

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS DENGAN
MENGUNAKAN AKAD *RAHN* PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KCP GUNUNG TUA**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**NISMA HARAHAHAP
NIM: 214 010 0113**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2025

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS DENGAN
MENGUNAKAN AKAD RAHN PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KCP GUNUNG TUA**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**NISMA HARAHAHAP
NIM: 214 010 0113**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS DENGAN
MENGUNAKAN AKAD *RAHN* PADA BANK SYARIAH
INDONESIA KCP GUNUNG TUA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**NISMA HARAHAHAP
NIM: 214 010 0113**

PEMBIMBING I

**Delima Sari Lubis, M.A.
NIP.198405122014032002**

PEMBIMBING II

**Nur Mutiah, M.Si.
NIDN.2023069204**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

Hal: Lampiran Skripsi
A.n. Nisma Harahap

Padangsidempuan, 28 Oktober 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Syekh
Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Nisma Harahap** yang berjudul "**Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dalam Menggunakan Akad Rahn Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Delima Sari Lubis, M.A.
NIP.198405122014032002

PEMBIMBING II



Nur Mutiah, M.Si.
NIDN.2023069204

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nisma Harahap

NIM : 21 401 00113

Program Studi : Pebankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dalam Menggunakan Akad Rahn Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

Dengan ini menyatakan, bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nomor 341 Tahun 2023 Pasal 14 Ayat 12.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 28 Oktober 2025
Saya Yang Menyatakan,



Nisma Harahap
NIM 21 40 100113

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisma Harahap

Nim : 21 401 00113

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dalam Menggunakan Akad Rahn Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Eksklusif Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dalam Menggunakan Akad Rahn Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Gunung Tua.

Dengan Hak Bebas Royalty Non Eksklusif di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 28 Oktober 2025

Yang Menvatakan,



NISMA HARAHAP

NIM. 21.401.00113



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximili (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

DENGAN PENGUJI
SIDANG MUNAQOSYAH SKRIPSI

Nama : Nisma Harahap
Im : 21 401 00113
akultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
rogram Studi : Perbankan Syariah
idul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dalam Menggunakan Akad Rahn di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

etua

rof. Dr. Darwis Harahap, SHL., M.Si
IDN. 2018087802

Sekretaris

Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401

rof. Dr. Darwis Harahap, SHL., M.Si
IDN. 2018087802

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401

a'far Nasution, M.E.I
IDN. 2004088205

M. Yarham, M.H
NIDN. 2009109202

elaksanaan Sidang Munaqasyah

i : Padangsidimpuan
ari/ Tanggal : Kamis, 11 Desember 2025
ukul : 09.00 WIB-12.00 WIB
asil Nilai : Lulus/ 77,25 (B)
ndeks Predikat Kumulatif : 3.63
redikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GADAI
EMAS DALAM MENGGUNAKAN AKAD RAHN
PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP
GUNUNG TUA**

**NAMA : NISMA HARAHAHAP
NIM : 21 401 00113**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 14 Desember 2025




**Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818200901 1 015**

ABSTRAK

Nama : Nisma Harahap
NIM : 2140100113
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas dalam Menggunakan Akad Rahn di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

Strategi pemasaran sangat penting bagi perusahaan di mana strategi pemasaran merupakan cara untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Pemasaran rahn agunan emas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia di wilayah Gunung Tua sudah cukup efektif dalam memasarkan produknya, bank mempromosikan produknya melalui banyak strategi. Hal ini membuat pelanggan yang menggunakan produk rahn beragunan emas meningkat setiap tahunnya. Namun, peningkatannya sangat sedikit dan tidak begitu cepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua saat ini. Dan bagaimana cara memasarkan produk pembiayaan rahn beragunan emas dalam meningkatkan pelanggan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran beragunan emas menggunakan rahn. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik yaitu, wawancara dokumentasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam pembiayaan rahn beragunan emas adalah dengan menerapkan marketing mix 7p, akan tetapi 6p yang digunakan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua terdapat permasalahan yaitu pada *product*, *price*, *place*, *promotion*, *process* dan *physical evidence*. Strategi *product* rahn beragunan emas prosesnya cepat, mudah dan aman serta bisa ditambah jangka waktu ketika tidak dapat menebus sesuai dengan perjanjian yang disepakati. *Price* dimana biaya yang diberikan pihak bank dalam mengadaikan beragunan emas sangat murah. *Place* dimana tempat lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sangat strategis. *Promotion* dimana pihak bank menyebarkan brosur dan membuat spanduk. *Process* untuk *process* sangat mudah dengan syarat mempunyai KTP, emas yang ingin digadaikan dan mempunyai buku tabungan BSI. Untuk *physical evidence*, dimana pihak bank harus teliti dalam mengecek emas yang ingin digadaikan nasabah. Produk rahn beragunan emas Bank Syariah Indonesia telah berkembang cukup baik, karena berdasarkan wawancara yang diperoleh dari karyawan KCP Bank Syariah Indonesia Gunung Tua, Kabupaten Padang Lawas Utara menggunakan strategi promosi yang cukup maksimal dan nasabah yang menggunakan produk rahn beragunan emas meningkat setiap tahunnya setelah menggunakan strategi promosi menggunakan marketing mix.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Rahn

ABSTRACT

Name : Nisma Harahap
NIM : 2140100113
Thesis Title : *Analysis of the Marketing Strategy of Gold Pawns in Using Rahn Contracts at Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.*

Marketing strategy is very important for companies where marketing strategy is a way to achieve a company's goals. The marketing of Gold Collateral Rahn carried out by Bank Syariah Indonesia in the Gunung Tua area has been quite effective in marketing its products, the Bank promotes its products through many strategies. This makes customers who use gold-backed rhan products increase every year. However, the improvement is very little and not so fast. The purpose of this study is to find out the marketing strategy used by Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua today. And how to market Rhan Gold-Collateralized financing products to increase customers. The theory used in this study is about the Gold-Collateralized Marketing Strategy using rhan. The type of research used by the researcher is to use qualitative research with a descriptive approach. The data collection technique is carried out by techniques, namely, documentation interviews and literature studies. The results of this study show that the marketing strategy implemented by Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua in financing goldgold is by applying a marketing mix or 7p, however, the one used by Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua only uses 6p namely Product, Price, Place, Promotion, Process and physical Evidance. The strategy of gold-backed products is fast, easy and safe and can be extended for a period of time when it cannot be redeemed according to the agreed agreement. The price where the cost provided by the bank in providing gold collateral is very cheap. Place Where the location of Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua is very strategic. Promotion where the bank distributes brochures and makes banners. The process for the process is very simple provided you have an ID card, gold that you want to pawn and have a BSI Savings book. For physical evidence, where the bank must be careful in checking the gold that customers want to pawn. Bank Syariah Indonesia's products have developed quite well, because based on interviews obtained from employees of KCP Bank Syariah Indonesia Gunung Tua, North Padang Lawas Regency uses a fairly maximum promotional strategy and customers who use Gold Collateral products increase every year after using the Promotion Strategy using Marketing Mix.

Keywords: Strategy, Marketing, Rahn

تجريدي

اسم : نيسما هرهاب

نيم : ٢١٤٠١٠٠١١٣

عنوان الأطروحة : تحليل استراتيجية تسويق الرهن الذهبي باستخدام عقد رهن في بنك شيرياه إندونيسيا سي جونونغ توا.

استراتيجية التسويق مهمة جدا للشركات حيث تعتبر استراتيجية التسويق وسيلة لتحقيق أهداف الشركة. كان تسويق الرهانات الذهبية المضمونة الذي ينفذه بنك شياريا إندونيسيا في منطقة جونونغ توا فعالا جدا في تسويق منتجاته، حيث يروج البنك لمنتجاته عبر استراتيجيات متعددة. وهذا يجعل العملاء الذين يستخدمون منتجات الراهن المدعومة بالذهب يزدادون عاما بعد عام. ومع ذلك، التحسن بسيط جدا وليس سريعا. الغرض من هذه الدراسة هو معرفة استراتيجية التسويق التي يستخدمها بنك شيرياه إندونيسيا سي جونونغ توا اليوم. وكيفية تسويق منتجات التمويل المضمونة للذهب من ران لزيادة العملاء. النظرية المستخدمة في هذه الدراسة تتعلق باستراتيجية التسويق المضمونة بالذهب باستخدام الرهن. نوع البحث الذي يستخدمه الباحث هو استخدام البحث النوعي مع نهج وصفي. يتم تنفيذ تقنية جمع البيانات من خلال تقنيات، وهي مقابلات التوثيق ودراسات الأدبيات. تظهر نتائج هذه الدراسة أن استراتيجية التسويق التي نفذها بنك السرية الإندونيسيا سي جونونغ توا في تمويل الراهن المدعوم بالذهب هي تطبيق مزيج تسويقي قدره ٧ بنسات، لكن الاستراتيجية السوقية التي يستخدمها بنك شيرياه إندونيسيا سي جونونغ توا a تعاني من مشاكل، خاصة في المنتج والسعر والمكان والترويج والعملية والأدلة المادية. استراتيجية المنتجات المدعومة بالذهب سريعة وسهلة وأمنة ويمكن تمديدها لفترة لا يمكن استبدالها فيها وفقا للاتفاق المنفق عليه. السعر الذي يقدمه البنك لتوفير ضمان الذهب هو رخيص جدا. الموقع الذي يقع فيه بنك شيريه إندونيسيا سي جونونغ توا P جونونغ تا هو مكان استراتيجي للغاية. البروميشن حيث يوزع البنك الكتيبات ويصنع لافتات. العملية بسيطة جدا بشرط أن يكون لديك بطاقة هوية، وذهب تريد رهنه، ودفتر مرور BSI. بالنسبة للأدلة المادية، يجب على البنك أن يكون حذرا عند التحقق من الذهب الذي يرغب العملاء في رهنه. منتجات الراهن المضمونة بالذهب في بنك شيرياه إندونيسيا تطورت بشكل جيد، وبناء على مقابلات أجريت مع موظفي بنك سي جونونغ توا سيريا إندونيسيا جونونغ توا، تستخدم مقاطعة نورث بادانج لواس استراتيجية ترويجية قصوى نسبيا، ويزداد عدد العملاء الذين يستخدمون منتجات الراهن المضمونة بالذهب كل عام بعد استخدام استراتيجية ترويجية باستخدام مزيج تسويقي.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية، التسويق، رهن

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan, berserta keluarga dan parasahabatnya. Amin. Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dalam Menggunakan Akad Rahn Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua”, ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah, di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan masih jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak prof Dr. Erawadi, M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M. A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang

Kemahasiswaan Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E.,M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd. Serta Bapak/Ibu dosen juga staf dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Delima Sari Lubis, M. A., selaku pembimbing I dan Ibu Nur Mutiah, M. Si., selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai dan Civitas Akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syahada Padangsidempuan.
7. Untuk Kedua Orang Tua Tercinta peneliti Ayahanda Yusrin Harahap dan Ibunda Asiba Rambe sebagai tanda bakti dan hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga saya persembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang hanya dapat Penulis balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia, karna saya sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih. semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada keduanya diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.
8. Kepada kakak Asnita Khoiriyah Harahap S. Ak dan Kakak Ipar saya Sampurna S,H yang memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi.
9. Untuk Saudara peniliti Safri Andani Harahap, Desi Harahap dan Satria Jaya Harahap, yang memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi.
10. Serta sahabat-sahabat seperjuangan Perbankan Syariah 5 mahasiswa angkatan

2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.

11. Terimakasih kepada sahabat saya Septy Amelia Tambunan S. E Kak Elmina Harahap, kak Dea Angki Tesa, S.kep, yang telah memberikan semangat, dukungan dan nasehat selalu ada di samping peneliti agar selalu bersemangat terimakasih telah mendengarkan keluh kesah serta berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini.
12. Terimakasih untuk Anak bunda Coronco yang telah menjadi bagian Rumah kedua, Ros Aini Siregar, Putri Indah Sari Harahap, Rika Putriani Hasibuan, Ima mulyani Hasibuan . yang tidak sedarah namun selalu ada.
13. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri, Nisma Harahap, terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang di usahakan dan belum berhasil, namun tetap menjadi manusia yang selalu ada mau berusaha dan tidak Lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri, berbahagialah selalu dimanapun berada, Nisma apapun kurang dan lebihmu mari rayakan diri sendiri.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat,

hususnya bagi peneliti dan umumnya bagi para pembacanya serta dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kualitas pendidikan. Amin ya robbal alamin.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Padangsidempuan, 28 Oktober 2025
Peneliti



Nisma Harahap
Nim. 2140100113

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	h	Ha (dengantitik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـــــــ /	fathah	A	A
ـــــــ \	Kasrah	I	I
ـــــــ ُ	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
يُ.....	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
يُ.....ا	fathah dan alif atau ya	ا	a dan garis atas
يُ.....ى	Kasrah dan ya	I -	i dan garis di bawah

و...	dommah dan wau	و	u dan garis di atas
------	----------------	---	---------------------

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang

langsung diikuti kata sandang itu.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, namadiridanpermulaankalimat. Bilanamadiriitudilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf

capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Batasan Istilah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II Tinjauan Pustaka.....	10
A. Landasan Teori	10
1. Teori STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	10
a. Pengertian Strategi pemasaran	10
b. Indikator Strategi Pemasaran.....	12
c. Konsep Pemasaran.....	15
d. Konsep-Konsep Strategi Pemasaran.....	16
e. Strategi Pemasaran Berdasarkan Perspektif Islam	17
2. Produk gadai emas	19

a. Pengertian gadai	19
b. Syarat dan Rukun gadai	20
c. Syarat - Syarat Gadai Emas	20
d. Manfaat Gadai Emas	21
e. Hukum Gadai	22
f. Bentuk-Bentuk Akad Dalam Produk Gadai Emas	23
3. Penelitian terdahulu	27
BAB III Metedologi Penelitian	35
A. Waktu dan lokasi penelitian.....	35
B. Jenis penelitian.....	35
C. Subjek penelitian.....	35
D. Sumber penelitian	36
a. Data primer.....	36
b. Data sekunder	36
E. Teknik pengumpulan data	37
a. Observasi.....	37
b. Wawancara	37
c. Dokumentasi.....	37
d. Studi kepustakaan.....	37
F. Teknik pengecekan keabsahan data	38
G. Teknik analisis data.....	39
BAB 1V HASIL PENELITIAN	42
A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua	42
1. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.....	42
2. Ruang Lingkup Bidang Usaha.....	44
B. Deskripsi Subjek Penelitian	45
C. Pengolahan dan Analisi Data	48
D. Pembahasan Hasil penelitian	50
1. Strategi pemasaran produk Rhan dengan beragunan Emas Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua	50
2. Peluang dan tantangan yang dihadapi dalam memasarkan produk	

gadai emas dengan menggunakan akan rahn.	60
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
---------------------	----

B. saran	70
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel IV.1 Deskripsi Subjek Informan	45
Tabel IV.2 Jumlah Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.I Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua...46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

Lampiran 2. Pedoman Wawancara

Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 4. Surat Pengesahan Pembimbing

Lampiran 5. Surat Riset

Lampiran 6. Surat Selesai Riset

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam, dimana kegiatan usahanya tidak mengandalkan sistem bunga (*riba*) melainkan menggunakan prinsip-prinsip yang halal menurut hukum Islam. Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, bank syariah didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariat Islam.¹ Dalam operasionalnya, bank syariah berpedoman utama kepada Al-Quran dan hadis sebagai landasan hukum dalam menjalankan seluruh aktivitas perbankan, sehingga setiap transaksi dan produk yang ditawarkan harus sesuai dengan ketentuan syariah.

Menurut Nuritomo dan Totok Budisantoso, bank syariah adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Prinsip-prinsip syariah yang menjadi acuan bank syariah mencakup prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), dan *universalisme*, yang

¹ Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).

membedakannya dari bank konvensional.² Bank syariah menggunakan akad-akad syariah seperti *mudharabah* (bagi hasil), *musyarakah* (kerjasama), *murabahah* (jual beli), dan akad-akad lainnya yang diperbolehkan dalam Islam untuk menggantikan sistem bunga yang diharamkan.

Bank terdiri dari 2 jenis dengan sistem yang berbeda, yaitu bank dengan sistem konvensional dan bank berbasis Syariah. Bank memiliki kinerja yaitu penengah diantara perekonomian masyarakat dan jasa yang mempromosikan hasil dalam menyebarluaskan produk agar bisa menarik bagi klien dengan memasarkan secara luas, sebuah perusahaan dianggap sukses, dengan melihat kemampuan dalam pemenuhan hidup warga masyarakat, pengelolaan dana dengan penawaran fasilitas dan jasa berbagai keuntungan serta kemudahan. Dengan adanya Bank Syariah Indonesia diharapkan bisa menjadikan jalan pintas dalam pembiayaan yang berdasarkan dengan prinsip - prinsip syariah agar dapat menghindari unsur bunga dan *riba*.³

Gadai syariah sebagai konsep utang piutang yang sesuai dengan syariah, karena bentuknya yang lebih tepat adalah membantu seseorang yang sedang menghadapi kesusahan disebabkan kegunaannya untuk keperluan yang sifatnya sosial. Dijabarkan bahwa pinjaman tersebut diberikan gadai syariah untuk tujuan kesejahteraan, seperti pendidikan, kesehatan dan kebutuhan tujuan kesejahteraan, seperti pendidikan, kesehatan dan kebutuhan darurat lainnya, terutama diberikan untuk kepentingan membantu

² Nuritomo dan Totok Budisantoso. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. (Jakarta: Salemba Empat, 2014).

³ Clarisa Eka Rismadayanti, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc Jenggola Sidoarjo” Vol.06 (2023): hlm.313.

meringankan beban ekonomi para orang yang berhak menerima zakat (*Mustahiq*). Gadai emas merupakan Produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat. Sehingga hal tersebut dapat memudahkan masyarakat yang ingin melakukan pinjaman dana dengan menggunakan emas sebagai agunan atau jaminannya.

Gadai emas syariah atau yang dikenal dengan istilah *Rahn* merupakan produk pembiayaan yang berdasarkan prinsip syariah dimana nasabah menyerahkan emas sebagai barang jaminan (*marhun*) untuk memperoleh pinjaman uang (*marhun bih*) dari lembaga keuangan syariah. Menurut definisi yang berlaku di perbankan syariah, *Rahn* adalah penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima. Dalam praktiknya, gadai emas syariah menggunakan dua akad sekaligus yaitu akad *rahn* (pinjaman kebajikan) untuk dana yang dipinjamkan kepada nasabah dan akad *ijarah* (sewa-menyewa) untuk biaya pemeliharaan dan penyimpanan emas yang digadaikan. Sistem ini berbeda dengan gadai konvensional yang menggunakan sistem bunga, karena dalam gadai syariah tidak dikenakan bunga tetapi hanya dikenakan biaya administrasi dan biaya pemeliharaan yang besarnya telah ditetapkan di awal akad, sehingga sesuai dengan prinsip syariah yang melarang praktik riba dalam segala bentuk transaksi keuangan.

Strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi dalam pemasaran merupakan suatu cara untuk memenangkan suatu “perang”. Strategi sangat diperlukan dalam berbisnis syariah dengan ketentuan strategi tersebut tidak melanggar aturan dan syariat islam seperti tidak melakukan kebohongan dan penipuan, tidak melakukan cara - cara yang batil dalam menghalalkan sesuatu yang berkaitan dengan bisnis dan tidak merugikan pihak lain.⁴

Setiap lembaga perusahaan harus mampu melakukan pemasaran sebagai jalan dalam menentukan hidup matinya perusahaan. Hal itu, tidak hanya berlaku bagi divisi pemasaran, tetapi setiap elemen dari perusahaan atau lembaga termasuk bank harus merasakan dan menghayati fungsi dari suatu pemasaran untuk mencapai tujuannya. Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan dari setiap negara. Lembaga perbankan merupakan salah satu aspek yang diatur dalam syariah islam. Karena itu pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan.

Seperti yang diketahui bahwa Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu Bank Syariah yang beroperasi di Indonesia dengan berbagai kantor cabang dan cabang pembantu yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satunya di wilayah Gunung Tua, Kabupaten Padang Lawas Utara. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, Kabupaten Padang Lawas Utara

⁴ Moh Ah. Subhan ZA, “Strategi Pemasaran Syariah Pada BPR Syariah Amanah Sejahtera Gresik,Jurnal Akademik” VOL.9 No.1 juni (2015): hlm.80.

memiliki produk- produk yang sangat bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan kemudahannya, terutama dalam produk pembiayaan, penghimpunan dana dan multi jasa. Salah satu produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia adalah gadai emas.

Fenomena yang terjadi di Gunung Tua Kabupaten Padang Lawas Utara, beberapa nasabah yang peneliti temui di lapangan terdapat bahwa masih banyak yang nasabah tidak memahami akad yang digunakan dalam menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia Gunung Tua, hal ini diperkuat dengan pernyataan dari Bapak Asrul Panusunan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Asrul Panusunan sebagai *pawning sales officer* :

Banyak nasabah yang datang untuk menggadaikan emas mereka hanya tahu bahwa mereka akan mendapat pinjaman dengan jaminan emas, tetapi tidak memahami bahwa kami menggunakan akad *rahn* untuk pinjaman dan akad ijarah untuk biaya penitipan emas. Penerapan strategi marketing 4P pada produk gadai emas dengan akad *rahn* telah diimplementasikan secara komprehensif namun masih menghadapi beberapa tantangan. Dari segi *product*, BSI telah menawarkan produk gadai emas syariah yang sesuai prinsip *rahn* dengan proses yang mudah dan fleksibel. Untuk *price*, BSI menerapkan margin yang kompetitif dengan sistem bagi hasil yang adil, tetapi permasalahannya terletak pada fluktuasi harga emas yang sulit diprediksi sehingga mempengaruhi perhitungan margin dan daya tarik nasabah. Strategi *place* sudah cukup baik dengan jaringan kantor cabang yang luas dan layanan digital, namun masih terkendala aksesibilitas di daerah terpencil dan keterbatasan sosialisasi produk kepada masyarakat. Sedangkan untuk *promotion*, BSI telah melakukan berbagai kegiatan promosi melalui media digital dan melakukan sosialisasi secara langsung, namun tantangannya adalah masih rendahnya literasi masyarakat tentang produk perbankan syariah khususnya gadai emas dengan akad *rahn*, sehingga memerlukan edukasi yang lebih intensif untuk meningkatkan awareness dan minat nasabah.⁵

⁵ Wawancara dengan Asrul Panusunan, sebagai Pawning Sales Officer Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Pada tanggal 09 Januari, 2025.

Permasalahan ini semakin kompleks ketika nasabah membandingkan produk gadai syariah dengan gadai konvensional, dimana masyarakat sering kali tidak memahami perbedaan struktur biaya dan mekanisme pengembalian. Akibatnya, tidak jarang terjadi kesalahpahaman mengenai besaran biaya yang harus dibayar, dimana nasabah mengira bahwa biaya pemeliharaan dan penitipan emas (*ujrah*) adalah bentuk bunga yang terselubung, padahal secara syariah kedua komponen biaya tersebut memiliki dasar hukum yang berbeda dan diperbolehkan dalam Islam selama tidak mengandung unsur riba.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap nasabah gadai emas BSI KCP Gunung Tua, Kabupaten Padang Lawas Utara, yaitu ibu Asnita Khoiriyah yakni alasan dalam menggadaikan emas adalah karena nasabah memerlukan uang untuk menyambung hidup serta sebagai modal usaha yang akan dilakukan. Selain itu, ibu Asnita Khoiriyah tidak memahami mengenai akad gadai emas yang digunakan serta menganggap bahwa gadai emas yang ada di bank syariah sama dengan yang ada di pegadaian.⁶

Penelitian Clarisa Eka Rismadayanti Jurnal Islamic Banking and Finance Vol.6 No 1, Mei 2023 Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gadai emas pada bank syariah melakukan beberapa bentuk promosi untuk menarik minat masyarakat, promosi yang dilakukan oleh bank syariah indonesia KC Jenggolo menggunakan 7p. yang terdiri dari (*Product, price place phsyical evidence, people dan process*) Bank Syariah Indonesia KC Jenggolo juga bercita cita menjadi bank syariah masa depan yang melayani

⁶ Asnita Khoiriyah Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, Wawancara 15 Januari 2025.

nasabah untuk memastikan bahwa pelanggan puas dengan layanan yang diberikan oleh bank syariah. Ini terbukti dengan peningkatan biaya keluar (*out standing*), pencapaian target, serta peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun.⁷

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul yaitu **“Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas dalam Menggunakan Akad *Rahn* Pada KCP BSI Gunung Tua”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, peneliti pastinya mempunyai batasan penelitian dalam penguraian dan penjelasan dalam penelitian tersebut. Maka penelitian berfokus pada, bagaimana analisis strategi pemasaran gadai emas dengan menggunakan akad *Rahn* pada bank syariah KCP Gunung Tua.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya pemahaman yang berbeda terhadap istilah yang digunakan dalam pembahasan ini, peneliti akan membatasi permasalahan sesuai dengan batasan istilah berikut:

1. Strategi adalah kerangka waktu yang berorientasi pada tindakan untuk mengalokasikan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan
2. Pemasaran merupakan aktivitas yang dalam kegiatannya bertransaksi langsung dengan para konsumennya untuk mempromosikan produk yang ada dalam Bank Syariah Indonesia.

⁷ Muzayanah Jabani dan Siti. -Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (*Rahn*) dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Jurnal of Islamic Management and Bussines*, Vol.1 No. 1, 2018.

3. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa - jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip - prinsip syariah .
4. Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas .
5. *Rahn* adalah perjanjian antara pihak pemberi pinjaman dan peminjam yang melibatkan harta milik peminjam sebagai jaminan, atau untuk pengikatan emas sebagai agunan atas pinjaman.

D. Rumusan masalah

Sehubungan dengan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas dengan akad *rahn*, pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?
2. Bagaimana peluang yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad *rahn*, pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?
3. Bagaimana tantangan yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad *rahn*, pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui strategi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam memasarkan Produk Gadai emas dengan akad *rahn*.
2. Untuk mengetahui peluang yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam memasarkan Produk Gadai emas dengan akad *rahn*.

3. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam memasarkan Produk Gadai emas dengan akad *rahn*.

F. Manfaat penelitian

1. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan dan melatih pola pikir ilmiah serta dapat mengaplikasikan dan mensosialisasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Bank BSI

Memberikan tambahan informasi dan wawasan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca yang mempunyai kepentingan dalam Strategi pemasaran gadai emas pada Bank Syariah Indonesia.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai tambahan informasi serta bahan pebandingn bagi peneliti lainnya. khususnya tentang strategi pemasaran gadai emas pada bank syariah indonesia.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori STP (*Segmentation, Targeting, Positioning Philip Kotler 1980*)

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi STP Merupakan pendekatan pemasaran yang digunakan untuk memahami pasar dengan lebih baik melalui segmentasi, penetapan target, dan penentuan posisi (*positioning*) produk. Menurut Philip Kotler & Armstrong (1980) Strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya tercantum keputusan - keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran, dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.⁸

Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan nilai tukar yang memuaskan dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan.⁹ Saeed muhammad, dkk menyatakan bahwa etika pemasaran islam didasarkan pada prinsip keadilan dan kejujuran. terdapat dua karakteristik etika pemasaran dari persepektif islam. Pertama, etika

Islam didasarkan pada perintah-perintah al-Qur`an dan tidak

⁸ Danang Sunyanto, *Strategi Pemasaran* (Media prssindo, 2015), hlm.2.

⁹ Encep Sae`Pudin dan Safitri Mukarromah , "*Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Dibanyumas, Jurnal Pemikiran Islam*" Vol.9 No 2 (2018): hlm.43.

meninggalkan ruang untuk perbedaan interpretasi oleh pelaku pemasaran sesuai dengan kehendak dan keinginan masing-masing. Kedua, pendekatan islam menekankan pada memaksimalkan nilai yang lebih mementingkan kesejahteraan masyarakat dari pada mengejar keuntungan pribadi sebanyak mungkin.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi merupakan suatu hal yang fokus untuk memperoleh tujuan. Chandler berpendapat, strategi merupakan suatu hal dalam jangka panjang yang asalnya dari perusahaan serta pengoperasian dan pendistribusian suatu kemampuan yang fundamental. Dalam suatu instansi, strategi adalah hal yang penting supaya instansi beroperasi dengan tepat dalam penentu suatu arah bisnis yang sudah dipilih dalam suatu organisasi.

Sebelum strategi dilakukan, maka diharuskan untuk dapat sebisa mungkin mempersiapkan segala potensi yang ada. Dapat disimpulkan bahwa, strategi merupakan suatu rencana untuk mencapai sebuah tujuan yang mempersiapkan segala yang terjadi. Dalam setiap perusahaan, aktivitas pemasaran selalu menjadi perhatian utama. Pemasaran penting untuk mencukupi kepentingan serta kemauan masyarakat. Hal ini dapat dilakukan untuk menahan persaingan yang semakin ketat.¹⁰

Dalam mengembangkan strategi pemasaran yang akan dipilihnya, seorang manager menghadapi sejumlah besar pilihan.

¹⁰ Clarisa Eka Rismadayant, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia KC Jenggola Sidoarjo” Vol.6 No 1 Mei (2023): hlm.314.

Setiap sasaran dapat saja dicapai melalui berbagai cara. Misalnya sasaran seperti meningkatkan hasil penjualan sebesar 9% dapat diraih dengan menaikkan harga jual seluruh unit, meningkatkan volume seluruh penjualan atau menjual volume yang lebih banyak dengan harga jual yang lebih tinggi.

Berdasarkan definisi strategi pemasaran Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran diartikan sebagai upaya perusahaan memasarkan suatu produk dengan menggunakan proses perencanaan dan penetapan harga, promosi, distribusi ide dengan tujuan mendapatkan jumlah penjualan yang tinggi.

b. Indikator Strategi Pemasaran

Untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif suatu perusahaan menggunakan indikator variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) antara lain yaitu:

1. Produk (*product*)

Keputusan - Keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti pada kendaraan bermotor dan sebagainya. Sementara itu pada produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Contoh dari produk jasa adalah

pelayanan Kesehatan dan sebagainya. Produk yang diperjual belikan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan Dimana kebutuhsn atau keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.¹¹

2. Harga (*price*)

Harga merupakan salah satu elemen paling penting dalam strategi bisnis, terutama dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan Perusahaan sebagai salah satu komponen utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) harga menjadi satu-satunya elemen yang memberikan pemasukan langsung kepada Perusahaan. sifat harga yang fleksibel membuatnya dapat diubah dengan cepat untuk menyesuaikan dengan dinamika pasar atau kebutuhan konsumen, harga juga jumlah uang yang harus dibayar oleh nasabah untuk memperoleh suatu produk yang ditawarkan.¹²

3. Tempat (*placement*)

Lokasi yang paling efektif dan strategis yang menarik pelanggan, yang digunakan (grosir, distributor, pengeceran) agar produk tersebut tersedia bagi pelanggan.

¹¹ Muhammad Isa,Dkk “Effect Of Service Quality And Employee Performance On Customer Saatisfaction At PT Pawnshop Pinang C ity Sharia Serivice Unit.,” *Journal Of Sharia Banking* Vol.2 (2021).

¹² Mujito, *Strategi Pemasaran(Product,Price, Place and Promotion)* (Selat Media, n.d.), hlm,57.

4. Promosi (*promotion*)

Promosi alat yang penting dalam memperkenalkan, membangun dan memperluas bisnis, dengan strategi promosi yang tepat, dapat meningkatkan kesadaran merek, mendorong penjualan, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Memberikan diskon kepada pelanggan pemberian pertama dan pembelian dalam jumlah banyak.

5. Orang (*people*)

Semua pelaku yang berkontribusi pada penyajian layanan untuk mempengaruhi persepsi pelanggan, pentingnya *people* adalah memberikan pelayanan yang berkualitas pada konsumen yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan jasa, merupakan bagian penting untuk membangun loyalitas.¹³

6. Proses (*process*)

Proses merupakan bagian yang paling penting, apalagi dalam Perusahaan jasa yang berkaitan dengan segala aktivitas perusahaan karena fokus utama perusahaan jasa adalah memberikan pelayanan jasa dengan sebaik-baiknya.¹⁴

7. Bukti fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik sebagai elemen pendukung memiliki peran cukup penting. Pelanggan dapat dengan mudah memahami

¹³ Siti Nurhaliza Et Al., *Implementasi Marketing Mix 7p Dalam Menginterpretasikan Strategi Pemasaran Pada Usaha Out Of The Box*, Vol.1 No 1 (2023), hlm, 294.

¹⁴ Tiondon Mayzal et al., "Analisis Implementasi Strategi Baruan Pemasaran 7p Pada Akun Shopee Serabutan99," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8, no. 2 (2024) hlm 2046.

layanan karena adanya pendukung fisik. Sarana fisik secara tidak langsung dapat mempengaruhi pilihan pembelian barang atau jasa yang di pasarkan.¹⁵

c. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa kepuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan ada 3 unsur pokok dalam konsep pemasaran.

1) Orientasi pada konsumen

Perusahaan yang benar-benar ingin memperhatikan konsumen harus:

- a) Menentukan kebutuhan pokok (basic needs) dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
- b) Menentukan produk dan program pemasarannya, untuk memenuhi kebutuhan berbeda-beda dari kelompok pembeli yang dipilih sebagai sasaran, perusahaan dapat menghasilkan barang-barang dengan type model yang berbeda-beda dan dipasarkan dengan program pemasaran yang berlainan.
- c) Mengadakan penelitian pada konsumen, untuk mengukur, memulai, dan menafsirkan keinginan, sikap, serta perilaku mereka.

¹⁵ Siti Nurhaliza Et Al., *Implementasi Marketing Mix 7p Dalam Menginterpretasikan Strategi Pemasaran Pada Usaha Out Of The Box*, Vol.1 No 1 (2023); hlm,295.

d) Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik.

2) Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral

Pengintegrasian kegiatan pemasaran berarti bahwa setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut berkecimpung dalam suatu yang berkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat terealisasi.

3) Kepuasan konsumen

Faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba, ialah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi. Kunci keberhasilan dalam menjalankan pemasaran terletak pada adanya sikap yang mendukung dari manajemen puncak. Seorang eksekutif Chase Bank berkata "pemasaran dimulai dari manajemen puncak. Hanya manajemen puncak yang dapat menyediakan iklim disiplin, dan kepemimpinan yang dibutuhkan untuk sebuah program pemasaran yang berhasil."¹⁶

d. Konsep-Konsep Strategi Pemasaran

Konsep konsep strategi pemasaran dibagi menjadi tiga yaitu:

1) Segmentasi pasar

Segmentasi pasar menjadi dasar pemikiran bahwa suatu pasar terdiri dari lapisan atau segmen yang berbeda-beda. Segmentasi pasar adalah membagi pasar kedalam beberapa

¹⁶ William J. Stanton Lamarto y, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm.18.

kelompok berbeda yang mungkin menghendaki bauran produk atau pemasaran yang terpisah. Setiap segmen akan memberikan peluang yang tersendiri untuk perusahaan.

2) *Targeting*

Penetapan pasar sasaran artinya mengevaluasi dan memilih segmen-segmen mana saja yang akan dilayani oleh perusahaan, apabila kebutuhan dan keinginan pembeli bervariasi, pasar sasaran biasanya terdiri atas satu lebih segmen pasar.

3) *Positioning*

Positioning adalah membentuk manfaat utama produk yang ditawarkan agar dapat dibedakan dengan produk lain dalam pasar. Perusahaan baru dapat beroperasi setelah mengetahui dan memperoleh posisi tertentu dipasar sasaran. Perusahaan harus memasuki segmen pasar yang berpotensi paling besar dalam peningkatan laba dan penjualan agar perusahaan mendapat posisi yang kuat dipasar.

e. Strategi Pemasaran Berdasarkan Perspektif Islam

Strategi pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari *inisiator* (orang yang memiliki ide) kepada *stakeholdernya* yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad- akad dan prinsip- prinsip muamalah islam, artinya dalam pemasaran syari'ah, seluruh proses baik proses penciptaan, proses

penawaran, maupun proses perubahan nilai tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam.¹⁷

Adapun dasar hukum yang menjadi landasan strategi pemasaran dengan prinsip-prinsip Islam dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29.¹⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS. An Nisa Ayat 29).

Tafsir Ibnu Katsir, Ibnu Katsir menguraikan bahwa ayat ini adalah peringatan kepada orang-orang beriman agar tidak mengambil harta satu sama yang lain dengan cara tidak sah atau “ Batil”. Praktik seperti penipuan, penggelapan, pencurian dan segala bentuk perolehan harta yang tidak sesuai dengan aturan syariat termasuk dalam kategori *Bil- Batil*. Ibnu Katsir menafsirkan larangan ini tidak hanya mencakup

¹⁷ Muh Nur Rianto, *Dasar- Dasar Pemasaran Syariah* (Alfabeta, 2012), hlm,31.

¹⁸ Al- Qur'an Suroh An- Nisa Ayat 29, .

bunuh diri secara fisik, tetapi juga merujuk pada tindakan termasuk diri sendiri atau masyarakat secara moral dan sosial.¹⁹

2. Produk Gadai Emas

a. Pengertian Gadai Emas

Gadai emas adalah jenis pinjaman yang menggunakan emas sebagai jaminan. Gadai emas juga disebut transaksi keuangan di mana nasabah menyerahkan emas sebagai jaminan untuk memperoleh pinjaman uang dari lembaga keuangan, seperti bank koperasi atau pegadaian. Gadai dalam bahasa arab disebut *al-Rahn* artinya penyerahan barang yang dilakukan oleh orang yang berhutang sebagai jaminan atas hutang yang telah diterimanya. gadai atau *rahn* adalah menjamin hutang dengan barang yang memungkinkan utang itu bisa dibayar dengannya, atau dari hasil penjualannya. *Rahn* pada prinsipnya merupakan suatu kegiatan utang piutang yang murni berfungsi sosial.

Gadai emas di perbankan syariah merupakan produk pembiayaan atas dasar berupa emas dalam bentuk batangan maupun perhiasan sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat, aman dan mudah. Gadai emas syariah sangat bermanfaat bagi nasabah pegadaian yang membutuhkan dana tunai dengan cepat sekaligus bermanfaat bagi bank syariah yang menyediakan jasa gadai emas syariah, karena bank syariah akan

¹⁹ Desy Rahmawati Anwar Et Al., Korupsi Dalam QS An-Nisa: 29: Pendekatan Tafsir Kontekstual, N.D., hlm, 841.

mendapatkan keuntungan dari jasa penitipan barang gadai dan bukan dari kegiatan gadai itu sendiri.²⁰

Berdasarkan definisi gadai emas diatas dapat disimpulkan bahwa gadai emas adalah layanan untuk mendapatkan uang tunai dengan menyerahkan emas sebagai jaminan dalam gadai emas, sehingga lembaga keuangan akan melakukan taksiran nilai emas dan memberikan pinjaman kepada penggadai.

b. Syarat dan Rukun Gadai Emas

Tidak akan sah suatu akad tanpa adanya unsur- unsur yang menjadi rukun serta syarat sahnya, gadai emas sebagai sebuah akad perjanjian hutang piutang harus memenuhi rukun dan syarat- syarat tertentu. Adapun syarat dan rukun gadai emas yaitu.

Rukun gadai emas ada empat, yaitu:

- 1) Dua orang yang melakukan akad gadai.
- 2) Barang yang digadaikan/diagunkan.
- 3) Utang.
- 4) Shighatijab dan Kabul.²¹

c. Syarat-Syarat Gadai Emas

Disyaratkan dalam transaksi gadai emas hal-hal sebagai berikut:²²

²⁰ Nando Safarida, *Gadai Dan Investasi Emas Antara Konsep Dan Implementasi*, Vol 6 No 1 (2017): hlm,84.

²¹ Iwan Setiawan, *Penerapan Gadai Emas Pada Bank Syariah Persepektif Hukum Ekonomi Islam*, Vol 6 No 1 (2016): hlm,202.

²² Chyntia Tulusiawati, *Fiqih* (lembaga penelitiandan pengabdian kepada masyarakat Universitas KH.A. Wahab Hasbullah, jakarta, 2021), hlm.20-23.

- 1) Syarat dua pihak yang berakad, yaitu baligh, berakal dan rusyd (memiliki kemampuan mengatur dan mampu membedakan antara baik dan buruk).
- 2) Syarat barang gadai (*al-Marhun*) ada tiga:
 - a) Barang gadai itu berupa barang berharga yang dapat menutupi hutangnya, baik barang atau nilainya ketika penggadai tidak mampu melunasinya.
 - b) Barang gadai tersebut adalah milik orang yang menggadaikan atau yang diziinkan baginya untuk menjadikannya sebagai jaminan gadai.
 - c) Barang gadai tersebut harus diketahui ukuran, jenis dan sifatnya, karena gadai adalah transaksi atas harta sehingga hal ini di syaratkan.

d. Manfaat Gadai Emas

Adapun manfaat gadai syariah tidak hanya prosedurnya yang halal, masih ada lagi beberapa manfaat yang dapat diperoleh jika melakukan transaksi pinjaman melalui gadai syariah:

- 1) Waktu cair lebih cepat.
- 2) Aman.
- 3) Proses pengajuan pinjaman mudah.
- 4) Pinjaman bisa dicairkan dengan cepat.

e. Hukum Gadai

Dasar Hukum yang menjadi landasan gadai syariah dijelaskan dalam Al-Qur`an surah Al- Baqarah ayat 283 yang digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep gadai yaitu:²³

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَنْ مَّقْبُوضَةً فَإِنْ
أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ
وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا
تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al Baqarah ayat 283).

Ayat diatas menerangkan tentang bolehnya memberi barang tanggungan sebagai jaminan pinjaman, atau dengan kata lain menggadai, dalam ayat ini dikaitkan dengan perjalanan, tetapi hal tersebut bukan berarti bahwa menggadaikan hanya dibenarkan dalam perjalanan, Nabi SAW, pernah menggadaikan perisai beliau kepada seorang yahudi, padahal ketika Itu beliau sedang berada di madinah. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sejak masa turunnya ayat

²³ Al-Qur`an Suroh Al-Baqarah Ayat 283.

ini Al-Quran telah menggaris bawahi bahwa ketidakmampuan menulis hanya dapat ditoleransi untuk sementara bagi yang tidak memiliki tempat tinggal.²⁴

f. Bentuk- Bentuk Akad Dalam Produk Gadai Emas

Grand Teory dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Value Theory* atau nilai menjelaskan bahwa keputusan individu dalam memilih suatu produk atau layanan sangat dipengaruhi oleh persepsi nilai (*perceived value*) yang dirasakannya. Nilai ini terbentuk dari perbandingan antara, manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan. Semakin besar manfaat yang dirasakan dibandingkan dengan biaya yang ditanggung, maka semakin tinggi nilai yang dirasakan sehingga meningkatkan kecenderungan konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

Ada beberapa akad yang terjadi di dalam transaksi gadai yang mengikat para pihak, yaitu:

1. Akad *Rahn*

Menurut bahasa *Rahn* adalah tetap dan lestari, seperti juga dinamai al habsu, artinya penahanan. Ar-*Rahn* atau *Rahn* merupakan perjanjian penyerahan barang yang digunakan sebagai agunan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan. Beberapa ulama mendefinisikan *Rahn* sebagai harta yang oleh

²⁴ Lilis Hamani And Anggi Irawan, *Gadai Dalam Perspektif Tafsir Hadist Ahkam Muamalah*, N.D., hlm 9.

pemiliknya digunakan sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat. Pasal 20 ayat 14 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah mendefinisikan, “*Rahn*/gadai adalah penguasaan barang milik peminjam oleh pemberi pinjaman sebagai jaminan”.²⁵

Ar-Rahn yaitu menahan salah satu harta milik si peminjam yang digunakan sebagai jaminan atas pinjamannya. Barang yang ditahan harus memiliki nilai ekonomis. Sehingga pihak yang menahan barang tersebut memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *Rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai.²⁶

Menurut definisi lain, *ar-Rahn* merupakan akad menjadikan suatu harta sebagai jaminan atas utang piutang sehingga dengan harta itu utang dapat dilunasi jika utang tersebut tidak dapat dilunasi oleh pihak yang berhutang. *Ar-Rahn* hukumnya jaiz (boleh) menurut Al-Qur'an, assunnah dan ijma".²⁷

Berdasarkan pengertian gadai (*Rahn*) yang dikemukakan diatas, maka gadai (*Rahn*) yaitu menahan harta atau barang milik peminjam sebagai agunan untuk

²⁵ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Jakarta, 2016), hlm,193.

²⁶ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik Cet, Ke- 1* (Gema Insani, 2001), hlm,128.

²⁷ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah* (Raja Grafindo Persada, 2016), hlm,252.

mendapatkan fasilitas pembiayaan, dan barang tersebut harus memiliki nilai ekonomis. Sehingga pihak yang menahan barang tersebut dapat memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya jika pihak yang menggadaikan tidak dapat membayar utang pada waktu yang telah ditentukan pada saat awal perjanjian.

Selain itu apabila ditinjau dari sifat akadnya gadai syariah (*Rahn*) memiliki 2 bagian yaitu, untuk keperluan konsumtif (akad *qardhul hasan* dan *ijarah*) dan keperluan modal usaha yang sifatnya produktif yang dari usaha itu nasabah dapat menghasilkan keuntungan maupun menghasilkan kerugian (akad *mudharabah*, *musyarakah*, *ba'i muqayyadah* dan *Rahn*). Sehingga dengan menggunakan gadai syariah masyarakat yang ingin memunjang perekonomian dengan cara melakukan usaha menguntungkan karena dalam gadai syariah prinsip utamanya untuk sosial yaitu membantu masyarakat untuk ketingkat yang lebih maju.

Hukum islam berdasarkan fatwa dan atau pernyataan kesesuaian syariah dengan Fatwa No.26/DSN-MUI/111/2002 yang menyatakan bahwa harus memenuhi prinsip keadilan (*adl*), keseimbangan (*tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), *universalisme* (alamiah), tidak mengandung gharar (objek tidak jelas), maysir (*spekulatif*), riba (penambahan pendapatan

secara tidak sah), *zhulm* (ketidakadilan bagi pihak lain), *risywah* (tindakan suap) dan objek haram.

2. Rukun dan Syarat *Rahn*

Adapun Rukun *Rahn* ada empat yaitu.

- a) Pemberi gadai (*Raahin*).
- b) Penerima gadai (*Murtahin*).
- c) Barang jaminan (*Marhun*).
- d) Utang (*Marhuun Bihi*).

Sementara rukun *Rahn* adalah dua pihak yang berakad, akad *Rahn*, barang jaminan (*Marhuun*), dan utang (*Marhuun Bihi*). Menurut Hanafiyah rukun *Rahn* adalah ijab dan kabul dari *Raahin* dan *Murtahin*.

Dalam setiap akad, unsur dan rukunnya harus memenuhi syarat, berkaitan dengan *Rahn*, syarat bagi para pihak yang berakad sama dengan syarat dalam akad lainnya. Syarat tersebut adalah para pihak harus yang berakal, sudah baligh, tidak dalam paksaan atau tidak terpaksa. Pasal 330 KHES menyebutkan bahwa para pihak yang melakukan akad gadai harus sudah cakap hukum. Cakap hukum disini berarti berakal, sudah dewasa atau baligh serta tidak dalam paksaan.

3. Manfaat *Rahn*

Ada banyak sekali manfaat *Rahn* bagi masyarakat umum, terutama bagi nasabah.

Berikut manfaat *Rahn* yaitu.

- a. Membantu memenuhi kebutuhan dana sesuai prinsip syariah.
- b. Memberikan rasa aman bagi pemberi pinjaman.
- c. Membantu masyarakat yang membutuhkan
- d. Memberikan keamanan bagi semua penabung dan pemegang deposito bahwa dananya tidak akan hilang begitu saja.²⁸

4. Risiko Rahn

Adapun risiko yang memungkinkan terdapat pada rahn apabila diterapkan sebagai produk Adalah:

- a. Risiko tidak terbayarnya utang nasabah
- b. Risiko penurunan nilai asset yang dithan atau rusak
- c. Risiko pemalsuan barang gadai.

3. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan referensi peneliti, untuk mendukung penelitian ini maka peneliti mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait atau yang berhubungan dengan judul dalam penelitian sebagai berikut.²⁹

²⁸ Bakhrul Huda, *Peran Rahn Sebagai Instrumen Jaminan Dalam Transaksi Keuangan Syariah*, Vol 6 No 2 (2015): hlm 199.

²⁹ zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, Ed. 1 Cet Ke-2 (Sinar Grafika, 2008), hlm 40.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	Nurti Rosalina Siregar, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hassan Ahmad Addary Padangsidempuan 2023) ³⁰	“Strategi Pemasaran Qard Beragunan Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.	Strategi pemasaran yang di andalkan oleh bank adalah setiap strategi yang telah di rencanakan, yaitu promosi dengan menyebarkan brosur dan pemasangan spanduk. Dan pihak Bank juga melakukan promosi melalui sosial media, melakukan promosi seperti instagram, facebook dan twitter. pihak bank sekarang menggunakan strategi promosi dengan Marketing Mix, strategi promosi yang di gunakan adalah melakukan sosialisasi ke masyarakat, ke instansi-instansi pemerintah dan swasta.
2.	Amir Ambyah Zakaria Jurnal Islamic Banking and Finance vol 1 No 1.2024. ³¹	Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Mojosari.	BSI KCP Mojosari juga menerapkan strategi efektif seperti bauran pemasaran (marketing mix) dengan menggunakan strategi pemasaran 7P yaitu produk (product) harga (price), tempat (place) promosi (Promotion) orang (people) proses (process) dan strategi sarana fisik (physical edvence) Berikut strategi pemasaran 7P yang diterapkan pada BSI KCP Mojosari.

³⁰ Nurti Rosalina Siregar, ““Strategi Pemasaran Qard Beragunan Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.” (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hassan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023).

³¹ Amir Ambyah Zakaria, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Mojosari.*, Vol 1 No 1 (2024).

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
3.	Arinda Pasha Nur Salsabila ³² (Universitas Islam Negeri Prof. Kh. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2023)	Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto	Strategi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto menggunakan strategi bauran 7P diataranya ada produk (product), harga (price), tempat (place), promosi (promotion), orang (people), proses (process), sarana fisik (physical evidence). Selain itu juga melakukan open booth pada event-event tertentu yang diselenggarakan oleh pihak Pegadaian untuk mempromosikan keunggulan dari poduknya yaitu gadai emas (rahn) dengan cara melakukan kegiatan sosialisasi ke masyarakat, acara di keluarahan, pengajian bahkan saat kegiatan olahraga
4.	Clarisa Eka Rismadayanti Jurnal Islamic Banking and Finance Vol.6 No 1, Mei 2023. ³³	Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Kc Jenggola Sidoarja	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gadai emas pada bank syariah melakukan beberapa bentuk promosi untuk menarik minat masyarakat, promosi yang dilakukan oleh bank syariah indonesia KC Jenggolo menggunakan 7p. yang terdiri dari (<i>Product, price place phsyical evidence, people dan process</i>) Bank Syariah Indonesia KC Jengolo juga

³² Arinda Pasha Nur Salsabila, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto" (Universitas Islam Negeri Prof. Kh. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023).

³³ Clarisa Eka Rismadayanti, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Kc Jenggola Sidoarja*, Vol 6.No 1 (2023).

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
			bercita cita menjadi bank syariah masa depan yang melayani nasabah untuk memastikan bahwa pelanggan puas dengan layanan yang diberikan oleh bank syariah.
5.	Mira Hariani (Skripsi Universita Islam Negeri Mataram 2020) ³⁴	Analisi Penerapan Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Mendorong Minat Nasabah Di PT. BPRS Patuh Beramal Kota Mataram 2020.	Strategi yang digunakan oleh BPRS Patuh Beramal Kota Mataram adalah sebagai berikut: (1) Strategi Produk (<i>Product</i>) (2) Strategi Harga (<i>Price</i>) (3) Strategi Tempat (<i>Place</i>) (4) Strategi Promosi (<i>Promotion</i>). Dimana nasabah BPRS Patuh beramal kota mataram nasabah merasa puas atas pelayanan yang cepat dan ramah yang diberikan pihak BPRS PNM.jumlah berdirinya nasabah hanya 68 nasabah, denganperkembangan zaman pihak BPRS PNM patuh beramal melakukan strategi pemasaran sehingga nasabah menjadi 119 nasabah .faktor yang mempengaruhi minat nasabah adalah kepuasan nasabah dan mutu pelayanan yang diterapkan oleh BPRS PNM Patuh Beramal.
6.	Nurilah Asti, Skripsi UIN Mataram Tahun 2022. ³⁵	Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (<i>Rahn</i>)	Berdasarkan hasil penelitian Penerapan Strategi Pemasaran Produk Gadai

³⁴ Mira Hariani, “Analisi Penerapan Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Mendorong Minat Nasabah Di PT. BPRS Patuh Beramal Kota Mataram” (Skripsi Universita Islam Negeri Mataram, 2020).

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
		Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bima Soetta 1 (Satu)	Emas (<i>Rahn</i>) di Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 yaitu dengan menggunakan unsur 7P dalam bauran pemasaran, yaitu <i>Product</i> , <i>Price</i> , <i>Promosi</i> , <i>Place</i> , <i>Poepe</i> , <i>Procces</i> dan <i>Pysical Evidence</i> . Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam melakukan gadai Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 pada Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 (satu) yaitu karna Kebutuhan Biaya Sekolah Anak, Modal Usaha, Kebutuhan Rumah Tangga, Kebutuhan Dana Cepat.
7.	Elsa Utari, Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2022. ³⁶	Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas dengan Menggunakan Akad <i>Rahn</i> , <i>Qardh</i> dan <i>Ijarah</i> Pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional memasarkan produk dadai emas dengan aka rahn, qardh dan ijarah dilakukan dengan tiga bentuk, yaitu media elektronik, cetak dan media lainnya, seperti pameran. Peluang pemasaran gadai emas ialah adanya kecenderungan masyarakat Aceh mengoperasikan bisnis ekonominya ke arah syariah. Tantangannya ialah merebaknya Perusahaan Gadai Syariah menjadi

³⁵ Nurilah Asti. Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Rahn*) Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bima Soetta 1 (Satu). *Skripsi*, (Mataram: UIN Mataram, 2022), hlm 60-61.

³⁶ Elsa Utari. Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas dengan Menggunakan Akad *Rahn*, *Qardh* dan *Ijarah* Pada PT. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Operasional. *Skripsi*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2022), hlm 83.

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
			tantangan terhadap pemasaran PT. Bank Aceh Syariah.

Adapun perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sebagai berikut :

Perbedaan dengan penelitian dari Nurti Rosalina Siregar adalah pada subjek penelitian yang dimana penelitian Nurti Rosalina Siregar membahas tentang Strategi pemasaran emas dengan akad qard di Gunung Tua, sedangkan pada penelitian ini peneliti membahas gadai emas BSI yang ada di Gunung Tua serta masyarakat dan hanya membahas gadai emas yang menggunakan akad *Rahn*. Persamaan penelitian ini adalah sama sama membahas mengenai strategi pemasaran yang menggunakan strategi 7p yaitu *product, place, price, promotion Process, people, phsical evidance*.

Perbedaan dengan penelitian dari Amir Ambyah Zakaria adalah penelitian Amir Ambyah Zakaria ini sama-sama membahas strategi pemasaran produk gadai emas menggunakan konsep marketing mix (7P). dilakukan di Bank BSI KCP Majosari serta menggunakan Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Lokasi, Strategi Promosi dan Strategi Pelayanan, sedangkan pada penelitian ini dilakukan di BSI KCP Gunung Tua serta menggunakan strategi 7p yaitu *product, place, price, dan promotion process, people, phsyical evidance*. Persamaan pada penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pemasaran yang ada di gadai emas.

Perbedaan dengan penelitian dari Arinda Pasha Nur Salsabila adalah topik pembahasan yang dimana penelitian Arinda Pasha Nur Salsabila

berfokus pada Upaya menarik minat nasabah dipegadaian syariah dengan akad rahn di pegadaian syariah cabang pasar wage purwokerto. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran gadai emas yang menggunakan akad *Rahn* di BSI KCP Gunung Tua. Persamaan pada penelitian ini adalah topik pembahasan yaitu gadai emas dengan akad *Rahn*.

Perbedaan dengan penelitian dari Mira Hariani adalah sama-sama meneliti strategi pemasaran produk gadai emas untuk meningkatkan minat nasabah akan tetapi Mira Hariani upaya menarik minat nasabah di BPRS Patuh beramal kota mataram. Sedangkan pada peneliti ini strategi pemasaran pada gadai emas menggunakan strategi 7p yaitu *product, place, price, promotion process, people, phsyical evidance..* Persamaan penelitian ini adalah topik pembahasan mengenai gadai emas yang yang menggunakan akad rahn.

Perbedaan dengan penelitian dari Clarisa Eka Rismadayanti adalah lokasi penelitian Clarisa Eka Rismadayanti berada di Bank Indonesia Syariah Kota Jenggola Sisoarja, sedangkan penelitian peneliti berada di BSI KCP Gunung Tua. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan strategi pemasaran 7p yaitu *product, place, price, promotion process, people, phsyical evidance.*

Perbedaan dengan penelitian dari Nurilah Asti adalah penelitian Nurilah Asti menggunakan analisis 7p *Product, Price, Promosi, Place, Poepe, Procces* dan *Pysical Evidence*, sedangkan penelitian peneliti menggunakan 4p yaitu *product, place, price, dan promotion*. Persamaan penelitian ini adalah topik pembahasan yang sama yakni strategi pemasaran gadai emas dengan akad *Rahn*.

Perbedaan dengan penelitian Elsa Utari adalah penelitian Elsa Utari menggunakan akad *Rahn*, *Qardh* dan *Ijarah*, sedangkan penelitian peneliti hanya menggunakan akad *Rahn*. Persamaan penelitian ini adalah topik pembahasan yang sama yakni strategi pemasaran gadai emas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia, KCP Gunung Tua, Jln. SM. Raja No, 234 dilaksanakan mulai 23 Desember 2024 sampai 16 Oktober 2025.

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bermaksud untuk membuat deskripsi atau keterangan mengenai situasi atau kejadian yang terjadi. Sehingga dapat diperoleh analisis data dan fakta yang ditemukan dengan teliti dan cermat mengenai, Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas dengan menggunakan Akad *Rahn* Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Indonesia, KCP Gunung Tua).

C. Subjek penelitian

Unit analisis dalam penelitian ini adalah suatu yang menunjuk pada subjek penelitian. unit analisis dalam penelitian adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subyek penelitian. Dalam penelitian ini subjek penelitian adalah Bapak Asrul Panusunan sebagai *pawning sales officer*. Ibu Eva Handayani sebagai *general support staff* dan Ibu Febi Surya Nasution sebagai *sales force* PT. Bank Syariah Indonesia, KCP Gunung Tua dan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia Kcp Gunung

Tua yaitu, ibu Nurul Amelia , Riska Harahap, Nur Aini Rambe, Desi Ratna dan ibu Asnita khoiriyah Harahap.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan survei. Peneliti menggunakan data ini sebagai data utama untuk mendapatkan informasi secara langsung dari pihak Bank Syariah Indonesia yang berada di Gunung Tua.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka.³⁷ Data sekunder dalam penelitian ini meliputi buku, jurnal, dan skripsi yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dalam Menggunakan Akad Rahn Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

³⁷ Helmina Andriani Hardani, "Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Revista Brasileira de Linguistica Aplicada," *CV. Pustaka Ilmu Group*, Vol.5 (2020): Hlm 247.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi (Pengamatan) adalah salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden wawancara, namun juga dilakukan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditunjukkan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.³⁸

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpulan data melalui peneliti terhadap narasumber atau sumber data, dimana pihak yang di wawancarai pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sebanyak 3 informan.

c. Dokumentasi

Teknik ini dimaksud untuk melengkapi data hasil wawancara dan obsevasi. Dokumentasi dalam penelitian ini seperti: foto atau gambar, video dan rekaman.³⁹

d. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan tinjauan pustaka keperpustakaan dan pengumpulan buku-buku, bahan

³⁸ Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2016.), hlm,143-145.

³⁹ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Antasari Press, N.D.), hlm,75.

bahan tertulis serta referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

F. Teknik pengecekan keabsahan data

Teknik pengecekan keabsahan data dengan keabsahan data ialah bahwa setiap keadaan harus memenuhi:

- a. Mendemostrasikan nilai yang benar.
- b. Menyediakan dasar agar hal itu dapat diterapkan.
- c. Memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari prosedurnya dan kenetralan dari temuan dan keputusan-keputusannya. Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini dapat diperlukan teknik pemeriksaan dan pelaksanaan, teknik pelaksanaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu.

Adapun hal-hal yang harus dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat adalah pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi Sumber menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁴⁰

Seperti membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dilakukan orang dengan apa yang

⁴⁰ Endang Widi Winani, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D* (Jakarta: (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm.184.

dikatakan secara pribadi, dan membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

2. Triangulasi Metode

Trianggulasi metode yaitu untuk menganalisa data dan informasi dengan menggunakan minimal dua metode. Jika informasi atau data dari wawancara yang berhasil didapatkan perlu diuji kebenarannya dengan observasi. Kegiatan triangulasi metode terdiri atas pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Jika diawal peneliti melakukan dengan metode wawancara untuk tahap selanjutnya peneliti melakukan dengan metode pengamatan langsung.⁴¹

G. Teknik pengolahan dan analisis data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan. Teknik pengolahan data merupakan langkah dasar bagi peneliti. Adapun tujuan dari analisis data dalam penelitian adalah memecahkan masalah-masalah penelitian, memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah diajukan dalam penelitian serta sebagai bahan untuk membuat kesimpulan dan saran yang berguna untuk kebijakan penelitian selanjutnya. Pengolahan dan analisis data dilaksanakan setelah data terkumpul secara kualitatif yang

⁴¹ ABD Rahman Rahim, *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hlm 22.

akan disajikan dalam bentuk deskriptif menggambarkan yang dimulai dengan langkah-langkah berikut ini.

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data yaitu pencarian data-data yang diperlukan sesuai dengan kondisi di tempat penelitian. Data-data yang dikumpulkan oleh peneliti berupa dokumen yang mendukung penelitian.

b. Reduksi data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dari data yang telah didapatkan peneliti mereduksi atau merangkum membuat pokok penelitian tentang strategi pemasaran gadai emas menggunakan akad rahn.⁴²

c. Penyajian Data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah penyajian data yang sering digunakan untuk menyajikan data. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk dipahami dan dapat memberi deskripsi menuju kesimpulan.

d. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan, proses penarikan kesimpulan merupakan bagian penting yang menjadi inti dari penelitian tersebut sehingga diperoleh poin penting dari data yang telah disajikan, karena merupakan kesimpulan dari penelitian. Dari pengumpulan data, reduksi data dan

⁴² Sidiq Dan Choiri , *Metode Penelitian Kualitatif Dibiidang Pendidikan* (CV N Ata Karya, N.D.), hlm.43.

penyajian data dapat ditarik kesimpulannya dimana, hasil wawancara yang dilakukan dengan 3 informan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yaitu, dengan bapak Asrul Panusunan, Ibu eva Handayani dan Ibu Febi Surya Nasution, dimana data yang diperoleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam melakukan pembiayaan rahn beragunan emas dengan menggunakan marketing mix 7P.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia (KCP) Gunung Tua

Situasi kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menemukan beragam dampak negatif yang sangat hebat di seluruh kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi ekonomi yang krisis, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis moneter yang luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari tersebut dengan merger beberapa Bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat Bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu Bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999.

Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas baru BSI. Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI\No.1/24\ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri KCP Gunung Tua pertama kali berdiri pada tahun 2010. Proses bergantinya Bank Mandiri Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia pada tahun 2016, Otoritas Jasa Keuangan menyiapkan peta jalan atau roadmap pengembangan keuangan syariah. Pada tahun 2019, Otoritas jasa keuangan atau OJK mendorong Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah milik pemerintah berkonsolidasi atau merger perbankan. Di antaranya PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank BNI Syariah, PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Pada tanggal 2 Juli 2020, Menteri Badan Usaha Milik Negara Erick Thohir berencana menggabungkan bank syariah

BUMN yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, dan Mandiri Syariah.

Pada bulan Oktober 2020, Pemerintah secara resmi mengumumkan rencana merger bank syariah dari tiga bank Himbara yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah. Pada tanggal 11 Desember 2020, Konsolidasi bank syariah Himbara menetapkan nama perusahaan hasil merger menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Pada tanggal 27 Januari 2021, OJK secara resmi mengeluarkan izin merger usaha tiga bank syariah. Surat itu terbit dengan Nomor SR03/PB.1/2021. Pada tanggal 1 Februari 2021, Presiden Jokowi meresmikan PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau Bank Syariah Indonesia (BSI).

2. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Bank syariah Indonesia KCP gunung tua merupakan badan usaha yang bergerak dibidang jasa keuangan kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan kemudian menyalurkannya Kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit, PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Menganut prinsip prinsip syariah dan prinsip operasional bank syariah. Adapun prinsip prinsip syariah dan operasional bank syraiah sebagai beriku:

a) Prinsip syriah PT. Bank Syariah Indonesia

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang berkaitan

dengan usaha. Bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

b) Prinsip Operasional PT. Bank Syariah Indonesia

Adapun Prinsip Operasional PT. Bank Syariah Indonesia sebagai berikut:

- 1) Prinsip Keadilan
- 2) Prinsip Keterbukaan
- 3) Prinsip Kemitraan
- 4) Univerealitas

B. Deskripsi Subjek Penelitian

Deskripsi subjek merupakan gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam deskripsi subjek peneliti menggunakan 3 informan sebagai sumber dalam penelitian ini.

Berikut data tabel informan dalam penelitian:

Tabel IV.1
Deskripsi Subjek Informan

No	Nama Informan	Pekerjaan
1	Asrul Panusunan	Pawning officer
2	Eva Handayani	General Support Staff
3	Febi Surya Nasution	Sales Force

Sumber: Data Informan Pegawai BSI KCP Gunung Tua

No	Nama Informan	Pekerjaan
1	Nurul Amelia	Ibu rumah tangga
2	Riska Harahap	Wiraswasta
3	Nur Aini Rambe	Jualan ayam penyet
4	Desi Ratna	Ibu rumah tangga
5	Febi yola	Wiraswasta
6	Dewi Kartika	Wiraswasta
7	Maisarah Lubis	Wiraswasta
8	Sriwahyuni	Wiraswasta
9	Syarifah Nasution	Wiraswasta
10	Yuliana	Wiraswasta

Sumber: Data Informan Nasabah yang menggadaikan Emas di BSI KCP Gunung Tua

Pemilihan Informan ini didasarkan pada pemahaman terhadap konvesi lokal. Berikut penjelasan alasan pemilihan informasi sebagai berikut:

1. Asrul Panusunan (Pegawai Bank)

Dipilih karena merupakan berpotensi Memastikan tercapainya target pembiayaan gadai emas dan *fee based income* gadai.

2. Eva Handayani (Pegawai Bank)

Dipilih karena merupakan berpotensi Memberikan layanan kepada nasabah, seperti membuka rekening, memberikan informasi produk (tabungan, kredit, investasi), dan menangani keluhan atau masalah yang dihadapi nasabah.

3. Febi Surya Nasution (Pegawai Bank)

Dipilih karena merupakan berpotensi Melakukan penjualan langsung kepada konsumen, menjawab pertanyaan mereka, dan memastikan kepuasan pelanggan.

4. Ibu Nurul Amelia (Ibu Rumah Tangga)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

5. Ibu Riska Amelia (Wiraswasta)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

6. Nur Aini Rambe (Jualan Ayam Penyet)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

7. Ibu Desi Ratna (Wiraswasta)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

8. Ibu Febi yola (Wiraswasta)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

9. Ibu Dewi Kartika (Wiraswasta)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

10. Ibu Maisarah Lubis (Wiraswasta)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

11. Ibu Sriwahyuni (Wiraswasta)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

12. Ibu Syarifah Nasution (Wiraswasta)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

13. Ibu Yuliana(Wiraswasta)

Dipilih karena merupakan nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

C. Pengolahan dan Analisi Data

Pengelolaan dan analisis data dalam penelitian ini adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dengan pengumpulan data yaitu.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu pencairan data yang diperlukan sesuai dengan kondisi tempat penelitian yang dimana Peneliti melakukan wawancara dengan 3 informan pihak BSI dan 4 nasabah untuk mengumpulkan data.

2. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya dan membuang yang

tidak perlu. Dari data yang telah didapatkan peneliti mereduksi atau merangkum untuk membuat pokok penelitian tentang strategi pemasaran gadai emas menggunakan akad rahn.

3. Penyajian Data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah penyajian data dalam bentuk narasi. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk dipahami dan dapat memberi deskripsi menuju kesimpulan.

4. Penarikan kesimpulan

penarikan kesimpulan ini inti dari penelitian sehingga diperoleh poin penting dari data yang telah didapatkan peneliti. Dari Pengumpulan data, reduksi data. Penyajian data dapat ditarik kesimpulannya dimana, hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan 3 (tiga) informan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yaitu, dengan Bapak Asrul Panusunan, Ibu Eva Handayani dan Ibu Febi Surya Nasution. Berdasarkan data yang diperoleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dalam pembiayaan rahn beragunan emas dengan menggunakan *Marketing Mix 7P*, strategi pemasaran produk rahn beragunan emas Bank Syariah Indonesia telah berkembang cukup baik, berdasarkan wawancara yang diperoleh dari karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, Kabupaten Padang Lawas Utara menggunakan strategi promosi yang cukup maksimal dan nasabah yang menggunakan produk rahn beragunan emas meningkat setiap tahunnya setelah menggunakan strategi promosi menggunakan *marketing mix*.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran Gadai Emas Dengan Menggunakan Akad Rahn Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Gunung Tua

Pelaksanaan produk gadai emas syariah dalam aplikasinya di bank syariah, bank memberikan pembiayaan/ pinjaman kepada nasabah dengan pengikatan secara gadai (*rahn*). Disini produk gadai emas syariah merupakan produk tersendiri bukan sebagai produk pelengkap.

Pada prakteknya PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua produk dan layanan gadai emas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Asrul panusunan beliau mengatakan bahwa:

“Gadai emas adalah pemberian pinjaman dengan sistem gadai berupa emas baik emas perhiasan atau emas batangan untuk dibuatkan proses pinjamannya atas pegajuan nasabah atau gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.”⁴³

Bapak Asrul Panusunan mengatakan bahwa sebagian besar nasabah belum memahami pengertian gadai emas syariah serta mekanisme dasar yang digunakan dalam layanan rahn. Nasabah datang hanya dengan pemahaman bahwa emas dapat dijadikan jaminan untuk memperoleh pinjaman, namun belum memahami bahwa dalam gadai syariah terdapat akad rahn sebagai dasar utang piutang.

⁴³ Hasil Wawancara, dengan Bapak Asrul Panusunan Sebagai Pawning Officer. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 16 Oktober 2025.

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua pada saat ini menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*):

a. Strategi Dalam Bidang Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan. Setiap produk yang diluncurkan dipasaran tidak selalu mendapatkan respon yang positif. Resiko mengalami kegagalan lebih besar dibandingkan dengan keberhasilannya suatu produk. Untuk dapat mencegah resiko kegagalan produk yang diluncurkan dapat selalu berkebang dan berhasil sesuai pada tujuannya, maka diperlukanlah strategi tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan karyawan Bank syariah Indonesia KCP Gunung Tua atas nama Ibu Eva Handayani menyatakan alasan menggunakan akad rahn beragunan emas yaitu:

Produk rahn beragunan emas prosesnya cepat, persyaratannya mudah, biaya administrasi beserta ujrahnya murah, dan barang jaminan yang dijaminakan bisa aman di PT. Bank Syariah Indonesia KCP gunung Tua. Apa bila barang ingin ditebus bisa kapan saja, asalkan tidak melampaui jangka waktu 4 bulan.⁴⁴

Dalam proses pembiayaan Rahn beragunan emas yang dilakukan oleh bank syariah Indonesia KCP Gunung Tua sangat mudah, aman bisa ditambah jangka waktu apabila nasabah tidak bisa melakukan pembayaran jangka waktu 4 bulan, sehingga masyarakat

⁴⁴ Wawancara dengan Ibu Eva Handayani Sebagai General Support Staff . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

yang ingin melakukan pembiayaan rahn beragunan emas bisa dengan cepat memenuhi persyaratan yang diperlukan.

b. Harga (*Price*)

Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua rahn beragunan emas memiliki biaya agunan yang relatif murah, besar pembiayaan yang dapat diterima oleh nasabah yaitu sebesar 80% dari nilai taksiran emas 24 karat. Jangka waktu pinjaman yaitu 4 (empat) bulan dan dapat diperbarui, sementara untuk pinjaman diatas Rp.100.000.000., (Seratus juta rupiah) nasabah harus melampirkan NPWP.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak Asrul Panusunan di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Menyatakan:

Beliau menuturkan bahwa harga merupakan salah satu strategi yang paling diandalkan untuk saat ini. Karna dengan biaya sewa yang murah masyarakat mempunyai pertimbangan dalam menggunakan produk rahn beragunan emas dan jika nasabah yang melakukan pembiayaan bermasalah dalam pelunasan pinjaman maka nasabah dapat berkonsultasi pada pihak Bank, dan jika alasannya dapat diterima oleh pihak PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua maka nasabah akan diberi keringanan dan tidak akan di denda.⁴⁵

Dari wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa biaya sewa yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua memang murah, dan hal ini dapat membuat pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan pembiayaan rahn Beragunan Emas.

⁴⁵ Hasil Wawancara, Dengan Bapak Asrul Panusunan Sebagai Pawning Officer. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 16 Oktober 2025.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Eva Handayani di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua mengatakan bahwa:

Biaya yang diberikan pada nasabah dalam melakukan pembiayaan rahn beragunan emas sudah sangat murah. Mengenai harga pihak bank sesekali menggunakan harga diskon pada nasabah.⁴⁶

c. Tempat (*place*)

Tempat atau lokasi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sangat strategis, karena berada dekat dengan pusat perbelanjaan dan berada dipinggir jalan. Sehingga memudahkan nasabah jika ingin melakukan transaksi.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua atas nama Ibu Eva Handayani menuturkan hal yang sama bahwa tempat atau lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sangat strategis.⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Febi Surya Nasution beliau juga mengatakan hal yang sama bahwa tempat atau Lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua cukup bagus karena berada dekat dengan pusat perbelanjaan dan berada dipinggir jalan.⁴⁸

⁴⁶ Wawancara dengan ibu Eva Sebagai general support staf . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

⁴⁷ Wawancara dengan Ibu Eva Handayani Sebagai General Support Staff . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Febi Surya Nasution sebagai sebagai *Sales force* .” . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan suatu yang sangat penting dalam memperkenalkan suatu produk, melalui promosi perusahaan bisa meyakinkan nasabah tentang kualitas produk yang ada di perusahaan sehingga pada akhirnya dapat meyakinkan nasabah dalam menggunakan produk.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Asrul Panusunan beliau mengatakan, sarana promosi yang digunakan dalam memasarkan produk rahn beragunan emas, yaitu:

Promosi dengan melakukan pemasangan spanduk dan penyebaran brosur. Dan pihak Bank juga melakukan promosi melalui sosial media, melakukan promosi seperti instagram, facebook dan twitter. Selain itu bank juga melakukan strategi promosi melalui promosi sosialisasi ke masyarakat, ke instansi-instansi pemerintah dan swasta, perkumpulan atau organisasi kemasyarakatan, misalnya pihak Bank mendatangi perkumpulan ibu-ibu dengan datang ke tempat pengajian yang dilaksanakan oleh masyarakat. Dan pihak bank juga akan melakukan harga-harga promo, seperti memberikan hadiah pada nasabah dan memberikan diskon pada nasabah.⁴⁹

Dari promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sudah sangat bagus dan update dalam mempromosikan produk nya untuk mencapai target sesuai yang di inginkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eva Handayani sebagai promosi yang dilakukan oleh pihak bank yaitu:

⁴⁹ Hasil Wawancara, Dengan Bapak Asrul Panusunan Sebagai Pawning Officer. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 16 Oktober 2025.

Strategi promosi yang akan di gunakan yaitu dengan menyebarkan brosur dan membuat spanduk disebagain desa, sehingga dengan menyebarkan brosur, membuat story di Whatshapp dan membuat spanduk nasabah yang menggadaikanpun meningkat setelah melakukan strategi dibandingkan marketing Mix.⁵⁰

Dapat kita lihat pada tabel dibawah ini bahwa promosi yang digunakan dapat meningkatkan nasabah yang menggunakan produk rahn Beragunan Emas di setiap tahunnya.

Tabel 1V.1
Jumlah Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia
PT.KCP Gunung Tua.

NO	Jumlah Nasabah	Tahun
1	110 Nasabah	2020
2	120 Nasabah	2021
3	494 Nasabah	2022
4	524 Nasabah	2023
5	602 Nasabah	2024

e. Proses (*process*)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan karyawan Bank Ibu Eva Handayani pencairan pinjaman produk rahn beragunan emas pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yaitu:

Proses pembiayaan produk rahn beragunan emas pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tuamudah dan tidak perlu waktu lama untuk memperoleh uang tunai, dalam memenuhi persyaratan yaitu.

⁵⁰ Wawancara dengan Ibu Eva Sebagai general support staff . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

1. Nasabah harus mempunyai buku rekening BSI.
2. Membawa KTP
3. Harus mempunyai NPWP (Nomor pokok wajib pajak)
4. Harus membawa fisik emas yang ingin digadaikan.⁵¹

Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua seorang nasabah harus mempunyai persyaratan untuk dapat mengadaikan beragunan emas, persyaratan yang diberikan oleh pihak bank tidak begitu sulit sehingga nasabah yang ingin melakukan pembiayaan sangat mudah memenuhi persyaratan yang diberikan oleh pihak bank.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Febi Surya Nasution beliau mengatakan :

Proses pembiayaan rahn beragunan emas sangat mudah, dan syarat- syaratnya pun mudah, bahkan tidak hanya berstatus suami istri yang bisa menggadaikan anak gadis juga bisa melakukan menggadaikan emas di Bank syariah Indonesia KCP Gunung Tua dengan syarat sudah mempunyai KTP, dan membawa emas yang akan digadaikan, dan membuka rekening, guna membuka rekening agar bisa nasabah yang menggadaikan memantau keuangan nasabah melalui Byond by BSI.⁵²

Dari wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa proses menggadaikan emas dengan akad rahn sangat mudah, hanya membutuhkan KTP, buku rekening, serta emas yang ingin digadaikan. Emas yang digadaikan harus emas asli, sebelum pihak bank menafsirkan berapa jumlah yang bisa diterima nasabah pihak bank men cek emas nasabah terlebih dahulu untuk mengetahui apakah emas nasabah asli atau palsu. jika tidak di cek terlebih dahulu pihak bank sudah melakukan

⁵¹ Wawancara dengan Ibu Eva Sebagai general support staff . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

⁵² Wawancara dengan Ibu Febi Surya Nasution sebagai sebagai *sales force* .” . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

transaksi sehingga nasabah sudah pulang dan pihak bank ingin mengecek apakah asli atau palsu. Ketika emas situ palsu pihak bank lah mengganti rugi.

a. Bukti fisik (*physical Evidance*)

Menurut Ibu Eva Handayani bukti fisik yang ditunjukkan dalam menggadaikan emas, Ibu Eva akan menunjukkan cara mengecek emas nasabah apakah ada yang rusak, seperti patah gantungan kalung atau gelang si penggada, kenapa dilakukan, sebagian nasabah pernah menggadaikan sebuah gelang emas bentuk jam tangan, nasabah lupa bahwa gelang nasabah ada yang putus, dan kelalaian Ibu Eva sendiri beliau mengatakan bahwa Ibu Eva tidak teliti mengecek emas gelang bentuk jam yang digadaikan pada saat itu. akan tetapi dengan lapang hati ibu sipenggada kerusakan beliau sendiri yang menanggungnya.⁵³

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sebelum menggunakan *marketing mix* 7p yaitu :

a. Produk (*product*)

Barang yang ditawarkan Perusahaan untuk target pemasaran dimaana menurut Ibu Eva Handayani produk adalah apa saja yang bisa ditawarkan kepasar untuk perhatian, penggunaan atau pemakaian yang diinginkan atau dibutuhkan oleh masyarakat masyarakat.

⁵³ Wawancara dengan Ibu Eva Sebagai general support staf . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eva Handayani beliau mengatakan :

Bahwa produk yang ditawarkan pada nasabah akan sangat berguna dalam membantu kebutuhan dalam usahanya, dan proses pembiayaan rahn beragunan emas ini sangat mudah dan cepat, sehingga nasabah tidak perlu khawatir dalam proses pembiayaan rahn beragunan emas akan memakan waktu lama, jika NPWP nya ada tidak akan memakan waktu lama untuk proses pencairan.⁵⁴

b. Harga (*Price*)

Semua aspek mengenai harga, Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua tetap menggunakan harga yang murah, ujrohnya juga murah dibandingkan dengan penggadaian yang lain, karena harga yang paling di andalkan dalam setiap proses pembiayaan yang ada di bank termasuk pembiayaan rahn beragunan emas.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Febi Surya Nasution beliau mengatakan :

Biaya sewa atau gadai yang diberikan bank pada nasabah sudah cukup murah. Akan tetapi dulu pihak bank belum menggunakan harga diskon pada nasabah dalam proses pembiayaannya dan memberikan hadiah apabila nasabah menggadaikan diatas Rp50.000.000.⁵⁵

Dari proses harga diatas bank memikirkan harga yang digunakan untuk nasabah. Harga yang digunakan pada dulunya sudah murah meski tanpa adanya harga diskon yang diberikan oleh

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Eva Sebagai general support staff . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Febi Surya Nasution sebagai sebagai *sales force* . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

pihak bank pada nasabah di masa saat ini setelah menggunakan strategi promosi *marketing mix*.

c. Promosi (*promotion*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eva Handayani beliau mengatakan:

Strategi promosi yang akan di gunakan pada masa sebelum menggunakan strategi promosi dengan *marketing mix* yaitu dengan pemasangan spanduk dan penyebaran brosur pada nasabah yang berkunjung atau yang melakukan transaksi pada Bank Syariah Indonesia di Gunung Tua Kabupaten Padang Lawas Utara.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank belum maksimal dalam memasarkan produknya, sehingga nasabah tidak tertarik untuk melakukan pembiayaan rahn beraguan emas pada Bank Syariah Indonesia di Gunung Tua Kabupaten Padang Lawas Utara. Oleh sebab itu pihak bank memikirkan bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan dalam meningkatkan pembiayaan rahn beraguan emas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eva Handayani Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, mengatakan bahwa:

Dari tahun ketahun masyarakat yang menggunakan rahn beraguan emas tidak begitu ada peningkatan. Hingga demikian bank telah melakukan strategi promosi sesuai dengan apa yang telah di rencanakan.⁵⁶

Berdasarkan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Arnida Pasha Nur Salsabila dimana kedua peneliti sama sama

⁵⁶ Wawancara dengan Ibu Eva Handayani Sebagai general support staff . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Tanggal 17 Oktober 2025.

membahas tentang pembiayaan rahn, akan tetapi penelitian Arnida Pasha Nur Salsabila berfokus menarik minat nasabah di pegadaian syariah cabang pasar wage purwokerto, peluang dan tantangan yang dihadapi Arnida Pasha Nur Salsabila dengan peneliti sejalan dihasil, dimana hasil penelitian Arnida Pasha Nur Salsa yaitu pasar terbuka luas karena kebutuhan dana cepat dan keinginan masyarakat untuk menghindari riba menjadikan produk gadai emas syariah semakin diminati.

Berdasarkan hasil penelitian dengan teori *Segmentation, Targeting, Positioning Philip Kotler 1980* dimana sama sama membahas tentang strategi pemasaran, akan tetapi terdapat perbedaan, dimana hasil penelitian ini berfokus pada strategi pembiayaan rhan, sedangkan philip kotler berfokus pada strategi pemasaran.

2. Peluang yang Dihadapi Dalam Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua

a. Peluang yang dihadapi dalam Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia

Pemasaran produk- produk pembiayaan syariah termasuk di dalamnya gadai emas, minat masyarakat tersebut seiring dengan meluasnya produk syariah yang ditawarkan bank. Keinginan masyarakat untuk memanfaatkan produk syariah muncul beriringan dengan perubahan cara pandang masyarakat yang dahulu konvensional menjadi serba syariah, termasuk pergerakan ekonomi dan bisnis kesehariannya. Ibu Eva Handayani mengatakan bahwa

masyarakat yang menginginkan semua jenis pergerakan bisnis ekonominya, seperti permodalan dan lainnya, maka kondisi ini menjadi peluang tersendiri bagi bank untuk kemudian melakukan pemasaran secara masif kepada masyarakat baik ditingkat desa maupun di kota. Cara pandangan yang berubah tersebut secara langsung memberikan peluang baik bagi pihak bank karena produk pembiayaan yang dipasarkan pada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip dan nilai syariah yang diinginkan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Asrul Panusunan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, beliau mengatakan bahwa peluang yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua yaitu:

Semakin melonjak tinggi harga emas dipasar sebagian nasabah memilih untuk menggadaikan emas dibandingkan menjual emas kepasar.⁵⁷

Menurut Ibu Eva Handayani Beliau mengatakan, Peluang yang dihadapi yaitu:

Bank Syariah Indonesia menawarkan nilai taksiran yang tinggi untuk emas yang digadaikan, sehingga nasabah dapat memperoleh jumlah pinjaman yang optimal, sehingga dengan tingginya harga emas, Sebagian nasabah memilih menggadaikan di Bank Syariah Indonesia.⁵⁸

⁵⁷ Bapak Asrul Panusunan Sebagai Pawning Officer. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Wawancara Kamis 16 Oktober 2025.

⁵⁸ Ibu Eva Handayani Sebagai general support staff . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua wawancara Jumat 17 Oktober 2025.

Menurut Ibu Febi Surya Nasution Beliau mengatakan, Peluang yang dihadapi yaitu:

Bank syariah Indonesia memberikan kemudahan untuk mendapatkan dana secara cepat dengan menggunakan aset emas yang dimiliki nasabah, dengan tingginya harga emas dipasar. Sebagian nasabah menggadaikan emasnya pihak bank tidak mengambil keuntungan dari bunga pinjaman, melainkan dari biaya penitipan emas, sehingga dengan tingginya harga emas. Sebagian yang menggadaikan ada yang non muslim.

Menurut Ibu Syarifah Nasution sebagai nasabah yang menggadaikan emas di BSI KCP Gunung tua Beliau mengatakan, Peluang yang dihadapi:

Penggadaian emas di BSI Gunung Tua, sangat membantu sekali proses menggadaikannya tidak rumit, pencairan pun cepat, apabila jaringannya bagus, pelayanan pihak BSI pun cukup ramah dan sopan, sehingga saya yang menggadaikan sudah 3x biaya administrasi dari BSI sangat murah.⁵⁹

Menurut Ibu Yuliana Beliau mengatakan, Peluang yang dihadapi:

Saya menggadaikan emas, yang saya gadaikan gelang anak saya, sangat membantu saya, saat itu saya ada bayaran yang lumayan besar dan pihak BSI sangat cepat melakukan proses pembiayaannya, bahkan saat itu saya tidak memiliki buku tabungan BSI pihak bank yang mengurus rekening BSI saya, saya hanya menunggu 15 menit rekening BSI Saya sudah siap.⁶⁰

Menurut Ibu Nur Amira Beliau Mengatakan peluang yang dihadapi.

Saya tidak khawatir kehilangan emas disaat menggadaikan, karena emas yang saya gadaikan disimpan dengan aman, sehingga saya tidak merasa takut untuk hilang. Menggadaikan emas di BSI sangat memberikan peluang bagi saya, saya menggadaikan emas di BSI

⁵⁹ Ibu Syarifah Nasution ,“Wawancara,” (Gunung Tua, 13 Desember 2025. Pukul 10.45 WIB)

⁶⁰ Ibu Nurul Amelia, Wawancara(Gunung Tua 13 Desember ,” 2025..pukul 09.00 WIB)

tidak memakai surat emas, hanya saja pihak bank meminta KTP, buku rekening, dan emas yang ingin saya gadaikan.⁶¹

Menurut Ibu Maisaroh Lubis Beliau Mengatakan peluang yang dihadapi.

Saya dulu tidak tau bahwasanya di BSI bisa menggadaikan emas, yang saya tau menggadaikan emas hanya di pegadaian saja, setelah saya tau dari tetangga saya ketika saya ingin menggadaikan emas saya mencoba menggadaikan di BSI Gunung Tua ternyata administrasi di BSI sangat murah , bahkan prosesnya pun cepat, sehingga sangat menjadi peluang terbesar saya ketika membutuhkan dana cepat, cukup menggadaikan emas di BSI saja tanpa harus menjual kepasar.⁶²

Menurut Ibu Sri Wahyuni Beliau Mengatakan peluang yang dihadapi.

Saya lebih suka menggadaikan di BSI dari pada ketempat lain, di BSI tidak diperlukan surat emas hanya yg diperlukan emas asli, KTP dan buku rekening BSI. Ini sangat menjadi peluang bagi saya sendiri karena saya sering lupa meletakkan dimana surat emas yang saya beli sehingga saya melakukan menggadaikan emas pun tidak terlalu merasa susah disebabkan suratnya hilang.⁶³

b. Apa saja Tantangan yang dihadapi dalam gadai emas pada PT.

Bank syariah Indonesia KCP Gunung Tua

Menurut Ibu Eva Handayani beliau mengatakan, di wilayah seperti Gunung Tua, akses masyarakat terhadap informasi digital masih terbatas hal ini menyebabkan strategi promosi harus lebih banyak dilakukan secara langsung seperti sosialisasi pendekatan komunitas. Penelitian

⁶¹ Nur Amira , ,“Wawancara,”(Gunung Tua, 13 Desember 2025. pukul 11.45 WIB)

⁶² Ibu Maisaoh Lubis “Wawancara,” (Gunung Tua, 13 Desember 2025. Pukul 09.20 WIB)

⁶³ Ibu Sri Wahyuni “Wawancara,” (Gunung Tua, 13 Desember 2025. Pukul 10.00 WIB)

Salsabila juga menunjukkan bahwa pendekatan langsung jauh lebih efektif di daerah dengan literasi digital rendah.

Menurut Ibu Eva Handayani beliau mengatakan, Tantangan dibagian produk yaitu, sebagian nasabah yang ingin menggadaikan meminta pinjaman, tidak sesuai dengan kadar emas yang ingin digadaikan contohnya:

Nasabah A ingin melakukan pinjaman diatas Rp.40.000.000. akan tetapi kadar emas yang dibawa nasabah tidak sesuai kadarnya, harus teliti men cek emas nasabah apakah asli atau palsu. Dan dimana kendala yang paling dihadapi pihak bank yaitu dimasa COVID -19 sulitnya berbaur kepada masyarakat ataupun instansi, banyak instansi menolak kedatangan kami untuk melakukan literasi produk- prod uk yang ada di bank syariah indonesia terkhusus produk gadai emas.⁶⁴

Menurut Ibu Feby Surya Nasution beliau mengatakan bahwa tantangan yang dihadapi.

Sebagian nasabah yang usianya diatas 40 tahun tidak menggunakan handphone android sehingga nasabah tidak bisa memantau keuangannya melalui Byond By BSI.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Asrul Panusunan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, mengatakan bahwa:

Jika nasabah gagal melunasi pinjaman sesuai jangka waktu yang telah ditentukan pihak Bank kepada nasabah yang menggadaikan, bahkan pihak bank telah menghubungi nasabah akan tetapi tidak ada respon dari nasabah pihak bank berhak melelang emas yang digadaikan untuk menutupi kerugian pihak bank.⁶⁶

⁶⁴ Ibu Eva Sebagai general support staf . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Wawancara Gunung Tua jumat 17 Oktober 2025.

⁶⁵ Ibu Feby Surya Nasution sebagai sebagai *sales force* .” . PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua wawancara jumat 17 Oktober 2025.

⁶⁶ Bapak Asrul Panusunan Sebagai Pawning Officer. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua wawancara Kamis 16 Oktober 2025.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nurul Amelia sebagai nasabah yang menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua tantangan yang dihadapi disaat menggadaikan beliau mengatakan bahwa:

Saya menggadaikan emas di BSI Gunung Tua, tantangan yang saya hadapi ketika saya memerlukan dana 300 juta tidak bisa saya terima padahal emas yang saya gadaikan nominalnya diatas 300 juta, awal awal saya heran kenapa tidak bisa ketika pihak bank BSI menjelaskan setiap yang menggadaikan hanya tersedia limit 250 juta, ketika pihak BSI sudah menjelaskan barulah saya mengerti ketika ingin menggadaikan emas hanya tersedia limit 250 juta perorang, lalu tantangannya disaat saya ingin melakukan pencairan gangguan jaringan terkadang ketika jaringan susah juga dapat menyulitkan proses pencairan.⁶⁷

Menurut Ibu Riska Harahap nasabah yang menggadaikan emas di BSI KCP gunung tua beliau mengatakan bahwa tantangan yang dihadapi.

Saya pernah menggadaikan cincin emas 5 gram, tetapi dana yang saya terima jauh lebih kecil dari harga emas dipasaran, sehingga tidak cukup untuk kebutuhan mendesak, akan tetapi setelah saya konfirmasi dengan suami saya, suami saya setuju kalo jumlah nominal yang saya terima segitu walaupun tidak cukup, kenapa saya terima karena biaya administrasinya murah dibandingkan saya menggadaikan ke penggadain apalagi rentenir, kalo saya menggadaikan kerentenir, ketika saya ingin melakukan perpanjangan waktu, biaya penitipannya menaik 2x lipat dari uang yang saya terima, sehingga saya tetap mau menggadaikan emas saya di BSI Gunung Tua.⁶⁸

Menurut Ibu Desi Ratna nasabah yang menggadaikan emas di BSI KCP gunung tua beliau mengatakan bahwa tantangan yang dihadapi.

Tantangan yang saya hadapi disaat menggadaikan emas dari nilai emas saya Rp 10.000.000, bank hanya memberikan pembiayaan sekitar Rp 7.000.000 – 8.000.000 saja. Tidak bisa diatas 8.000.000 hanya itu saja tantangan yang saya hadapi, akan tetapi saya tetap

⁶⁷ Ibu Nurul Amelia, "Hasil Wawancara Dengan Ibu," 2025. Pukul 15. 36 WIB)

⁶⁸ Ibu Riska Harahap, "Wawancara,"(Gunung Tua, 13 Desember 2025. Pukul 16.13 WIB)

melakukan penggadaian daripada saya harus menjual emas saya dipasar, apalagi ditahun ini harga emas meningkat lebih tinggi.⁶⁹

Menurut Ibu febi Yola nasabah yang menggadaikan emas di BSI KCP gunung tua beliau mengatakan.

Jangka waktu gadai emas yang sangat singkat juga menjadi kendala bagi kami. Umumnya waktu pelunasan hanya diberi 1- 4 bulan untuk pelunasan, 2 hari sebelum dapat jangka waktu pihak bank akan menghubungi kami memberi konfirmasi bahwasanya jangka waktu untuk pelunasan akan dapat, jika kami tidak menghubungi pihak bank kembali untuk perpanjangan waktu kami akan kena denda dan emas kami akan di lelangkan jika tidak diberi konfirmasi bahwasanya untuk menambahkan perpanjangan waktu.⁷⁰

Menurut Ibu Dewi Kartika nasabah yang menggadaikan emas di BSI KCP gunung tua beliau mengatakan.

Nilai emas yang ditaksir oleh pihak BSI lebih rendah dibandingkan harga pasar atau perkiraan kami sehingga dana yang kami terima tidak sesuai kami butuhkan, untuk layanan pihak sudah bagus, prosesnya cepat, hanya saja dana yang kami terima tidak sesuai dengan taksiran sebelum kami menggadaikan.⁷¹

Berdasarkan penelitian dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Arnida Pasha Nur Salsabila peluang masyarakat semakin tertarik pada produk gadai emas syariah karena ingin menghindari praktik riba, sehingga minat terhadap produk rahn meningkat pesat sedangkan tantangan yang dihadapi Arnida Pasha Nur Salsabila yaitu Persaingan dengan lembaga gadai konvensional dan digital menjadi hambatan dalam ekspansi pasar, sedangkan peluang yang didapati peneliti yaitu harga emas yang terus meningkat menjadikan banyak nasabah lebih memilih

⁶⁹ Ibu Desi Ratna, "Wawancara," (Gunung Tua, 13 Desember 2025. Pukul 16.45 WIB)

⁷⁰ Ibu febi Yola, "Wawancara," (Gunung Tua, 13 Desember 2025. Pukul 11. 36 WIB)

⁷¹ Ibu Dewi Kartika, "Wawancara," (Gunung Tua, 13 Desember 2025. Pukul 11. 52 WIB)

menggadaikan emas dari pada menjualnya. tantangan yang terdapat pada peneliti Jika nasabah gagal melunasi pinjaman sesuai jangka waktu yang telah ditentukan pihak Bank kepada nasabah yang menggadaikan, bahkan pihak bank telah menghubungi nasabah akan tetapi tidak ada respon dari nasabah pihak bank berhak melelang emas yang digadaikan untuk menutupi kerugian pihak bank. Peluang dan tantangan yang dihadapi peneliti dengan penelitian Arnida Pasha Nur Salsabila memiliki pendapat yang berbeda.

E. Keterbatasan penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat mejadi beberapa faktor agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti- peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut antara lain.

1. Jumlah narasumber yang terbatas, tentunya membuat peneliti kurang untuk menggambarkan keadaan yang ada didalam bank syariah Indonesia
2. Objek penelitian hanya di fokuskan pada bagaimana strategi pemasaran gadai emas dengan menggunakan akad rahn Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua kabupaten padang lawas utara.

3. Dalam proses pengembalian informasi yang diberikan responden melalui wawancara terlalu singkat, hal ini terjadi karena banyaknya pekerjaan responden atau narasumber.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran produk rhan beragunan emas di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua diatas, maka peneliti memperoleh kesimpulan bahwa :

1. Strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, Kabupaten Padang Lawas Utara setiap tahunnya nasabah bertambah dalam menggunakan produk rahn beragunan emas, akan tetapi peningkatan yang dialami oleh pihak bank tidak begitu pesat, melainkan nasabah yang menggunakan produk rahn beragunan emas setiap tahunnya hanya bertambah cukup sedikit dari target yang di harapkan. Oleh karena itu, pihak bank menggunakan strategi pemasaran dengan marketing mix 7p, sebelum menerapkan 7p bank melakukan *marketing mix* dengan *product*, *price* dan *promotion*, namun seiring berjalannya waktu pihak Bank Syariah Inonesia KCP Gunung Tua menerapkan 7p namun yang digunakan pihak bank menggunakan 6P yaitu *product*, *price*, *placement*, *promotion*, *process*, *physical evidance* strategi promosi yang di gunakan adalah melakukan sosialisasi ke masyarakat, ke instansi-instansi pemerintah dan swasta, melakukan perkumpulan atau organisasi kemasyarakatan, seperti datang ke tempat perkumpulan ibu-ibu pengajian untuk mempromosikan produk rahn beragunan emas dan juga memberikan

seperti promosi atau diskon pada masyarakat yang ingin melakukan enerapan Prinsip Syariah Pada Akad Rahn dilembaga Pegadaian Syariah, pembiayaan, dengan adanya strategi promosi tersebut diharapkan masyarakat tertarik atau memiliki pertimbangan dalam melakukan pembiayaan rahn beragunan emas.

2. Peluang yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, peluangnya semakin meningkat harga pasar emas Sebagian banyak memilih untuk menggadaikan di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dibandingkan dengan menjual emas dipasar.
3. Tantangan yang dihadapi oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sebagian nasabah yang ingin menggadaikan diatas usia 40 tahun tidak menggunakan hanphone android sehingga nasabah tidak bisa memantau keuangannya melalui Byond By BSI.

B. Saran

Dari kesimpulan yang ditarik melalui hasil penelitian maka peneliti memberi saran-saran sebagai berikut:

1. PT Bank Syariah Indonesia

Diharapkan pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua semakin aktif untuk meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran baik promosi dan sosialisasi, karena kegiatan pemasaran terbukti mampu meningkatkan jumlah nasabah. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, Kabupaten Padang Lawas Utara sebaiknya terus melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan aktivitas

strategi promosi dan sosialisasi untuk mengetahui secara efektif keberhasilan strategi pemasaran Rahn beragunan emas yang dilakukan oleh bank syariah indonesia dan mengatasi berbagai kendala yang timbul dan sebagai acuan perencanaan kegiatan promosi dan sosialisasidi di masa mendatang.

2. Bagi Peneliti

Agar menambah wawasan dan melatih pola pikir ilmiah diharapkan supaya PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, Kabupaten Padang Lawas Utara tetap agresif lagi dalam memasarkan produk rahn beragunan emas, agar perkembangannya terus meningkat di Gunung Tua Kabupaten Padang Lawas Utara.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan untuk memperluas objek penelitian ke beberapa gadai emas untuk memperoleh perbandingan strategi pemasaran gadai emas yang lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ah. Subhan ZA, Moh. *Strategi Pemasaran Syariah Pada BPR Syariah Amanah Sejahtera Gresik, Jurnal Akademik*. VOL.9 No.1 Juni (2015).
- Al- Qur`An Suroh An- Nisa Ayat 29. N.D.
- Ali, Zainuddin. *Hukum Gadai Syariah, Ed. 1 Cet Ke-2*. Sinar Grafika, 2008.
- Al-Quran Suroh Almbaqarah Ayat 283. N.D.
- Ambyah Zakaria, Amir. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Mojosari*. Vol 1 No 1 (2024).
- Andriani, Helmina, Hardani. “Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Revista Brasileira De Linguistica Aplicada,.” CV. *Pustaka Ilmu Group*, Vol.5 (2020).
- Anwar, Desy Rahmawati, Ahmad Mujahid, And Muhsin Mahfudz. *Korupsi Dalam QS An-Nisa: 29: Pendekatan Tafsir Kontekstual*. N.D.
- Dan, Encep Saepudin Safitri Mukarromah. *Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Dibanyumas, Jurnal Pemikiran Islam*. Vol.9 No 2 (2018).
- Eka Rismadayant, Clarisa. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc Jenggola Sidoarjo*. Vol.6 No 1 Mei (2023).
- Eka Rismadayanti, Clarisa. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc Jenggola Sidoarjo*. Vol.06 (2023).
- Eka Rismadayanti, Clarisa. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Kc Jenggola Sidoarjo*. Vol 6.No 1 (2023).
- Hamani, Lilis, And Anggi Irawan. *Gadai Dalam Perspektif Tafsir Hadist Ahkam Muamalah*. N.D.
- Hariani, Mira. “Analisi Penerapan Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Mendorong Minat Nasabah Di Pt. Bprs Patuh Beramal Kota Mataram.” Skripsi Universita Islam Negeri Mataram, 2020.
- Huda, Bakhrul. *Peran Rahn Sebagai Instrumen Jaminan Dalam Transaksinkeuangan Syariah*. Vol 6 No 2 (2015).
- Lamarto, Wiliam J.Stanton, Y. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1984.
- Mayzal, Tiondon, Heni Noviarita, And Ridwansyah Ridwansyah. “Analisis Implementasi Strategi Baruan Pemasaran 7p Pada Akun Shopee

- Serabutan99.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)* 8, No. 2 (July 2024): 2040–49. <https://doi.org/10.31955/Mea.V8i2.4300>.
- Muhammad Isa, Dkk. “Effect Of Service Quality And Employee Performance On Customer Saatisfaction At Pt Pawnshop Pinang City Sharia Service Unit.” *Journal Of Sharia Banking* Vol.2 (2021).
- Mujito. *Strategi Pemasaran(Product,Price, Place And Promotion)*. Selat Media, 2025.
- Mustofa, Imam. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta, 2016.
- Nizar, Ahmad. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media, N.D.
- Nur Rianto, Muh. *Dasar- Dasar Pemasaran Syariah*. Alfabeta, 2012.
- Nurhaliza, Siti, Zakiyah Zahara, And Syamsul Bahri Dg Parani. *Implementasi Marketing Mix 7p Dalam Menginterpretasikan Strategi Pemasaran Pada Usaha Out Of The Box*. Vol.1 No 1 (2023).
- Pasha Nur Salsabila, Arinda. “Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto.” Universitas Islam Negeri Prof. Kh. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Rahman Rahim, Abd. *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020.
- Rosalina Siregar, Nurti. ““Strategi Pemasaran Qard Beragunan Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Gunung Tua.” Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hassan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2023.
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah*. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Safarida, Nando. *Gadai Dan Investasi Emas Antara Konsep Dan Implementasi*. Vol 6 No 1 (2017).
- Setiawan, Iwan. *Penerapan Gadai Emas Pada Bank Syariah Persepektif Hukum Ekonomi Islam*. Vol 6 No 1 (2016).
- Sidiq, Dan Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Dibidang Pendidikan*. Ponorogo: Cv N Ata Karya, 2019.
- Sunyanto, Danang. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Media Prssindo, 2015.

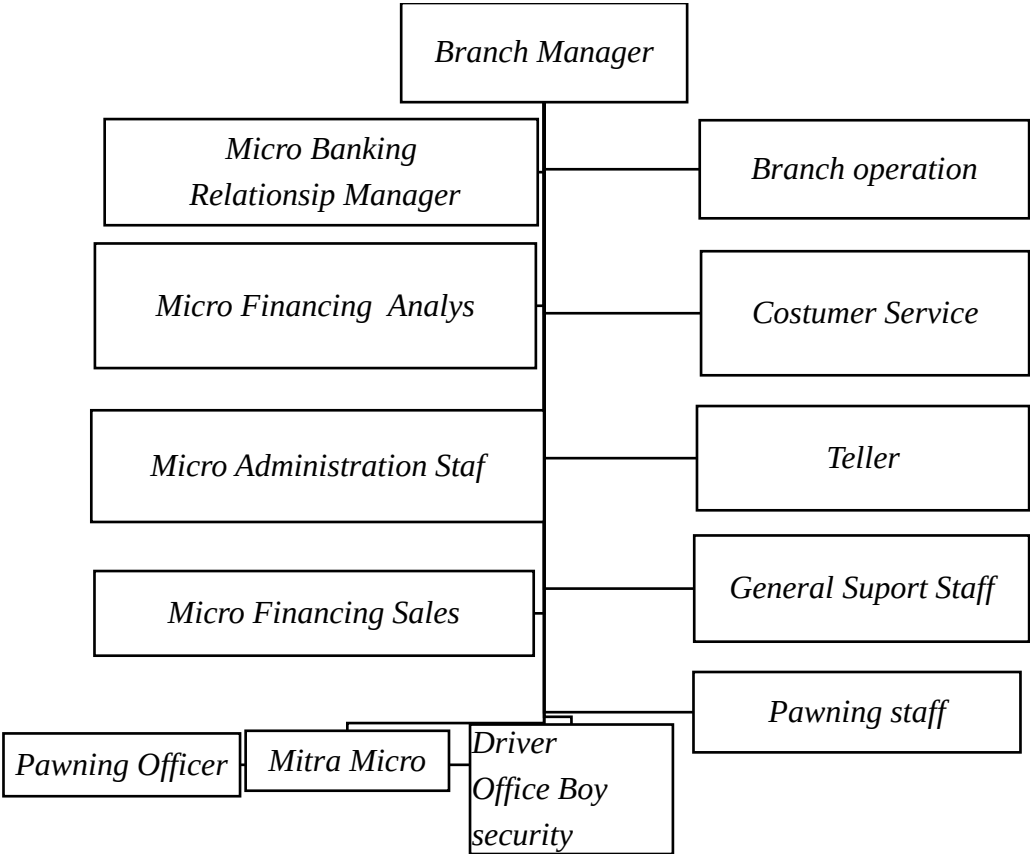
Syafii Antonio, Muhammad. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik Cet, Ke- 1*. Gema Insani, 2001.

Tulusiawati, Chyntia. *Fiqh*. Lembaga Penelitiandan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas KH.A. Wahab Hasbullah, 2021.

Widi Winani, Endang. *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D (Jakarta: Jakarta: Bumi Aksara, 2018*.

LAMPIRAN 1

Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua



LAMPIRAN 2

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar Wawancara dengan Karyawan PT. Bank syariah Indonesia KCP Gunung

Tua, Kabupaten Padang Lawas Utara.

No	Nama	Pekerjaan
1.	Bapak Asrul Panusunan	Pawning Officer
2.	Ibu Eva Handayani	General Support Staff
3.	Ibu Febi Surya Nasution	Sales Force

Informan Nasabah Yang Menggadaikan Emas Bank Syariah Indonesia KCP Gnung Tua

No	Nama Informan	Pekerjaan
1	Nurul Amelia	Ibu rumah tangga
2	Riska Harahap	Wiraswasta
3	Nur Aini Rambe	Jualan ayam penyet
4	Desi Ratna	Ibu rumah tangga
5	Febi yola	Wiraswasta
6	Dewi Kartika	Wiraswasta
7	Maisarah Lubis	Wiraswasta
8	Sriwahyuni	Wiraswasta
9	Syarifah Nasution	Wiraswasta
10	Yuliana	Wiraswasta

No	Pertanyaan wawancara
1.	Bagaimana Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua Terhadap Rhan Beragunan Emas pada saat ini.
2.	Peluang apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad Rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.
3.	Tantangan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad Rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

Nama : Bapak Asrul Panusunan

Pekerjaan : Pawning Officer

Nama : Bapak Asrul Panusunan

Pekerjaan : pawning Officer

Pertanyaan : Bagaimana Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua terhadap Produk Rhan Beragunann Emas pada saat ini?

1. Jawaban :

Strategi Pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua pada saat ini menggunakan bauran pemasaran (Marketing Mix): strategi dalam bidang produk (product), harga (price), tempat (pleace), promosi (promotion), proses (process).

Nama : Ibu Eva Handayani

Pekerjaan : general support staff

Pertanyaan : Strategi promosi apa saja yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, dalam memasarkan produk rahn beragunnnan emas?

2. Jawaban :

Promosi yang digunakan yakni melakukan pemasangan spanduk dan penyebaran brosur. Dan pihak bank juga melakukan promosi melalui sosial media, melakukan promosi seperti instagram, facebook dan twitter. Pada era digital seperti bank memiliki strategi pemasaran yang sangat bagus. Selain itu bank juga melakukan strategi promosi melalui promosi sosialisasi ke masyarakat, ke instansi-instansi pemerintah dan swasta, perkumpulan atau organisasi kemasyarakatan, misalnya pihak bank mendatangi perkumpulan ibu-ibu dengan datang ke tempat pengajian yang dilaksanakan oleh masyarakat. Dan pihak bank juga akan melakukan harga-harga promo, seperti memberikan hadiah pada nasabah dan memberikan diskon pada nasabah.

Nama : Ibu Eva Handayani

Pekerjaan : General Support Staff

Pertanyaan : Akad apa yang biasa digunakan dalam melakukan pembiayaan gadai Beragunnnan Emas?

1. Jawaban :

Produk rahn beragunan emas merupakan salah satu produk pembiayaan yang ada di Bank Syariah Indonesia yang diikat oleh tiga akad dan dijadikan menjadi satu akad. Akad tersebut akad Qardh, Rahn dan Ijarah.

Nama : Bapak Asrul Panusunan

Pekerjaan : Pawning Officer

Pertanyaan : Promo" seperti apa yang akan di tampilkan oleh pusat dalam meningkatkan pembiayaan rahn beragunnan emas?

1. Jawaban :

Pihak bank akan memberikan promo seperti, harga-harga promo, memberikan hadiah pada nasabah dan memberikan diskon pada nasabah yang melakukan pembiayaan.

Nama : Ibuk Eva Handayani

Pekerjaan : General Support Staff di Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung tua

Pertanyaaan: Bagaimana strategi promosi sebelum menggunakan Marketing Mix?

1. Jawaban:

Strategi Pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua sebelum menggunakan Marketing Mix yaitu: Produk (Product), Harga (Price), Promosi (Promotion).

Nama : Bapak Asrul Panusunan

Pekerjaan : Pawning Officer

Pertanyaan: : Peluang dan tantangan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad Rhan, pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Semakin melonjak tinggi harga emas dipasar Sebagian nasabah memilih untuk menggadaikan emas dibandingkan menjual emas kepasar.

Nama : Ibu febi Surya Nasution

Pekerjaan ; Sales Force

Pertanyaan : Peluang dan tantangan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad Rhan, pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Bank syariah Indonesia memberikan kemudahan untuk mendapatkan dana secara cepat dengan menggunakan aset emas yang dimiliki nasabah, dengan tingginya harga emas dipasar Sebagian nasabah menggadaikan emasnya pihak bank tidak mengambil keuntungan dari bunga pinjaman, melainkan dari biaya penitipan emas, sehingga dengan tingginya harga emas Sebagian yang menggadaikan ada yang non muslim.

Nama : Ibu Eva Handayani

Pekerjaan ; General support staff

Pertanyaan : Peluang dan tantangan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad Rhan, pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Bank Syariah Indonesia menawarkan nilai taksiran yang tinggi untuk emas yang digadaikan, sehingga nasabah dapat memperoleh jumlah pinjaman yang optimal, sehingga dengan tingginya harga emas, sebagian nasabah memilih menggadaikan di Bank Syariah Indonesia.

Nama : Ibu Eva Handayani

Pekerjaan ; General Support Staff

Pertanyaan : kendala apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Nasabah A ingin melakukan pinjaman diatas Rp.40.000.000. akan tetapi kadar emas yang dibawak nasabah tidak sesuai kadarnya, harus teliti mencek emas nasabah apakah asli atau palsu. Dan Dimana kendala yang paling dihadapi pihak Bank yaitu dimasa COVID -19 sulitnya berbaur kepada Masyarakat ataupun instansi, banyak instansi menolak

kedatangan kami untuk melakukan literasi produk- produk yang ada di bank syariah Indonesia terkhusus produk gadai emas

Nama : Ibu Febi Surya Nasution

Pekerjaan ; Sales Force

Pertanyaan : kendala apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

1. Jawaban

Biaya sewa atau gadai yang diberikan bank pada nasabah sudah cukup murah. Akan tetapi dulu pihak bank belum menggunakan harga diskon pada nasabah dalam proses pembiayaan nya dan memberikan hadiah apabila sinasabah menggadaikan diatas Rp50.000.000.

Nama : Bapak Asrul Panusunan

Pekerjaan ; Pawning Officer

Pertanyaan : kendala apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

1. Jawaban

Jika nasabah gagal melunasi pinjaman sesuai jangka waktu yang telah ditentukan pihak bank kepada nasabah yang menggadaikan, bahkan pihak bank telah menghubungi nasabah akan tetapi tidak ada respon dari

nasabah pihak bank berhak melelang emas yang digadaikan untuk menutupi kerugian pihak bank.

Nama : Ibu Nurul Amelia (Nasabah)

Pekerjaan ; Ibu Rumah Tangga

Pertanyaan : Tantangan yang dihadapi disaat menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Saya menggadaikan emas di BSI Gunung Tua, tantangan yang saya hadapi ketika saya memerlukan dana 300 juta tidak bisa saya terima padahal emas yang saya gadaikan nominalnya diatas 300 juta, awal awal saya heran kenapa tidak bisa ketika pihak bank BSI menjelaskan setiap yang menggadaikan hanya tersedia limit 250 juta, ketika pihak BSI sudah menjelaskan barulah saya mengerti ketika ingin menggadaikan emas hanya tersedia limit 250 juta perorang, lalu tantangannya disaat saya ingin melakukan pencairan gangguan jaringan terkadang ketika jaringan susah juga dapat menyulitkan proses pencairan.

Nama : Ibu Riska Harahap (Nasabah)

Pekerjaan :Wiraswasta

Pertanyaan :Tantangan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua.

1. Jawaban.

Saya pernah menggadaikan cincin emas 5 gram, tetapi dana yang saya terima jauh lebih kecil dari harga emas dipasaran, sehingga tidak cukup untuk kebutuhan mendesak, akan tetapi setelah saya konfirmasi dengan suami saya, suami saya setuju kalo jumlah nominal yang saya terima segitu walaupun tidak cukup, kenapa saya terima karena biaya administrasinya murah dibandingkan saya menggadaikan ke penggadain apalagi rentenir, kalo saya menggadaikan kerentenir, ketika saya ingin melakukan perpanjangan waktu, biaya penitipannya menaik 2x lipat dari uang yang saya terima, sehingga saya tetap mau menggadaikan emas saya di BSI Gunung Tua.

Nama : Ibu Desi Ratna (Nasabah)

Pekerjaan : Ibu rumah tangga

Pertanyaan : Tantangan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Tantangan yang saya hadapi disaat menggadaikan emas dari nilai emas saya Rp 10.000.000, bank hanya memberikan pembiayaan sekitar Rp 7.000.000 – 8.000.000 saja. Tidak bisa diatas 8.000.000 hanya itu saja tantangan yang saya hadapi, akan tetapi saya tetap melakukan penggadaian daripada saya harus menjual emas saya dipasar, apalagi ditahun ini harga emas meningkat lebih tinggi.

Nama : Ibu Febi Yola (Nasabah)

Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan : Tantangan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Jangka waktu gadai emas yang sangat singkat juga menjadi kendala bagi kami. Umumnya waktu pelunasan hanya diberi 1- 4 bulan untuk pelunasan, 2 hari sebelum dapat jangka waktu pihak bank akan menghubungi kami memberi konfirmasi bahwasanya jangka waktu untuk pelunasan akan dapat, jika kami tidak menghubungi pihak bank kembali untuk perpanjangan waktu kami akan kena denda dan emas kami akan di lelangkan jika tidak diberi konfirmasi bahwasanya untuk menambahkan perpanjangan waktu.

Nama : Ibu Dewi Kartika (Nasabah)

Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan : Tantangan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Nilai emas yang ditaksir oleh pihak BSI lebih rendah dibandingkan harga pasar atau perkiraan kami sehingga dana yang kami terima tidak

sesuai kami butuhkan, untuk layanan pihak sudah bagus, prosesnya cepat, hanya saja dana yang kami terima tidak sesuai dengan taksiran sebelum kami menggadaikan.

Nama : Ibu Syarifah Nasution (Nasabah)

Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan : Peluang apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Penggadaian emas di BSI Gunung Tua, sangat membantu sekali proses menggadaikannya tidak rumit, pencairan pun cepat, apabila jaringannya bagus, pelayanan pihak BSI pun cukup ramah dan sopan, sehingga saya yang menggadaikan sudah 3x biaya administrasi dari BSI sangat murah.

Nama : Ibu Yuliana (Nasabah)

Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan : Peluang apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Saya menggadaikan emas, yang saya gadaikan gelang anak saya, sangat membantu saya, saat itu saya ada bayaran yang lumayan besar dan pihak BSI sangat cepat melakukan proses pembiayaannya, bahkan saat itu saya tidak memiliki buku tabungan BSI pihak bank yang mengurus rekening BSI saya, saya hanya menunggu 15 menit rekening BSI Saya sudah siap.

Nama : Ibu Nur Amira (Nasabah)

Pekerjaan : Jualan ayam penyet

Pertanyaan : Peluang apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Saya tidak khawatir kehilangan emas disaat menggadaikan, karena emas yang saya gadaikan disimpan dengan aman, sehingga saya tidak merasa takut untuk hilang. Menggadaikan emas di BSI sangat memberikan peluang bagi saya, saya menggadaikan emas di BSI tidak memakai surat emas, hanya saja pihak bank meminta KTP, buku rekening, dan emas yang ingin saya gadaikan.

Nama : Ibu Maisaroh (Nasabah)

Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan : Peluang apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Saya dulu tidak tau bahwasanya di BSI bisa menggadaikan emas, yang saya tau menggadaikan emas hanya di pegadaian saja, setelah saya tau dari tetangga saya ketika saya ingin menggadaikan emas saya mencoba menggadaikan di BSI Gunung Tua ternyata administrasi di BSI sangat murah , bahkan prosesnya pun cepat, sehingga sangat menjadi peluang terbesar saya ketika membutuhkan dana cepat, cukup menggadaikan emas di BSI saja tanpa harus menjual kepasar.

Nama : Ibu Sri Wahyuni (Nasabah)

Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan : Peluang apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas dengan akad rhan pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua?

1. Jawaban

Saya lebih suka menggadaikan di BSI dari pada ditempat lain, di BSI tidak diperlukan surat emas hanya yg diperlukan emas asli, KTP dan buku rekening BSI. Ini sangat menjadi peluang bagi saya sendiri karena

saya sering lupa meletakkan dimana surat emas yang saya beli sehingga saya melakukan menggadaikan emas pun tidak terlalu merasa susah disebabkan suratnya hilang.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama	: Nisma Harahap
NIM	: 2140100113
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir	: Lantosan 1, 29 Mei 2003
Anak Ke	: 3 (Tiga)
Kewarganegaraan	: Indonesia
Status	: Mahasiswa
Agama	: Islam
Alamat lengkap	: Lantosan 1
Kabupaten	: Padang Lawas utara
Kecamatan	: portibi
Telp.Hp	: 0813-70685260
e-mail	:nismahrahap563@gmail.com.

II. IDENTITAS ORANGTUA

Ayah

a. Nama	:Yusrin Harahaap
b. Pekerjaan	:Wiraswasta
c. Alamat	:Lantosan 1, Gunung Tua
d. Telpon	:0812-2947-5409

Ibu

a. Nama	: Asiba Rambe
b. Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
c. Alamat	:Lantosan 1, Gunung Tua
d. Telpon	:0822-6870-3714

III. PENDIDIKAN

SD	: SDS 045 Mutiara gambut Tamat Tahun (T.A 2009-2015)
MtsS	: MtsS Darussalam kampung Banjir Gunung Tua (T.A 2015-2018)
SMKN	: SMKN 1 Padangsidempuan (T.A 2018-2021)
UNIVERSITAS	: UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan 2021-2025

DOKUMENTASI WAWANCARA

1. Wawancara dengan bapak asrul panusunan selaku *pawning sales officer*
PT. Bank Syariah Indonesia Gunung Tua.



2. Wawancara dengan ibu Eva Handayani selaku *General Support Staf* PT.

Bank Syariah Indonesia Gunung Tua.



3. Wawancara dengan ibu feby surya ningsih nasution selaku *sales force Staf*

PT. Bank Syariah Indonesia Gunung Tua.



4. Wawancara dengan nasabah yang menggadaikan emas di BSI gunung tua



5. Wawancara dengan nasabah yang menggadaikan emas di BSI gunung tua





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 433 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2025 31 Januari 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Yth. Bapak/Ibu;

1. Delima Sari Lubis, M.A

: Pembimbing I

2. Nur Muti'ah, M.Si

: Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nisma Harahap

NIM : 2140100113

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dengan Menggunakan Akad Rahn Pada Bank Syariah Indonesia KCP. Gunung Tua.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3324 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/10/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

30 Oktober 2025

Yth; Pimpinan Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Nisma Harahap
NIM : 2140100113
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dengan Menggunakan Akad Rahn Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla

10 Oktober 2025

No. 04/216-3/327

Kepada

UIN Syahada

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan
Provinsi Sumatera Utara

Perihal : **SELESAI MELAKSANAKAN RISET**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak dan seluruh staff UIN Syahada senantiasa dalam keadaan sehat wa'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut diatas, bersama ini kami menerangkan bahwa:

Nama : Nisma Harahap
NIM : 2140100113
Semester : IX
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan riset di PT. Bank Syariah Indonesia Kcp Gunung Tua dengan judul Skripsi :
" Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Dengan Menggunakan Akad Rahn Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kcp Gunung Tua "

Demikian ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana diperlukan oleh yang bersangkutan dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KCP GUNUNG TUA


BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Gunung Tua

Eva Handayani
Pawning Staff