendengar, dunia bisnis juga demikian terlebih dalam sarana pemasaran yang terwujud dalam iklan. Komunikator adalah perusahaan, sedangkan pendengar adalah konsumen, bahasa dalam iklan menjadi cermin suatu produk atau bias dikatakan bahasa iklan dapat mewakili citra suatu perusahaan. Setiap perusahaan berlomba-lomba menampilkan image produk salah satunya melalui iklan, tujuannya adalah menarik simpati khalayak konsumen, tak jarang banyak iklan diberbagai media yang ditemui melanggar etika bisnis secara umum bahkan etika bisnis Islam, padahal sebagian besar dari produk tersebut konsumen terbanyak adalah umat Islam, terlebih lagi banyak saat ini perusahaan yang memproduksi barang ataupun jasa yang sama



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

sehingga persaingan semakin ketat tetapi mengesampingkan sisi etika.<sup>41</sup>

Iklan adalah sarana perusahaan untuk melakukan promosi, promosi merupakan salah satu marketing mix (bauran pemasaran). Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala sesuatu aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan penciptaan nilai (*value-creating activities*) yang memungkinkan pelakunya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi dengan kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami. Pemasaran dalam fiqih Islam disebut wakalah atau perwakilan. Perwakilan adalah *al-wakalah* atau *al-wikalah*. Menurut bahasa artinya adalah al-hifdz, al-kifayah, al-dhaman dan al-tafwidh (penyerahan, pendelegasian dan pemberian mandat). Wakalah dapat juga didefinisikan sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari suatu instantor kepada stakeholdersnya. Secara keseluruhan, prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Prinsip-prinsip pemasaran syariah harus mengandung nilai-nilai IMAN (Ikhtiar, Manfaat, Amanah dan Nikmat).<sup>42</sup>

Konteks etika pemasaran yang bernuansa Islami, dapat dicari pertimbangan dalam Al-Quran. Al-Quran memberikan dua persyaratan dalam proses bisnis yakni persyaratan horizontal (kemanusiaan) dan persyaratan Vertikal (spiritual). Allah SWT berfirman dalam Al-Quran surat Ali-Imran ayat 77:

<sup>41</sup> Ifafa Felza Abidin, "Peran Promosi Pada Pembentukan Citra Perusahaan Dalam Perspektif Etika Bisnis," (Skripsi, IAIN Raden Intan, Bandar Lampung, 2013), 37.

<sup>42</sup> Hendi Husein, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 231.



إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي  
 الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ ۗ وَلَهُمْ عَذَابٌ  
 أَلِيمٌ

Artinya:

*“Sesungguhnya orang-orang yang memperjualbelikan janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bagian di akhirat, Allah tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka pada hari Kiamat, dan tidak akan menyucikan mereka.” (Q.S Ali-Imran: 77).<sup>43</sup>*

Dari ayat di atas telah jelas bahwa segala sesuatu harus dilakukan secara jujur dan terbuka, oleh sebab itu kejujuran penjual terhadap calon pembeli adalah hal yang sangat penting apalagi saat melakukan promosi, apalagi saat melakukan promosi kita tidak boleh lebih lebihkan spesifikasi tentang barang yang sedang di promosikan tersebut.

Proses pemasaran promosi merupakan bagian penting, promosi adalah upaya menawarkan barang dagangan kepada calon pembeli. Rasulullah memberikan teknik sales promotion yang jitu kepada pedagang. Dalam suatu kesempatan beliau mendapati seseorang sedang menawarkan barang dagangannya. Dilihatnya ada yang janggal pada diri orang tersebut, beliau kemudian memberikan peringatan kepadanya. Dengan demikian promosi harus dilakukan dengan cara yang tepat, sehingga menarik minat calon pembeli. Faktor tempat dan cara penyajian serta teknik untuk menjadi dan menawarkan produk dilakukan dengan cara yang menarik.

<sup>43</sup> Q.S. Ali Imran/ 3: 77.



## 2. Pegadaian Syariah

### a. Pengertian Pegadaian Syariah (*Rahn*)

Pegadaian syariah secara ringkas merupakan semacam jaminan utang atau gadai. Lebih jelasnya pegadaian syariah merupakan sistem menjamin utang dengan barang yang dimiliki yang mana memungkinkan untuk dapat dibayar dengan uang atau hasil penjualannya.<sup>44</sup> Pegadaian syariah bisa pula diartikan dengan menahan suatu barang milik penjamin sebagai jaminan atas sejumlah pinjaman yang diberikan.<sup>45</sup> Tentunya barang penjamin harus mempunyai nilai ekonomis dan pihak penjamin mendapat jaminan bisa mengambil seluruh ataupun sebagian piutangnya kembali.

Menurut Akram Khan bahwa gadai syaria'ah sebagai konsep hutang piutang yang sesuai dengan syari'ah (Ekonomi Islam), karenanya bentuk yang lebih tepat adalah skim qardhul hasan, disebabkan kegunaannya untuk keperluan yang sifatnya sosial. Dana pinjaman (marhun bih) tersebut diberikan untuk tujuan kesejahteraan, seperti pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan yang darurat lainnya, terutama diberikan untuk membantu meringankan beban ekonomi para kaum dhuafa atau yang berhak menerima zakat (mustahiq).<sup>46</sup>

Sistem implementasi pegadaian syariah menyalurkan sejumlah uang pinjaman dengan jaminan barang. Prosedurnya cukup sederhana. Masyarakat yang ingin menggadai barang yang dimiliki

<sup>44</sup> Arizal Adhani, "Wanprestasi Nasabah dalam Pelunasan Utang Piutang dengan Jaminan Gadai pada PT. Pegadaian Syariah Unit DE Wahidin di kota Pontianak," *Jurnal Fatwa Hukum*, 2 No. 3 (2019): 125, <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jfh/article/view/37085>

<sup>45</sup> Murtadho, A, "Normativitas Pegadaian Syariah dan Praktiknya di Dunia Muslim," *Misykat al-Anwar Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat* 4, no. 1 (2021): 77-96, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/article/view/8607>

<sup>46</sup> Muhamamad Akran Khan, *An Introduction to Islamic Economic* (Pakistan: The International Institute of Islamic Thought and Institute of Policy Studies Islamabad, 1994), 181-183.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

hanya perlu menunjukkan identitas diri dan barang yang digunakan sebagai jaminan untuk meminjam uang. Selanjutnya, uang pinjaman akan diberikan dalam waktu relatif singkat. Sementara untuk melunasi pinjaman masyarakat hanya diharuskan menyerahkan uang kembali beserta surat bukti pegadaian syariah saja. Prosesnya singkat tidak memakan waktu lama.

Di dalam bahasa Arab, gadai dapat disebut dengan *Rahn*. Dijelaskan dalam bahasa *Rahn* adalah gadai, jaminan hutang, atau yang dinamkan *Al-Habsu* yang memiliki arti penahanan.<sup>47</sup> *Rahn* didefinisikan sebagai kegiatan menahan harta peminjam sebagai jaminan dari pinjaman atau hutang yang diterimanya. Barang yang ditahan harus memiliki nilai ekonomis. Penahanan dalam kegiatan gadai ini bermaksud agar sipeminjam memiliki jaminan untuk nantinya dapat melakukan pengambilan piutang secara sebagian atau keseluruhan dari sipeminjam apabila terjadi kegagalan dalam pembayaran hutang sesuai dengan tempo dan waktu yang telah disepakati bersama. Jadi, dapat dijelaskan secara sederhana bahwa *Rahn* adalah jaminan utang atau gadai.<sup>48</sup>

Pegadaian menurut kitab undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150 yang berbunyi:<sup>49</sup>

Gadai adalah jaminan yang diterima oleh pemberi piutang atas suatu barang bergerak yang diberikan kepadanya oleh orang yang berutang atau orang lain yang berutang atas namanya. Pihak yang berhutang memiliki kuasa untuk dapat mengambil lagi barang yang telah dijaminkan atau utangnya secara dahulu dibandingkan orang

<sup>47</sup> Munawwir, *Kamus Al-Munawwir* (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997), 542.

<sup>48</sup> Sayid Sabiq, *Fiqh Sunnah* (Beirut: Darul Kitab Al-Arabi, 1987), 169.

<sup>49</sup> R Subekti dan R Tjitrsudibio, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata* (Jakarta: Pradnya Paramita, 1976), 1150.

lain untuk nantinya dilelang barang tersebut apabila telah melakukan pelunasan atas utang yang dipinjamnya.

Secara umum gadai adalah suatu lembaga yang menawarkan jasa peminjaman uang kepada nasabah dengan jaminan barang berharga milik nasabah.<sup>50</sup> Apabila suatu barang mendapatkan pinjaman dari pegadaian, maka barang tersebut dapat di ambil kembali dengan batas waktu yang telah di sepakati. Rentang waktu pinjaman atau bunga telah sesuai dengan kebijakan pegadaian itu sendiri. Jika nasabah tidak mampu melunasi dalam waktu yang telah di tentukan maka pihak pegadaian punya hak untuk melelang atau menjual barang tersebut untuk melunasi hutang nasabah, tentu saja ini berbeda dengan lembaga pinjaman lainnya, yaitu pihak pegadaian memiliki barang secara fisik dan mampu untuk mengembalikan uang yang di pinjam dengan menjual barang yang di gadai tersebut.

Secara syariah adalah menahan sesuatu dengan cara yang benar dan mungkin akan di tarik kembali. Transaksi hukum gadai dalam fiqih disebut *rahn* yang adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. Pegadaian syariah sendiri asalnya dari prinsip syariah yaitu yang di kenal dengan *rahn* yang artinya dalah tetap ataupun lama.dengan kata lainnya adalah menahan suatu barang yang bernilai atau berharga dalam jangka waktu tertentu, dan juga berarti bahwa menjadikan barang berharga tersebut sebagai jaminan dari utang piutang.

Kegiatan gadai menjadikan benda yang bernilai seusia dengan syara' dan ketentuan sebagai tanggungan atau jaminan atas utang

<sup>50</sup> Maria Ulfa KN, "Analisis Kewenangan Gadai Syariah Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/Pojk. 05/2016 Tentang Usaha Pegadaian," *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam* 11, no. 2 (Desember 2019): 438, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa/article/view/1682>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

yang diterima. Adanya benda yang telah diserahkan sebagai jaminan tersebut, seluruh atau sebagian utang yang diajukan dapat diterima.<sup>51</sup> Syafi'i Antonio menyatakan gadai syariah (*rahn*) adalah menahan harta dari nasabah (*rahin*) sebagai jaminan (*marhun*) atas utang atau pinjaman yang diajukan (*marhun bih*) yang diterimanya. Jaminan yang diserahkan harus memiliki nilai ekonomis. Dengan adanya jaminan tersebut, pihak dari pegadaian dapat menjadikannya sebagai barang untuk mengambil seluruh atau sebagian piutangnya kembali dari nasabah.<sup>52</sup>

Jumhur ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal ini dimaksud, berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad SAW, yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi dari contoh Nabi Muhammad SAW tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih dari sikap Nabi Muhammad SAW yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad kepada mereka.<sup>53</sup>

## b. Landasan Hukum Gadai Syariah

### 1) Al-Qur'an dan Hadist

Hukum bolehnya transaksi gadai di dalam Al-Qur'an disebutkan:

<sup>51</sup> Ahmad Azhar Basyir, *Riba, Utang-Piutang, dan Gadai* (Bandung: Al-Ma'arif, 1983), 50.

<sup>52</sup> Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqih Muamalah* (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), 86-87.

<sup>53</sup> Wahbah Zuhaily, *Al-Fiqh Al-Islam wa Adillahu* (Beirut: Dar Al-Fikr, 2002), 4210



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 عَلَيْهِمُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Q.S Al-Baqarah: 283).<sup>54</sup>

Muhammad Ali Sayis mengatakan jika lafadz *farihan* di atas memberikan petunjuk untuk berhati-hati dalam transaksi piutang berjangka. Lafadz *farihan* juga memiliki fungsi saling menjaga antara *rahin* (penggadai) dan penerima gadai (*murtahin*), sehingga tercipta kesepakatan bahwa: 1) Rahn beritkad untuk mengembalikan pinjaman, dengan menggadaikan barang yang ia miliki (marhun); 2) Rahn tidak lalai dengan janji pengembalian piutangnya.<sup>55</sup>

Dalam kajian literatur surat Al-Baqarah tersebut disebutkan bahwa gadai dilakukan oleh seorang yang sedang dalam perjalanan (*safar/musaffir*). Hal tersebut tidak secara mutlak menunjukkan bahwa gadai tidak dapat dilakukan oleh orang yang bermukim di suatu tempat. Menetap atau tidak, tidak menjadi syarat sah atau tidaknya transaksi gadai. Kandungan ayat tersebut menunjukkan ketika dalam kondisi darurat dalam bertransaksi. Hal tersebut

<sup>54</sup> Q.S. Al-Baqarah/ 2: 283.

<sup>55</sup> M Surahman dan Adam, “Penerapan Prinsip Syariah pada Akad Rahn di Lembaga Pegadaian Syariah.” *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan* 10, no. 2 (2022): 423, file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/397-Article%20Text-1998-1-10-20220206.pdf.



dikuatkan dalam hadis nabi yang menggadaikan baju besi untuk membeli makanan disaat tidak melaksanakan safar.

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

“*Sesungguhnya Rasulullah SAW pernah membeli makanan dengan berutang dari seorang Yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya.*”(HR. Bukhari dan Muslim).

Hadist di atas menegaskan bahwa *rahn* dapat dilakukan meskipun tidak dalam kondisi safar serta memiliki pengertian bahwa melakukan kegiatan muamalah dengan orang *non muslim* diperbolehkan, asal tetap mengikuti aturan di dalam Islam dengan memberikan jaminan atau utang yang diperoleh.

## 2) Ijtihad Ulama

Jumhur ulama menetapkan hukum gadai diperbolehkan. Hal ini berdasarkan kisah Nabi Muhammad SAW yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Para ulama juga mengambil dari kisah Nabi Muhammad SAW yang bertransaksi kepada Yahudi dari pada kepada sahabatnya yang kaya. Nabi Muhammad SAW melakukan ini karena tidak mau membebaskan sahabatnya yang biasanya tidak ingin mengambil ganti atau harga yang telah diterima oleh Nabi Muhammad SAW.<sup>56</sup>

## 3) Fatwa Dewan Syariah nasional (DSN)

Secara konstitusional, implementasi tentang *rahn* diatur dan ditetapkan oleh Fatwa Dewan Nasional Syariah (DSN) No. 25/DSN-MUI/III/2002 pada 28 Maret 2002. Ketetapan tersebut menyebutkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

<sup>56</sup> M, Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqih Muamalat)* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 255.



bahwa menggadaikan barang untuk pinjaman hutang diperbolehkan dengan beberapa ketentuan yaitu:

- a) *Murtahin* (penerima gadai) berhak menahan benda atau barang yang dijaminkan (*marhun bih*), hingga hutang penggadai (*rahin*) lunas.
- b) Barang atau benda yang dijaminkan (*marhun bih*) dan pemanfaatannya tetap milik penggadai (*rahin*).
- c) Biaya penyimpanan dan pemeliharaan barang gadai menjadi kewajiban dari nasabah.
- d) Besaran biaya tersebut tidak boleh ditentukan berdasar jumlah pinjaman
- e) Penjualan barang yang digadaikan apabila jatuh tempo maka pihak pegadaian memberikan peringatan untuk melunasi hutangnya.
- f) Apabila *rahin* tidak membayarkan utangnya, maka barang yang digadaikan dilelang/djual sesuai dengan hukum syariah.
- g) Hasil lelang atau penjualan tersebut digunakan untuk melunasi biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayarkan oleh *rahin*.
- h) Kelebihan dan kekurangan *marhun bih* menjadi milik penggadai, serta kekurangannya menjadi kewajiban si penggadai.<sup>57</sup>

### c. Rukun dan Syarat Gadai Syariah

Pegadaian Syariah dalam menjalankan aktifitasnya harus memenuhi rukun gadai syariah. Rukun gadai syariah yang ditetapkan dalam Islam adalah sebagai berikut:<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Press, 2002), 34.

<sup>58</sup> Al-Alamah Abi Bakri Al-Mashur Bissayyiri Al-Bakri, *Kitab la'Natut Tholibin* (Beirut: Daarul Fikr, 2004), 66.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

- 1) *Rahin*/pelaku:  
Syarat-syarat yang harus di penuhi bagi orang-orang yang bertransaksi gadai yaitu *rahin* (pemberi gadai) dan *murtahin* (penerima gadai) adalah yaitu: telah dewasa, berakal sehat (tidak gila) dan atas dasar dari kemauan sendiri.
- 2) *Murtahin*:  
Orang yang menerima gadai. Ia adalah orang yang memberikan piutang. *Murtahin* memiliki hak untuk menahan *Marhun* (barang) sampai semua hutang *rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
- 3) *Marhun*/Objek :  
Adapun syarat-syarat yang harus di penuhi untuk barang-barang yang akan di gadaikan oleh *rahin* (pemberi gadai) adalah: dapat di serahterimakan, bermanfaat, barang tersebut juga harus milik *rahin* secara sah, jelas tidak bersatu dengan harta orang lain, yang di kuasai oleh *rahin* dan harta yang tetap atau dapat di pindahkan. Dengan arti kata bahwa, barang-barang yang tidak di perjual belikan tidak bisa di gadaikan.
- 4) *Marhun Bih / hutang*:  
Menurut ulama hanfiyah dan syafiiyah syarat dari sebuah utang yang akan di jadikan alas hak atas gadai adalah berupa barang yang dapat di dimanfaatkan secara pisik, utang tersebut harus lazim pada waktu akad, utangnya harus elas dan di ketahui oleh *rahin* dan *murtahin*.
- 5) *Sighat* (Ijab dan Qobul):  
Ijab dan qabul ini dapat di lakukan baik itu dalam bentuk yang tertulis, maupun lisan, asalkan didalamnya terkandung maksud adanya perjanjian gadai antara kedua belah pihak.

Adapun syarat-syarat Gadai Syariah Dalam menjalankan transaksi rahn harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut.<sup>59</sup>

1) Syarat *Aqid*, baik *rahin* dan *murtahin*

Pelaku Pegadaian Syariah harus ahli tabarru' yaitu orang yang berakal, tidak boleh anak kecil, gila, bodoh dan orang yang terpaksa. Seperti tidak boleh seorang wali.

2) *Marhun Bih* (utang)

Harus merupakan hak yang wajib dikembalikan kepada *murtahin*. Dan juga Merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, jika tidak dapat dimanfaatkan, maka tidak sah. dan Barang tersebut dapat dihitung jumlahnya.

3) *Marhun* (Barang)

Dketentuan Harus berupa harta yang dapat dijual dan nilainya seimbang dengan *Marhun Bih*. Barang yang di gadaikan atau *Marhun* harus mempunyai nilai dan dapat dimanfaatkan. Dan juga Harus jelas dan spesifik. Dan begitu juga dengan *Marhun* itu sah dimiliki oleh *Rahin*. Dan juga harus Merupakan harta yang utuh, tidak bertebaran dalam beberapa tempat

4) *Shighad* (Ijab dan Qabul)

Syaratnya adalah shighad tidak boleh diselingi dengan ucapan yang lain ijab dan qabul dan diam terlalu lama pada transaksi. Serta tidak boleh terikat waktu.

Apabila membandingkan produk gadai syariah dengan konvensional maka pegadaian syariah dapat menjadi alternatif bagi orang yang membutuhkan dana murah, cepat dan sesuai hukum Islam. Biaya gadai dimaksud hanya 4% selama dua tahun. Jauh lebih kecil dari bunga di Perum Pegadaian yang mencapai 14% per

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



<sup>59</sup> Amin Ma'ruf, *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2005), 25.

empat bulan. Keabsahan prinsip syariah dapat dilihat pada keputusan fatwa Dewan Syariah Nasional majlis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No:09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan Ijarah dan fatwa lainnya yang berkaitan gadai.<sup>60</sup>

Persamaan antara gadai syariah dan gadai konvensional adalah jangka waktu tempo yaitu samasama 120 hari. Jika setelah 120 hari si peminjam tidak dapat membayar hutangnya, maka barang jaminan akan dijual atau dilelang. Tetapi nasabah diberi waktu tambahan selama 2 hari karena sebelum dilelang dibuat dahulu panitia lelang. Pada saat pelelangan, nasabah masih diberi kesempatan dan tambahan waktu selama 2 jam jika ingin menebus barang jaminannya. Jika tidak ditebus maka barang jaminan tersebut dilelang. Uang pelelangan tersebut di gunakan untuk membayar hutang rahin. Jika hasil lelang tersebut mengalami kelebihan akan dikembalikan oleh nasabah, tetapi uang kelebihan tersebut tidak diambil dalam waktu satu tahun, maka uang kelebihan tersebut akan dimasukkan ke dalam dana ZIS (Zakat, Infak dan Sadaqah) pegadaian syariah

Sedangkan pada pegadaian konvensional uang kelebihan yang tidak diambil akan menjadi milik pegadaian. Dan apabila dari hasil lelang tersebut ternyata kurang untuk membayar hutang, maka nasabah diharuskan membayar sisa hutangnya. Sedangkan perbedaan mendasar antara pegadaian syariah dengan konvensional adalah dalam pengenaan biayanya. Gadai konvensional memungut biaya dalam bentuk bunga yang bersifat akumulatif dan berlipat ganda. Sedangkan pada gadai syariah tidak berbentuk bunga, tetapi berupa biaya penitipan, pemeliharaan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



<sup>60</sup> "Pegadaian Syariah" diakses 20 November 2022, <https://www.pegadaian.co.id/home>



penjagaan, dan penaksiran. Jadi singkatnya gadai syariah lebih kecil dan hanya sekali dikenakan.<sup>61</sup>

Perbedaan antara pegadaian syariah dan pegadaian konvensional:

- 1) Perbedaan yang sangat menonjol adalah antara pegadaian syariah dan juga pegadaian konvensional yaitu terletak pada pembiayaannya.
- 2) Jika badan pegadaian konvensional memberikan sistem bunga sebagai pembiayaan atas manfaat barang yang di gadaikan.
- 3) Lain halnya dengan pegadaian syariah yaitu menggunakan sistem pembiayaan yang bersifat ijarah.
- 4) Pegadaian syariah sendiri hanya mengambil keuntungan dari upan jasa atas pemeliharaan barang jaminan dari piutang.
- 5) Pegadaian konvensional juga menentukan bunga atau pun sewa modal tersebut berdasarkan dari besar jumlah pinjaman yang di ajukan.
- 6) Pegadaian syariah hanya menentukan besarnya pinjaman dan juga biaya atas pemeliharaan barang tersebut dari taksiran barang yang di gadaikan.

**Tabel II.1**  
**Perbedaan Pegadaian Syariah dan Konvensional**

No	Pegadaian Syariah	Konvensional
1	Biaya administrasi berdasarkan golongan barang	prosentase yang didasarkan pada golongan barang
2	Uang pinjaman (marhun bih) 90% dari nilai taksiran	Uang pinjaman (UP) untuk Gol A 92 %, dan Gol BCD 88-86 %

<sup>61</sup> Wawan, Penaksir Pegadaian Syariah kota Jambi, 23 November 2022

3	Jasa simpanan dihitung dengan : Konstanta x taksiran	Sewa modal dihitung dengan : Prosentase x Uang pinjaman
4	Kelebihan uang hasil dari penjualan barang yang tidak diambil oleh nasabah, diserahkan kepada Lembaga ZIS	Kelebihan uang hasil lelang barang yang tidak diambil oleh nasabah menjadi milik Pegadaian

Di atas merupakan perbedaan yang umum dari pegadaian syariah dan juga pegadaian konvensional, yang lebih jelas terlihat perbedaannya yaitu terletak pada sistem pembiayaannya.

#### d. Tujuan, Manfaat, Tugas Pokok dan Fungsi Pegadaian Syariah

##### 1) Tujuan Pegadaian Syariah

- a) Turut melaksanakan dan juga menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan juga program pemerintah pada bidang ekonomi dan juga pada bidang pembangunan nasional umumnya yaitu melalui penyaluran pinjaman uang atas dasar hukum gadai.
- b) Berikutnya adalah mencegah dari pada transaksi ijon, lintah darat, rentenir dan pinam-pinjaman tidak wajar lainnya yang sering terjadi dan menindas rakyat kecil.
- c) Pemanfaatan gadai bebas bunga pada gadai syariah memiliki efek jaringan pengamanan sosial karena masyarakat yang butuh dana mendesak tidak lagi dijerat pinjaman atau pembiayaan berbasis bunga.
- d) Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

## 2) Manfaat Pegadaian Syariah

- a) Bagi nasabah Adalah mudah, simple dan juga sederhana dalam jangka waktu sebentar sudah bisa langsung cair jika di bandingkan dengan kredit perbankan, dan di samping itu juga, mengingat jasa-jasa yang di tawarkan di perum pegadaian syariah. Dan penaksiran suatu nilai barang yang di bawa nasabah tersebut terletak dari suatu institusi yang telah berpengalaman dan juga tentunya dapat di percaya. Dan juga barang yang telah di gadaikan tersebut di titip di suatu tempat yang aman dan dapat di percaya.
- b) Bagi Perum Pegadaian Penghasilan yang di dapatkan oleh pihak adalah bersumber dari sewa modal yang di bayarkan oleh peminjaman dana. Penghasilan juga bersumber dari ongkos yang telah di bayarkan oleh nasabah yang telah memperoleh jasa-asa tertentu dari pihak pegadaian. Pelaksanaan misi pegadaian tersebut adalah sebagai suatu badan usaha milik Negara yang bergerak dalam bidang pembiayaan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang prosedur dan cara yang relative mudah serta sederhana. Berdasarkan PP No. 10 Tahun 1990, laba yang diperoleh digunakan untuk : a) Dana pembangunan semesta (55%) b) Cadangan umum (20%) c) Cadangan tujuan (5%) d) Dana sosial (20%).

## 3) Tugas Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah di bentuk sebagai unit usaha yang mandiri dengan maksud adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat yang mengarpakan adanya pelayanan pinjam-meminjam yang bebas dari unsure riba, gharar dan maysir. Karna yang demikian itu di haramkan oleh syariat islam, dalam kenyataan di lapangan sekarang ini sudah menjamur unit-unit perbankan maupun lembaga keuangan

lainnya yang mengandur unsure syariah, dan menjawab tantangan dari warga muslim dan juga tuntutan pasar, karna menyikapi hal ini lah sehingga perum pegadaian membentuk kantor cabang pegadaian syariah, yang mengemban tuga-tugas pokok yaitu melayani masyarakat dengan prinsip-prinsip syariah islam

#### 4) Fungsi Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah berfungsi adalah melakukan pengelolaan atas penyaluran uang pinjaman dengan berdasar kepada hukum gadaai islam yang prosesnya mudah, aman, dan hemat, dan juga sebagai organisasi cabang PERUM pegadaian yang bertanggung jawab mengelola usaha gadaai secara syariah agar mampu menjadi institusi syariah yang mandiri dan menjadi pilihan utama masyarakat yang membutuhkan pelayanan gadaai secara syariah. Tinjauan ulama dalam menjelaskan tentang akad menyatakan bahwa akad secara etimologi dipergunakan untuk beragam makna, yang seluruhnya bermakna al-ribt (keterikatan, perikatan, dan pertalian).<sup>62</sup> Dalam kegiatan operasi pegadaian syariah menggunakan dua akad yaitu: *Akad Rahn*, rahn yang di maksud adalah menahan harta milik nasabah atas pinjaman yang telah di terimanya. *Akad Ijarah*, yaitu hak pemindahan hak guna atas barang dan atas jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa di ikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya.

#### e. Mekanisme Kinerja Pegadaian Syariah

Produk gadaai yang dijalankan pegadaian syariah menggunakan 2 akad pada transaksinya. Akad yang digunakan yaitu :<sup>63</sup>

<sup>62</sup> Ibrahim Fadhil Al-Dabbu, *Al-Iqtishad Al-Islami: Dirasah Wa-Tatbhiq* (Jordan: Dar Al-Manahij, 2008), 171.

<sup>63</sup> Afdhila, G. K, "Analisis Implementasi Pembiayaan Ar-Rahn (Gadaai Syariah) Pada Kantor Pegadaian Syariah Cabang Landungsari Malang," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 2*, no. 2 (2013): 72, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1199>





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### 1) Akad Rahn

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

### 2) Akad Ijarah

Akad *Ijarah* sendiri pada dasarnya adalah sejenis kontrak jual beli. Yakni jual beli manfaat, sehingga penentuan *ujrah* pun harus sebanding dengan *iwad*.<sup>64</sup> Akad ini adalah pemindahan hak guna atas barang dan atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi pegadaian untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad.

Untuk mengajukan permohonan permintaan gadai, calon nasabah harus terlebih dahulu memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a) Membawa fotokopy KTP atau identitas lainnya (SIM, Paspor, dan lain-lain)
- b) Mengisi formulir permintaan rahn
- c) Menyerahkan barang jaminan (marhun) seperti :
  - 1) Perhiasan emas
  - 2) Kendaraan bermotor
  - 3) Barang-barang elektronik.

Selanjutnya prosedur pemberian pinjaman (Marhun bih dilakukan melalui tahapan berikut :

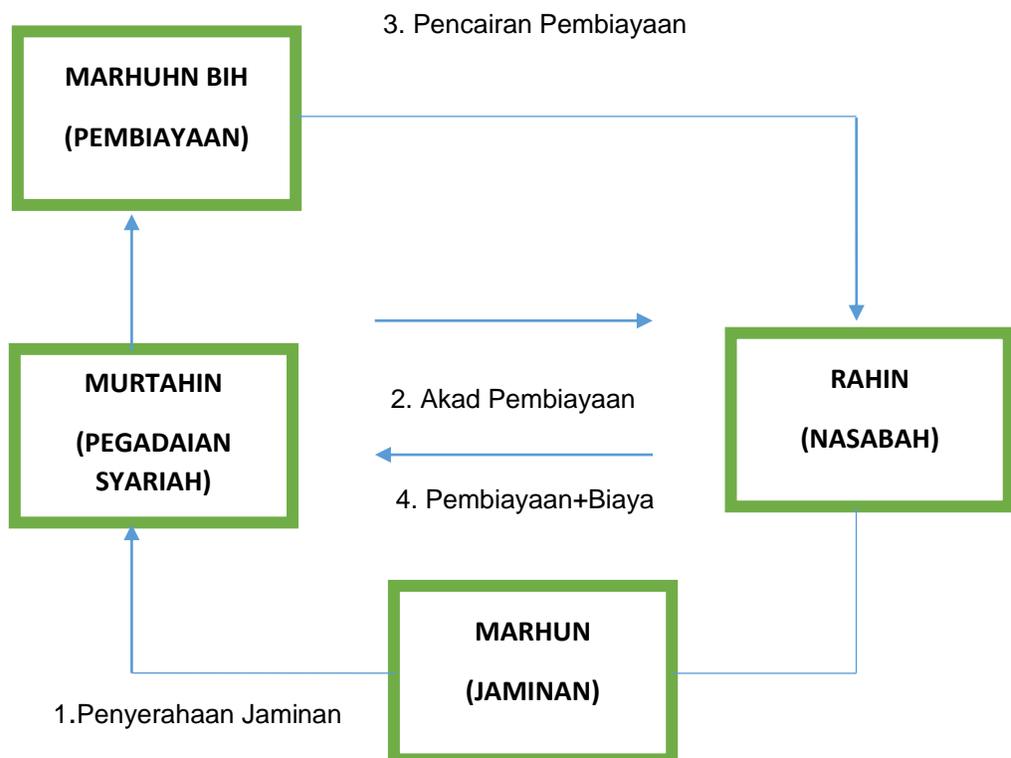
<sup>64</sup> Hossan Elsefy, *Islamic Finance; A Comperative Jurisprudential Study* (Kuala Lumpur: University Malaya Press, 2007), 5.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- a) Nasabah mengisi formulir permintaan rahn
- b) Nasabah menyerahkan formulir permintaan rahn yang dilampirkan dengan fotokopy identitas serta barang jaminan keloket.
- c) Petugas pegadaian menaksir (marhun) agunan yang diserahkan
- d) Besar pinjman atau marhun bih adalah sebesar 90% dari taksiran marhum
- e) Apabila disepakati besar pinjaman, nasabah menandatangani akad dan menerima uang pinjaman.

**Gambar II.1**  
**Prosedur Pemberian Pinjaman**





## B. Penelitian yang Relevan

Penelitian ini memiliki relevansi dengan beberapa penelitian sebelumnya. Berdasarkan telaah kepustakaan yang peneliti lakukan, ada beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian yang ditulis oleh S. Purnamasari tahun 2018 dengan judul: Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Produk (Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin). Hasil dari penelitian tulisan ini adalah: Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin menggunakan strategi 4P yaitu *product, price, place, and promotion*. Selain itu Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin menggunakan strategi STP atau biasa yang dikenal dengan *segmentation, targeting, positioning*. Strategi pemasaran yang diterapkan juga melihat orientasi konsumen, koordinasi dan integrasi dalam perusahaan agar mendapatkan laba dari kepuasan konsumen.<sup>65</sup>
2. Penelitian yang ditulis oleh Oktavia Fajrin dan Afif Muamar tahun 2019 dengan judul: Strategi Pemasaran Pembiayaan Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Cirebon Bisnis Center. Hasil penelitian tulisan ini adalah: Strategi pemasaran yang dilakukan Unit Pegadaian Syariah CBC menggunakan 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Fakta dilapangan mencatat bahwa strategi *price* dan *place* telah berjalan dengan baik di kantor pusat dan cabang Pegadaian Syariah. Sedangkan strategi *product* dan *promotion* yang dilakukan Pegadaian Syariah telah dilakukakan dengan masif, seperti memberikan pelayanan dengan baik dan mengutamakan

<sup>65</sup> S.Purnamasari, "Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Produk (Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin)," *AT-TARADHI: Jurnal Studi Ekonomi* 9, no.1 (Juni 2018): 25-37, <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/taradhi/article/view/2085/pdf>.

kenyamanan konsumen, serta melakukan sosialisai dan promosi terhadap produk yang ditawarkan lewat berbagai cara seperti dadakannya seminar, sosialisasi, teknik *cross selling* dan sebagainya untuk menunjang perluasan nasabah dari Pegadaian Syariah. Selain itu respon nasabah dari Pegadaian Syariah juga sangat baik. Mereka mengatakan bahwa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah, nasabah merasa sangat terbantu dengan adanya pinjaman yang didapatkan dengan mudah ketika sedang terdesak membutuhkan sejumlah uang. Mereka tidak harus kesulitan lagi mencari tempat yang dapat meminjamkan mereka sejumlah uang dengan cara yang cepat.<sup>66</sup>

3. Penelitian yang ditulis oleh Suharyono dan Nurul Hidayah tahun 2020 dengan judul: Strategi Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. Hasil penelitian tulisan ini adalah: Strategi yang diterapkan sebaiknya mengikuti keinginan masyarakat yang sesuai dengan keadaan di lapangan agar mereka tertarik untuk menggunakan Pegadaian Syariah. Ketika strategi ini sudah diterapkan, maka secara tidak langsung akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan. Keuntungan ini tidak hanya dirasakan oleh pihak perusahaan, namun juga dengan pihak nasabah yang merasa mendapatkan manfaat yang baik dalam menggunakan Pegadaian Syariah. Pegadaian syaroah sudah dengan baik melakukan inovasi dan perkembangan dengan produk yang mereka tawarkan serta digitalisasi modern yang berkembang di masyarakat. Perkembangan dan inovasi ini memang wajib dilakukan, guna melawan arus modernisasi yang dapat menggeser peran pegadaian dengan platform-platform baru yang muncul. Selain itu trategi promosi yang

<sup>66</sup> Oktavia *et al.*, "Strategi Pemasaran Pembiayaan Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Cirebon Bisnis Center," Tawazun: *Journal of Sharia Economic Law* 2, no. 2 (September 2019): 180-181, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tawazun/article/view/6095/pdf>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

dilakukan pihak pegadaian adalah dengan melihat peluang dan tantangan yang ada.<sup>67</sup>

4. Penelitian yang ditulis oleh Syahrudin tahun 2021 dengan judul: Analisis Strategi Pemasaran Produk Ar-Rahn di Pegadaian Syariah Dompu dalam Perspektif Ekonomi Islam. Hasil penelitian tulisan ini adalah: Strategi pemasaran modern terdiri atas tiga langkah pokok, yaitu segmentasi, penentuan pasar sasaran, dan positioning. Ketiga langkah ini sering disebut STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). *Rahn* atau gadai di dalam hukum Islam dalam kegiatannya dilakukan dengan menggunakan prinsip tolong menolong dan secara sukarela tanpa mengambil keuntungan apapun dari proses tersebut. Sementara hukum gadai dalam perdata, selain memiliki prinsip untuk melakukan tolong menolong, gadai juga dijadikan sebagai sarana mengambil keuntungan atas prosesnya dengan sistem bunga atau sewa modal yang ditetapkan di muka. Sementara di dalam Islam tidak diperbolehkan mengambil bunga. Dalam gadai syariah, nasabah tidak dikenakan biaya tambahan atas pinjaman yang diperolehnya. Namun, pihak Pegadaian Syariah memperoleh imbalan dari jasa atas sewa tempat dan pemeliharaan simpanan barang jaminan.<sup>68</sup>
5. Penelitian yang ditulis oleh Syarifuddin dan Moh. Helmi Hidayat tahun 2021 dengan judul: Strategi Pemasaran Produk Jasa Gadai Syariah (*Rahn*) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. Hasil Penelitian tulisan ini adalah: menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Prenduan antara lain ialah strategi produk, strategi tempat, dan strategi promosi. Ternyata hal tersebut mampu

<sup>67</sup> Suharyono *et al.*, "Strategi Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah," *Jurnal Aghinya STIESNU Bengkulu* 3, no.1 (Juni 2020): 49, <https://ejournal.stiesnu-bengkulu.ac.id/index.php/aghniya/article/view/34/33>.

<sup>68</sup> Syahrudin, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Ar-Rahn di Pegadaian Syariah Dompu dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Sistem Informasi* 2 (Januari 2021): 290-308, <https://dinastirev.org/JEMSI/article/download/375/263/>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

meningkatkan jumlah nasabah dari tahun 2015-2020 sebesar 3.535 - 5.635. Rekomendasi penelitian ini bagi pihak pegadaian untuk semakin aktif dalam meningkatkan suatu inovasi strategi pemasaran ke depannya dalam kegiatan pemasaran.<sup>69</sup>

6. Penelitian yang dilakukan oleh Faridatun Sa'adah (2009) berjudul Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika terhadap produk Gadai Syariah. Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa strategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika meliputi empat variabel yakni: pengembangan produk menjadi ARRUM (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro Kecil) dan pengoptimalan taksiran. Kedua, pemotongan tarif ijarah dari Rp. 85 menjadi Rp.80 setiap Rp.10.000 nilai taksiran. Ketiga, membuka unit pelayanan cabang (UPC) agar dapat dengan mudah dijangkau oleh nasabah. Keempat, melakukan strategi periklanan, berupa pamflet, baliho, spanduk, souvenir. Serta dengan mengadakan kegiatan-kegiatan yang mengundang masa banyak seperti sunatan masal pada acara ulang tahun pegadaian, sosialisasi di lingkungan grup ibu-ibu pengajian serta optimalisasi karyawan untuk mempromosikan produk-produk pegadaian.

<sup>69</sup> Syarifuddin *et al.*, "Strategi Pemasaran Produk Jasa Gadai Syariah (*Rahn*) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah," *Investasi: Jurnal Ekonomi dan Bistratnis* 1, no.2 (Februari 2021): 58-64, <https://journal.actual-insight.com/index.php/investasi/article/view/193>.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>70</sup>

Metode penelitian kualitatif dinamakan metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan kepada filsafat postpositivisme. Filsafat postpositivisme sering juga disebut paradigma interpretatif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (reciprocal). Metode ini disebut juga dengan metode artistic, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretatif karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan dilapangan.<sup>71</sup>

Seperti yang dikemukakan oleh Creswell, penelitian kualitatif adalah suatu metodologi atau pandangan untuk menyelidiki dan mendapatkan suatu gejala sentral. Cara agar dapat memahami gejala sentral tersebut, peneliti dapat melakukan wawancara dengan narasumber dengan beberapa pertanyaan yang telah dipersiapkan. Data yang diperoleh nantinya dapat berupa rekaman wawancara atau teks. Data yang diperoleh kemudian

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 9.

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 11.

dianalisis dan menjadi sebuah analisis berupa deskripsi. Dari informasi tersebut, peneliti membuat pemahaman untuk menangkap kepentingan yang paling mendalam. Setelah itu, peneliti buat refleksi diri (*self-reflection*) dan menjabarkannya dengan penelitian lain yang dilakukan oleh peneliti yang berbeda.<sup>72</sup>

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa batasan yang tegas dalam penelitian kualitatif lapangan dapat dilihat dari sisi sumber data, analisis data, makna (meaning) sebuah data yang diperoleh, mengutamakan data langsung dari lapangan dengan mengutamakan observasi partisipasi, wawancara, dan dokumentasi, pendapat informan lebih diutamakan daripada pendapat peneliti sendiri, kasus yang bertentangan diverifikasi sebagai temuan baru. Sesuai dengan sifat dan karakteristik dari penelitian kualitatif, maka penelitian ini menghasilkan data yang merekonstruksikan ucapan, dan tingkah laku orang atau subyek studi.

Pada umumnya jangka waktu penelitian kualitatif cukup lama, karena tujuan penelitian ini bersifat penemuan. Bukan sekedar pembuktian dari hipotesis seperti pada penelitian kuantitatif. Namun demikian kemungkinan jangka penelitian berlangsung dalam jangka waktu pendek, bila ditemukan sesuatu dan datanya sudah jenuh. Ibarat mencari provokator atau mengurai masalah, atau memahami makna, kalau semua itu dapat ditemukan dalam satu minggu, dan telah teruji kredibilitasnya, maka penelitian kualitatif dinyatakan selesai, sehingga tidak memerlukan waktu yang lama.

Teknik penelitian ini menggunakan penelitian yang berbentuk kualitatif deskriptif dimana dalam kualitatif deskriptif ini peneliti menjelaskan, dan menggambarkan kondisi keberadaan subjek atau objek penelitian (orang, lembaga, masyarakat dll) yang dapat dilihat sesuai dengan kebenarannya. Mengemukakan gejala-gejala lengkap yang diteliti, setelahnya melakukan

<sup>72</sup> Creswell dalam Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), 7.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

proses mengumpulkan data, menyusun data, analisis data dan interpretasi data, hingga proses memecahkan masalah dengan cara melihat perbandingan persamaan dan perbedaan gejala, menilai gejala, klasifikasi gejala, sampai menetapkan standar. Penelitian ini akan mengkaji tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi.

## B. Situasi Sosial dan Subjek Penelitian

### 1. Situasi Sosial

Menurut Spradley dalam buku Mukhtar situasi sosial merupakan suatu wilayah atau tempat yang dipilih untuk menjalankan proses penelitian.<sup>73</sup> Adapun pada penelitian ini, *setting* penelitian terdapat di Pegadaian Syariah di kota Jambi.

### 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah benda, hal, atau individu untuk variabel penelitian yang sedang diteliti. Ketiga jenis subjek yang dirujuk pada umumnya berhubungan dengan individu meskipun pada kenyataannya benda dan hal bukanlah sebagai individu. Hampir semua barang memiliki pemilik dan pemiliknya adalah individu, sehingga subjek penelitian pada umumnya adalah orang-orang atau apapun yang berhubungan dengan manusia.<sup>74</sup>

Pengambilan subjek penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel menggunakan pertimbangan yang telah dibuat kepada subjek yang akan diwawancarai, subjek ini adalah orang yang harus mengerti dan memiliki kredibilitas tentang subjek penelitian. Berdasarkan teknik tersebut, peneliti memutuskan untuk mewawancarai kasir, tim marketing dan nasabah pegadaian syariah. Hal ini dipilih karena peneliti meyakini bahwa

<sup>73</sup> Mukhtar, *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif* (Jakarta: Referensi GP Press Grup, 2013), 88.

<sup>74</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 152.

yang bersangkutan banyak mengetahui tentang subjek penelitian, selain itu jawaban yang diberikan tentunya juga bisa dipertanggungjawabkan agar penelitian menjadi penelitian yang berkualitas.

### C. Jenis dan Sumber Data

#### 1. Jenis Data

Pada penelitian kualitatif terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

##### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber yang pertama, atau bisa juga dikatakan sebagai data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri secara langsung. Seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner.<sup>75</sup> Prosedur pengumpulan informasi yang berkaitan dengan data primer ini bergantung pada jenis informasi yang diperlukan, dengan asumsi bahwa informasi yang dibutuhkan adalah informasi tentang orang, peneliti bisa mendapatkannya dengan menyiapkan instrument pengumpulan data untuk subjek atau tempat penelitian tersebut. Data primer dari penelitian ini adalah informasi mengenai strategi pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bukan diambil langsung oleh peneliti. Data ini telah melalui beberapa orang atau media, artinya tidak dikumpulkan oleh peneliti. Data yang dimaksud misalnya data statistik, koran, majalah, jurnal, atau sumber publikasi lainnya.<sup>76</sup>

Data sekunder juga dapat diartikan sebagai data primer yang telah diolah yang telah dipublikasikan baik dari pihak yang mengumpulkan data primer, atau pihak lainnya. Data dikumpulkan dengan membaca hasil penelitian atau dokumentasi yang berkaitan dengan rangkaian sejarah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



<sup>75</sup> S.Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 22-23.

<sup>76</sup> Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian*, 100.

atau latarbelakang dari lokasi penelitian. Data sekunder penelitian ini adalah yaitu data spesifik yang diperoleh dari perpustakaan seperti buku, atau jurnal, artikel, dan lain-lain yang berhubungan dengan strategi pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi.

## 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek data itu diperoleh, jika wawancara yang dipilih peneliti, maka sumber datanya adalah responden. Jika peneliti melakukan teknik observasi, sumber datanya dapat melalui benda atau sebuah proses. Namun jika menggunakan teknik dokumentasi maka laporan atau catatan yang digunakan menjadi sumber informasi.<sup>77</sup>

Adapun sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah orang yang akan diteliti (responden) seperti kasir, tim marketing dan nasabah pegadaian syariah. Data observasi yang diperoleh didapatkan dari kegiatan yang diteliti. Peneliti juga mendapatkan sumber data secara tidak langsung melalui dokumentasi dan literature. Seperti sejarah singkat berdirinya Pegadaian Syariah kota Jambi, letak geografis, visi dan misi, struktur organisasi, keadaan pegawai, keadaan fasilitas yang dimiliki Pegadaian Syariah kota Jambi dan data-data pendukung lainnya untuk menunjang pengumpulan informasi data yang ingin diperoleh.

## D Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Observasi

Observasi adalah tindakan dengan sengaja mengamati dan mencatat gejala yang terlihat pada objek penelitian secara terstruktur. Metode ini dimaksud untuk memperhatikan aktivitas, sikap dan tingkah laku informan. Menurut Sugiono yang dikutip dari Sutrisno Hadi , observasi

<sup>77</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 172.



adalah proses yang kompleks, suatu proses yang terstruktur dari proses biologis dan psikologis.<sup>78</sup> Alat untuk mengumpulkan datanya adalah disebut panduan observasi. Metode ini menggunakan pengamatan atau proses penginderaan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi dan proses atau perilaku.

Dalam penelitian ini, jenis observasi yang digunakan peneliti adalah observasi terstruktur. Selanjutnya Burhan Bungin mengatakan observasi jenis terstruktur ini digunakan peneliti menggunakan guide atau pedoman yang baku.<sup>79</sup> Peneliti menggunakan teknik ini agar lebih terstruktur, tetapi tidak menutup kemungkinan dilapangan nanti terjadi pengembangan dalam proses observasinya.

Tekhnik observasi terstruktur ini peneliti lakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan tempat penelitian yaitu Pegadaian Syariah kota Jambi, dengan menggunakan pengamatan langsung ke lapangan dan ingatan peneliti. Dengan adanya pedoman observasi terstruktur ini, peneliti terbantu saat melakukan wawancara dengan informan yang ada di tempat penelitian. Penulis dapat langsung melihat keadaan tempat penelitian secara langsung dan menulis segala sesuatu yang terjadi dalapangan saat observasi sedang berlangsung. Dengan metode ini, penulis ingin memperoleh informasi yang lebih lengkap dan akurat tentang kegiatan perencanaan serta pelaksanaan strategi pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi. Kegiatan dan aktifitas operasional pegawai, fasilitas yang ada di sana melalui sarana dan prasarana yang menunjang jalannya kegiatan di Pegadaian Syariah kota Jambi dengan baik. Dan aktifitas berjalannya kegiatan Pegadaian Syariah kota Jambi.

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 203.

<sup>79</sup> Bungin Burhan, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya)* (Jakarta: Kencana, 2011), 118.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

## 2. Wawancara

Imam Gunawan mengatakan bahwa metode wawancara merupakan rangkaian penelitian yang dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pemikiran, persepsi dari informan dengan pertanyaan dan jawaban yang berhubungan dan penelitian yang sedang diteliti. Wawancara dilakukan dengan Tanya jawab secara tatap dantara pewawancara dan yang diwawancarainya.<sup>80</sup>

Wawancara kualitatif adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data dari narasumber. Metode ini digunakan karena dua alasan. Pertama, dengan menggunakan wawancara peneliti dapat memperoleh informasi bukan hanya apa yang diketahui dan dialami subjek yang diteliti, akan tetapi suatu informasi yang lebih dalam dari subjek penelitian. Kedua, pertanyaan yang diajukan kepada informan adalah pertanyaan yang mencakup pertanyaan yang bersifat lintas waktu, yaitu masa lampau, masa sekarang dan masa yang akan datang.

Wawancara dilakukan agar mendapatkan informasi yang akurat dalam penelitian yang sedang dijalankan. Metode wawancara peneliti gunakan dalam penelitian ini bertujuan mendapatkan dan mengumpulakn informasi serta data yang menyangkut tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi.

## 3. Dokumentasi

Dalam bukunya Sugiyono menyatakan bahwa dokumen adalah suatu kejadian atau peristiwa yang telah berlalu. Dokumen yang ada bisa berbentuk gambar, catatan, atau karya yang momentual dari seseorang.<sup>81</sup> Metode yang digunakan bertujuan agar memperoleh data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

<sup>80</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 162.

<sup>81</sup> Sugiyono, *Memahami Metode Penelitian*, 73.

dalam bentuk tulisan dan menganalisis dokumen-dokumen yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti. Dengan digunakannya metode dokumentasi, peneliti ingin mendapatkan dokumentasi tentang Pegadaian Syariah di kota Jambi yang meliputi: historis dan geografis, struktur organisasi dan keadaan pegawai.

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data mengalir, pada prinsipnya kegiatan analisis data ini dilakukan sepanjang kegiatan penelitian (*during data collection*), dan kegiatan yang paling inti mencakup pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta penarikan data atau verifikasi (*conclusion drawing data. verification*). Hal ini dijabarkan sebagai berikut: Tiga tahapan dalam menganalisis data penelitian kualitatif adalah:<sup>82</sup>

### 1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Bogdan dan Biklen dikutip dari Lexy J.Moleong menyatakan bahwa analisis data adalah kegiatan mengumpulkan dan menyusun secara terstruktur hasil wawancara yang telah diperoleh, tulisan dilapangan dan data penelitian lainnya, sehingga mudah untuk dipahami. Temuan yang telah didapatkan mampu dipaparkan kepada orang lain. Analisis data dapat disusun berupa mengumpulkan data, menjabarkannya secara satu persatu, melakukan sintesa, menyusun kedalam bentuk, memisahkan mana yang penting untuk dapat dipelajari dan menghasilkan kesimpulan yang dapat dipaparkan kepada orang lain.

Pada penelitian kualitatif, langkah pertama yang dapat dilakukan yaitu pengumpulan data. Pengumpulan data awal bisa melalui wawancara dengan pedoman yang telah disusun atau tambahan lainnya

<sup>82</sup> Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Khusus* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 248.



yang terjadi dilapangan. Namun, apabila peneliti merasa bahwa jawaban belum sesuai atau masih kurang, maka peneliti boleh menanyakan ulang tentang informasi yang sedang dikumpulkan kepada pihak informan yang sama atau kepada orang yang lebih memiliki kapasitas dalam menjawab pertanyaan yang diajukan.<sup>83</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan pimpinan Pegadaian Syariah di kota Jambi, dan Nasabah Pegadaian Syariah di kota Jambi. Jawaban yang diperoleh dari informan dapat peneliti catat atau rekam. Agar bisa dianalisis setelahnya apakah jawaban sudah memuaskan atau belum terhadap penelitian yang sedang dijalankan. Pada tahapan ini peneliti mengumpulkan data seperti data tentang bagaimana cara strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi.

## 2. *Data Reduction (Reduksi Data)*

Pada penelitian yang telah dilakukan dilapangan, maka peneliti akan mendapatkan data yang cukup banyak, oleh sebab itu sangat diperlukan pencatatan secara teliti dan rinci. Karena lamanya durasi penelitian yang dilakukan maka akan memperoleh banyak data pula. Maka perlu dilakukan analisis menggunakan reduksi data. Kegiatan mereduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal utama dan merincikan fokus data yang penting.<sup>84</sup>

Dalam tahapan ini, peneliti merangkum jawaban dari narasumber yang diwawancarai seperti Pimpinan dan pegawai Pegadaian Syariah kota Jambi mengenai strategi pemasaran Pegadaian Syariah kota Jambi. Kemudian peneliti membuat bagian-bagian yang cocok untuk rumusan masalah pertama, rumusan masalah kedua, dan rumusan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

<sup>83</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 335.

<sup>84</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 336.

masalah ketiga. Data yang dikelompokkan menjadi tiga yaitu faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan nasabah, strategi pemasaran yang telah diterapkan dan kendala yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi.

### 3. *Data Display (Penyajian Data)*

Selanjutnya proses penyajian data. Penyajian data merupakan tahapan memaparkan dan menceritakan data yang telah diperoleh secara terbuka. Penyajian data bisa berupa tulisan berbentuk teks narasi atau dalam bentuk tabel dan bagan. Teknik pengumpulan data yang sistematis dan berurutan mampu membantu peneliti untuk memudahkan menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian kualitatif penyajian data berupa bentuk uraian tulisan, bagan atau tabel dan hubungan antar kategori penelitian.<sup>85</sup>

Dalam tahapan ini, peneliti dapat menyajikan data yang di dapat pada rumusan masalah pertama, rumusan masalah kedua dan rumusan masalah ketiga dengan cara menarasikan hasil analisis penelitian dari narasumber yang diwawancarai, selain dalam bentuk narasi dapat pula disertai dengan tabel dan gambar sebagai inti hasil dari penelitian.

### 4. *Conclusion Drawing/Verification (Penarikan Data/Verifikasi)*

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan yang dilakukan secara menyeluruh. Kesimpulan juga harus dianalisis oleh peneliti dan diverifikasi lagi pada sebuah catatan. Proses ini sebagai kegiatan akhir dari analisis data, cara yang dilakukan yaitu merumuskan kesimpulan penelitian, baik itu kesimpulan yang bersifat tidak tetap atau kesimpulan akhir. Kesimpulan tidak tetap dapat diambil pada saat pengumpulan data dilakukan dalam penelitian yang sedang berlangsung. Sementara kesimpulan akhir dapat dibuat setelah melakukan seluruh proses

<sup>85</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 339.



pengumpulan dan analisis data.<sup>86</sup> Peneliti boleh mengambil kesimpulan tidak tetap saat data telah ditemukan pada saat penelitian sedang berlangsung, namun peneliti juga harus melakukan verifikasi ulang tentang bukti-bukti data yang ditemukan agar mendapatkan hasil data yang valid dan tepat sesuai dengan masalah penelitian. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan meminta jawaban dari pihak pimpinan dan pegawai dari Pegadaian Syariah di kota Jambi agar dapat menghasilkan kesimpulan yang tepat.

#### F. Uji Kepercayaan Data (*trustworthines*)

Adapun tingkat kepercayaan data (*trustworthiness*) dalam penelitian dilakukan suatu teknik pemeriksaan data antara lain; melakukan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, dan diskusi sejawat.<sup>87</sup> Penelitian kualitatif memiliki teknik untuk memeriksa kebenaran data, yaitu:

##### 1. Perpanjangan Keikutsertaan

Pada penelitian kualitatif perlu diperhatikan bahwa peneliti memiliki peran yang penting saat mengumpulkan dan menentukan data yang akan diambil di tempat penelitian. Peneliti yang melakukan pengumpulan data di lapangan memerlukan waktu yang cukup panjang agar mendapatkan hasil yang baik, dan diperlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti. Dengan adanya tahapan ini peneliti kembali ke lapangan, melakukan observasi dan wawancara lagi kepada sumber yang sama ataupun dengan sumber yang berbeda.<sup>88</sup> Perpanjangan keikutsertaan peneliti ini dilakukan agar dapat memperhitungkan distorasi atau penyimpangan yang dapat merusak hasil penelitian. Distorasi dapat terjadi karena peneliti itu sendiri, maupun narasumber, baik yang

<sup>86</sup> Emzir, *Analisis Data* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 133.

<sup>87</sup> Matthew B. Miles dan Micheal Huberman, *Kualitatif Data Analisy* (London: Beverly Hills, 2009), 21.

<sup>88</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Gaung Persada, 2009), 72.





disengaja ataupun tidak disengaja. Berdasarkan pada hal-hal tersebut di atas dan sebagaimana diketahui bahwa penelitian yang direncanakan dilaksanakan tiga bulan, dan dikarenakan peneliti khawatir akan terjadinya distorsi baik yang berasal dari peneliti sendiri maupun distorsi yang berasal dari responden, maka dianggap perlu menambah masa penelitian tidak resmi.

## 2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan adalah proses yang konsisten yang dapat dilakukan peneliti dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan secara baik. Ketekunan pengamatan ini sangat diperlukan untuk mencapai hasil yang baik dari data yang telah diperoleh di lapangan untuk nantinya dijabarkan dalam hasil penelitian.<sup>89</sup> Ketekunan pengamatan ini mampu membantu memilih informasi yang telah diamati secara lebih rinci dan mendalam dan berkelanjutan pada masalah yang sedang diteliti.

## 3. Triangulasi

Tahap triangulasi dilakukan untuk menghilangkan perbedaan pemahaman antara peneliti dan subjek penelitian. Teknik ini juga digunakan untuk menguji keabsahan data dengan menggunakan hal-hal diluar data tersebut untuk dapat dicek nantinya. Teknik triangulasi peneliti gunakan berpedoman pada konsep yang disampaikan Denzin yang dikutip mukhtamar, yaitu mengemukakan triangulasi dengan empat model. Pertama menggunakan sumber, selanjutnya metode, peneliti yang terlibat dan teori.<sup>90</sup>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

<sup>89</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2017), 329.

<sup>90</sup> Mukhtar, *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*, 137.



#### 4. Konsultasi Pembimbing

Konsultasi pembimbing dilakukan agar dapat memperoleh kepercayaan dan kredibilitas suatu penelitian. Dalam kegiatan ini peneliti memaparkan dan mengkonsultasikan hasil temuan dan kesimpulan yang telah diperolehnya di lapangan kepada pembimbing untuk nantinya diperiksa. Konsultasi ini diharapkan mampu mengkaji kembali penemuan data yang mungkin masih memiliki sifat implisit. Melalui proses ini, peneliti diharapkan menerima saran yang bersifat konstruktif dan perbaikan hasil temuan apabila memang diperlukan untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam penelitiannya.

#### G. Rencana dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dirancang dan dilakukan dalam waktu enam bulan. Tahapan pertama penelitian yang dilakukan adalah pembuatan proposal, apabila terdapat perbaikan maka dilanjutkan dengan pembuatan perbaikan seminar proposal, Selanjutnya proses pengesahan judul dan izin riset, lalu melakukan pengumpulan data, verifikasi dan analisis data dalam waktu yang berurutan. Setelah rangkaian penelitian telah selesai dilakukan, penulis melakukan konsultasi kepada pembimbing tesis yang telah ditunjuk sebelum nantinya diajukan untuk mengikuti siding munaqasah. Setelah siding, dilanjutkan dengan melakukan pebaikan dan penyerahan tesis yang telah dibuat. Jadwal kegiatan yang telah disusun dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel III.1**  
**Jadwal Penelitian**

No	Tahapan Penelitian	2021			2022/2023												
		Bulan															
		10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Pengajuan Proposal	√															
2	Bimbingan Proposal				√	√	√										
3	Seminar								√								

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

	Proposal																	
4	Perbaikan Hasil Seminar							√										
5	Penyusunan IPD dan Izin Riset							√	√									
6	Pelaksanaan Riset									√	√	√						
7	Bimbingan Tesis														√	√		
8	Sidang Pratesis				√													
9	Perbaikan Hasil Pratesis				√													
10	Sidang Tesis				√													
11	Perbaikan dan Penyerahan				√													
12	Wisuda									√								

Rancangan waktu penelitian dengan jadwal diatas diharapkan mampu membuat peneliti lebih teratur melaksanaka penelitiannya. Jadwal ini menjadi motivasi bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan tesis dan perkuliahan tepat pada waktunya. Penjadwalan yang telah dibuat masih bersifat sementara dan dapat berubah menyesuaikan dengan kondisi yang dilapangan saat penelitian berlangsung.

## BAB IV DESKRIPSI LOKASI, TEMUAN PENELITIAN DAN ANALISIS PENELITIAN

### A. Deskripsi Lokasi Penelitian (Situasi Sosial)

Gambar IV.1  
Logo Pegadaian Syariah



#### 1) Alamat Penelitian

Lokasi dari penelitian ini adalah objek dan juga sekaligus tempat yakni dimana peneliti melakukan penelitian guna untuk mendapatkan dan juga mengumpulkan data-data terkait yang akan digunakan untuk membuat sebuah karya ilmiah adapun lokasi dari penelitian ini dilakukan di Pegadaian Syariah cabang kota Jambi. Pegadaian Syariah kota Jambi berdiri pada tahun 2009 dan berlokasi di Jl. DI Panjaitan No.30, Kebun Handil, Kecamatan Jelutung, Kota Jambi atau lebih tepatnya di depan SPBU Kebun Handil. Pegadaian Syariah cabang Kota Jambi ini juga terletak ditempat yang strategis, berada tepat disebelah jalan raya, berdekatan dengan Mini Market, SPBU, dan berbagai macam tempat penjualan kebutuhan lainnya. Pegadaian Syariah cabang Kota Jambi didirikan dalam rangka menjawab semua kebutuhan sebagian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

konsumen baik itu muslim maupun non muslim yang menginginkan transaksi yang aman dan tanpa mengandung unsur riba. Pegadaian Syariah cabang kota Jambi memiliki beberapa unit Pegadaian Syariah, diantaranya unit Kampung Solo, unit Pasar Baru Bangko, Unit Talang Banjar, Unit Kebun Jeruk, Unit Simpang Mayang, Unit Pasar Angso Duo, Unit Aston Villa, Unit Pal Merah, Unit UIN STS Jambi.

## 2) Sejarah Ringkas Berdirinya Pegadaian

Gadai merupakan praktik transaksi keuangan yang sudah lama dalam sejarah peradaban manusia. Sistem rumah gadai yang paling tua terdapat di Negara Cina pada 3.000 tahun yang silam, juga di Benua Eropa dan Kawasan Laut Tengan pada zaman Romawi dahulu. Namun di 21 Indonesia, praktik gadai sudah berumur ratusan tahun, yaitu warga masyarakat telah terbiasa melakukan transaksi utang-piutang dengan jaminan barang bergerak. Berdasarkan catatan sejarah yang ada, lembaga pegadaian dikenal di Indonesia sejak tahun 1746 yang ditandai dengan Gubernur Jenderal VOC Van Imhoff mendirikan Bank Van Leening. Lembaga kredit dengan sistem gadai pertama kali hadir di bumi nusantara pada saat Vereenigde Oost Indische Compagnie (VOC) datang di nusantara ini dan berkuasa. Institusi yang menjalankan usaha dimaksud adalah Bank Van Leening.

Bank ini didirikan oleh Gubernur Jenderal Van Imhoff melalui surat keputusan tertanggal 28 Agustus 1746, dengan modal awal sebesar f7.500.00 yang terdiri dari 2/3 modal milik VOC dan sisanya milik swasta. Namun ketika VOC bubar di Indonesia pada tahun 1800 maka usaha pegadaian dimaksud, diambil alih oleh pemerintahan Hindia Belanda. Di masa pemerintahan Deandels dikeluarkan peraturan tentang barang yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

dapat diterima sebagai jaminan gadai, seperti perhiasan, kain, dan lain-lain.<sup>91</sup>

Sejarah dari PT pegadaian syariah (persero) di kelompokkan yakni menjadi dua era, yaitu era kolonial ataupun era penjajahan belanda dan ada juga era kemerdekaan, dan berdasarkan sejarah tersebut, maka bisnis dari pegadaian yang selama ini melekat pada masyarakat menjadi sebuah lembaga yang formal sejak dari pemerintahan colonial belanda melalui *veerudge oostindische compagnie* atau VOC yang telah mendirikan bank van leening sebagai salah satu lembaga keuangan yang memberikan uang atau kredit dengan sistem gadai, awal pendirian dari lembaga pegadaian di Indonesia itu terjadi pada tanggal 20 agustus 1748 di Batavia.<sup>92</sup>

Pada saat inggris mengambil alih kekuasaan hindia belanda yakni pada tahun 1811, bank van leening resmi di bubarkan oleh inggris dan sebagai gantinya daripegadaian tersebut dengan catatan bahwa mendapat lisensi dari pemerintah daerah setempat (*liecentie stelse*) pada perkembangan tersebut metodenya berdampak buruk karena pemegang lisensi tersebut banyak yang menalankan praktik rentenir dan juga lintah darat yang pada saat itu tidak menguntungkan bagi pemerintah inggis, kemudian pada tanggal 12 maret 1901 terbitlah peraturan *staatsblad* (stbl) No. 131 yang telah mengatur bahwasanya usaha-usaha dari pegadaian merupakan salah satu usaha monopoli pemerintah sehingga pada saat itu berdirilah lembaga pegadaian Negara pertama di sukabumi, provinsi jawa barat pada tanggal 1 april 1901 dan pada tanggal tersebut kemudian maka akan di peringati hari ulang tahun dari pegadaian.

Kemudian pada tanggal 1 januari 1969 pasca perang, kantor jawatan dari pegadaian kembali berpusat di Jakarta dan di kelolah oleh

<sup>91</sup> "Pegadaian Syariah" diakses 10 Oktober 2022, <https://www.pegadaian.co.id/home>

<sup>92</sup> "Pegadaian Syariah" diakses 10 Oktober 2022, <https://www.pegadaian.co.id/home>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthra Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthra Jambi

pemerintah republic Indonesia, dari pada saat itulah pegadaian telah banyak mengalami banyak pergantian status, yakni mulai dari perusahaan Negara menadi perusahaan jawatan (PERJAN) dan pada tahun 1969 berdasarkan PP nomor 7 tahun 1969, dan kemudian pada tahun 1990 badan hukum tersebut diubah lagi dari PERJAN menjadi PERUM dan selanjutnya berubah menadi PT pegadaian (persero) Nomor 01 tanggal 1 april tahun 2012 yang di buat di hadapan nanda fauziwan, SH,M kn Notaris di Jakarta Selatan dan kemudian di sahkan berdasarkan keputusan menteri hukum dan hak asasi manusia republic Indonesia Nomor A HU-17525,H.H.01.01 Tahun 2012 Tanggal 01 April 2012 tentang pengesahan dari badan hukum perseroan telah disahkan Badan Hukum Perusahaan (Persero) Peagadaian (Persero) yang kemudian diubah terakhir dengan akta nomor:10 tanggal 12 agustus 2015 yang di buat di hadapan Nanda Fauz Iwan SH,M kn Notaris di Jakarta Selatan yang telah diterima pemberitahuannya oleh menteri hukum dan hak asasi manusia republik Indonesia dengan nomor AHU-AH.01.03-0956467 tanggal 12 Agustus 2015.

Aktifitas di pegadaian telah sering terjadi dalam keseharian rakyat Indonesia pemerintahan sendiri baru melaksanakan institusi gadai Pertama kali disukabumi jawa barat, dengan nama pegadaian, pada tanggal 1 april 1901 dengan wolf von westerode sebagai kepala pegadaian negeri pertama seperti yang telah di jelaskan di atas, yakni dengan visi dan juga misi membantu masyarakat dari jeratan para lintah darat dan juga rentenir melalui pemberian uang pinjaman dengan hukum gadai dengan ketentuan membawa barang agunan.

Seiring dengan berjalannya waktu dan juga pertumbuhan zaman, pegadaian telah beberapa kali terjadi perubahan status mulai dari sebagai perusahaan jawatan yakni pada tahun 1901, perusahaan tersebut dibawah IBW (1928), perusahaan Negara (1960), dan kemudian kembali



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

ke perjan pada tahun 1969. Baru pada tahun 1990 dengan lahirnya PP10/1990 tanggal 10 april 1990, sampai juga dengan terbitnya PP 103 tahun 2000<sup>93</sup>. Pegadaian kemudian berkedudukan sebagai salah satu perusahaan umum atau PERUM dan merupakan salah satu BUMN dalam bagian Departemen Keuangan Republik Indonesia hingga sampai saat ini. Maka Pada tahun 2011 terjadilah transaksi pertama di pegadaian yakni dalam melakukan penjualan dan juga pembelian logam mulia pada pegadaian syariah (persero) cabang handil kota Jambi.

Masyarakat Indonesia telah lama mengenal negoisasi transaksi gadai dengan melakukan utang piutang dengan agunan barang berharga. Oleh sebab itu lah, perum pegadaian menjadi sarana alternative pertama dan sudah berdiri sejak lama serta sudah banyak juga dikenal oleh masyarakat Indonesia, baik dikota-kota besar maupun di kota-kota kecil diseluruh Indonesia, belakangan ini perum pegadaian mulai tampil dan membina citra baru malalui berbagai media, mulai dari media internet dan termasuk media televisi, dengan motto “menyelesaikan masalah tanpa masalah”

### 3) Sejarah Ringkas Pegadaian Syariah di Indonesia

Sejarah pegadaian syariah di Indonesia tidak dapat diceraipisahkan dari kemauan warga masyarakat Islam untuk melaksanakan transaksi akad gadai berdasarkan prinsip syariah dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan praktik ekonomi dan lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai dan prinsip hukum Islam. Selain itu, semakin populernya praktik bisnis ekonomi syariah dan mempunyai peluang yang cerah untuk dikembangkan.

Usaha lembaga keuangan syariah dimulai oleh PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), beraliansi dengan Perum Pegadaian. Bentuk kerja sama

<sup>93</sup> “Pegadaian Syariah” diakses 10 Oktober 2022, <https://www.pegadaian.co.id/home>

kedua pihak, yaitu Perum Pegadaian bertindak sebagai kontributor sistem gadai dan BMI sebagai pihak kontributor muatan sistem syariah dan dananya. Aliansi kedua pihak melahirkan Unit Layanan Gadai Syariah (kini Cabang Pegadaian Syariah). Selain aliansi kedua lembaga tersebut, gadai syariah juga dilakukan oleh bank-bank umum lainnya yang membuka unit usaha syariah (UUS).

Melihat adanya peluang dalam mengimplementasikan praktik gadai berdasarkan prinsip syariah, Perum Pegadaian berinisiatif mengadakan kerja sama dengan PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) dalam mengusahakan praktik gadai syariah sebagai diversifikasi usaha gadai yang sudah dilakukannya sehingga pada bulan Mei tahun 2002, ditandatangani sebuah kerja sama antara keduanya untuk meluncurkan gadai syariah, yaitu BMI sebagai penyandang dana.

Berdirinya pegadaian syariah di Indonesia tidak lepas dari keinginan untuk mencegah praktek ijon, rentenir, lintah darat, dan juga pinjamanpinjaman tak wajar lainnya, dan selain itu juga karena keinginan untuk mensejahterakan hidup masyarakat yang ekonominya menengah kebawah serta mendukung dari program pemerintahan di bidang ekonomi dan juga pembangunan nasional.

Pegadaian syariah sebenarnya juga merupakan dorongan dari masyarakat yang mayoritas islam di Indonesia yakni untuk menjalankan syariat-syariat islam dalam kehidupan sehari-hari yakni salah satunya transaksi gadai tersebut, masyarakat ingin melakukan transaksi gadai sesuai dengan syariat islam dan selain itu juga nampaknya pemerintah juga telah melakukan kebijakan-kebijakan dalam mengembangkan lembaga keuangan berbasis syariah, pegadaian syariah di Indonesia masih relative baru konsep dari operasi pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern yakni asas rasional, efisiensi dan efektivitas yang di selaraskan dengan dengan nilai-nilai syariah, pegadaian syariah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

di Indonesia pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama unit layanan gadai syariah (ULGS) cabang dewi sartika di bulan januari pada tahun 2003 dan kemudia menyusul pendirian ULSG Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta pada tahun yang sama hingga September 2003, dan masih di tahun yang sama pula 4 kantor cabang pegadaian di aceh di konversi menjadi pegadaian syariah.<sup>94</sup>

Namun pada saat ini bisa kita lihat bahwa pegadaian syariah telah membentuk lembaga sendiri dibawah naungan PT.Peagadaian syariah (Persero) dan tentu sepenuhnya di kelola oleh PT.Pegadaian syariah (Persero) dalam naungan PT.pegadaian syariah tersebut di harapkan gadai syariah pada pegadaian syariah tersebut mampu mneiingkatkan kinerja, memudahkan operasional dan mengembangkan usahanya sehingga dapat meningkatkan pendapatan setiap tahunnya baik itu drai segi jumlah nasabah untuk pembiayaan serta produk-produk lain yang di tawarkan pegadaian syariah dan juga dapat menambah lagi jumlah unit gadai syariah di Indonesia.

Pada tanggal 01 april 1901 pegadaian masuk ke provinsi Jambi menjadi salah satu awal dari kebangkitan pegadaian tersebut, karena ada salah satu hal yang perlu kita cermati bahwasanya PP10 disini sangat menjelaskan tentang bahwa visi misi yang wajib dipegang oleh PT. Pegadaian untuk melarang praktik-praktik seperti riba, gharar dan juga maisyr, misi ini tidak pernah berubah hingga terbitnya PP103/2003 yang menjadi landasan dari aktifitas-aktifitas usaha perusahaan umum dari pegadaian syariah sampai saat ini.

Ada banyak sekali kelompok yang berpendapat bahwa operasionalisasi yang terjadi pada pegadaian pra Fatwa MUI pada tanggal 16 desember 2003 tentang bunga bank, apakah telah sesuai

<sup>94</sup> Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, 388.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

dengan metode syariah dan tentu harus diakui bahwa belakangan ini terdapat beberapa faktor-faktor yang tidak menerima pandangan itu. Karena rahmat Allah SWT dan juga setelah melewati kajian panjang, akhirnya disusunlah sebuah metode untuk mendirikan sebuah unit layanan gadai syariah sebagai metode pertama dalam dibentuk divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.

Metode-metode operasi pada pegadaian syariah yang mengarah pada langkah-langkah modern yakni azas rasionalitas, termasuk efisiensi dan efektifitas yang berdasarkan dengan nilai-nilai syariah. Manfaat dari operasional pegadaian syariah atau unit dari layanan-layanan gadai syariah (ULGS) sebagai salah satu unit kelompok untuk membangunkan usaha lain perum pegadaian, Pegadaian syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama unit layanan gadai syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika dibulan Januari tahun 2003. Menyusul lagi selanjutnya ULGS disurabaya, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga sampai akhir September 2003, pada tahun yang sama, empat unit kantor cabang pegadaian konvensional di Aceh berubah menjadi pegadaian syariah. Pada PT. Pegadaian syariah (persero) cabang Jelutung Kota Jambi surat keputusan Dewan Komisaris otoritas jasa keuangan No. KEP-44/NB.223/2017 tanggal 4 April 2017 tentang suatu pemberian izin pembentukan unit usaha syariah perusahaan pegadaian pemerintah kepada PT. Pegadaian (persero) PT. Pegadaian (persero) adalah lembaga keuangan milik Dewan Pemerintah yang dikawal oleh otoritas jasa keuangan (OJK).

#### 4) Sejarah Singkat Kota Jambi

Kota Jambi berdiri pada tanggal 28 Mei 1401 dan dibentuk sebagai pemerintah daerah otonom kotamadya berdasarkan ketetapan dari Gubernur Sumatra pada waktu itu yakni nomor 103/1946, dan kemudian Kota Jambi resmi menjadi ibu kota provinsi Jambi yakni tepat pada

tanggal 06 januari 1957 yaitu berdasarkan undang-undang nomor 61 tahun 1958 kota Jambi adalah sebuah kota di Indonesia dan sekaligus merupakan ibukota dari provinsi Jambi tersebut provinsi Jambi dibelah oleh sungai yang bernama Batanghari, kedua kawasan tersebut terhubung oleh jembatan yang bernama Aur Duri, kota Jambi memiliki luas sekitar 205,38km dengan jumlah penduduk 604.378 jiwa.

Lambang kota Jambi yakni berbentuk perisai dengan bagian yang meruncing di bawahnya dan dikelilingi tiga garis dengan warna bagian luar putih, tengah berwarna hijau, dan bagian luarnya berwarna putih. garis hijau yang mengelilingi lambang pada bagian atas lebih besar dan di dalamnya tercantum tulisan “kota Jambi” itu adalah lambang kota Jambi yang melambangkan nama daerah dan di apit oleh dua bintang bersudut lima yang berwarna putih, itu adalah melambangkan kehidupan social masyarakat Jambi yang terdiri atas berbagai suku dan agama, memiliki keimanan kepada tuhan yang maha esa.

Di kota dapat ada semboyan “tanah pilih pesako betuah secara filosofi mengandung pengertian bahwa kota Jambi sebagai pusat pemerintahan kota dan juga sebagai pusat social dan ekonomi, kebudayaan yang mencerminkan dari iwa msyarakatnya sebagai duta kesatuan baik individu, keluarga dan juga kelompok maupun secara institusional yang lebih luas yang berpegang teguh dan uga terikat pada nilai-nilai adat –istiadat dan hukum adat serta peraturan perundangundangan yang berlaku di Negara republik Indonesia.

Kota Jambi dibentuk dengan berbagai kebuayaan dari berbagai golongan. Strata kehidupan yang bersosial, ekonominya yang dengan aturan pemerintahan pada masa-masa lalu, di masa yang telah lalu dengan keadaan serta tata yang disesuaikan dengan area sentuhan kebudayaan telah mampu dan bisa membangunkan sistem nilai-nilai yang dituangkan dalam perekonomian. Dengan adanya pengembangan-

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

pengembangan ekonomi yang maju dengan pesat dan juga kuat harus disertakan juga dengan ide yang kreatif untuk mensejahterakan masyarakat dan juga untuk membangun sebuah nilai-nilai dari kebudayaan, mengacu kepada kreativitas umat manusia dan mampu mengembangkan budaya serta adat dan istiadat yang ada di Jambi, dan dengan mengingat bahwa manusia mampu untuk melindungi kebudayaannya maka suatu negeri akan aman dan sejahtera, serta akan dikenal dengan negeri yang memegang teguh adat dan istiadat, dan salah satu rupa sebuah kebudayaan yang kuat harus melewati ekonomi yang kreatif yang berbasas pada kebudayaan, dan kebudayaan yang kuat mampu bergandengan dengan kebudayaan lain dalam tempat dan pada masanya.

### 5) Kegiatan Usaha serta Visi dan Misi Pegadaian Syariah

Usaha-usaha pada PT.pegadaian adalah usaha pinjaman uang dengan sistem gadai. Namun, pegadaian juga memiliki beberapa usaha yang lain. Dalam buku Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya (2018) karya Kasmir, dijelaskan beberapa usaha lainnya yang dilakukan oleh pegadaian, yaitu.<sup>95</sup>

- a. Melayani jasa taksiran, Jasa taksiran adalah jasa yang diberikan pegadaian kepada masyarakat yang ingin menaksir berapa nilai riil barang-barang berharga yang dimilikinya. Jasa ini berguna bagi masyarakat yang ingin menjual barang-barang berharganya atau hanya sekedar ingin mengetahui jumlah kekayaannya.(artikel pegadaian syariah defenisi dan kegiatan usahanya oleh: cahya dicky pratama).
- b. Melayani jasa titipan barang, Jasa titipan barang adalah jasa yang diberikan pegadaian kepada masyarakat yang ingin menitipkan

<sup>95</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 249.

barang-barang berharganya. Jasa ini diberikan untuk memberikan rasa aman kepada pemiliknya, terutama bagi orang-orang yang akan meninggalkan rumah dalam kurun waktu yang lama.

- c. Memberikan pembiayaan, pembiayaan diberikan terutama bagi karyawan yang memiliki penghasilan tetap. Pembayaran pinjaman dilakukan dengan memotong gaji peminjam secara bulanan
- d. Ikut serta dalam usaha tertentu bekerja sama dengan pihak ketiga Misalnya dalam hal pembangunan perkantoran atau pembangunan lainnya dengan sistem Build, Operate, and Transfer (BOT).

Tujuan berdirinya Pegadaian Syariah sesuai dengan visi dan misinya. Visi Pegadaian Syariah yaitu sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

Sedangkan misi Pegadaian Syariah yaitu: memberikan pembiayaan yang cepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi serta memastikan pemerataan pelayanan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat dan membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya. Visi dan Misi Divisi Usaha Syariah tidak dapat dipisahkan dari Visi dan Misi Perum Pegadaian sebagai berikut:<sup>96</sup>

- a. Visi

Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

<sup>96</sup> "Pegadaian Syariah" diakses 10 Oktober 2022, <https://www.pegadaian.co.id/home>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

#### b. Misi

- 1) Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti
- 2) Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru
- 3) Untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan
- 4) Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui:
  - a) Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
  - b) Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
  - c) Praktek manajemen risiko yang kokoh
  - d) SDM yang profesional berbudaya kinerja baik

Untuk mencapai visi dan misi perusahaan, maka Divisi Usaha Syariah mengelola usahanya dengan menjalankan prinsip usaha “Memberikan solusi keuangan berbasis syariah dengan prosedur mudah dan praktis, proses cepat serta memberikan rasa tenang bagi penggunanya”. Dan untuk mendukung terwujudnya Good Corporate Governance GCG, Perum Pegadaian mengacu kepada Surat Keputusan Menteri BUMN No. Kep- 117M-MBU2002 tanggal 1 Agustus 2002 tentang Penerapan Praktek Good Corporate Governance pada Badan Usaha Milik Negara BUMN, juga menerapkan prinsip-prinsip GCG dalam pengelolaan perusahaannya, dan prinsip- prinsip tersebut adalah 4 : 53 4 Perum Pegadaian, Profil PERUM Pegadaian, h.70. 1. Transparansi Kepercayaan investor dan efisiensi pasar tergantung dari pengungkapan kinerja Perum Pegadaian secara akurat dan tepat waktu. Dengan adanya transparansi seluruh pihak yang berkepentingan dengan Perum Pegadaian dapat mengetahui potensi yang ada serta risiko yang mungkin terjadi dalam melakukan transaksi dengan Perum Pegadaian. Implementasi dari prinsip transparansi di Perum Pegadaian bisa diketahui

antara lain dari : a. Isi Laporan Tahunan disamping memuat pencapaian usaha dan kinerja keuangan, juga memuat permasalahan non keuangan yang perlu diketahui publik, seperti :

1. Tujuan, sasaran usaha, dan strategi Perum Pegadaian.
2. Penilaian terhadap Perum Pegadaian oleh pihak eksternal seperti auditor eksternal, media surat kabar dan lembaga pemerintah lainnya.
3. Riwayat hidup anggota Direksi dan Dewan Pengawas serta sistem remunerasi penggajian yang berlaku.
4. Upaya penanganan risiko Perum Pegadaian yang dilakukan oleh fungsiorgan tersendiri dalam perusahaan Unit Manajemen Risiko.
5. Implementasi Good Corporate Governance. Pengungkapan transaksi penting lainnya kepada stakeholder melalui publikasi laporan keuangan dan Prospektus Perusahaan antara lain:
  - 1) Penjelasan mengenai risiko-risiko yang dihadapi Perum Pegadaian syariah serta upaya untuk mengelola risiko tersebut.
  - 2) Strategi dan tujuan usaha Perum Pegadaian syariah.
  - 3) Evaluasi manajemen terhadap iklim usaha dan risiko.
  - 4) Tanggungjawab sosial Perusahaan dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PKBL.
- 6) Kemandirian Kemandirian adalah suatu keadaan dimana Perum Pegadaian dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruhtekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip korporasi yang sehat. Implementasi prinsip kemandirian dalam Perum Pegadaian antara lain:
  - a) Seluruh organ Perum Pegadaian yang terdiri dari Dewan Pengawas, Direksi dan Pejabat lainnya dalam melakukan pengambilan keputusan selalu berusaha menghindari terjadinya benturan kepentingan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- b) Diantara organ Perum Pegadaian saling menghormati hak, kewajiban, tugas, wewenang serta tanggung jawab masing-masing.
- c) Akuntabilitas. Akuntabilitas yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ Perum Pegadaian sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Akuntabilitas ini merupakan salah satu solusi pokok untuk mengatasi agency problem yang timbul akibat perbedaan kepentingan perusahaan dengan pemilik modal. Implementasi prinsip akuntabilitas di Perum Pegadaian antara lain Pembagian tugas yang tegas antar organ Perum Pegadaian, meliputi antara lain :
  - 1) Direksi memiliki tugas pokok untuk memimpin dan mengurus Perum Pegadaian sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan dan senantiasa berusaha meningkatkan efisiensi dan efektivitas Perum Pegadaian serta untuk menguasai, memelihara dan mengurus kekayaan Perum Pegadaian.
  - 2) Dewan Pengawas bertugas melakukan pengawasan terhadap kebijakan pengurusan Perum Pegadaian yang dilakukan oleh Direksi serta memberi nasehat kepada Direksi termasuk mengenai rencana pengembangan, rencana kerja dan anggaran tahunan Perusahaan, dan pelaksanaan ketentuan Anggaran Dasar. Pemberdayaan Satuan Pengawasan Intern dan Komite Audit secara optimal sehingga dapat melaksanakan praktek audit yang benar-benar independen, sehat dan terwujudnya sistem pengendalian yang baik dalam rangka pencapaian tujuan Perum Pegadaian tanpa menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 7) Keadilan Keadilan adalah kesetaraan di dalam memenuhi hak-hak stakeholders yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

perundang-undangan yang berlaku. Prinsip keadilan pada Perum Pegadaian diimplementasikan dalam bentuk antara lain:

- a) Perum Pegadaian memperlakukan setiap pegawai secara adil dan bebas dari bias karena perbedaan suku, asal-usul, jenis kelamin, agama, atau hal-hal lain yang tidak ada kaitannya dengan kinerja.
  - b) Perum Pegadaian memberikan kondisi kerja yang baik dan aman bagi setiap pegawai sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta peningkatan kesejahteraannya sesuai dengan kemampuan keuangan perusahaan.
  - c) Perum Pegadaian selalu berupaya memperlakukan rekanan secara sama, adil serta transparan dalam memberikan informasi
- 8) Pertanggungjawaban Pertanggungjawaban yaitu, kesesuaian di dalam pengelolaan Perum Pegadaian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Implementasi prinsip pertanggungjawaban pada Perum Pegadaian, tercermin dari beberapa kondisi antara lain:
- a) Pemenuhan kewajiban kepada pihak ketiga dengan baik dan tepat waktu, seperti pemenuhan kewajiban perpajakan, pembayaran hak pemilik berupa Dana Pembangunan Semesta DPS, kewajiban pembayaran pengembalian modal kerja kepada kreditur dan sebagainya.
  - b) Pelaksanaan pengadaan, pengangkatan, penempatan, pemberhentian, kedudukan, kepangkatan, jabatan, gajiupah, kesejahteraan dan penghargaan pada pegawai Perum Pegadaian diatur dan ditetapkan sesuai dan mengacu kepada ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
  - c) Program Kemitraan Bina Lingkungan PKBL dilakukan dengan cara antara lain melalui pembinaan usaha kecil dan koperasi, bantuan kepada masyarakat akibat bencana alam yang dilakukan secara

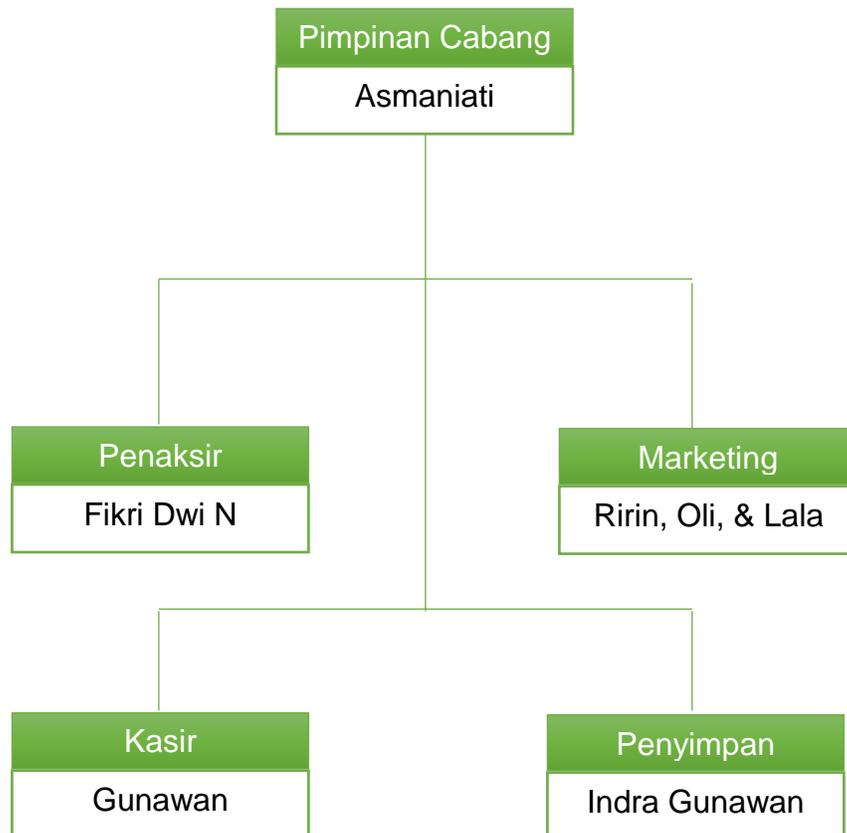
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

langsung maupun tidak langsung. Bentuk pertanggungjawaban Perum Pegadaian yang lain yaitu pertanggungjawaban kepada pegawai melalui penandatanganan perjanjian kerja bersama PKB oleh Direksi pada tanggal 1 April 2004.

## 7. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas di Pegadaian Syariah cabang kota Jambi

**Gambar VI.2**  
**Struktur Organisasi di Cabang Pegadaian Syariah Jambi**



Adapun penjelasan mengenai tugas masing-masing bagian dari struktur organisasi di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Kota Jambi adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

- a. Pimpinan Cabang bertugas mengelola oprasional cabang, yaitu:
  - 1) Menyalurkan uang pinjaman secara hukum gadai yang di dasarkan pada penerapan prinsip-prinsip syariah Islam.
  - 2) Pimpinan cabang juga melaksanakan usaha-usaha lain yang telah ditentukan oleh manajemen serta mewakili kepentingan perusahaan dalam hubungan dengan pihak lain.
  - 3) Pimpinan cabang sebagai pelaksana teknis dari perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat.
  - 4) Secara organisatoris pimpinan cabang bertanggung jawab kepada pimpinan wilayah, selanjutnya pimpinan wilayah akan melaporkan hasil kegiatan binaan kepada direksi. Sedangkan direksi akan membuat kebijakan dan pengelolaan kantor CPS dan memberikan respon atau tindak lanjut atas laporan pimpinan wilayah dengan dibantu oleh jendral mananger pegadaian pusat.
- b. Penaksir adalah orang yang menaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan penaksiran uang pinjaman yang wajar serta citra yang baik bagi perusahaan. Tugas-tugas penaksir:
  - 1) Memberikan Memberikan pelayanan kepada rahin dengan cepat, mudah, dan aman.
  - 2) Menaksir barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
  - 3) Memberikan perhitungan kepada pemimpin cabang penggunaan pinjaman gadai oleh rahin.
  - 4) Menetapkan biaya administrasi dan jasa sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c. Kasir dan penyimpanan adalah orang yang bertugas melakukan penerimaan, penyimpanan, dan pembayaran serta pembuktian sesuai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran operasional kantor cabang.

- d. Marketing adalah orang yang bertugas untuk menyiapkan konsep, alat, strategi untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan.

### 1. Produk Pegadaian Syariah di kota Jambi

#### a. Pembiayaan Rahn (Gadai Syariah)

Pembiayaan rahn dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat untuk kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Dengan prosesnya yang hanya dalam waktu 15 menit, dana yang nasabah ajukan bisa langsung cair. Jaminan untuk gadai syariah ini yaitu berupa barang perhiasan, elektronik, atau kendaraan bermotor yang akan tersimpan aman di Pegadaian.<sup>97</sup>

Adapun beberapa keunggulan dari produk ini, yakni layanan rahn tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh diseluruh Indonesia dengan prosedur pengajuannya yang sangat mudah. Calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya ke outlet Pegadaian, yang selanjutnya akan diproses dalam waktu singkat.

Pinjaman (marhun bih) yang bisa didapatkan dari produk ini mulai dari 50 ribu hingga 500 juta rupiah atau lebih dengan jangka waktu peminjaman maksimal 120 hari. Pinjaman ini dapat diperpanjang dengan cara membayar mu'nah-nya saja atau dengan cara membayar mu'nah dan mengangsur sebagian uang pinjaman. Untuk pelunasan gadai syariah ini juga dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan ijarah selama masa pinjaman. Tanpa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

<sup>97</sup> Ir. Agus Siswanto Dkk, *HRD Syariah Teori dan Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2020), 188.

perlu membuka rekening, nasabah bisa menerima pinjaman dalam bentuk tunai.

Pegadaian Syariah memberikan syarat mudah bagi nasabah yang ingin mengajukan pinjaman melalui produk ini yakni membawa fotokopi KTP atau identitas resmi lainnya dan menyerahkan barang jaminan. Untuk barang jaminan berupa kendaraan bermotor, nasabah diharapkan membawa BPKB kendaraan tersebut.

b. Arrum BPKB

Pegadaian syariah mendefinisikan ARRUM adalah (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro) yang dijalankan pada pegadaian syariah memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan kendaraan. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Yaitu dengan memaksimalkan daya guna kendaraan yang dimiliki

Sistem operasional Arrum BPKB yaitu dimana nasabah mengajukan pinjaman kepada pihak Pegadaian Syariah dengan memenuhi persyaratan seperti harus memiliki usaha yang memenuhi kriteria, fotokopi KTP suami/istri, fotokopi KK, PBB, Rekening listik/telpon, fotokopi BPKB, fotokopi STNK, pasfoto terbaru. Setelah semua dilengkapi maka pihak Pegadaian Syariah akan mensurvei usaha nasabah tersebut (dimana ada tim survei dari pihak Pegadaian untuk menentukan apakah nasabah tersebut bisa diberi pinjaman), jika usahanya memenuhi kriteria, maka nasabah harus memiliki surat keterangan usaha Lurah/SITU/TDP/NPWP.

Dasar Hukum Pembiayaan ARRUM diatur menurut undang-undang yang mengaturnya yaitu menurut Surat Edaran (SE) No. 14/US.200/2008 tentang penyaluran pembiayaan ARRUM. b.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.

c. Arrum Haji

Produk Arrum Haji merupakan produk yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah di mana produk tersebut memberikan dana bantuan haji kepada anggota masyarakat yang berkeinginan untuk menunaikan ibadah haji. Pegadaian Syariah memberikan dana bantuan haji sebesar 25 juta rupiah untuk mendapatkan nomor porsi haji dengan menjaminkan atau menggadaikan emas seberat 15 gram atau senilai uang 7 juta rupiah. Produk Arrum Haji merupakan produk yang terbilang masih baru yang ada di Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia termasuk beberapa pegadaian konvensional yang melayani sistem usaha syariah. Produk ini dijamin aman oleh Pegadaian Syariah karena diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Bagi nasabah yang ingin menggunakan produk ini, tinggal datang ke Pegadaian Syariah terdekat dengan membawa persyaratan, sebagai berikut:

- 1) Membawa jaminan berupa emas seberat 15 gram atau senilai 7 juta rupiah.
- 2) Membawa KTP.
- 3) Membawa persyaratan untuk mendaftar porsi haji

Pembiayaan Arrum Haji pada Pegadaian Syariah adalah layanan yang memberikan nasabah kemudahan untuk pendaftaran dan pembiayaan haji. Dengan jaminan berupa emas minimal senilai 7 juta rupiah plus bukti SA BPIH SPPH dan buku tabungan haji.<sup>98</sup>

Keunggulan produk ini nasabah bisa memperoleh tabungan haji yang langsung dapat digunakan untuk memperoleh nomor porsi haji.

<sup>98</sup> Siswanto, *HRD Syariah Teori dan Implementasi*, 191.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Nasabah juga tidak perlu khawatir karena emas dan dokumen haji aman tersimpan di Pegadaian. Dengan biaya pemeliharaan barang jaminan terjangkau, jaminan emas ini juga dapat dipergunakan untuk pelunasan biaya haji. Adapun persyaratan yang harus dipenuhi untuk bisa mengajukan Arrum Haji ini yaitu nasabah harus tercatat sebagai pendaftar haji dan membawa fotokopi KTP.

Munculnya produk Arrum Haji memberikan kemudahan bagi masyarakat yang hendak melakukan pendaftaran haji. Fatwa DSN-MUI Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas menjadi landasan hukum produk Arrum Haji, hal ini dikarenakan jika ditinjau dari segi objek jaminan yang dijadikan barang jaminan adalah emas.

Dalam fatwa DSN-MUI tersebut telah dijelaskan secara mendetail mengenai pelaksanaan Rahn Emas, jika merujuk pada fatwa ini, pelaksanaan produk Arrum Haji telah sejalan dengan fatwa tentang Rahn Emas. Selain itu Fatwa DSN-MUI Nomor 92/DSN-MUI/IV/2014 tentang Pembiayaan yang Disertai Rahn juga merupakan landasan hukum dalam pelaksanaan produk Arrum Haji. Dalam pelaksanaan produk Arrum Haji akad yang digunakan adalah akad pembiayaan, dalam hal ini adalah pembiayaan untuk melakukan pendaftaran haji dengan jaminan berupa emas, dengan demikian jika merujuk pada fatwa ini maka pembiayaan yang dimaksud termasuk dalam kategori fatwa ini.

d. Multi Pembayaran *Online*

Adapun persyaratan yang harus dipenuhi untuk bisa mengajukan Arrum Haji ini yaitu nasabah harus tercatat sebagai pendaftar haji dan membawa fotokopi KTP. Layanan MPO sebagai solusi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank.<sup>99</sup>

Biaya administrasi pada MPO ini bersifat kompetitif. Pembayaran tagihan selain dapat dilakukan secara tunai juga dapat bersinergi dengan gadai emas. Untuk pembayaran tagihan dengan gadai emas, nilai hasil gadai akan dipotong untuk pembayaran rekening. Seluruh proses ini dilakukan dalam satu loket layanan, dan setiap nasabah dapat melakukan pembayaran untuk lebih dari satu tagihan.

Persyaratan untuk menggunakan layanan dari produk ini juga tergolong mudah, nasabah cukup datang ke outlet Pegadaian terdekat dengan membawa dan menyerahkan nomor pelanggan untuk tagihan listrik, telepon, pulsa ponsel, PDAM, tiket kereta api, dan lain sebagainya.

#### e. Konsinyasi Emas

Konsinyasi Emas adalah layanan titip-jual emas batangan di Pegadaian sehingga menjadikan investasi emas milik nasabah lebih aman. Jika emas yang dikonsinyasikan terjual, nasabah akan mendapatkan pembagian dari hasil penjualan, oleh sebab itu juga emas yang dimiliki bisa lebih produktif.<sup>100</sup>

Keuntungan produk Konsinyasi Emas ini adalah dikelola oleh PT Pegadaian (persero) yang merupakan BUMN terpercaya, emas akan terproteksi 100%, transparan dalam pengelolaan, serta menghasilkan keuntungan yang kompetitif dengan investasi lainnya.

Pegadaian Konsinyasi emas adalah skema investasi yang memanfaatkan emas yang nasabah miliki menjadi menghasilkan dengan cara Titip Jual. Dengan Pegadaian Konsinyasi emas yang anda titipkan di Pegadaian akan dijual kembali lalu Pegadaian akan

<sup>99</sup> Siswanto, *HRD Syariah Teori dan Implementasi*, 190.

<sup>100</sup> Siswanto, *HRD Syariah Teori dan Implementasi*, 190.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

memesan kembali emas pengganti dengan kadar dan berat yang sama. Emas yang nasabah titipkan itu akan menjadi stock untuk dijual oleh Pegadaian dan emas nasabah yang telah terjual tersebut akan diganti oleh Pegadaian dengan emas yang baru dengan berat dan kadar yang sama dan atas penjualan emas nasabah. Fee yang diperoleh Pegadaian akan dishare kepada nasabah kurang lebih nya.

Terdapat keuntungan yang di dapat dari konsinyasi emas:

- 1) Emas yang akan nasabah titipkan harus dibeli di Pegadaian. Emas tersebut dapat langsung dikonsinyasikan di Pegadaian. Jika nasabah membeli emas dengan cara mengabsur, nasabah harus elunasi terlebih dulu. Setelahnya emas baru dapat dikonsinyasikan.
- 2) Jika emas yang nasabah titipkan di Pegadaian terjual, nasabah akan mendapat pembagian hasil dari penjualan. Pembagian keuntungan 1/3 untuk pemilik emas dan 2/3 untuk Pegadaian.
- 3) Biaya penitipan emas gratis selama emas belum terjual. Pegadaian menjamin kemandirian emas milik nasabah yang telah di asuransikan
- 4) Penjualan emas hanya bisa dilakukan 1 kali per akad. Setiap akad memiliki kontrak 3 bulan.
- 5) Nasabah akan menerima pembagian hasil dari penjualan emas. Tidak perlu khawatir akan rugi, karena keuntungan pasti akan nasabah dapatkan walaupun harga emas sedang mengalami penurunan.
- 6) Pegadaian akan mengganti emas nasabah sesuai kadar berta yang sama. Emas nasabah tetap utuh.
- 7) Pembayaran bagi hasil penjualan akan diberikan setelah emas pengganti diterima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Status barang konsinyasi dapat dilihat online dalam halaman CEK STATUS KONSINYASI dengan memasukan nomor konsinyasi KSXXXXXXXXXX ke dalam kontak pencarian pada aplikasi sahabat pegadaian atau pun website resmi pegadaian

Persyaratan untuk melakukan konsinyasi ini juga cukup mudah, yakni nasabah cukup menyerahkan fotokopi identitas diri (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku; kuitansi pembelian emas atau berita acara serah terima emas yang dibeli di Pegadaian; dan mengisi dokumen pengajuan konsinyasi dan materai 6000 sebanyak dua lembar.

f. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini sekaligus bisa memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Dengan harga terjangkau yang dimulai dengan harga Rp 5.000,00- an atau setara dengan berat 0,01 gram (dengan asumsi harga emas Rp 500.000,00/gram), nasabah sudah bisa memiliki Tabungan Emas.<sup>101</sup>

Pegadaian syariah membuat produk tabungan emas dengan layanan jual beli (murabahah) dan titipan (wadi'ah). Untuk menarik masyarakat agar bisa menjadi nasabah produk tabungan emas seperti halnya visi dan misi pegadaian yang ingin membantu masyarakat dalam berinvestasi di kalangan menengah kebawah. Adanya produk tabungan emas di pegadaian syariah sejak tahun 2016 untuk memudahkan masyarakat di kalangan menengah kebawah agar dengan mudah menginvestasikan uangnya menjadi tabungan emas, karena dalam produk tabungan emas sangat memudahkan

<sup>101</sup> Siswanto, *HRD Syariah Teori dan Implementasi*, 190.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

masyarakat untuk memiliki emas, dalam produk tabungan emas masyarakat bisa membeli emas dengan harga dan jumlah yang minim, yaitu mulai dari 0.01 gram, masyarakat yang mendaftarkan dirinya menjadi nasabah bisa langsung membeli emas di pegadaian dengan harga yang dijual oleh pegadaian mengikuti harga pasar jual emas setiap harinya.

Dalam produk tabungan emas memiliki dua akad yaitu murabahah dan wadiah, karena setelah masyarakat membeli emas yang bernama produk tabungan emas di pegadaian syariah nasabah langsung dengan otomatis menitipkan emas nya di pegadaian, seperti yang dari awal disepakati oleh nasabah yang membayar uang titipan degan dalam jangka 1 tahun. Karena dalam produk tabungan emas di pegadaian emas yang dijual oleh pegadaian bisa dijual kembali kepada pegadaian setelah jumlah tabungan yang nasabah miliki minimal 1 gram, dan untuk sistim cetak bisa dilakukan setiap nasabah membutuhkannya, dan ketika nasabah menginginkan untuk mentak emas batangan minimalemas yang dimiiki nasabah berjumlah 5 gram.

Untuk membuka rekening tabungan emas di kantor cabang pegadaian syariah serang nasabah harus melampirkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku. Mengisi formulir pembukaan rekening serta membayar biaya administrasi sebesar Rp.10.000,- dan biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp.30.000,-. Setelah nasabah melengkapi persyaratan untuk membuka tabungan emas maka nasabah berhak menerima buku tabungan emas yang nantinya untuk menabung di pegadaian. Proses pembelian emas dapat dilakukan dengan kelipatan 0,01 gram di sesuaikan dengan harga emas pada hari pembelian (karna harga emas berbeda-beda dalam setiap harinya).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Dengan layanan petugas yang professional, Tabungan Emas ini bisa menjadi alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio asset. Selain itu, Tabungan Emas ini juga mudah dicairkan ketika anda memiliki kebutuhan mendesak yang harus dipenuhi. Untuk membuka rekening Tabungan Emas, nasabah bisa datang ke kantor cabang pegadaian di seluruh Indonesia (sementara hanya tersedia di kantor cabang rintisan) dengan melampirkan fotokopi identitas diri yang masih berlaku.

g. Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.<sup>102</sup>

Produk mulia ini memberikan proses yang mudah dengan layanan profesional dan bisa menjadi alternatif investasi yang aman untuk menjaga potofolio asset. Dengan sifat emas batangan yang sangat likuid ini, emas bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak nasabah.

Keunggulan dari pembiayaan Mulian yaitu: Proses mudah dengan layanan professional, Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset, Sebagai aset, emas batangan sangat likuid untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak, Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 5 gram s.d. 1 kilogram, Emas batangan dapat dimiliki dengan cara pembelian tunai, angsuran, kolektif (kelompok), ataupun arisan, Uang muka mulai dari 10% s.d.

<sup>102</sup> Siswanto, *HRD Syariah Teori dan Implementasi*, 194.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



90% dari nilai logam mulia dan Jangka waktu angsuran mulai dari 3 bulan s.d. 36 bulan.

## B. Temuan Penelitian dan Pembahasan Penelitian

### 1. Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi

Pegadaian Syariah merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif, sampai saat ini *Rahn* merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah di Pegadaian Syariah. Menurut beberapa mazhab *Rahn* berarti penahanan barang (hutang) yang nantinya dapat dijadikan sebagai pembayaran piutang tersebut. Sedangkan pada Pegadaian Syariah, *Rahn* adalah produk jasa gadaai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, dimana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan *ijarah* (biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan/*mu'nah*).

Oleh karena itu didalam menyusun rencana pemasaran produk gadaai syariah, Pegadaian Syariah menempatkan pengenalan produk terhadap calon nasabah pada urutan pertama guna memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah tersebut. Hal ini dilakukan untuk menentukan terlebih dahulu segmen pasar yang akan dituju. Setelah menentukan segmen pasar yang dituju, maka tahap selanjutnya Pegadaian Syariah memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya. Pemilihan pasar sasaran produk gadaai syariah adalah kepada nasabah potensial, diantaranya adalah nasabah yang memerlukan dana cepat untuk kebutuhan perdagangan, pendidikan, pertanian, perumahan, kesehatan, dan konsumsi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



Sebagaimana wawancara peneliti kepada Mbak Oli, Marketing Eksekutif dari Pegadaian Syariah di kota Jambi:<sup>103</sup>

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, biasanya kami melakukan pembagian segmentasi pasar dulu. Mana calon nasabah yang potensial yang dapat tertarik dengan produk yang kami tawarkan. Misalnya jika perorangan kami biasanya menawarkan produk dengan akad *Rahn* atau gadai, bisa juga cicilan emas dan Arrum BPKB. Karena ketiga produk ini biasanya diminati banyak kalangan masyarakat. Tetapi, jika kami sedang melakukan kegiatan promosi ke instansi, kami lebih menekankan untuk mereka membuka tabungan emas di Pegadaian Syariah, dengan menjelaskan terlebih dahulu keunggulan yang didapatkan dari produk ini.

Untuk mencapai hasil yang maksimal dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan Pegadaian Syariah, maka Pegadaian Syariah melakukan strategi pemasaran sebagai berikut:

#### a. Strategi dalam bidang produk

Produk-produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syraiah memiliki banyak jenis. Namun diantara sekian banyak jenis produk yang ditawarkan beberapa produk yang menjadi unggulan dan banyak diminati maysarakat menjadikan celah untuk dapat menjadi strategi pemasaran dalam bidang produk, yaitu:

##### 1) *Rahn* (Gadai)

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

Pegadaian syariah menjawab kebutuhan transaksi gadai syariah, untuk solusi pendanaan yang cepat, praktis dan menentramkan. Hanya dengan 15 menit kebutuhan dana nasabah

<sup>103</sup> Oli, Marketing Eksekutif Pegadaian Syariah, 04 November 2022.

akan segera terpenuhi. Tidak perlu prosedur yang memberatkan. Apabila sudah jatuh tempo, tetapi nasabah belum bisa melunasinya, maka bisa diperpanjang dan hanya dengan membayar sewa simpan dan pemeliharaan serta biaya administrasi.

## 2) Arrum BPKB

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

## 3) Mulia

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

biaya pendidikan anak di masa yang akan datang, dan untuk dapat memiliki tempat tinggal dan kendaraan.

Ditambahkan oleh mbak Ririn selaku CRO (*Customer Relation Officer*) Pegadaian Syariah menerangkan:<sup>104</sup>

Biasanya banyak nasabah yang bertanya tentang sistem gadai yang ada di Pegadaian Syariah, apalagi Pegadaian Syariah berlandaskan prinsip Syariah yang belum terlalu lumrah di masyarakat yang menganggap semua sama saja dengan konvensional, namun kami selaku CRO menjelaskan bahwa produk yang kami tawarkan tidak mengandung riba. Semua produk yang kami tawarkan termasuk 3 jenis produk unggul yang banyak diminati yaitu *Rahn*, Arrum BPKB dan Mulia memiliki keunggulan dan kemudahan yang akan diterima oleh nasabah.

#### b. Strategi dalam bidang harga

Strategi dalam bidang harga yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah adalah memberikan biaya *Ijarah* yang murah serta uang pinjaman yang relative besar. Selanjutnya tariff *mu'nah* dihitung per 10 hari. Sedangkan Pegadaian Konvensional dihitung per 15 hari.

Sebagaimana yang disampaikan oleh pak Gunawan selaku kasir di Pegadaian Syariah mengatakan:<sup>105</sup>

Dalam menetapkan harga di Pegadaian Syariah, kami menggunakan perhitungan jasa per 10 hari, *mu'nah* diperhitungkan dari taksiran bukan pinjaman nasabah. Nasabah hanya akan membayar administrasi dan *mu'nah* saja. Pegadaian Syariah tidak memberikan bunga, hal ini karena dapat bertentangan dengan syariat Islam. Berbeda dengan Pegadaian konvensional yang menggunakan sistem bunga, dan sewa modal yang dihitung berdasarkan uang pinjaman.

Penetapan harga ini dilakukan agar mampu menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

<sup>104</sup> Ririn, CRO (*Customer Relation Officer*) Pegadaian Syariah, 04 November 2022.

<sup>105</sup> Gunawan, Kasir di Pegadaian Syariah, 01 Oktober 2022.

Harapannya nasabah tidak terbebani dengan biaya *mu'nah* dan administrasi yang mahal yang akan dibayarkan oleh nasabah jika ingin menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

### c. Strategi dalam bidang distribusi

Pegadaian Syariah menyadari bahwa sarana distribusi merupakan sebagai penunjang utaman dalam menarik minat nasabah, karena dengan banyaknya unit Pegadaian Syariah ini dapat memudahkan masyarakat dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Strategi dalam bidang distribusi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi adalah dengan adanya UPC (Unit Pelayanan Cabang) yang tersebar di berbagai tempat di Jambi, sehingga memudahkan masyarakat dalam menjangkaunya. Pegadaian Syariah di kota Jambi sendiri memiliki beberapa unit yaitu; unit Kebun Jeruk, Unit Simpang Mayang, unit Pasar Angso Duo, unit Aston Villa, unit Pal Merah, unit UIN STS Jambi.

### d. Strategi dalam bidang promosi

Promosi adalah hal yang paling penting dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi adalah:

#### 1) Literasi dan Sosialisasi

Hal utama yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah adalah Literasi dan Sosialisasi mengenai produk-produk yang ditawarkan kepada calon nasabah. Kegiatan ini harapannya mampu membuat masyarakat yang tidak mengetahui tentang Pegadaian Syariah menjadi tahu adanya Pegadaian Syariah serta produk-produk apa saja yang ditawarkan. Biasanya Literasi dan Sosialisasi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah menyentuh berbagai elemen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

masyarakat. Dimulai dari masyarakat yang masih awam dengan Pegadaian Syariah, kepada Instansi Pemerintahan maupun Swasta dan ke perguruan tinggi yang ada di kota Jambi. Literasi dan Sosialisasi yang dilakukan dapat berupa online maupun offline.

Dijelaskan oleh mbak Oli dalam sesi wawancara bersama peneliti menyatakan:<sup>106</sup>

Paling utama yang kami lakukan ya memperkenalkan produk ya mbak, salah satunya lewat program Literasi dan Sosialisasi yang dilakukan pihak marketing agar masyarakat luas menjadi tahu keberadaan Pegadaian Syariah ini. Sasarannyapun berbagai macam kalangan, seperti masyarakat umu, instansi, dan mahaiswa/mahasiswi di perguruan tinggi. Acaranyapun dilakukan bisa online bisa juga offline. Kadang kalau online itu lewat aplikasi zoom, karena semenjak pandemi meeting ataupun pertemuan lainnya lewat zoomkan sudah tidak asing lagi ya mbak. Jadi memang kegiatan ini kegiatan utama strategi pemasaran yang kami lakukan.

## 2) Publikasi

Selanjutnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi adalah melakukan publikasi. Publikasi yang dimaksud dapat melalui sosial media yang dimiliki Pegadaian Syariah. Yaitu Instagram, Facebook, maupun WhatsApp. Namun memang dalam kegiatan ini masih banyak yang perlu diperbaiki oleh Pegadaian Syariah, salah satunya haru mengaktifkan postingan di sosial media yang dimiliki.

Dijelaskan oleh mbak Ririn selaku CRO dalam sesi wawancara mengatakan:<sup>107</sup>

Kalau untuk sosial media kami juga melakukan publikasi tentang produk-produk yang kami tawarkan atau promo-promo apa saja yang ada di Pegadaian Syariah. Instagram kami punya akun sendiri, tetapi kalau Facebook dan WhatsApp kami menggunakan akun pribadi, karena belum memiliki akun khusus Pegadaian Syariah.

<sup>106</sup> Oli, Marketing Eksekutif Pegadaian Syariah, 04 November 2022.

<sup>107</sup> Ririn, CRO (*Customer Relation Officer*) Pegadaian Syariah, 04 November 2022.

Ada kelebihan dan kekurangannya, kalau akun pribadi jangkauannya hanya yang kita kenal saja atau berteman dengan kita di sosial media kita, tapi kelebihanannya calon nasabah bisa lebih leluasa langsung bertanya tentang produk atau promo yang sedang ada di hari itu mbak.

Media sosial merupakan hal yang sangat dekat jangkauannya dengan aktifitas masyarakat saat ini, maka seharusnya ini mampu menjadi peluang Pegadaian Syariah dalam mensosialisasikan produknya kepada masyarakat luas tanpa batas jarak dan waktu. Hal ini dapat menjadi bahan evaluasi kedepan oleh Pegadaian Syariah untuk lebih aktif di sosial media selain melakukan literasi dan sosialisasi yang dilakukan secara langsung.

### 3) Brosur

Brosur merupakan salah satu media promosi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan, agar kegiatan promosi dapat berjalan dengan efektif, maka Pegadaian Syariah mendesain brosur dengan visual dan gambar yang menarik serta memuat isi yang berkualitas dan mudah dipahami oleh calon nasabah.

Sebagaimana peneliti melakukan wawancara kepada mbak Oli selaku bagian Marketing Eksekutif:<sup>108</sup>

Brosur itu termasuk hal yang penting ya mbak dalam melakukan promosi, karena dapat menghemat waktu serta tenaga di jam-jam tertentu namun informasi tetap dapat tersampaikan kepada konsumen. Tetapi kami juga tidak mengabaikan nasabah apabila masih belum jelas atau belum dipahami dengan apa yang ada di brosur, kami pun akan dengan senang hati menjelaskan kepada nasabah/calon nasabah. Desain brosur kami juga didesain menarik dan semudah mungkin ketika dibaca oleh calon nasabah mereka dapat mengerti isinya

<sup>108</sup> Oli, Marketing Eksekutif Pegadaian Syariah, 04 November 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Penyebaran brosur juga diperhatikan oleh Pegadaian Syariah kota Jambi, yaitu dengan memperhatikan waktu dan tempatnya , sering kali brosur dibagikan dalam suatu even atau seminar-seminar yang dilakukan Pegadaian sendiri , hal ini bertujuan agar brosur yang dibagikan dapat tersalurkan kepada target dan tidak terbuang percuma dan brosur yang dibagikan pun bisa dibagikan dalam jumlah banyak karena diharapkan semakin banyak brosur yang dibagikan maka akan semakin besar pula peluang masyarakat menjadi konsumen dan tentunya hal ini juga meringankan beban tenaga pemasar yang tidak perlu mendatangi calon konsumen satu persatu.

#### 4) *Personal Selling*

Personal selling merupakan penggunaan model *face to face communication* diantara penjual dan pembeli, dengan demikian *personal selling* merupakan sebuah proses dimana terjadinya komunikasi antara penjual dan pembeli dengan tatap muka, para pelanggan diberi informasi dan mereka dipengaruhi untuk membeli produk-produk melalui komunikasi secara personal dalam situasi pertukaran.

Kegiatan ini dilakukan dengan mengoptimalkan tenaga pemasaran untuk melakukan promosi dalam bentuk komunikasi personal dengan calon konsumen yang ditujukan untuk menciptakan penjualan, tenaga pemasar ini bertujuan untuk mengenalkan produk-produk Pegadaian Syariah kepada calon konsumen dan juga melakukan kunjungan kepada mereka yang ingin melakukan pembiayaan serta memberikan pemaparan atas produk yang diminta.

Namun dalam kegiatannya, *Personal Selling* ini sudah hampir tidak dijalankan oleh tim khusus yang ada di Pegadaian Syariah,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

seperti yang dijelaskan oleh mbak Oli saat diwawancara oleh peneliti.<sup>109</sup>

Dulu ada yang namanya bagian Sales Profesioanl (*Fronting*) di Pegadaian ini, namun seiring berjalannya waktu bagian ini menjadi kosong, karena dulu ada gaji pokoknya. Sekarang sudah tidak ada lagi gaji pokok, sistemnya apabila mendapatkan nasabah baru mendapatkan *fee* dari Pegadaian Syariah.

#### 5) Spanduk

Selain dengan empat kegiatan diatas, Pegadaian Syariah kota Jambi juga melakukan promosi dengan menggunakan spanduk, promosi dengan sepanduk ini dianggap cukup efektif karena bisa dibaca langsung oleh masyarakat tanpa beriteraksi langsung dengan pihak Pegadaian Syariah serta biaya yang dikeluarkan bank pun tidak terlalu tinggi.

Pemilihan tempat sangat mempengaruhi keefektifan promosi melalui spanduk ini, agar penggunaan spanduk iklan benar-benar efektif, maka sebelum pemasangan spanduk iklan, perusahaan haruslah terlebih dahulu melakukan survey atas lokasi yang akan digunakan, survey ini bertujuan untuk mengetahui apakah tempat tersebut , tempat yang termasuk dalam kategori strategis adalah tempat yang ramai seperti persimpangan jalan, area perkantoran serta ditengah kota

Dijelaskan oleh mbak Oli mengenai pemasangan spanduk Pegadian Syariah.<sup>110</sup>

Pemasangan spanduk iklan yang kami lakukan juga sebagai strategi promosi kami mbak. Biasanya kami memasang spanduk iklan selalu kami tempatkan pada acara-acara yang kami adakan ataupun acara yang kami ikuti agar dapat dibaca oleh msyarakat umum yang

<sup>109</sup> Oli, Marketing Eksekutif Pegadaian Syariah, 04 November 2022.

<sup>110</sup> Oli, Marketing Eksekutif Pegadaian Syariah, 04 November 2022.

harapannya mampu menarik minat mereka untuk menjadi nasabah kami.

Namun, pemasangan spanduk iklan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah kota Jambi dalam promosi produk terbatas hanya pada saat acara atau kegiatan tersebut, tidak ada lagi penempatan spanduk iklan ditempat-tempat strategis lainnya yang bersifat permanen atau jangka panjang seperti dipasang dipersimpangan jalan ataupun tempat ramai yang sering dilalui masyarakat yang ada hanyalah dikantor Pegadaian Syariah dan beberapa event yang mereka buat saja.

Spanduk iklan ini memang termasuk strategi promosi yang memakan biaya yang rendah namun dianggap cukup efektif dalam mengenalkan produk kepada masyarakat karena masyarakat tidak perlu bersusah payah mencari informasi tentang produk kepada pihak Pegadaian Syariah, namun cukup membaca spanduk iklan saja namun penempatannya pun juga harus diperhatikan agar fungsi iklan lebih efektif.

Dalam dunia pemasaran selalu terkait dengan yang dinamakan *marketing mix* (bauran pemasaran). *Marketing mix* adalah deskripsi dari suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan. Kotler dan Armstrong mendefinisikan bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan yang banyak itu dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan yang banyak itu dapat digolongkan menjadi empat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

kelompok variabel yang dikenal dengan “empat P” : *Product, Price, Place, dan Promotion* (Produk, harga, distribusi, promosi).<sup>111</sup>

Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk dan jasa.<sup>112</sup> Secara garis besar menurut Tjiptono dan Chandra terdapat tiga klasifikasi utama dari promosi penjualan, yaitu:<sup>113</sup>

- a) Promosi konsumen (*consumer promotions*), meliputi : kupon, produk sampel gratis, premium, hadiah, undian dan seterusnya.
- b) Promosi dagang (*trade promotions*), meliputi: diskon kas, barang dagangan (merchandise), bantuan peralatan, specialty advertising, atau insentif lain untuk pengecer atau pedagang grosir.
- c) Promosi wiraniaga (*salesforce promotions*), seperti kontes penjualan.

Dalam melakukan strategi pemasaran Pegadaian Syariah kota Jambi telah melakukan metode *marketing mix* dalam kegiatan pemasarannya, namun diantara 4 metode tersebut salah satu yang masih menjadi kekuarangan dalam kegiatan pemasarannya adalah pada strategi *Promotion* atau promosi.

Pegadaian Syariah dalam strategi promosinya terkendala di bagaian publikasi media sosial. Manusia yang sudah akrab dengan kecanggihan teknologi seharusnya mampu membuat Pegadaian Syariah mengikuti perkembangan zaman dan memanfaatkan situasi teknologi saat ini. Pegadaian Syariah kota Jambi hanya aktif di satu media sosial yang dimiliki sendiri, yaitu media sosial instagram.

<sup>111</sup> Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: Erlangga 2001), 48.

<sup>112</sup> Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 177.

<sup>113</sup> Chandra, *Pemasaran Strategik*, 367



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Sementara untuk media sosial lain seperti *Facebook*, *TikTok* dan *WhatsApp* tidak dimiliki secara pribadi oleh Pegadaian Syariah kota Jambi, melainkan hanya dilakukan promosi melalui akun-akun pribadi staff dan karyawan yang bekerja di sana.

Selain itu dalam kegiatan *Personal Selling* Pegadaian Syariah kota Jambi tidak memiliki tim khusus lagi, karena kendala dalam memberikan *fee* pada tim yang bersangkutan, sehingga kini kegiatan *Personal Selling* dialihkan kesetiap staff dan karyawan yang ada di Pegadaian Syariah saja.

Kekurangan tim marketing pada Pegadaian Syariah merupakan satu hal khusus yang harus diperhatikan, karena di Pegadaian Syariah kota Jambi hanya memiliki 2 tim marketing. Sementara untuk minimal anggota tim marketing agar dapat melakukan promosi ada 4. *Promotion* (promosi) mewakili semua bentuk komunikasi yang di gunakan oleh pemasar dalam mengkomunikasikan produknya di pasar. Promosi memiliki empat elemen, yaitu: periklanan (*advertising*), hubungan publik (*public relations*), penjualan pribadi (*personal selling*) dan promosi penjualan (*sales promotion*)<sup>114</sup>

Ditambahkan kembali oleh mbak Oli:<sup>115</sup>

Untuk etika saat melakukan promosi tentu kami perhatikan mbak, bagaimana cara berkomunikasi, berinteraksi pada saat menawarkan produk pegadaian syariah kota Jambi. Karenakan ini berbasis Islami, jadi harus sopan, santun, menghargai dan tidak membedakan konsumen dari segi SARA. Saat promosipun kami tidak lupa menonjolkan prinsip syariah.

<sup>114</sup> Vincent Gaspersz, *All-in-one Marketing Excellence*, Bogor: Vinchrsto Publication, 2012, 78.

<sup>115</sup> Oli, Marketing Eksekutif Pegadaian Syariah, 12 April 2023.

## 2. Kendala Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam Menerapkan Strategi Pemasaran

Menurut Hansen dan Mowen (2000), berdasarkan asalnya, kendala dibagi menjadi dua jenis, yaitu:<sup>116</sup>

1. Kendala internal (*internal constraint*), adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari dalam perusahaan, misalnya keterbatasan jam mesin. Kendala internal harus dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan throughput semaksimal mungkin tanpa meningkatkan persediaan dan biaya operasional.
2. Kendala eksternal (*external constraint*), adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya permintaan pasar atau kuantitas bahan baku yang tersedia dari pemasok. Kendala eksternal yang berupa volume produk yang dapat dijual, dapat diatasi dengan menemukan pasar, meningkatkan permintaan pasar ataupun dengan mengembangkan produk baru.

Dalam melakukan suatu perencanaan atau kegiatan, tentu tidak terlepas dari kendala yang akan dihadapi oleh suatu perusahaan, kendala yang dihadapi ini dapat menjadi bahan evaluasi oleh perusahaan tersebut agar kedepan mampu dalam menjalankan perencanaan atau kegiatan dengan lebih baik lagi. Begitu pula yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi yang tidak terlepas dari kendala yang dihadapi dalam melaksanakan strategi pemasaran. Kendala tersebut berasal dari berbagai pihak, baik internal maupun eksternal sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>116</sup> Hansen dan Mowen, *Akuntansi Manajemen Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2000), 83

### a. Faktor Internal

#### 1) Karyawan merangkap tugas

Pegadaian Syariah di kota Jambi memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) atau karyawan yang tidak terlalu banyak, sehingga membuat karyawan merangkap beberapa tugas untuk pekerjaan yang dilakukan di kantor. Perangkapan tugas ini membuat hasil pekerjaan menjadi kurang maksimal. Seperti yang peneliti amati dan dari hasil wawancara di lapangan, banyak karyawan yang bukan bagian marketing juga turut membantu pihak marketing dalam mempromosikan produk-produk dari Pegadaian Syariah. Sementara dari tim marketing sendiri juga kekurangan SDM karena saat ini hanya ada 3 orang di posisi marketing, padahal tim marketing merupakan salah satu tim yang krusial di sebuah perusahaan. Tim inilah yang bertugas untuk menjalankan strategi pemasaran sehingga dapat mengajak berbagai pihak untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

#### 2) Tidak semua Sumber Daya Manusia (SDM) memahami sepenuhnya tentang Prinsip Syariah

Pemahaman dari setiap karyawan dari Pegadaian Syariah merupakan salah satu penunjang dalam kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan, namun hal ini menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi, bahwa tidak semua menguasai secara penuh tentang praktik dari ekonomi berbasis syariah. Hal ini terjadi karena karyawan yang bekerja di kantor Pegadaian Syariah tidak berlatar belakang pendidikan kampus yang berbasis Islam. Pemahaman tentang prinsip syariah ini sangat diperlukan untuk peningkatan kapasitas serta keilmuan karyawan itu sendiri, terutama untuk tim marketing yang terjun langsung dalam menarik minat calon nasabah. Tim marketing harus meningkatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

kapasitas keilmuan yang mereka punya tentang prinsip Syariah seperti apa yang diterapkan di Pegadaian Syariah, apa perbedaan Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah, serta selain keuntungan yang didapatkan oleh nasabah yang memilih melakukan transaksi di Pegadaian Syariah, keuntungan unggul lain apa yang mereka dapatkan dalam memilih Pegadaian Syariah yang menerapkan prinsip-prinsip Syariah di dalamnya.

### 3) Belum mengoptimalkan teknologi dan media sosial

Teknologi dan media sosial pada masa kini adalah hal yang tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari manusia. Teknologi digunakan diberbagai sektor untuk mempermudah kebutuhan manusia. Seperti sektor ekonomi, sektor pendidikan, sektor bisnis, dan sektor kehidupan manusia yang lainnya yang kini sudah tersentuh oleh kecanggihan teknologi.

Hadirnya teknologi ini seharusnya mampu dimanfaatkan manusia bukan hanya untuk mempermudah kegiatan sehari-hari, namun bisa mendapatkan keuntungan di dalamnya. Seperti halnya strategi pemasaran yang dapat dilakukan melalui teknologi terkhusus sosial media yang sangat mudah untuk dijalankan. Penggunaan teknologi dapat menjangkau skala besar, mendekatkan yang jauh, dan memperoleh jaringan yang luas. Sehingga pemanfaatan teknologi ini mampu menjadi salah satu bagian dari strategi pemasaran yang harus diperhitungkan.

Pegadaian Syariah di kota Jambi tetapi masih memiliki kendala dalam penggunaan teknologi dan sosial media ini. Dijelaskan kepada peneliti, bahwa media sosial yang digunakan untuk sarana pemasaran yang digunakan Pegadaian Syariah hanya Instagram, selebihnya Pegadaian Syariah tidak memiliki media sosial lain. Bisanya jika menggunakan media sosial lain, hanya menggunakan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

media sosial pribadi masing-masing anggota tim dari strategi pemasaran, seperti Facebook, TikTok, WhatsApp, Twitter dll, hal ini membuat masih sedikitnya jangkauan pemasaran yang dilakukan jika lewat sosial media.

Dalam sesi wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada tim marketing Pegadaian Syariah di kota Jambi menjelaskan tentang kendala internal yang dihadapi:<sup>117</sup>

Untuk kendala internal yang kami hadapi saat ini ya mbak sebenarnya tidak banyak, namun juga beberapa memang sedang kami coba untuk kami jalankan. Kami di sini karyawan Pegadaian Syariah tidak terlalu banyak, jadi memang harus saling membantu dalam menjalankan tugas, saling melengkapi gitu istilahnya. Strategi pemasaran sendiri kami lakukan tugasnya bersama-sama walaupun tanggung jawab utama dalam kegiatan ini tim marketing, karena tim marketing kami itu hanya tiga orang di sini mbak. Selain itu kami juga masih sama-sama belajar memperdalam tentang ekonomi Syariah, khususnya tentang Pegadaian Syariah agar jika mendapatkan pertanyaan-pertanyaan tentang Pegadaian Syariah kami dapat menjawabnya dengan baik.

Ditambahkan oleh mbak Ririn selaku CRO mengenai kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran yang dijalankan:<sup>118</sup>

Kalau dari segi sosial media kami baru menggunakan satu sosial media saja mbak, yaitu Instagra. Sementara kalau media sosial yang lain kami tidak mempunyai. Jika ingin menggunakan media sosial lain biasanya kami menggunakan sosial media pribadi saja, kadang tim marketing menggunakan media sosial pribadinya misalnya kaya Facebook, WhatsApp dll.

Penggunaan teknologi adalah upaya yang wajib untuk terus dimaksimalkan, karena zaman sekarang manusia tidak terlepas dari penggunaan teknologi. Pegadaian Syariah di kota Jambi juga dapat belajar dari lembaga keuangan bank dan non bank lainnya yang

<sup>117</sup> Oli, Marketing Eksekutif Pegadaian Syariah, 04 November 2022.

<sup>118</sup> Ririn, CRO (*Customer Relation Officer*) Pegadaian Syariah, 04 November 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

gencar melakukan promosi di media sosial. Seperti pinjaman online yang marak melakukan promosi di berbagai platform media sosial youtube, tiktok, instagram yang dapat lebih luas menyentuh lapisan masyarakat.

### **b. Faktor Eksternal**

#### 1) Persaingan bisnis dengan lembaga keuangan lain

Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah masing-masing memiliki peran dan keunggulannya tersendiri. Bagaimana setiap instansi menarik minat calon nasabah agar menggunakan jasanya merupakan tugas utama yang dilakukan agar memperoleh nasabah yang banyak. Kepercayaan dan layanan serta kualitas yang diberikan tentu akan menjadi nilai tambah tersendiri oleh pihak calon nasabah dalam memilih lembaga keuangan bank maupun non bank yang hadir ditengah masyarakat.

Pegadaian Syariah di kota Jambi harus melakukan ekstra promosi dalam kegiatan pemasarannya, karena yang mereka hadapi adalah Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah yang sudah lama berdiri jauh sebelum Pegadaian Syariah berdiri di kota Jambi. Selain persaingan umur tahun berdirinya sebuah lembaga, Pegadaian Syariah juga bersaing dalam produk-produk yang ditawarkan. Produk Pegadaian Syariah bisa dibilang tidak sebanyak lembaga keuangan lainnya, juga dalam peminjaman hanya diberikan batasan sampai 200 juta saja. Oleh karena itu, hal ini menjadi acuan untuk Pegadaian Syariah kedepannya untuk memperbanyak produk yang ditawarkan dan menambah nilai pinjaman yang akan didapatkan nasabah apabila melakukan pinjaman pada Pegadaian Syariah.

Selain bersaing dengan Perbankan dan Lembaga keuangan Syariah, Pegadaian Syariah juga bersaing dengan Perbankan dan Lembaga Keuangan Konvensional. Persaingan yang dihadapi ini



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

tentu menjadi cukup berat bagi Pegadaian Syariah, karena Perbankan dan Lembaga Keuangan Konvensional tentunya menawarkan produk yang lebih beragam dengan keuntungan yang banyak yang bisa didapatkan oleh calon nasabah, karena mereka tidak harus mematuhi prinsip-prinsip Syariah dalam kegiatannya, juga kehalalan yang ada pada lembaga tersebut, mereka hanya berpegang pada peraturan lembaga keuangan bank dan non bank, sehingga selama mereka dapat mematuhi, mereka tidak perlu memikirkan syariat-syariat dalam Islam yang harus diterapkan dalam kegiatan Perbankan dan Lembaga Keuangan Konvensional.

## 2) Kurangnya pemahaman masyarakat tentang Pegadaian Syariah

Kendala selanjutnya pada kegiatan pemasaran dari pihak eksternal adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang Pegadaian Syariah, kebanyakan masyarakat hanya mengetahui Pegadaian sekedar Pegadaian Konvensional saja dengan motto yang sudah tidak asing lagi di Masyarakat yaitu “Mengatasi Masalah tanpa Masalah”. Masyarakat yang kurang familiar dengan produk *Rahn* (Gadai) yang ada di lembaga keuangan syariah ini menjadi tolak ukur bahwa bagaimana masyarakat hanya mengenal sistem gadai bukan *Rahn* yang ada di Pegadaian Syariah di kota Jambi.

Pengetahuan konsumen juga memberikan dampak dalam keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa tertentu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan yang tersedia, beserta dengan penggunaan jasa yang mengeluarkan jasa tersebut.<sup>119</sup>

<sup>119</sup> Nengsih, *et al.*, “Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Pelawan Jaya,” *Al-Mashrafiah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (Oktober 2021): 31, [https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=6DYJn4IAAAAJ&pagesize=80&citation\\_for\\_view=6DYJn4IAAAAJ:4TOpqqG69KYC](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=6DYJn4IAAAAJ&pagesize=80&citation_for_view=6DYJn4IAAAAJ:4TOpqqG69KYC)



Fenomena yang terjadi dilapangan, masyarakat masih menganggap Pegadaian Syariah sama saja dengan Pegadaian Konvensional. Masyarakat menganggap bahwa melakukan transaksi gadaai sama saja dimanapun tempatnya, terlebih Pegadaian Konvensional unitnya lebih banyak dari pada Pegadaian Syariah yang hanya tersebar di beberapa titik di kota Jambi. *Mindset* masyarakat ini menjadi tugas utama untuk tim marketing Pegadaian Syariah di kota Jambi, mengubah *mindset* masyarakat menjadi hal utama yang harus dilakukan agar mereka tertarik menggunakan produk-produk di Pegadaian Syariah. Hal ini juga sejalan dengan faktor internal tadi, yang mana pihak pegadaian Syariah terkhusus tim marketing harus banyak memiliki pengetahuan tentang Pegadaian Syariah dan perbedaan dengan Pegadaian Konvensional.

Faktor kendala eksternal yang dihadapi Pegadaian Syariah di kota Jambi ini menjadi pekerjaan rumah utama untuk mampu bertahan ditengah pemikiran masyarakat yang lebih memilih menggunakan jasa lembaga keuangan lain selain Pegadaian Syariah. Dalam sesi wawancara yang dilakukan peneliti dengan pihak Kasir Pegadaian Syariah pak Gunawan menyatakan:<sup>120</sup>

Kalau kami yang mbak memang dalam memberikan pinjaman tidak sebesar lembaga keuangan lainnya, terlebih lembaga keuangan Konvensional, kami memiliki nilai taksir dalam beberapa barang yang digadaikan oleh nasabah, kadang nasabah banyak menggadaikan barang berupa HP, jadi mereka menganggap harga HP yang mereka beli saat digadaikan tidak sebesar uang yang didapatkan saat mereka menggadaikan HPnya, jadi terkesan Pegadaian Syariah ini tidak terlalu memberikan solusi yang konkrit saat mereka membutuhkan dana dalam waktu yang cepat dengan harta yang mereka gadaikan.

<sup>120</sup> Gunawan, Kasir Pegadaian Syariah, 01 Oktober 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Selanjutnya mbak Oli menjelaskan kepada peneliti ketika mereka menawarkan produk:<sup>121</sup>

Ketika kami menawarkan produk-produk Pegadaian Syariah di kota Jambi ini kepada masyarakat pertanyaan pertamanya tentu apa aja perbedaan Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional. Lalu mereka juga menanyakan dalil-dalil apa yang dipakai Pegadaian Syariah di kota Jambi ini dalam kegiatannya, terus apa saja produk-produk yang bisa mereka dapatkan di Pegadaian Syariah di kota Jambi, serta keunggulan apa yang dimiliki Pegadaian Syariah daripada Pegadaian Konvensional, kadang pertanyaan seperti inikan jadi perbandingan calon nasabah sendiri ya mbak mau menggunakan jasa mana yang cocok dengan mereka, apa Pegadaian Syariah ini jika mereka gunakan jasanya nanti akan menguntungkan mereka atau malah tidak, terlebih malah nantinya bisa merugikan. Jadi pengetahuan kami tentang Pegadaian Syariah itu harus banyak supaya bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan dari calon nasabah ketika kami melakukan kegiatan strategi pemasaran di masyarakat.

Ditambahkan oleh hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari nasabah pegadaian syariah kota Jambi bernama ibu Sumarni:<sup>122</sup>

Saya jadi nasabah ini dari tahun 2020, waktu sedang covid. Sebelumnya nggak tau kalau ada pegadaian syariah, dapat promosi-promosi gitu juga nggak. Saya waktu itu butuh dana yang mendesak, jadi saya mencari dana ke sana-kemari tidak dapat, akhirnya saya ke pegadaian ini. Katanyakan menurut Islami, jadi saya gadaikan barang saya di sini

Hal serupa juga dikatakan oleh nasabah lainnya yang saat itu peneliti wawancarai yaitu pak Rizky:<sup>123</sup>

Saya tau pegadaian ini dari temanlah, temankan udah duluan jadi nasabah di sini sebagai sesama orang yang buka usaha dan butuh tambahan modal. Jadi saya cerita-cerita dengan teman, akhirnya disarankan mengajukan pinjaman di sini karena di sini prosesnya cepat. Kalau promosi nggak ada saya pernah liat tentang pegadaian ini. Jadi tahunya dari temen aja. Sayang sih sebenarnya

<sup>121</sup> Oli, Marketing Eksekutif Pegadaian Syariah, 04 November 2022.

<sup>122</sup> Sumarni, Nasabah Pegadaian Syariah kota Jambi, 23 Februari 2023

<sup>123</sup> Rizky, Nasabah Pegadaian Syariah kota Jambi, 23 februari 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

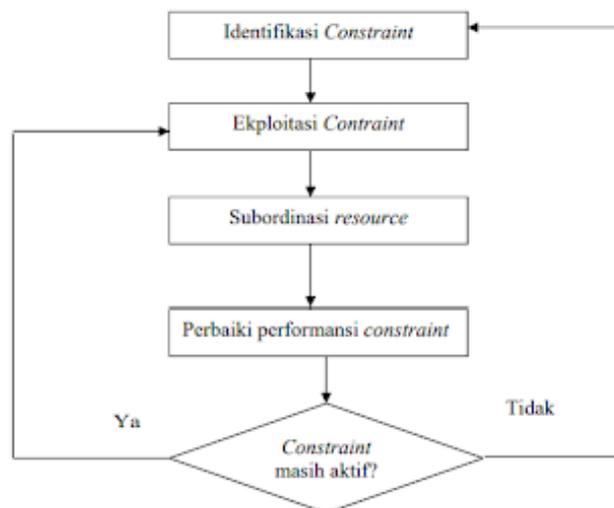
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

pegadaian syariah ini bagus menurut saya. Tapi ya promosinya kali ya kurang, saya aja banyak terbantu. Coba kalau lebih sering promosinya, pasti nasabahnya jadi ramai

Kendala-kendala yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah baik itu kendala dari internal maupun kendala dari eksternal menjadi tugas utama untuk dapat diperbaiki dan ditingkatkan lagi, terkhusus ini menjadi pekerjaan utama dari tim marketing. Penyelesaian kendala yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi dapat bermula dari kendala internal terlebih dahulu, karena sisi inilah yang mudah disentuh dan dikendalikan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi itu sendiri.

Menurut Dettmer, langkah-langkah atau tahapan dalam Theory of Constraint (TOC), dapat digambarkan dan dijelaskan sebagai berikut:<sup>124</sup>

**Gambar VI.3**  
**Teori Kendala**



<sup>124</sup> Dettmer, W. H. *Goldratt's Theory of Constraints A System Approach to Continuous Improvement* (ASQ Quality Press: Wisconsin, 1997), 139.

1. Identifikasi *constraint* (*identifying the constraint*). Mengidentifikasi bagian sistem manakah yang paling lemah kemudian melihat kelemahannya apakah kelemahan fisik atau kebijakan.
2. Eksploitasi *constraint* (*exploiting the constraint*). Menentukan cara menghilangkan atau mengelola constraint dengan biaya yang paling rendah.
3. Subordinasi sumber lainnya (*subordinating the remaining resources*). Setelah menemukan constraint dan telah diputuskan bagaimana mengelola constraint tersebut maka harus mengevaluasi apakah constraint tersebut masih menjadi constraint pada performansi sistem atau tidak. Jika tidak maka akan menuju ke langkah kelima, tetapi jika ya maka akan menuju ke langkah keempat.
4. Elevasi *constraint* (*Elevating the constraint*). Jika langkah ini dilakukan, maka langkah kedua dan ketiga tidak berhasil menangani constraint. Maka harus ada perubahan besar dalam sistem, seperti reorganisasi, perbaikan modal, atau modifikasi substansi sistem.
5. Mengulangi proses keseluruhan (*repeating the process*). Jika langkah ketiga dan keempat telah berhasil dilakukan maka akan mengulangi lagi dari langkah pertama. Proses ini akan berputar sebagai siklus. Tetap waspada bahwa suatu solusi dapat menimbulkan constraint baru perlu dilakukan.

Kendala Internal keterbatasan Sumber Daya Manusia sehingga karyawan merangkap tugas merupakan hal yang perlu diperhatikan, fokus dalam menjalankan pekerjaan sesuai dengan tupoksi merupakan hal yang penting, sehingga baiknya Pegadaian Syariah di kota Jambi bisa menambah karyawan yang sekiranya apabila mendesak diperlukan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Sementara untuk tidak semua karyawan memahami sepenuhnya prinsip tentang ekonomi syariah harus menjadi pekerjaan rumah yang harus segera diselesaikan, sebab pemahaman tentang ekonomi syariah khususnya tentang pegadaian syariah pada karyawan akan berbanding lurus dengan tingkat kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produk-produk di Pegadaian Syariah. Selain pengetahuan tentang produk-produk ekonomi syariah, optimisasi penggunaan teknologipun harus digencarkan agar mampu mengikuti persaingan di zaman 4.0 saat ini.

Menurut Afrida Kualitas tenaga kerja merupakan dasar bagi pencapaian produktivitas. Kualitas ini tergantung atas modal insani yang diisikan ke dalam diri tenaga kerja. Makin banyak modal yang masuk, makin tinggi kualitasnya. Modal yang di maksud terdiri atas pendidikan latihan, pengalaman kerja, dan kesehatan mereka.<sup>125</sup>

Setelah memperhatikan dan mulai memperbaiki kendala internal, maka kendala eksternalpun perlu dipelajari. Persaingan bisnis dengan lembaga lain merupakan suatu hal yang wajar, dalam berbisnis tentu memiliki saingan yang seimbang atau lebih, persiapan ini seharusnya mampu membuat Pegadaian Syariah menjadi lebih meningkatkan mutu kerja, pelayanan, serta produk yang berbeda dari yang lain untuk menarik minat calon nasabah.

Menurut Tjiptono dan Chandra Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang

<sup>125</sup> Afrida, *Ekonomi Sumber Daya manusia* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 151.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya.<sup>126</sup>

Strategi pemasaran dan pengembangan keunggulan merupakan satu keastian yang saling berkeinambungan. Selain harus melakukan Strategi pemasaran kepada calon konsumen, seperti teori diatas yang menyebutkan pengembangan keunggulan yang dilakukan untuk melayani pasar dalam strategi pemasaran yang juga sangat penting.

### 3. Solusi Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam Menerapkan Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam beberapa hal memang menghadapi kendala, namun kendala yang ada harus menjadi bahan acuan dan pembelajaran guna meningkatkan efektivitas dari strategi pemasaran yang dihasilkan lagi. Pembelajaran serta perbaikan yang harus dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi tentunya menyentuh sisi internal maupun eksternal. Adapaun solusi yang akan dijalankan Pegadaian Syariah kota Jambi dalam menerapkan sebuah Strategi Pemasaran adalah:

#### a. Solusi Internal

- 1) Merekrut SDM (Sumber Daya Manusia) yang memiliki keahlian yang lebih banyak

Sumber Daya Manusia dalam sebuah perusahaan merupakan asset penting dan berharga bagi perusahaan, tanpa adanya Sumber Daya Manusia yang baik dan mumpuni maka roda kegiatan perusahaan tidak akan berjalan dengan maksimal, oleh karena itu penting bagi sebuah perusahaan untuk melihat dan memilah Sumber

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>126</sup> Tjiptono, Fandy dan Gregoius Chandra, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta; ANDI, 2012), 93.

Daya Manusia atau karyawan yang seperti apa yang mampu bekerja dengan baik di perusahaan tersebut.

Pegadaian Syariah di kota Jambi memiliki kendala banyaknya karyawan yang merangkap tugas, ini disebabkan terbatasnya rekrutmen karyawan yang bekerja di Pegadaian Syariah di kota Jambi. Keterbatasan ini dapat di atasasi agar hasil yang di dapat tetap maksimal meskipun dengan karyawan yang terbatas.

Cara yang paling tepat untuk memaksimalkannya adalah dengan cara apabila adanya open recruitmen calon karyawan pada Pegadaian Syariah di kota Jambi pihak Pegadaian Syariah harus benar-benar menyeleksi karyawan yang memiliki kompetensi yang baik di bidang Ekonomi Syariah, selain itu mampu bekerja secara *multi tasking* adalah hal yang patut dipertimbangkan, tentunya diiringi dengan loyalitas yang haru dimiliki untuk mengabdikan dan bekerja demi kemajuan Pegadaian Syariah di kota Jambi. Persyaratan tersebut dibuat untuk nantinya dapat menambah Sumber Daya Manusia yang memiliki kinerja yang baik bagi perusahaan.

## 2) Memberikan pelatihan dan pembinaan kepada karyawan

Seperti yang sudah dijlaskan sebelumnya, kualitas Sumber Daya Manusia atau karyawan dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang penting yang mampu memajukan sebuah perusahaannya untuk mencapai tujuannya, maka dari itu kompetensi dan keilmuan yang dimiliki oleh setiap karyawan harus diperhatikan secara baik.

Peranan SDM yang berkompeten sebagai pengelola suatu organisasi sangat dibutuhkan terutama di lingkungan negara. Dari sudut pandang saat ini, kemampuan berarti tidak hanya dalam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



konteks penguasaan suatu teknis pelaksanaan, tetapi juga moralitas dan kepribadian, serta aspek-aspek di dalamnya.<sup>127</sup>

Kendala yang dihadapi salah satunya adalah sebagian karyawan tidak terlalu memahami tentang bidang Ekonomi Syariah dikarenakan mereka bukan lulusan dari universitas berbasis Islam terlebih dari jurusan Ekonomi Islam, hal ini menyebabkan keilmuan yang didapatkan tentang Pegadaian Syariah baru diterima ketika bekerja di sana. Itu artinya masih banyak sendi-sendi keilmuan tentang prinsip syariah yang haru ditekuni untuk kemudian dipelajari dan diaplikasikan pada dunia kerja dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari calon nasabah nantinya. Keilmuan mumpuni yang dimiliki ini dapat menjadi senjata untuk meyakinkan nasabah memilih Pegadaian Syariah di kota Jambi.

Untuk dapat meningkatkan kualitas keilmuan karyawan yang bekerja di Pegadaian Syariah di kota Jambi adalah dengan memberikan pelatihan dan pembinaan secara berkala, kegiatan ini dibuat harus secara maksimal, misalnya mengadakan pelatihan yang mendatangkan narasumber terpercaya di bidang Ekonomi Syariah, lalu mengadakan *Forum Group Discussion* yang membuat karyawan bisa saling bertukar pikiran. Selain itu untuk tim marketing dibuatkan diklat khusus tentang strategi pemasaran yang mampu menarik banyak minat nasabah yang akan melakukan transaksi di Pegadaian Syariah di kota Jambi. Pelatihan dan pembinaan ini dilakukan akan

<sup>127</sup> Baining, *et al.*, "Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Kualitas Laporan Keuangan PEMDA kota Jambi Tahun 2021," *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (Desember 2021): 165, [https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=6DYJn4IAAAA&pagesize=80&citation\\_for\\_view=6DYJn4IAAAA:hFO9nPyWt4C](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=6DYJn4IAAAA&pagesize=80&citation_for_view=6DYJn4IAAAA:hFO9nPyWt4C).

dapat mencapai Out-Put peningkatan kualitas keilmuan karyawan yang ada di Pegadaian Syariah di kota Jambi.

### 3) Mengaktifkan Sosial Media

Sosial media pada masa kini merupakan suatu alat yang tak terbatas jarak dan waktu, sasaran dari media sosialpun dapat menyentuh berbagai lapisan umur di masyarakat, oleh karena itu luasnya jaringan yang dimiliki oleh sosial media harusnya dimanfaatkan lebih optimal untuk strategi pemasaran yang dijalankan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi.

Penggunaan media sosial yang belum maksimal oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi yang menjadi salah satu kendala ini harus segera diperbaiki. Para karyawan khususnya tim marketing wajib membuat berbagai akun media sosial Pegadaian Syariah di kota Jambi, dalam hal ini *Facebook*, *Twitter*, *TikTok*, dan *Instagram* yang diaktifkan. Setelah dibuatnya akun-akun media sosial tersebut, tim marketing juga wajib menyusun jadwal postingan dan materi menarik tentang Ekonomi Islam umumnya dan Pegadaian Syariah khususnya sebagai selingan postingan utama yaitu menawarkan produk-produk Pegadaian Syariah. Karena jika hanya membuat akun media sosial saja dan setelah itu jarang memposting hal-hal menarik dan informative tentang Pegadaian Syaroah, maka hasil yang didapatkan akan sama saja seperti tidak memiliki media sosial.

Berdasarkan wawancara dengan Mbak Oli selaku tim Marketing di Pegadaian Syariah di kota Jambi:<sup>128</sup>

Kalau untuk pelatihan yang dikhususkan kepada karyawan sejauh ini belum ada ya mbak, karena memang keterbatasan waktu dan mungkin hal lain, jadi belum diadakan pelatihan seperti itu, tapi kalau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



<sup>128</sup> Oli, Marketing Eksekutif Pegadaian Syariah, 04 November 2022.

secara umum *sharing* antar karyawan tentang hal-hal yang tidak dimengerti apalagi antara kami dan atasan itu selalu ada, jadi kami belajarnya dengan beliau. Kalau media sosial kedepan memang kami sudah ada rencana untuk mengaktifkan dan membuat akun-akun Pegadaian Syariah Jambi, jadi masyarakat bisa mencari informasi dengan mudah tentang kami, dan menjadi sarana pemasaran yang lebih luas lagi.

### b. Solusi Eksternal

#### 1) Meluncurkan produk yang menarik untuk masyarakat

Persaingan antar lembaga keuangan yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi menjadi suatu tantangan tersendiri, selain ini merupakan kendala eksternal yang sulit di kontrol, hal ini juga merupakan pekerjaan rumah yang cukup berat untuk tim marketing.

Namun solusi dalam mengatasi kendala ini adalah, Pegadaian Syariah harus meluncurkan produk yang menarik di masyarakat dan yang dapat memudahkan masyarakat dalam menggunakan produk tersebut. Tentunya juga diiringin dengan didapatnya kebermanfaatan dan keuntungan yang menarik bagi calon nasabah.

#### 2) Melakukan promosi yang intensif kepada masyarakat

Promosi adalah kegiatan vital dari segala bentuk yang dapat meningkatkan pendapatan dalam sebuah perusahaan, karena itulah promosi menjadi kegiatan utama yang harus sering dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mencapai sebuah target pendapatan yang telah ditetapkan.

Pemahaman yang minim oleh masyarakat tentang Pegadaian Syariah menjadikan minat menjadi calon nasabah di Pegadaian Syariah belum sebanyak di bank atau lembaga keuangan lainnya yang melakukan promosi secara intensif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Oleh karena itu, kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi harus lebih ditingkatkan lagi, melalui berbagai strategi pemasaran yang sebelumnya telah disusun matang, agar dapat menggait banyak calon nasabah yang tertarik bahkan memilih Pegadaian Syariah untuk menjadi pilihan yang tepat saat mereka membutuhkan dana, atau ingin mengelola dananya.

Ditambahkan Mbak Ririn saat sesi wawancara bersama peneliti menyatakan:<sup>129</sup>

Kegiatan promosi yang kami lakukan itu ada berbagai macamkan ya mbak, mulai dari menawarkan produk kami lewat instansi-instansi lalu menjalin kerjasama dengan kampus-kampus di Jambi yang nantinya kami dapat mengisi sesi dalam acaranya yang diadakan, ada brosur spanduk dan lain-lain, cuma memang kadang terbatas sama tim marketing kami juga mbak, lalu promosi di media sosial juga belum gencar, jadi masih banyak yang harus kami tambahkan dalam kegiatan promosi.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan Pegadaian Syariah di kota Jambi sudah cukup banyak, namun salah satu media promosi menggunakan Sosial Media belum sepenuhnya mereka laksanakan. Menurut Prihadi & Susilawati menyatakan penggunaan strategi promosi melalui media sosial akan menjadikan kinerja pemasaran meningkat. Karena dengan penyampaian melalui media sosial, pesan yang disampaikan akan tersebar luas dalam waktu yang singkat, yang secara tidak langsung mempengaruhi pikiran konsumen untuk melihat produk yang disampaikan/dijual. Penggunaan strategi promosi melalui media sosial yang baik dan tepat merupakan inti dari pemasaran sebuah produk, sebab dengan hal ini pedagang dapat menangkap perhatian dari konsumen dan membuat produk lebih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



<sup>129</sup> Ririn, CRO (*Customer Relation Officer*) Pegadaian Syariah, 15 November 2022.

diingat dan tersebar meluas dari orang yang satu ke orang yang lainnya.<sup>130</sup>

Sementara itu, kapasitas dan kredibilitas karyawan merupakan tonggak utama dalam sebuah perusahaan. Karyawan yang mempunyai kapasitas dan keilmuan yang lebih akan lebih mudah dalam menjalankan tugasnya. Darwanis dan Mahyani dalam teorinya menyatakan manusia adalah unsur terpenting dalam keberhasilan suatu organisasi. Karena, manusia merupakan elemen yang selalu ada dalam setiap organisasi, yang membuat tujuan-tujuan, inovasi, dan mencapai tujuan organisasi, serta manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang membuat sumber daya lainnya bekerja dan berdampak langsung terhadap kesejahteraan organisasi.

Sumber daya manusia merupakan pilar penyangga utama sekaligus penggerak roda organisasi dalam usaha mewujudkan visi dan misi serta tujuan dari organisasi tersebut. Sumber daya manusia merupakan salah satu elemen organisasi yang sangat penting, oleh karena itu harus dipastikan bahwa pengelolaan sumber daya manusia dilakukan sebaik mungkin agar mampu memberikan kontribusi secara optimal dalam upaya pencapaian tujuan organisasi.<sup>131</sup>

Sumber Daya Manusia di Pegadaian Syariah kota Jambi harus memiliki keilmuan dan kredibilitas yang tinggi, hal ini

<sup>130</sup> Prihadi *et al.*, "Pengaruh Kemampuan *E-Commarce* dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* (Juni 2018): 17, [https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=iKCnYBQAAAAJ&citation\\_for\\_view=iKCnYBQAAAAJ:d1gkVwhDpl0C](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=iKCnYBQAAAAJ&citation_for_view=iKCnYBQAAAAJ:d1gkVwhDpl0C).

<sup>131</sup> Darwanis *et al.*, "Pengaruh Kapasitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pengendalian Intern Akuntansi Terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah," *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi* 2, no. 2 (2009): 131-151, <https://jurnal.unsyiah.ac.id/TRA/article/view/320>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



berkesinambungan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi. Apabila Sumber Daya Manusia di Pegadaian Syariah di kota Jambi memiliki kredibilitas yang tinggi dan keilmuan yang mumpuni, maka kegiatan pemasaran akan berjalan dengan baik. Karyawan tidak akan bingung apabila haru mempromosikan Pegadaian Syariah kota Jambi, terlebih apabila ada pertanyaann-pertanyaan dari nasabah yang banyak ditanyakan yaitu perbedaan Pegadaian syariah dan Pegadaian Konvensional. Apabila nasabah telah yakin keduanya ini memiliki perbedaan yang signifikan dan Pegadaian Syariah lebih unggul, maka akan membuat nasabah menjadi lebih yakin untuk menggunakan produk Pegadaian Syariah.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Sulthhan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J A M B I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan dari tulisan ini yaitu:

1. Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi dilakukan dengan berbagai macam kegiatan dan bagian. Strategi pemasaran yang dilakukan adalah: Strategi dalam bidang produk, strategi dalam bidang harga, strategi dalam bidang distribusi, strategi dalam bidang promosi.
2. Kendala Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam menjalankan strategi pemasaran terbagi menjadi dua bagian, yaitu kendala dalam pihak internal seperti karyawan merangkap tugas, tidak semua sumber daya manusia memhami sepenuhnya tentang prinsip Syariah serta belum mengoptimalkan teknologi dan media sosial. Sedangkan kendala eksternal yang dihadapi adalah persaingan bisnis dengan lembaga keuangan lain dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang pegadaian syariah.
3. Solusi yang ditawarkan dalam kendala yang dihadapi adalah untuk solusi internal yaitu merekrut sumber daya manusia yang memiliki keahlian yang lebih banyak, memberikan pelatihan dan pembinaan kepada karyawan, mengaktifkan sosial media. Selanjutnya untuk solusi eksternal adalah meluncurkan produk yang menarik untuk masyarakat serta melakukan promosi yang intensif kepada masyarakat luas di kota Jambi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

## B. Saran

### 1. Bagi Pegadaian Syariah di kota Jambi

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran terhadap permasalahan dalam pembahasan tesis ini:

- a. Karyawan di Pegadaian Syariah kota Jambi sebaiknya diberikan pelatihan dan pembinaan di luar jam kerja perusahaan. Pelatihan dan pembinaan ini dapat berjalan dengan optimal apabila diisi oleh pelatih yang memiliki kapasitas yang baik dari segi keilmuannya. Pelatihan dan pembinaan ini dilakukan agar karyawan memiliki keilmuan yang lebih luas lagi tentang prinsip-prinsip syariah khususnya tentang Pegadaian Syariah.
- b. Pegadaian Syariah kota Jambi lebih gencar lagi dalam melakukan strategi pemasaran lewat media sosial, karena pemasaran yang dilakukan di media sosial dapat menjangkau dengan luas dan tanpa terbatas waktu, hal ini dapat memungkinkan Pegadaian Syariah dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat Jambi,
- c. Melakukan startegi yang menarik dari sebelum-sebelumnya yang dapat membuat masyarakat mengetahui keberadaan Pegadaian Syariah Jambi, misalnya turun ke masyarakat langsung saat event-event tertentu di masyarakat seperti saat *Car Freeday* atau *Car Free Night*.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Agar penelitian ini dapat berkembang, maka peneliti memberikan saean kepada peneliti lain agar dapat mengembangkan penelitian ini, saran tersebut adalah:

- a. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan penelitian ini dengan melihat faktor-faktor lain selain faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah di kota Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





- b. Peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan memilih objek yang lebih luas. Seperti Pegadaian Syariah yang berada pada unit-unit lain, sehingga dapat menjadi bahan komperasi atau perbandingan untuk kesuksesan strategi pemasaran di Pegadaian

### C. Rekomendasi

Rekomendasi peneliti dalam tulisan ini adalah untuk adanya penelitian lanjutan yang luput dari pandangan peneliti dalam tulisan ini. Lalu, untuk Pegadaian Syariah kota Jambi adalah lakukan strategi pemasaran yang lebih gencar lewat sosial media. Karena pada saat ini sosial media memiliki peran yang penting dalam penyebaran informasi secara cepat dan luas, seperti yang dikemukakan dalam buku Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Literatur

- Abdul dan Muhib. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Abdurrahman dan Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Vincent Gaspersz, *All-in-one Marketing Excellence*, Bogor: Vinchristo Publication, 2012, 78.
- Abi Bakri Al-Mashur Bissayyiri Al-Bakri, Al-Alamah. *Kitab la'Natut Tholibin*. Beirut: Daarul Fikr, 2004.
- Abidin, Ifafa Felza. *Peran Promosi Pada Pembentukan Citra Perusahaan Dalam Perspektif Etika Bisnis*, IAIN Radin Intan, Bandar Lampung, 2013.
- Afrida, *Ekonomi Sumber Daya manusia*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Akran Khan, Muhammad. *An Introduction to Islamic Economic*. Pakistan: The International Institute of Islamic Thought and Institute of Policy Studies Islamabad, 1994.
- Ali Hasan, Muhammad. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqih Muamalat)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004, Edisi 1.
- Alma, Bukhari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Al-Qardawi, Yusuf. *Al-Fatwa Bayn Al-Indibat Wa-Al-Tasayyub*, terjemahan oleh As'ad Yasin. Jakarta: Gemas Insan Press, 1997.
- Amir, Abdullah. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: Gresindo, 2007.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Arkunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli;  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultthan Thaha Saifuddin Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultthan Thaha Saifuddin Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

- Husein, Hendi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Iskandar. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada, 2009
- J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Khusus*. Bandung: Remaja Rosdakakarya, 2008.
- J. Moleong, Lexy. *Metotodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2017.
- Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Kartajaya, Hermawan dan Philip Kotler. *Rethinking Marketing: Sustainable Marketing Enterprice in Asia*. Jakarta: Premhallindo, 2002.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kertajaya, Hermawan dan M. Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Kotler dan Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Ma'ruf, Amin. *Mengatasi Maslah Dengan Pegadaian Syariah*. Jakarta: Renaisan, 2005.
- Mardani. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia Cetakan 1*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Muhammad dan Sholikhul Hadi. *Pegadaian Syariah: Suatu Alternatif Konstuksi Sistem Pegadaian Nasional*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2013.
- Mukhtar. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: Referensi GP Press Grup, 2013.
- Munawwir. *Kamus Al-Munawwir*. Surabaya: Pustaka Progressif, 1997.
- Putro Widoyoko, S.Eko. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

- R Subekti dan R Tjitrsudibio. *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita, 1976.
- Rifa'i, Veithzal Andria Permata Veithzal dan Ferry N. Indroes. *Bank and Financial Institution Management*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007.
- Robbins, Stephen P. dan Mary Coulter. *Management Tenth Edition*, terjemahan oleh Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010.
- Sabiq, Sayid. *Fiqh Sunnah*. Beirut: Darul Kitab Al-Arabi, 1987.
- Siswanto, Agus Dkk. *HRD Syariah Teori dan Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Slameto. *Belajar & Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Syaifi Antonio, Muhammad. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI, 2012.
- Umar, Husein. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Valarie A. Zeithmal et al. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: Andy Winston, 2006.
- Wheelen, T. *Strategic management and business policy*. New York: Pearson Education, 2004
- Zuhaily, Wahbah. *Al-Fiqh Al-Islam wa Adillahu*. Beirut: Dar Al-Fikr, 2002.



## B. Jurnal

Aminuddin, A. "Posisi Pegadaian Syariah di Indonesia Berdasarkan Fatwa Dsn-mui Nomor 25 dan 26 Tahun 2002." *Al-Mawarid Journal of Islamic Law*, 11, no. 1 (Agustus 2012): 53-55. <https://media.neliti.com/media/publications/42605-EN-posisi-pegadaian-syariah-di-indonesia-berdasarkan-fatwa-dsn-mui-nomor-25-dan-26.pdf>

Baini, Mellya Embun., Titin Agustin Nengsih dan Suci Ramadhani. "Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Kualitas Laporan Keuangan PEMDA kota Jambi Tahun 2021." *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (Desember 2021): 165, [https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=6DYJn4IAAAAJ&pagesize=80&citation\\_for\\_view=6DYJn4IAAAAJ:hFOr9nPyWt4C](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=6DYJn4IAAAAJ&pagesize=80&citation_for_view=6DYJn4IAAAAJ:hFOr9nPyWt4C).

Claudia Ruiz Ortega. "From Pawn Shops to Banks: The Impact of Formula Credit on Informal Households." *World Bank Policy Research Working*. 6634. (April 2016): [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2335796](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2335796).

Darwanis, dan Desi Dwi Mahyani. "Pengaruh Kapasitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pengendalian Intern Akuntansi Terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah." *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi* 2, no. 2 (Juli 2009): 131-151. <https://jurnal.unsyiah.ac.id/TRA/article/view/320>.

Fajrin, Oktavia, dan Afif Muamar. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Cirebon Bisnis Center." *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law* 2, no. 2 (September 2019): 163-182. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tawazun/article/view/6095/pdf>.

Kinasih, Surya, dan Suhermin. "Pengaruh Produk, Promosi dan Store Atmosphere terhadap minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Matahari Departemen Store Royal Plasa Surabaya)." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4, no. 12 (Desember 2015): 1-18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3149/3165>.

KN, Maria Ulfa. "Analisis Kewenangan Gadai Syariah Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/Pojk. 05/2016 Tentang Usaha Pegadaian." *Az-Zarqa: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 11, no. 2 (Desember 2019): 438. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa/article/view/1682>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

a. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli;

b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah;

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Saifuddin Thaha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Saifuddin Thaha Jambi

- Nengsih, Titin Agustin., Arsa, dan Pradita Sari Putri. "Determinan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah: Studi Empiris di kota Jambi." *Perbanas Journal of Business and Banking* 11, no. 1 (Oktober 2021): 98, <https://media.neliti.com/media/publications/521578-none-22a971ee.pdf>
- Nengsih, Titin Agustin., Muhammad Maulana Hamzah dan Anisah. "Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Pelawan Jaya,." *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (Oktober 2021): 31, [https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=6DYJn4IAAAAJ&pagesize=80&citation\\_for\\_view=6DYJn4IAAAAJ:4T0pqqG69KYC](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=6DYJn4IAAAAJ&pagesize=80&citation_for_view=6DYJn4IAAAAJ:4T0pqqG69KYC)
- Prihadi, Deddy dan Agnes Dwita Susilawati. "Pengaruh Kemampuan *E-Commarce* dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran." *Jurnal Menejemen dan Bisnis* 3, no. 1 (Juni 2018): 17. [https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=iKCnYBQAAAAJ&citation\\_for\\_view=iKCnYBQAAAAJ:d1gkVwhDpl0C](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=iKCnYBQAAAAJ&citation_for_view=iKCnYBQAAAAJ:d1gkVwhDpl0C)
- S.Purnamasari. "Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Produk (Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin)." *AT-TARADHI: Jurnal Studi Ekonomi* 9, no. 1 (Juni 2018): 27-37. <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/taradhi/article/view/2085/pdf>.
- Sari, Meilinda dan Ilyda Sudardjat. "Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, no. 2 (Januari 2013): 21-29. <https://media.neliti.com/media/publications/14873-ID-persepsi-masyarakat-tentang-gadai-emas-di-pegadaian-syariah-cabang-setia-budi-me.pdf>.
- Suharyono dan Nurul Hidayah. "Strategi Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah." *Jurnal Aghinya STIESNU Bengkulu* 3, no. 1 (Juni 2020): 41-50. <https://ejournal.stiesnu-bengkulu.ac.id/index.php/aghniya/article/view/34/33>.
- Surahman, M dan Adam. "Penerapan Prinsip Syariah pada Akad Rahn di Lembaga Pegadaian Syariah." *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan* 10, no. 2 (2022): 423. <file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/397-Article%20Text-1998-1-10-20220206.pdf>.
- Surepno. "Studi Implementasi Akad Rahn (Gadai Syariah) Pada Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal of Sharia Economic Law* 1, no. 2 (September 2018): 174



Varadarajan. "Strategic Marketing and Marketing Strategy: Domain, Definition, Fundamental Issues and Foundational Premises." *Journal of Academy of Marketing Science* (October 2009): 119-140. [https://www.researchgate.net/publication/225485091\\_Strategic\\_Marketing\\_and\\_Marketing\\_Strategy\\_Domain\\_Definition\\_Fundamental\\_Issues\\_and\\_Foundational\\_Premises](https://www.researchgate.net/publication/225485091_Strategic_Marketing_and_Marketing_Strategy_Domain_Definition_Fundamental_Issues_and_Foundational_Premises).

### C. Lainnya

Pegadaian Syariah. Diakses 20 November 2022, <https://www.pegadaian.co.id/home>

Databoks. Sebanyak 95% Penduduk Jambi Beragama Islam pada Juni 2021, diakses 13 April 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/07/sebanyak-95-penduduk-jambi-beragama-islam-pada-juni-2021>

OJK. Statistik Perbankan Syariah, diakses 13 April 2023, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2020/SPS%20Januari%202020.pdf>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA (IPD)

##### A. Pedoman Wawancara

No	Indikator	Pertanyaan
1.	Teistis (Rabbaniyyah)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan?</li> <li>2. Apakah kegiatan pemasaran didasarkan oleh Ketuhanan?</li> <li>3. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah?</li> </ol>
2.	Etis (Akhlaqiyyah)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah ada tim khusus untuk menjalankan strategi pemasaran?</li> <li>2. Apakah tim marketing dalam kegiatan pemasaran menjaga etika dengan konsumen?</li> <li>3. Media atau apa saja yang digunakan dalam strategi pemasaran yang dilakukan?</li> </ol>
3.	Realistis (Al-Waqiyyah)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah kegiatan pemasaran yang dilakukan mengikuti perkembangan zaman?</li> <li>2. Apakah promosi yang dilakukan sesuai dan jujur dalam penawaran produk?</li> <li>3. Dengan strategi yang dilakukan adakah berdampak pada peningkatan dan penurunan jumlah nasabah?</li> </ol>
4.	Humanistis (Insaniyya)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan tidak membedakan dengan melihat unsur SARA?</li> <li>2. Adakah kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi pemasaran?</li> <li>3. Bagaimana solusi yang dilakukan terhadap kendala yang dihadapi?</li> </ol>

##### B. Pedoman Observasi

1. Alamat dan lokasi pegadaian syariah
2. Sarana dan prasarana pegadaian syariah
3. Strategi dan juga metode pemasaran pegadaian syariah





4. Suasana aktifitas dalam proses strategi pemasaran pegadaian syariah

#### C Dokumentasi

1. Sejarah berdirinya Pegadaian Syariah Cabang kota Jambi
2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah Cabang kota Jambi
3. Aktifitas dalam proses bertransaksi denganm nasabah di kantor
4. Strategi pemasaran yang dilakukan Pegadaian Syariah kota Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran 2

### TRIANGULASI DATA

**Informan** : Oli, Ririn dan Lala

**Jabatan** : Marketing Eksekutif dan CRO (*Customer Relation Officer*)

**Instansi** : Pegadaian Syariah di kota Jambi

**Tanggal** : 04 November 2022

No	Pertanyaan	Observasi	Hasil Wawancara
1.	Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan?	Tim marketing menjalankan strategi pemasaran kepada instansi yang pada saat itu sedang bekerja sama dengan pegadaian syariah di kota Jambi.	Oli selaku Marketing Eksekutif mengatakan untuk strategi pemasaran yang telah kami lakukan saat ini adalah menerapkan strategi pemasaran di bidang produk, dalam bidang harga, dalam bidang distribusi, dan dalam bidang promosi.
2.	Apakah kegiatan pemasaran didasarkan oleh Ketuhanan?	Tim marketing maupun karyawan yang terlibat dalam strategi pemasaran selalu mengedepankan Ketuhanan.	Ririn sebagai CRO ( <i>Customer Relation Officer</i> ) pegadaian syariah dalam setiap pelaksanaan strategi pemasaran Ririn beserta tim dan karyawan lain mengedepankan prinsip Ketuhanan agar mengetahui batasan-batasan serta mendapatkan keberkahan dalam kegiatan pemasaran.
3.	Apakah strategi pemasaran yang dilakukan sesuai dengan prinsip		Tim marketing baik Oli, Ririn dan Lala dalam setiap melakukan pemasaran selalu mengikuti pedoman dan prinsip syariah yang diatur dalam Al-Qur'an maupun Ijma para ulama. Karena instansi pegadaian

	syariah?		syariah kota Jambi merupakan instansi pegadaian yang dalam menjalankan kegiatannya menggunakan prinsip syariah.
4.	Apakah ada tim khusus untuk menjalankan strategi pemasaran?	Tim marketing yang ada di kantor hanya 3 orang. Dan jabatan kepala divisinya sedang kosong.	Oli dan Ririn mengatakan bahwa tim khusus untuk bidang pemasaran ada, tetapi memang untuk kepala divisinya saat ini sedang kosong. Tetapi tim marketing juga masih bergabung antara marketing eksekutif dan CRO di Pegadaian Syariah ini. Sehingga memerlukan bantuan karyawan lain.
5.	Apakah tim marketing dalam kegiatan pemasaran menjaga etika dengan konsumen?		Oli dalam melakukan kegiatan pemasaran sangat menjaga etika terhadap konsumen/calon nasabah, karena Oli menganggap bahwa etika merupakan hal yang utama di atas segalanya sebelum menawarkan atau mempromosikan produk pegadaian syariah.  Ririn selaku CRO yang sering berhadapan langsung dengan nasabah mauun calon nasabah juga sangat menjaga etika dalam komunikasi yang dia lakukan. Ririn menganggap apabila dapat menjaga etika yang baik akan memberikan kenyamanan kepada konsumen/calon nasabah.
6.	Media atau apa saja yang digunakan dalam strategi pemasaran yang dilakukan?	Pegadaian Syariah kota Jambi memiliki media sosial Instagram namun tidak aktif untuk melakukan promosi atau memposting tentang produk yang ditawarkan pegadaian syariah.	Tim marketing mengatakan bahwa media yang mereka gunakan dalam strategi pemasaran adalah media cetak dan sosial, selain itu mereka juga mengadakan kerja sama dengan instansi agar dapat mempromosikan pegadaian syariah lebih luas. Namun memang untuk media sosial mereka lebih passif. Serta media cetak juga tidak selalu bertahap untuk digunakan sebagai alat promosi.

7.	Apakah kegiatan pemasaran yang dilakukan mengikuti perkembangan zaman?		Untuk sekarang beberapa strategi pemasaran yang kami lakukan masih relevan, tetapi mungkin tingkat ketertarikan dan jangkauannya saja ada yang luas dan tidak. Misalnya untuk pembagian brosur, tidak semua orang dapat atau tertarik ingin membacanya, sekarang banyak yang lebih memilih membaca berita di layar handphone lewat sosial media.
8.	Apakah promosi yang dilakukan sesuai dan jujur dalam penawaran produk?		Dalam melakukan kegiatan promosi dan menawarkan produk kami selalu mengedepankan kejujuran dan transparansi. Seperti apa saja kelebihan serta kekurangan yang didapatkan nasabah Ketika memilih produk yang kami tawarkan.
9.	Dengan strategi yang dilakukan adakah berdampak pada peningkatan dan penurunan jumlah nasabah?		Strategi pemasaran yang kami terapkan saat ini sedikit banyak sudah mempengaruhi jumlah nasabah yang ada di pegadaian syariah kota Jambi. Mereka ada yang tertarik juga untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah setelah kami lakukan promosi dan memberikan pemahaman tentang Pegadaian Syariah.
10.	Apakah strategi pemasaran yang dilakukan tidak membedakan dengan melihat unsur SARA?		Dalam melakukan strategi pemasaran kami tidak membedakan siapaun. Terlebih mengandung unsur SARA. Karena dalam Islampun kita diajarkan untuk tidak membeda-bedakan manusia sebagai sesama ciptaan Allah SWT.
11.	Adakah kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi		Kendala yang dihadapi tentu ada, kendala tersebut datang dari internal maupun eksternal pegadaian syariah. Dalam internal terdapat kendala karyawan merangkap tugas, tidak semua SDM memahami

	<p>pemasaran?</p>		<p>sepenuhnya tentang prinsip syariah dan belum mengoptimalkan media sosial. Sementara dari kendala eksternal adalah persaingan bisnis dengan lembaga keuangan lain dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang pegadaian syariah.</p>
<p>12.</p>	<p>Bagaimana solusi yang dilakukan terhadap kendala yang dihadapi?</p>		<p>Solusi internal dalam kendala yang dihadapi adalah merekrut SDM yang memiliki keahlian yang lebih banyak, memberikan pelatihan dan pembinaan karyawan serta mengaktifkan media sosial. Solusi dalam kendala eksternal yang dilakukan meluncurkan produk yang menarik untuk masyarakat. Melakukan promosi yang intensif kepada masyarakat agar lebih mengenal tentang pegadaian syariah.</p>

## WAWANCARA NASABAH PEGADAIAN SYARIAH

Biodata Nasabah	Pertanyaan	Jawaban
<p><b>Informan</b> : Narti  <b>Sebagai</b> : Nasabah  <b>Pekerjaan</b> : Karyawan Swasta  <b>Tanggal</b> : 17-02-2023</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejak kapan menjadi nasabah pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>2. Memilih produk apa di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>3. Mengapa tertarik melakukan transaksi di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>4. Apakah sebelumnya mendapatkan promosi dari pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>5. Apakah memilih pegadaian syariah kota Jambi karena promosi yang didapatkan, atau karena kebutuhan pribadi?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejak tahun 2021</li> <li>2. Rahn (Gadai Syariah)</li> <li>3. Pada saat itu saya membutuhkan dana yang cepat untuk sebuah keperluan, kebetulan saya sering lewat sini karena bekerja di dekat sini jadi saya mau mencoba menggunakan pegadaian syariah</li> <li>4. Saya sebelumnya tidak pernah mendapatkan promosi tentang pegadaian syariah dari sini, hanya kebetulan sering lewat saja jadi tertarik</li> <li>5. Bukan karena promosi, tapi karena kebutuhn mendesak</li> </ol>
<p><b>Informan</b> : Rahmi  <b>Sebagai</b> : Nasabah  <b>Pekerjaan</b> : Wirausaha</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejak kapan menjadi nasabah pegadaian syariah kota Jambi?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tahun 2019</li> <li>2. Tabungan emas</li> </ol>

<p><b>Tanggal</b> : 17-02-2023</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Memilih produk apa di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>3. Mengapa tertarik melakukan transaksi di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>4. Apakah sebelumnya mendapatkan promosi dari pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>5. Apakah memilih pegadaian syariah kota Jambi karena promosi yang didapatkan, atau karena kebutuhan pribadi?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Saya waktu itu ikut seminar pegadaian syariah Ketika jadi mahasiswa, makanya saya sangat tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah ini</li> <li>4. Iya, saya dapat promosinya Ketika dulu masih menjadi mahasiswa</li> <li>5. Karena promosi, lalu juga kebutuhan pribadi agar bisa punya tabungan emas yang aman. Karena kalau disimpan di rumah, saya takut rentan terhadap pencurian.</li> </ol>
<p><b>Informan</b> : Sumarni  <b>Sebagai</b> : Nasabah  <b>Pekerjaan</b> : Ibu Rumah Tangga (IRT)  <b>Tanggal</b> : 23-02-2023</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejak kapan menjadi nasabah pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>2. Memilih produk apa di pegadaian syariah kota Jambi?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tahun 2020</li> <li>2. Rahn (Gadai Syariah)</li> <li>3. Karena ada kebutuhan yang mendesak</li> </ol>

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber atau menyebutkan sumber asli:</li> <li>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan ilmi.</li> <li>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi</li> </ol> <p>2. Dilarang memperbanyak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin UIN Sunthha Jambi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Mengapa tertarik melakukan transaksi di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>4. Apakah sebelumnya mendapatkan promosi dari pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>5. Apakah memilih pegadaian syariah kota Jambi karena promosi yang didapatkan, atau karena kebutuhan pribadi?</li> </ol>	<p>4. Sebelumnya saya tidak pernah mendapatkan promosi dari pihak pegadaian. Tapi saya memilih di sini karena biaya perawatannya lebih kecil disbanding pegadaian biasa</p> <p>5. Karena kebutuhan pribadi saya memilih pegadaian syariah. Waktu itu kan masa-masa pandemi dan saya membutuhkan uang dengan cepat. Saat itu suami saya di PHK dari tempat kerjanya.</p>
<p><b>Informan</b> : Rizky  <b>Sebagai</b> : Nasabah  <b>Pekerjaan</b> : Wirausaha  <b>Tanggal</b> : 23-02-2023</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejak kapan menjadi nasabah pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>2. Memilih produk apa di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>3. Mengapa tertarik melakukan transaksi di pegadaian syariah kota Jambi?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2022</li> <li>2. Arrum BPKB</li> <li>3. Proses transaksinya mudah dan pencairan dananya lebih cepat</li> <li>4. Sebelumnya saya tidak pernah mendapatkan promosi dari</li> </ol>

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli.</li> <li>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan.</li> <li>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi</li> </ol> <p>2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Apakah sebelumnya mendapatkan promosi dari pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>5. Apakah memilih pegadaian syariah kota Jambi karena promosi yang didapatkan, atau karena kebutuhan pribadi?</li> </ol>	<p>pegadaian syariah kota Jambi ini, tapi saya dikasih tau sama temen yang juga nasabah di sini</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Karena kebutuhan pribadi, saya membutuhkan dana untuk menambah modal usaha yang saya jalankan</li> </ol>
<p><b>Informan</b> : Yanto  <b>Sebagai</b> : Nasabah  <b>Pekerjaan</b> : Wirausaha  <b>Tanggal</b> : 23-02-2023</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejak kapan menjadi nasabah pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>2. Memilih produk apa di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>3. Mengapa tertarik melakukan transaksi di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>4. Apakah sebelumnya mendapatkan promosi dari pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>5. Apakah memilih pegadaian syariah kota Jambi karena promosi yang didapatkan, atau karena kebutuhan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tahun 2021</li> <li>2. Tabungan Emas</li> <li>3. Karena saya ingin sedikit demi sedikit menabung emas supaya besok kalau ada keperluan mendesak bisa saya jual</li> <li>4. Tidak pernah mendapatkan promosi sebelumnya, Taunya karena saya lebih suka transaksi di instansi syariah, saya juga kalau bank memilih bank syariah</li> <li>5. Karena kebutuhan pribadi. Sebab</li> </ol>

	<p>pribadi?</p>	<p>sebelumnya tidak ada promosi yang saya dapatkan</p>
<p><b>Informan</b> <b>Sebagai</b> <b>Pekerjaan</b>  <b>Tanggal</b></p>	<p><b>Jamilah</b> <b>Nasabah</b> <b>: Ibu Rumah</b> <b>Tangga</b> <b>(IRT)</b> <b>: 11-04-2023</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejak kapan menjadi nasabah pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>2. Memilih produk apa di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>3. Mengapa tertarik melakukan transaksi di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>4. Apakah sebelumnya mendapatkan promosi dari pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>5. Apakah memilih pegadaian syariah kota Jambi karena promosi yang didapatkan, atau karena kebutuhan pribadi?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tahun 2021</li> <li>2. Gadai Syariah (Rahn)</li> <li>3. Karena kebutuhan yang mendesak</li> <li>4. Tidak pernah mendapatkan promosi sebelumnya</li> <li>5. Karena pada saat itu saya membutuhkan dana secara mendesak, jadi karena taunya dulu pegadaian biasa, saya di pegadaian biasa minjamnya. Tapi setelah tau ada pegadaian syariah yang biayanya lebih murah saya jadinya pilih di sini kalau ada butuh dana yang cepat. Kalau dijual barangnya kan saying, jadi lebih enak di gadai</li> </ol>

<p><b>Informan</b> <b>Sebagai</b> <b>Pekerjaan</b> <b>Tanggal</b></p> <p><b>Ratna</b> <b>Nasabah</b> <b>Ibu Rumah</b> <b>Tangga</b> <b>(IRT)</b> <b>: 11-04-2023</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejak kapan menjadi nasabah pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>2. Memilih produk apa di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>3. Mengapa tertarik melakukan transaksi di pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>4. Apakah sebelumnya mendapatkan promosi dari pegadaian syariah kota Jambi?</li> <li>5. Apakah memilih pegadaian syariah kota Jambi karena promosi yang didapatkan, atau karena kebutuhan pribadi?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tahun 2022</li> <li>2. Gadai Syariah (Rahn)</li> <li>3. Karena biaya perawatan yang dikenakan murah, pelayanannya juga ramah-ramah</li> <li>4. Iya saya dapat promosi waktu itu brosur dari pegadaian syariah ini</li> <li>5. Karena promosi dan karena kebutuhan mendesak juga, makanya saya pilih pegadaian syariah kota Jambi ini</li> </ol>
--	--	---

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan  
 b. Pengutipan tidak diperbolehkan untuk tujuan komersial atau keuntungan pribadi  
 2. Dilarang memperbanyak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

State Islamic University of Sulthhan Thaha Sa

## Lampiran 3

## DOKUMENTASI WAWANCARA



(Wawancara: Bersama karyawan dan tim marketing  
Pegadaian Syariah kota Jambi)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

@ Hak cipta milik UIN Sutha J



(Aktifitas Layanan Pegadaian Syariah di kota Jambi)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J A M B I

ity of Sultthan Thaha Saifuddin Jambi



## CURRICULUM VITAE



**Nurlaila** dilahirkan di Jambi, pada 09 Februari 1999. Putri dari Bapak Hasan Basri AK dan Ibu Sumiwati. Suami Nurlaila adalah Wildan Nur Hidayat, M.Pd

### Riwayat Pendidikan

1. 2004-2010 : SD N 175 Kota Jambi
2. 2010-2013 : SMP N 17 Kota Jambi
3. 2013-2016 : SMA N 04 Kota Jambi
4. 2016-2020 : UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

### Pengalaman Hidup

1. Tahun 2017 Juara III Lomba Karya Tulis Ekonomi Islam dengan judul "*Financial Thecnology Syari'ah Jenis Peer to Peer Landing* Sebagai Solusi Bangkitnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah" dalam agenda Temu Ilmiah Regional Sumatra Bagian Tengah Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam di Riau
2. Tahun 2017 Penerima Beasiswa BAZNAS Provinsi Jambi
3. Tahun 2018 Delegasi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi sekaligus Provinsi Jambi di Nusa Tenggara Barat dalam acara Nasional *Lombok Youth Camp for Peace Leaders* oleh Nusa Tenggara Center
4. Tahun 2018 Memperkenalkan budaya lokal tari khas Jambi yaitu Sikapur Sirih dalam acara Nasional *Lombok Youth Camp for Peace Leaders* oleh Nusa Tenggara Center
5. Tahun 2018 Peserta Lomba Penulisan Artikel Opini dan *Featured News* tentang IMF-WBG ANNUAL MEETINGS oleh Bank Indonesia
6. Tahun 2018 Penerima Beasiswa Bank Indonesia Provinsi Jambi
- Tahun 2018 Delegasi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi sekaligus



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Provinsi Jambi dalam acara Indonesia Youth Teacher Exchange Program (IYTEP) di Narathiwat, Thailand Selatan oleh L2C Indonesia

8. Tahun 2018 Pengurus Terinspirasi Kelompok Studi Ekonomi Islam (KSEI) Al-Fath Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
9. Tahun 2019 Pemateri dalam acara Forum Peduli Remaja Jambi (FPRJ) Awards dengan tema "Muda, Mandiri, Berprestasi"
10. Tahun 2019 Pemateri dalam acara Sarasehan Srikandi Diklat Ekonomi Islam KSEI Al-Fath FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
11. Tahun 2019 Pemateri dalam acara Pelatihan Kepengurusan KSEI (Kelompok Studi Ekonomi Islam) Al-Fath UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi periode 2019/2020
12. Tahun 2019 Penerima Beasiswa Prestasi Dinas Pendidikan Provinsi Jambi

### Pengalam Kerja

1. 2020-2021 : Staff administrasi Lembaga Mikro Keuangan Syariah (LKMS) SIT Nurul Ilmi
2. 2022-2023 : Staff administrasi dan keuangan CV. Gudang Madu Sumatera