STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

YUL ARI SYAFITRI

NIM. 12 220 0134

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

PADANGSIDIMPUAN

2017

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

YUL ARI SYAFITRI

NIM. 12 220 0134

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN

2017

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

YUL ARI SYAFITRI
NIM. 12 220 0134

Pembimbing I	Pembimbing II
Nofinawati, M.A	**Windari, SE., MA**
NIP. 19821116 201101 2 003	**NIP. 19830510 201503 2 003**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2017

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Yul Ari Syafitri**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 22 Juni 2017
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Yul Ari Syafitri** yang berjudul **"Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Nofinawati, M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Yul Ari Syafitri
NIM	:	12 220 0134
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	**Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan**

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 pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 23 Mei 2017
Saya yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
267G6ADC002842918
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Yul Ari Syafitri
NIM : 12 220 0134

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Yul Ari Syafitri
Nim	: 12 220 0134
Jurusan	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institusi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif *(Non Exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul **STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, 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 : 22 Mei 2017
Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
FA05JADC002842913
6000
ENAM RIBU RUPIAH

YUL ARI SYAFITRI
NIM. 12 220 0134

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : **YUL ARI SYAFITRI**
NIM : **12 220 0134**
Fakultas/Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

Ketua	**Sekretaris**
Dr. Darwis Harahap, M.Si	**Abdul Nasser Hasibuan, M.Si**
NIP: 19780818 20090 1 1015	**NIP: 19790525 200604 1 004**

Anggota

Dr. Darwis Harahap, M.Si	**Abdul Nasser Hasibuan, M.Si**
NIP: 19780818 20090 1 1015	**NIP: 19790525 200604 1 004**
Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM	**Nofinawati, M.A**
NIP: 19790720 201101 1 005	**NIP: 19821116 201101 2 003**

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Tanggal : 05 Juni 2017
Pukul : 09.00 s/d selesai
Hasil/Nilai : 78,62/B
Predikat : CUMLAUDE
IPK : 3,66

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN

NAMA : YUL ARI SYAFITRI
NIM : 12 220 0134

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 22 Juni 2017
Dekan,

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Yul Ari Syafitri
NIM : 12 220 0134
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

Produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan mengalami peningkatan, namun peningkatan tersebut belum terjadi secara signifikan sehingga target yang diinginkan belum tercapai. Hal ini terjadi karena kurang efektifnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sehingga masyarakat khususnya masyarakat Kota Padangsidimpuan masih banyak yang belum mengetahui adanya produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Pembahasan dalam penelitian ini antara lain berkaitan dengan pengertian strategi, pemasaran bank, tujuan pemasaran bank, konsep-konsep pemasaran, strategi pemasaran bank syariah, bauran pemasaran (*marketing mix*), analisis SWOT, gadai emas syariah, dasar hukum.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yaitu memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian yaitu bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan. Sedangkan teknik pengumpulan datanya dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah karyawan dan nasabah gadai emas syariah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan masih sangat sederhana yaitu strategi penetrasi pasar dengan menerapkan *marketing mix* (bauran pemasaran) sebagai alat pemasarannya, dan strategi yang paling diandalkan dari *marketing mix* tersebut adalah harga sewa yang relatif murah serta pelayanan yang relatif cepat dan ramah. Namun strategi ini belum cukup efektif, karena media promosi yang digunakan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan untuk memasarkan produk gadai emas syariah masih sangat sederhana, baru sebatas membagikan brosur, iklan di radio dan promosi dari mulut ke mulut dan belum adanya supervisi yang langsung menangani produk gadai emas syariah sehingga strategi pemasaran produk gadai emas syariah masih bergabung dengan strategi pemasaran produk lain yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *shalawat* serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Muhammad SAW., figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **"Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan"**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Wakil Dekan

Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangandan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, M.A selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Nofinawati, M.A selaku Pembimbing I dan Ibu Windari SE., MA selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi penulis untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Bapak Kepala Cabang PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitiandi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan serta seluruh karyawan dan nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian ini.
8. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Sukemi dan Ibunda Ratna Lubis yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada abang

saya Leidul Kandi dan adik-adik saya (Hanapi Sugiarto, Djekli Eka Putra dan Djukli Dwi Putra) karena keluarga selalu menjadi tempat teristimewa bagi peneliti.

9. Para sahabat Lesi, Andi, Yamin, Fadly, Lisna, Rita, Yessy, Gusti, Rika, Haviv, Romi, Reza, Sein, Ilham, Hombing, Sopa, Dede, Aisyah, Rohima yang telah banyak membantu, menemani ketika melakukan riset dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.
10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2012 khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-3 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Padangsidimpuan, Juni 2017

Penulis,

YUL ARI SYAFITRI
NIM. 12 220 0134

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. 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 huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	żal	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	.‘.	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
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	..’..	apostrof
ي	ya	Y	ye

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	fatḥah	A	a
ـِ	Kasrah	I	i
ـُ	ḍommah	U	U

b. 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
.....يْ	fatḥah dan ya	Ai	a dan i
..... وْ	fatḥah dan wau	Au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
..ا..َ..ى ....َ..	fatḥah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
..ِ..ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
...ُو	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fatḥah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. 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).

4. 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.

5. 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.

a. 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.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. 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.

7. 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.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tesebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital 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 kapital tidak dipergunakan.

9. 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.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin.* Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul/Sampul
Halaman Pengesahan Pembimbing
Surat Pernyataan Pembimbing
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi
Berita Acara Ujian Munaqasyah
Halaman Pengesahan Dekan
ABSTRAK i
KATA PENGANTAR ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN vi
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi

BABIPENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan Masalah 6
C. Batasan Istilah 7
D. Rumusan Masalah 9
E. Tujuan Penelitian 9
F. Kegunaan Penelitian 9
G. Sistematika Pembahasan 10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori 12
1. Strategi Pemasaran 12
a. Pengertian Strategi 12
b. Pemasaran Bank 13
1) Pengertian Pemasaran Bank 13
2) Tujuan Pemasaran Bank 14
3) Konsep-konsep Pemasaran 15
4) Strategi Pemasaran Bank Syariah 17
5) Bauran Pemasaran (*marketing mix*) 19
c. Analisis SWOT 27

2. Gadai Syariah 30
a. Pengertian Gadai 30
b. Produk Gadai Emas Syariah 31
c. Dasar Hukum Gadai Syariah 33
1) Al-Quran 33
2) Hadist Nabi Muhammad saw 35
3) Ijma' Ulama 36
4) Fatwa Dewan Syariah Nasional 36
B. Penelitian Terdahulu 40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Tempat dan Waktu Penelitian 46
B. Jenis Penelitian 46
C. Subjek Penelitian 47
D. Sumber Data 47
E. Tehnik Pengumpulan Data 48
1. Wawancara 48
2. Observasi 49
3. Dokumentasi 49
F. Tehnik Pengolahan dan Analisis Data 49
1. Tehnik Pengolahan Data 49
2. Analisis Data 50
G. Tehnik Keabsahan Data 52
1. Perpanjangan Keikutsertaan 52
2. Ketekunan Pengamatan 52
3. Triangulasi 52
4. Pemeriksaan Sejawat melalui Diskusi 53
5. Kecukupan Referensial 53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan 54
1. Sejarah 54

2. Visi dan Misi 56
3. Struktur Organisasi 57
4. Produk-produk Bank Sumut Cabang Syariah 58
B. Deskripsi Hasil Penelitian 63
1. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan 63
2. Pengaplikasian *Marketing Mix* (bauran pemasaran) 63
3. Tantangan dan Upaya dalam Memasarkan Produk Gadai Emas Syariah 72
4. Analisis SWOT 73
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 76
B. Saran 76
DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 : Jumlah Nasabah yang Menggunakan Produk Gadai Emas..... 4
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu 40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi 57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 : Pedoman Obervasi

Lampiran 3 : Dokementasi Riset

Lampiran 4 : Data Informan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan perekonomian suatu negara. Hal ini terjadi karena hampir semua sektor membutuhkan jasa perbankan, termasuk sektor keuangan. Oleh karena itu, dalam melakukan aktivitas keuangan baik perorangan maupun lembaga, tentu tidak dapat lepas dari dunia perbankan. Maka, wajar ada anggapan bahwa bank merupakan "nyawa" untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan memang sangat penting, misalnya dalam hal penciptaan uang, peredaran uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat menyimpan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya.[1]

Bank Syariah mulai di kenal pasca krisis moneter pada tahun 1997/1998. Namun Bank Syariah di Indonesia telah berdiri sejak tahun 1992. Krisis moneter yang menghancurkan beberapa Bank Konvensional, membuat para bankir mulai berpikir mencari alternatif perbankan dengan sistem syariah untuk bertahan menghadapi dampak krisis moneter yang terjadi.

Kehadiran Bank Syariah di Indonesia ditanggapi dengan hal-hal yang beragam, ada yang setuju namun ada juga pihak yang tidak setuju.

[1]Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 2.

Namun demikian berkat perjuangan MUI dan tokoh-tokoh Islam lainnya lahirlah Bank Syariah yang pertama yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 Nopember 1991. Sebagai bank pertama murni syariah, Bank Muamalat Indonesia berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* (patuh) terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat Indonesia.[2]

Seiring dengan di keluarkannya Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah telah memberi peluang yang lebih luas bagi penerapan praktek perekonomian syariah di Indonesia. Disamping adanya jaminan perlindungan hukum yang positif. Konsekuensinya, perkembangan produk-produk berbasis syariah pun belakangan ini tampak semakin semarak dan bergairah.

Bank Syariah memiliki produk yang berbeda dengan produk Perbankan Konvensional, baik dari mulai prinsip yang mendasarinya, transaksi (akad) yang digunakan, produk pembiayaan, akad pembiayaan dan lain sebagainya.

Melihat semakin berkembangnya permintaan masyarakat dan semakian diterimanya pola bisnis syariah dalam praktek perekonomian di Indonesia. Maka banyak bank dan lembaga keuangan lainnya tertarik untuk menerapkan pola serupa. Apalagi, pola pegadaian syariah memungkinkan perusahaan dapat lebih proaktif dan produktif dalam

---

[2]Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat" http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat, diakses 27 November 2016 pukul 22.20 WIB.

menghasilkan berbagai produk jasa keuangan modren, seperti jasa piutang dan jasa sewa beli. Pada lembaga gadai model yang dimaksud, nilai–nilai dan prinsip syariah dalam hal gadai dapat diimplementasikan. Selain itu fungsinya juga dapat dipertimbangkan sebagai lembaga intermediasi bagi warga masyarakat terhadap sektor keuangan. Pengambilan keputusan seorang nasabah berinvestasi di suatu bank, mengambil pembiayaan, atau memanfaatkan jasa bank tersebut selalu didasari dengan pertimbangan yang rasional.

Berkenaan dengan upaya di atas, PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, tidak ketinggalan pula menerapkan hal serupa dengan meluncurkan produk *qardh* (pinjaman) dengan gadai emas. Berbekal surat keputusan direksi nomor 033/DIR/DUSy-PDJs/SK/2012 tanggal 29 maret 2012, divisi unit usaha Syariah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan mulai mengoperasikan produk pembiayaan dan jasa sejak tahun 2012 lalu.

Dibandingkan sistem gadai konvensional, sistem *qardh* dengan Gadai Emas yang diterapkan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan memiliki berbagai kelebihan, diantaranya : pertama, produk jasa dan gadainya berlandaskan prinsip-prinsip syariah, dimana nasabah hanya dibebani biaya adminitrasi dan biaya jasa simpanan dan pemeliharaan barang jaminan (*ijarah*). Kedua, dalam pengembalian pinjaman nasabah diberi pilihan antara membayar sekaligus atau dengan cara cicilan. Ketiga, biaya jasa simpanan dan pemeliharaan barang jaminan

(ijarah) relatif lebih rendah. Keempat, maksimal pinjaman yang diperoleh nasabah mencapai 80% dari taksiran emas yang disesuaikan dengan harga standart emas.[3]

Ada banyak kemudahan dan kelebihan yang ditawarkan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan melalui layanan produk *qardh* (pinjaman) dengan Gadai Emas ini, tapi realitanya sejak pengoperasiannya hingga sekarang jumlah nasabahnya belum menunjukkan tanda-tanda peningkatan yang signifikan. Dengan adanya produk jasa yang di tawarkan PT. Bank SUMUT cabang syariah Padangsidimpuan kepada masyarakat dalam memperoleh pencairan dana ada cukup menggunakan barang emasnya yang ada tanpa bunga sekalipun, yang dipungut dari hasil pinjaman tersebut.

Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan perkembangan jumlah nasabah dapat dilihat pada tabel di bawah :

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Nasabah Produk *Qardh* dengan Gadai Emas
PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan
Tahun 2013-2015

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH
1	2013	320 Orang
2	2014	370 Orang
3	2015	410 Orang

[3]Surat Edaran PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan nomor 092/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012.

(Sumber : PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan)

Keterangan dari tabel di atas menunjukan bahwa proses pendirian kebijakan tentang produk *qardh* dengan gadai emas ini belum menunjukkan peningkatan yang signifikan, kondisi ini sangat kontras dengan produk-produk pembiayaan yang di luncur kan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan serta pencapain target setiap tahunnya tidak pernah tercapai.

Tabel di atas memang menunjukkan bahwa adanya peningkatan nasabah dari tahun ke tahun, namun hal tersebut masih belum sesuai dengan target yang diinginkan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan. Target pembiayaan pada produk *qardh* dengan gadai emas ini yaitu sebanyak 2 Milyar dan hal tersebut belum terpenuhi meskipun dengan jumlah nasabah sekarang sudah mencapai 410 orang.[4]

Dan berdasarkan penelitian awal yang berupa wawancara kepada karyawan bagian pinsi pemasaran pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan beliau menuturkan bahwa pengetahuan masyarakat umum tentang adanya produk *qardh* dengan gadai emas di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan masih sangat minim dan jika mereka membutuhkan dana dan ingin menjadikan barang-barang berharga mereka khusunya emas sebagai jaminan (agunan) kepada pemilik dana, maka tujuan mereka adalah tempat-tempat pegadaian, baik formal maupun

[4]Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, tanggal 1 Desember 2016, pukul 14.00 WIB.

non formal dan bukanlah Bank Syariah khususnya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang notabenya juga melayani gadai.[5]

Sejauh ini pihak PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan telah melakukan berbagai strategi pemasaran untuk memasarkan produk gadai emas syariah ini, sering melakukan promosi seperti memberikan brosur kepada masyarakat dan melakukan penjualan pribadi (*personal selling*) secara langsung kepada nasabah maupun calon nasabah. Namun pada kenyataannya nasabah produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan belum menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan hasil wawancara sementara di atas, peneliti ingin meneliti tentang bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas syariah tersebut di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan".**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, mengingat luas dan kompleksnya permasalahan yang ada serta keterbatasan penelitian, maka peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti yaitu Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan menggunakan strategi kombinasi

---

[5]*Ibid.*,

bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang terdiri atas *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), *process* (proses) untuk melakukan penetrasi pasar.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman atau pemahaman yang berbeda terhadap istilah yang digunakan dalam pembahasan ini, maka diperlukan penjabaran maksud istilah yang digunakan dalam pembahas ini, maka diperlukan penjabaran maksud dalam istilah judul.

1. Strategi

   Dalam Kamus Bahasa Indonesia "strategi" merupakan ilmu siasat perang muslihat untuk mencapai sesuatu.[6] Perencanaan strategi adalah proses manajerial yang meliputi pengembangan dan pemeliharaan suatu keserasian yang berlangsung terus antara sasaran organisasi (perbankan) dan sumber daya dan berbagai peluang yang terdapat di dalamnya.[7]

2. Pemasaran Bank

   Pemasaran Bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabahnya.

---

[6]Budiono, *Kamus Ilmu Populer Internasional* (Surabaya: Alumni, 2005), hal. 615.

[7]M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 63.

3. Strategi penetrasi pasar

Strategi penetrasi pasar adalah suatu strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualannya atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif.[8]

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dalam ilmu *marketing* (pemasaran) dikenal adanya konsep klasik yaitu *Marketing Mix* untuk melakukan penetrasi pasar, yaitu untuk menembus pasar diperlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri atas *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi), yang dalam perkembangannya telah mengalami penambahan menjadi *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses).[9]

5. Produk Gadai Emas Syariah

Produk *qardh* dengan gadai emas, menurut Surat Edaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, diartikan sebagai fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban peminjam mengembalikan pokok secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Jaminan emas yang diberikan disimpan dan

---

[8]Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 193.

[9]Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 291.

dalam penguasaan/pemeliharaan dan di atas penyimpanan tersebut nasabah wajib membayar biaya sewa.[10]

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

F. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wahana pengembangan wawasan keilmuan dan tugas akhir mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE).
2. Bagi Pihak Kampus, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak kampus sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.
3. Bagi Masyarakat, dari hasil penelitian ini maka masyarakat diharapkan lebih mengetahui dan memahami, serta dapat menjadi sebuah media

[10]Surat Edaran PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan nomor 092/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012.

pembelajaran bagi masyarakat tentang strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

4. Bagi Mahasiswa dan peneliti lain yang tertarik dengan penelitian yang sama dapat menjadi bahan rujukan serta kajian untuk pembahasan yang lebih komprehensif.
5. Bagi Bank, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan untuk PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan tentang strategi pemasaran produk gadai emas syariah sehingga dapat menentukan kebijakan selanjutnya.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih mudah memahami dalam penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Latar belakang masalah yaitu berisikan uraian penelusuran dan penjabaran seluruh aspek yang berhubungan dengan masalah yang menjadi objek penelitian. Batasan masalah yaitu peneliti membatasi ruang lingkup penelitian hanya pada beberapa aspek yang dipandang lebih dominan dan urgen. Batasan istilah yaitu bagian yang memuat penjelasan tentang istilah istilah yang terdapat pada judul penelitian. Rumusan masalah yaitu penjabaran hal-hal yang menjadi pertanyaan dan yang akan dijawab dalam penelitian. Tujuan

penelitian merupakan jawaban terhadap rumusan masalah. Kegunaan penelitian yaitu manfaat yang hendak diperoleh dari hasil penelitian. Sistematika pembahasan yaitu menuliskan kembali seluruh yang termuat dalam daftar isi.

Bab II landasar teori yang terdiri dari kajian teori dan penelitian terdahulu. Kajian teori adalah pembahasan dan uraian-uraian tentang objek penelitian sesuai dengan teori dan konsep yang diambil dari segala yang dijadika referensi dalam penelitian. Penelitian terdahulu mencantumkan beberapa penelitian dari orang lain yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Bab III metodologi penelitian yang terdiri dari tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian sumber data, tekhnik pengumpulan data, tehnik pengolahan dan analisis data dan tekhnik keabsahan data.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari gambaran umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, dan deskripsi hasil penelitian.

Bab V penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat jawaban-jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah. Saran memuat pokok-pokok pikiran peneliti kepada pihak-pihak yang terkait dengan objek penelitian untuk menjadi bahan pertimbangan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Perencanaan strategi adalah proses manajerial yang meliputi pengembangan dan pemeliharaan suatu keserasian yang berlangsung terus antara sasaran organisasi (perbankan) dan sumber daya dan berbagai peluang yang terdapat di dalamnya.[1]

Pengertian lain dari manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang di buat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.[2]

Tugas perencanaan strategik adalah untuk bisa tanggap terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dan mampu merancang perusahaan (bank) sedemikian rupa agar keliatan usahanya selalu cukup sehat untuk mempertahankan kelangsungan hidup bank stersebut.[3]

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan

---

[1]M. Nur Rianto Al-Arif, *Op. Cit.*, hal. 63.

[2]Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik* (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hal. 15.

[3]M. Nur Rianto Al-Arif, *Op. Cit.*, hal. 63.

yang dibuat oleh sebuah perusahaan yang berlangsung secara terus menerus dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut.

b. Pemasaran Bank

1. Pengertian Pemasaran Bank

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing dari waktu ke waktu yang semakin meningkat.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk membuat konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.[4]

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu

[4]Kasmir, *Op. Cit.*, hal. 175.

kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggan akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan.

Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabahnya.

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa manajemen pemasaran bank merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa perbankan, baik produk simpanan.

2. Tujuan Pemasaran Bank

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen perusahaan itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan

berbagai pertimbangan matang, kemudian ditetapkam cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk:[5]

a. Memaksimumkan konsumsi, atau dengan kata lain, memudahkan dan merancang konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan Bank secara berulang-ulang.
b. Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak perusahaan selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya.
c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti Bank menyediakan berbagai jenis produk Bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

3. Konsep-konsep Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.

[5]Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 57.

Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut:[6]

a. Konsep Produksi
   Konsep ini menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi distribusi. Konsep produksi merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual. Konsep ini menekankan kepada volume produksi atau distribusi yang seluas-luasnya dengan harga ditekan serendah mungkin.
b. Konsep Produk
   Konsep produk berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta memiliki keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk.
c. Konsep Penjualan
   Kebanyakan konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi dan penjualan dalam rangka mempengaruhi konsumen.
d. Konsep Pemasaran
   Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Kemudian kunci yang kedua adalah pemberian kepuasan seperti yang diinginkan oleh konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.
e. Konsep Pemasaran Kemasyarakat
   Konsep pemasaran kemasyarakat menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertingi kesejahteraan masyarakat.

---

[6]*Ibid.*, hal. 58.

4. Strategi Pemasaran Bank Syariah

Adapun strategi pemasaran yang dapat di pilih sebuah perusahaan untuk memasarkan produknya adalah sebagai berikut:

a. Strategi Penetrasi Pasar

Strategi penetrasi pasar adalah suatu strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualannya atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif.[7]

Strategi ini digunakan bila masih banyak calon konsumen/nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran suatu perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena:[8]

1) Produk kita belum dikenal.
2) Pesaing lebih intensif menggarap konsumen/pembeli sehingga tertarik pada produk mereka.
3) Konsumen tidak mengetahui kelebihan/keunggulan produk kita.

Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan penetrasi pasar:[9]

1) *Low price high volume*
2) Menambahkan lokasi atau menambahkan staf penjualan.
3) Meningkatkan pelayanan cepat.

---

[7]Sofjan Assauri, *Op. Cit* , hal. 193.

[8]Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMPYKKPN, 2002), hal. 228.

[9]*Ibid.*, hal. 228.

4) Meningkatkan upaya pengiklanan produk perusahaan.
5) Melakukan promosi penjualan (hadiah, bonus untuk anggota/nasabah berprestasi.

b. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi dilakukan bila konsumen/nasabah yang telah ada dianggap telah jenuh, atau sasaran konsumen lama sudah tidak dapat ditambah lagi sehingga perlu dicarikan konsumen/nasabah baru yang secara geografis/demografis berbeda dengan pasar yang lama. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan pasar adalah:[10]

1) Menambahkan lokasi atau kantor cabang di daerah lain.
2) Strategi jemput bola pada konsumen atau calon nasabah yang selama ini dianggap bukan merupakan pangsa pasar kita.

c. Strategi Pengembangan Produk

Strategi ini menyangkut perubahan atau penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen/nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk adalah:[11]

1) Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan terpendam dari konsumen yang dapat

[10]*Ibid.*, hal. 228.
[11]*Ibid.*, hal. 229.

dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah di masa yang akan datang.

2) Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

d. Strategi Diversifikasi Produk

Strategi ini merupakan pengembangan produk baru tetapi masih berhubungan dengan produk lama yang ditawarkan kepada pasar yang baru juga. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan diversifikasi produk adalah:[12]

1) Melakukan riset mengenai kebutuhan pasar/konsumen baru.
2) Membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dari keempat strategi yang diuraikan di atas, strategi yang digunakan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas syariah yaitu strategi penetrasi pasar karena produk gadai emas syariah yang ada di bank tersebut belum dikenal oleh masyarakat sehingga strategi penetrasi pasar sesuai untuk digunakan dalam memasarkan produk gadai emas syariah tersebut.

5. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dalam ilmu *marketing* (pemasaran) dikenal adanya konsep klasik yaitu *Marketing Mix* untuk melakukan penetrasi pasar,

[12]*Ibid.*, hal. 229.

yaitu untuk menembus pasar diperlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri atas *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi), yang dalam perkembangannya telah mengalami penambahan menjadi *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses).[13]

Marketing mix merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinansi yang terdapat dalam komponen *marketing mix* harus dilakukan secara terpadu. Artinya, pelaksanaan dan penerapan komponen ini harus dilakukan dengan memperhatikan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Karena antara satu komponen dengan komponen lainnya saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.[14]

a) *Product* (produk) atau Jasa

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan

[13]Khaerul Umam, *Op. Cit*, hal. 291.
[14]Kasmir, *Pemasaran Bank, Op. Cit.,* hal. 119.

untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.[15]

Untuk memenangkan persaingan harus memilih strategi produk apakah mengubah produk baru (penganekaragaman produk). Pemberian merk, kemasan atau fitur produk. Perencanaan dan pengembangan produk dapat pula menerima masukan atau saran dari nasabah misalnya melalui kotak saran. kemudian ada juga cara yang lazim dilakukan bank untuk mendesain produk, yaitu bank sengaja mengadakan riset dan survei pasar baik dengan membentuk tim sendiri maupun diserahkan kapada konsultan. Apa dan bagaimana permintaan pasar dapat diketahui dari kegiatan ini.[16]

Dalam hal dunia perbankan dimana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka akan dijelaskan ciri-ciri produk yang berbentuk jasa tersebut. Adapun ciri-ciri karakteristik jasa adalah sebagai berikut:[17]

1) Tidak berwujud
   Tidak berwujud artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum rasa tersebut dibeli atau dikonsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli lebih dahulu.
2) Tidak terpisahkan

---

[15]Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali, 2008), hal. 123.

[16]Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), hal. 159.

[17]Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Banyumedia, 2005), hal. 18.

Artinya antara si pembeli jasa dan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain.

3) Beraneka ragam
Jasa memiliki aneka ragam bentuk artinya jasa dapat diperjualbelikan dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu atau sifat.

4) Tidak tahan lama
Jasa diklasifikasikan tidak tahan lama artinya produk jasa tidak dapat disimpan. Begitu jasa dibeli maka juga sekaligus dikonsumsi.

b) *Price* (harga)

Price atau harga merupakan salah satu hal penting dari sekian banyak variabel *marketing mix.* Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan produk beserta pelayanannya.

Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan berbagai hal, misalnya tujuan penentuan harga tersebut, hal ini disebabkan dengan diketahuinya tujuan penentuan harga tersebut menjadi mudah. Penentuan harga oleh bank dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut :[18]

1) Untuk bertahan hidup
Artinya, dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi, bank dapat menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran.

[18]Kasmir, *Pemasaran Bank, Op.Cit,* hal. 137.

2) Untuk memaksimalkan laba
   Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang mengikat sehingga laba dapat ditingkatkan.
3) Untuk memperbesar *Market Share*
   Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.
4) Mutu produk
   Tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi.
5) Karena pesaing
   Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.
   Biasanya harga ditentukan berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk memperoduksi barang atau jasa tersebut. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menetukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.

c) *Promotion* (promosi)

Promosi dilakukan dengan tujuan menginformasikan dan mempengaruhi pasar akan produk bank melalui kegiatan-kegiatan periklanan, *personal selling*, publisitas, dan sebagainya. Dengan kegiatan tersebut bank dapat membujuk nasabah agar tetap loyal memakai produk bank bahkan dapat ditingkatkan loyalitasnya sehingga enggan untuk meninggalkan produk bank, bagitu juga nasabah yang pernah kecewa dan pernah meninggalkan bank bersedia kembali menjadi nasabah yang setia.

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*). Kedua, melalui promosi penjualan (*sales promotion*). Ketiga, publisitas (*publicity*). Keempat, adalah promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).

Masing-masing sarana promosi ini memiliki tujuan sendiri-sendiri. Misalnya, untuk menginformasikan tentang keberadaan produk dapat dilakukan melalui iklan. Untuk mempengaruhi nasabah dilakukan melalui *sales promotion* serta untuk memberikan citra perbankan bisa dilakukan melalui publisitas.

Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:[19]

1) Periklanan (*advertising*), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi atau radio.
2) Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.
3) Publisitas (*publicity*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui

[19]*Ibid.*, hal. 156.

kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga.

4) Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

d) *Place* (tempat)

Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian pebankan. Penentuan lokasi suatu perusahaan merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

Dengan jaringan bisnis yang banyak, handal yang tepat akan sangat membantu bank untuk mendistribusikan produknya kepada para nasabah dengan efektif nasabah akan lebih mudah dan cepat memproleh produk dibandingkan dengan apabila tempat nasabah jauh dari saluran distribusinya. Beberapa nasabah sangat mungkin pada perhatian yang menginginkan pelayanan untuk didatangi dan tidak usah repot-repot pergi ketempat pelayanan. Dengan ini juga mulai marak pelayanan tembus waktu dan jarak dikarenakan dapat menyediakan pelayanan jarak jauh dengan teknologi komputer.

Disamping lokasi yang strategis, hal lain yang juga mendukung lokasi tersebut adalah *layout* gedung dan *layout*

ruangan bank itu sendiri. Penetapan *layout* yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya, lokasi dan *layout* merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan terus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.[20]

Dalam praktiknya terdapat beberapa tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran antara lain:[21]

1) Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa.
2) Dalam rangka memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.
3) Dalam rangka memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya.
4) Dalam rangka meningkatkan penjualan dan laba.
5) Dalam rangka ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing.

e) *People* (orang)

People (orang), yaitu semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi presepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan, dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan.

f) *Physical evidence* (bukti fisik)

Physical evidence (bukti fisik) terdiri dari adanya logo atau simbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki,

[20]*Ibid*., hal. 145.
[21]Kasmir, *Op. Cit.*, hal. 168.

seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan.

g) *Process* (proses)

Process (proses) merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan, atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan.[22]

c. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan istrumen yang ampuh dalam melakukan analisis stratejik, keampuhan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk minimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.[23]

1) *Strenghts* (kekuatan)

Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber, keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari

[22]Kasmir, *Op. Cit.*, hal. 193.
[23]Sondang P. Siagian, *Op. Cit.*, hal. 172.

para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

Contoh bidang-bidang keunggulan itu antara lain ialah pada sumber keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan di pasar, hubungan dengan pemasok, loyalitas pengguna produk dan kepercayaan para berbagai pihak yang berkepentingan.

2) *Weaknesses* (kelemahan)

Yang dimaksud dengan kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

Dalam prakteknya, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

3) *Oportunities* (peluang)

Defenisi sederhana tentang peluang ialah berbagai situasi yang lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain ialah:[24]

a) Kecenderungan penting yang terjadi di kalangan pengguna produk.
b) Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
c) Perubahan dalam kondisi persaingan.
d) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha.
e) Hubungan dengan pembeli yang akrab.
f) Hubungan dengan pemasok yang harmonis.

4) *Threats* (ancaman)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Berbagai contohnya, antara lain adalah:[25]

a) Masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani oleh satuan bisnis.
b) Pertumbuhan pasar yang lamban.
c) Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan.
d) Menguatnya posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk proses lebih lanjut menjadi produk tertentu.
e) Perkembangan dan perubahan teknologi yang dikuasai belum dikuasai.
f) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang sifatnya restriktif.

---

[24]*Ibid.*, hal. 173.
[25]*Ibid.*, hal. 174.

2. Gadai syariah

a. Pengertian Gadai

Gadai (*ar-rahn*) adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. Pengertian *ar-rahn* dalam Bahasa Arab adalah *ats-tsubut wa ad-dawam* yang berarti “tetap” dan “kekal", seperti dalam kalimat *maun rahin* yang berarti air yang tenang.

Pengertian “tetap” dan “kekal” dimaksud merupakan makna yang tercakup dalam kata *al-habsu* yang berarti menahan. Kata ini merupakan makna yang bersifat materil, karena itu secara bahasa kata *ar-rahn* berarti menjadikan sesuatu barang yang bersifat materi sebagai pengikat utang.

Pengertian *rahn* secara istilah adalah menyandera sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, dan dapat diambil kembali sejumlah harta dimaksud sesudah ditebus.

Pengertian gadai dalam hukum Islam adalah menjadikan suatu barang yang mempunyai nilai harta dalam pandangan *syara’* sebagai jaminan utang, yang memungkinkan untuk mengambil seluruh atau sebagian utang dari barang tersebut.[26]

Adapun pengertian gadai (*rahn*) yang diberikan oleh para ahli hukum Islam adalah sebagai berikut:[27]

---

[26]Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal.1-2.
[27]*Ibid.*, hal. 2-3.

1) Menurut ulama Syafi'iyah, gadai (*rahn*) yaitu menjadikan suatu barang yang biasa dijual sebagai jaminan utang dipenuhi dari harganya, bila yang terutang tidak sanggup membayar utangnya.
2) Menurut ulama Hanabilah, gadai (*rahn*) yaitu suatu benda yang dijadikan kepercayaan suatu utang untuk dipenuhi dari harganya, bila yang berutang tidak sanggup membayar utangnya.
3) Menurut ulama Malikiyah, gadai (*rahn*) yaitu sesuatu yang bernilai harta yang diambil dari pemiliknya untuk dijadikan pengikat atas utang.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa gadai (*rahn*) adalah menjadikan suatu barang sebagai jaminan atas utang, yang mana barang tersebut harganya harus melebihi dari utang yang dipinjam. Tujuannya jika si peminjam tidak dapat melunasi utangnya maka barang tersebut dapat dijual, sebaliknya jika si peminjam dapat melunasi utangnya maka barang jaminan tersebut akan dikembalikan kepadanya.

b. Produk Gadai Emas Syariah

Pinjaman (*qardh*) dengan gadai emas syariah adalah fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban peminjam mengembalikan pokok secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Jaminan emas yang diberikan disimpan dan dalam penguasaan/pemeliharaan dan di atas penyimpanan tersebut nasabah wajib membayar biaya sewa.[28]

Sedangkan pengertian *qardh* adalah pinjaman yang diberikan kepada nasabah yang membutuhkan dana/uang, dimana nasabah

[28]Surat Edaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan nomor 092/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012.

berkewajiban mengembalikan jumlah pokok pinjaman pada waktu yang telah disepakati antara pihak yang menerima pinjaman dengan pihak yang memberi pinjaman. Si pemberi pinjaman dapat meminta anggunan berupa harta benda kepada si penerima pinjaman sebagai jaminan atas utang. Dan si penerima pinjaman dapat memberikan upah sebagai biaya penyimpanan barang kepada si pemberi pinjaman sesuai dengan akad yang telah disepakati di awal.[29]

> Tujuan dari produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yaitu, untuk membiayai keperluan dana jangka pendek atau tambahan modal kerja jangka pendek untuk golongan nasabah Usaha Mikro dan Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, serta tidak dimaksudkan untuk tujuan investasi.[30]

Adapun rukun pinjaman dengan gadai, yaitu:[31]

1) Pemberian Gadai (*rahin*) atau nasabah.
2) Penerima barang gadai (*murtahin*) atau bank.
3) Obyek gadai (*marhun*), yaitu barang yang dijadikan objek gadai berupa emas, yang memenuhi persyaratan sebagai berikut :
   a) Secara prinsip sah telah dimiliki oleh calon nasabah.
   b) Berwujud emas batangan, emas perhiasan, atau koin emas.
   c) Halal dalam artian bahwa barang dimaksud tidak termasuk barang yang haram dan cara perolehannya tidak bertentangan dengan hukum syariah.
4) Nilai pinjaman (*marhun bih*), yaitu hutang yang dinyatakan dalam rupiah.
5) Ijab qabul (*sighat*)

---

[29]Zainuddin Ali, *Op. Cit*., hal. 4.

[30]Surat Edaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan nomor 092/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012.

[31]*Ibid.*,

Jangka waktu pinjaman gadai emas syariah maksimal 4 (empat) bulan dan dapat di perbaharui paling banyak 2 (dua) kali. Dan pembaruan ini terjadi bila akad pinjaman dengan gadai emas jatuh tempo dan nasabah masih memerlukannya serta menurut analisa dan pengamatan pihak bank masih layak, maka dapat dilakukan pembaharuan. Dengan memperhatikan:[32]

1) Harus dilakukan oleh nasabah dengan menunjukan tanda bukti diri asli dan tanda terima emas.
2) Bank menerbitkan akad pembaharuan.
3) Nasabah dibebankan biaya materai dan sewa sesuai dengan jangka waktu.

c. Dasar Hukum Gadai Syariah

Dasar hukum gadai yang menjadi landasan gadai syariah adalah ayat-ayat Al-Quran, Hadist Nabi Muhammad saw., Ijma' ulama, dan Fatwa DSN-MUI. Hal ini dimaksud diungkapkan sebagai berikut :

1. Al-Quran

QS. Al-Baqarah (2) ayat 283 yang digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep gadai adalah sebagai berikut:[33]

وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ
مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم بَعۡضٗا فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي

[32]*Ibid.,*
[33]Zainuddin Ali, *Op. Cit.*, hal. 5.

ٱؤْتُمِنَ أَمَـٰنَتَهُۥ وَلْيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا۟
ٱلشَّهَـٰدَةَ ۚ وَمَن يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٌ قَلْبُهُۥ ۗ وَٱللَّهُ
بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: *"Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) Menyembunyikan persaksian. dan barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan."*[34]

Syaikh Muhammad 'Ali as-sayis berpendapat bahwa ayat Al-Quran diatas adalah petunjuk untuk menerapkan prinsip kehati-hatian bila seseorang hendak melakukan transaksi utang-piutang yang memakai jangka waktu dengan orang lain, dengan menjaminkan sebuah barang kepada orang yang berpiutang.[35]

Adapun maksud dari ayat di atas adalah jika kita bertansaksi dengan orang lain tidak secara tunai sementara tidak ada saksi pada saat transaksi tersebut, maka sebaiknya si peminjam memberikan barang sebagai jaminan utang kepada si pemberi pinjaman. Tujuannya yaitu jika si peminjam tidak mampu

[34]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* (Bandung: CV. Diponegoro,2010), hal. 49.

[35]Asy-Syaikh Muhammad'Ali As-Sayis, *Tafsir Ayat Al-Ahkam*, hal. 175.

melunasi utangnya maka barang yang dijadikan sebagai jaminan tadi dapat dijual oleh si pemberi pinjaman dan uang hasil penjualan tersebut dapat menutupi utang si peminjam, dengan begitu maka tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Namun, jika kedua belah pihak saling percaya dalam melakukan transaksi utang-piutang tersebut, sehingga merasa tidak perlu adanya barang sebagai jaminan utang, maka hal tersebut pun diperbolehkan.

2. Hadist Nabi Muhammad saw.

Dasar hukum yang kedua untuk dijadikan rujukan dalam membuat rumusan gadai syariah adalah hadis Nabi muhammad saw. yang antara lain diungkap kan sebagai berikut:[36]

a. Dari ‘Aisyah Radhiyaallahu Anhā

أَنَّ رَسُوْلَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُوْدِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهَنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيْدٍ.

Artinya:*"Bahwa Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam pernah membeli bahan makanan dari seorang Yahudi dan beliau menggadaikan baju perang dari besi."* (HR Bukhari-Muslim).[37]

Maksud dari hadits di atas yaitu, kita boleh bertransaksi dengan siapa pun termasuk orang yahudi, selagi yang menjadi

[36]Zainuddin Ali, *Op. Cit*., hal. 5.

[37]Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal. 140.

objek transaksi itu adalah halal. Jika transaksi tersebut tidak secara tunai, maka kita boleh menggadaikan barang yang kita miliki sebagai jaminannya.

3. Ijma' Ulama

Jumhur ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal ini di maksud berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad saw. yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi contoh Nabi Muhammad saw. tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad saw. yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan menggambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad saw. kepada mereka.[38]

4. Fatwa Dewan Syariah Nasional tentang *Rahn* Emas

Landasan hukum diperbolehkannya gadai emas kemudian diperkuat dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 26/DSN-MUI/III/2002. Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia setelah, menimbang:[39]

a) Bahwa salah satu bentuk jasa pelayanan yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah *rahn*, yaitu menahan barang sebagai jaminan atas utang.
b) Bahwa masyarakat pada umumnya telah lazim menjadikan emas sebagai barang berharga yang

[38]Zainuddin Ali, *Op. Cit.*, hal. 8.
[39]Fatwa Dewan Syariah Nasional, Nomor: 26/DSN-MUI/III/2002, hal. 149.

disimpan dan menjadikannya objek *rahn* sebagai jaminan utang untuk mendapatkan pinjaman uang.

c) Bahwa agar cara tersebut dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, DSN-MUI memandang perlu menetapkan fatwa tentang hal ini untuk dijadikan pedoman.

Adapun keputusan dan ketetapan DSN-MUI tentang *rahn* emas adalah sebagai berikut:[40]

Pertama : a) *Rahn* emas diperbolehkan berdasarkan prinsip *rahn* (fatwa DSN Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn*).
b) Ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) ditanggung oleh penggadai (*rahin*).
c) Ongkos sebagaimana dimaksud ayat (2) besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan,
d) Biaya penyimpanan barang (*marhun*) harus ditetapkan saat akad sebagaimana *ujroh* (upah) dalam akad *ijarah*.

Kedua : Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan (14 Muharram 1423 H/ 28 Maret 2002 M), dengan ketentuan jika dikemudian hari ternayata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Adapun landasan hukum diperbolehkannya gadai (*rahn*) *Murābahah* secara umum, yaitu Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002. Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), setelah menimbang:[41]

a) Bahwa salah satu bentuk jasa pelayanan keuangan yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang.
b) Bahwa Lembaga Keuangan Syariah (LKS) perlu merespon kebutuhan masyarakat tersebut dengan produk berdasarkan akad *rahn*, yaitu menahan barang sebagai jaminan atas utang.

---

[40]*Ibid.*, hal. 150-151.
[41]*Ibid*., hal 735.

c) Bahwa agar produk tersebut dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia memandang perlu menetapkan fatwa *rahn* untuk dijadikan pedoman.

Setelah menimbang, maka adapun keputusan dan ketetapan fatwa DSN-MUI tentang *rahn* adalah sebagai berikut:[42]

Pertama : Hukum

Bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* dibolehkan.

Kedua : Ketentuan *Rahn*

a) *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *Marhun* (barang) sampai semua utang *Rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
b) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *Rahin*. Pada prinsipnya, *Marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *Murtahin* kecuali seizin *Rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *Marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
c) Pemeliharaan dan penyimpanan *Marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *Rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *Murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *Rahin.*
d) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *Marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
e) Penjualan *Marhun*:
   1) Apabila jatuh tempo, *Murtahin* harus memperingatkan *Rahin* untuk segera melunasi utangnya.
   2) Apabila *Rahin* tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka *Marhun* dijual pakasa/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.
   3) Hasil penjualan *Marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan

[42]*Ibid*., hal. 738-740.

penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.

4) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *Rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *Rahin*.

Ketiga : Ketentuan Penutup

a) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Bdan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

b) Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan (15 Rabiul Akhir 1423H/26 Juni 2002 M) dengan ketentuan jika dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagai mana mestinya.

2. Penelitian Terdahulu

Untuk menambah referensi dan sebagai bahan perbandingan maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Hastriyani Hasibuan. Nim. 102200058 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan 2014.	Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Menarik Minat Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak.	Strategi pemasaran produk gadai syariah yang dialakukan oleh pegadaian syariah cabang Alaman Bolak dengan menggunakan 7P, yang pertama *product*, dengan menyediakan 5 produk saja, namun nasabah hanya memilih produk *rahn* saja. kedua *place.* Ketiga *promotion* dengan menggunakan personal selling. Keempat, *price* yaitu dengan memberikan diskon kepada nasabah. Kelima, *people* sumber daya masih mini, sehingga pegawai pegadaian direkrut dari pegadaian konvensional. keenam, *process* yaitu dengan proses yang sangat mudah. ketujuh *physical evidence* yaitu keadaan kantor yang cukup nyaman. Jadi strategi pemasaran yg dilakukan masih kurang berhasil, terbukti dari penurunan jumlah nasabah dari tahun 2010 s/d 2013.	Persamaannya dengan penelitian peneliti, yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran produk Gadai Syariah dan metode penelitiannya sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.	Perbedaannya yaitu dari segi tempat penelitiannya beliau meneliti di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak sementara peneliti di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.
2	Suryani Syarif Lubis. Nim. 102200082 Fakultas Ekonomi dan	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Mudhārabah* pada PT. Bank	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang dilakukan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, yaitu strategi *product, price, place,*	Persamaannya dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama membahas	Perbedaannya yaitu beliau membahas tentang strategi pemasaran pada produk pembiayaan

	Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan 2014.	SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.	*promotion, process dan physical eviden* sangat membantu dalam memasarkan produk pembiayaan *Mudhārabah*. Dan strategi utama yang lebih muncul adalah pelayanan yang bagus dan cepat yang dilakukan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sehingga terjadi promosi dari mulut ke mulut oleh nasabah. Tetapi target nasabah pada pembiayaan *Mudhārabah* dari tahun ke tahunnya naik turun . terkadang dapat mencapai target, terkadang melebihi target tetapi terkadang juga tidak mencapai target. Hal ini terjadi karena strategi pemasaran yang masih tergabung antara *funding* dan *financing* sehingga *marketing* belum terfokus untuk memasarkan produk tersendiri khususnya pembiayaan *Mudhārabah*.	tentang strategi pemasaran dan metode penelitiannya sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan dari segi tempat penelitian sama-sama di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.	*Mudhārabah* sementara peneliti membahas strategi pemasaran pada produk Gadai Syariah.
3	Evi Uliani Gultom. Nim. 112200008 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.	Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* pada Usaha Mikro di BMT El Fajr 006 Kelurahan Losung Batu Padangsidimpuan.	Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi pemasaran pembiayaan *Murābahah* pada usaha mikro yang dilakukan BMT El Fajr 006 Kelurahan Losung Batu Padangsidimpuan yakni dengan strategi *product*, dalam hal ini dalam pengajuan produk pembiayaan dengan ketentuan dan syarat yang sangat mudah. Strategi promosi yang dilakukan BMT El Fajr 006 Kelurahan Losung Batu Padangsidimpuan yakni dengan penjualan pribadi (*personal selling*), periklanan (*advertising*), dan publisitas (*publicity*). Harga (*price*),	Persamaannya dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan metode penelitiannya sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.	Perbedaannya yaitu beliau membahas tentang strategi pemasaran pada produk pembiayaan *Murābahah* sementara peneliti membahas strategi pemasaran pada produk Gadai Syariah, perbedaan lainnya yaitu dari segi tempat penelitiannya, beliau meneliti pada Usaha Mikro di BMT El Fajr 006 Kelurahan Losung Batu Padangsidimpuan

			dalam hal ini pembiayaan *Murābahah* pada usaha mikro pembayaran dilakukan dengan sistem harian, yakni 100 hari tanpa dipungut jika tangal merah. Dan strategi tempat (place) BMT El Fajr 006 Kelurahan Losung Batu Padangsidimpuan mudah di akses, dekat dengan sektor usaha mikro dan komplek perumahan. Adapun kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pemasaran pembiayaan *Murābahah* pada usaha mikro di BMT El Fajr 006 Kelurahan Losung Batu Padangsidimpuan, yakni semakin banyaknya jumlah para pesaing, masyarakat kurang memahami bagaimana dan apa itu BMT, BMT masih ketinggalan dari segi fasilitas maupun teknologi, dan pesaing dapat menjanjikan kemudahan dan undian menarik.		sementara peneliti pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.
4	Samsul Borkat Sormin. Nim. 112200032 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan 2015.	Strategi Pemasaran Produk KPR iB Griya pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan melakukan strategi-strategi berikut ini: memenuhi permintaan pasar, menetapkan harga bersaing dengan kualitas produk yang baik, mempromosikan KPR iB Griya, memperbanyak kerjasama dengan pihak pengembang (depelover), memperkecil besarnya uang muka, mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi untuk pengolahan informasi dan promosi, melakukan inovasi dan pengembangan produk untuk menghadapi persaingan pasar,	Persamaannya dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan metode penelitiannya sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan dari segi tempat penelitian sama-sama di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah	Perbedaannya yaitu beliau membahas strategi pemasaran pada produk KPR iB Griya sementara peneliti membahas strategi pemasaran pada produk Gadai Syariah.

			bekerja sama dengan seluruh pemerintah kota/kabupaten se-SUMUT untuk sosialisasi KPR iB Griya, selalu dilakukan riset pasar secara berkala untuk mengukur langkah Bank pesaing dan keinginan calon nasabah, memaksimalkan posisi Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sebagai Bank Daerah dengan prinsip syariah. Melakukan pendekatan atau promosi intensif dengan perusahaan pengembang (developer) nasabah Bank Konvensional untuk beralih ke Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan memberikan kemudahan-kemudahan dan fasilitas khusus.	Padangsidimpuan.	
5	Nirwana Sari. Nim. 112200015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam (IAIN) Padangsidimpuan 2015.	Strategi Pemasaran PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Oloan Ummah Sidempuan.	Hasil penelitian ini adalah strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan dalam pemasaran lembaga keuangannya adalah bauran pemasaran atau yang biasa dikenal dengan *marketing mix* dengan menggunakan strategi 7P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Diantara keempat strategi bauran pemasaran tersebut (*marketing mix*) tersebut, yang paling efektif dan yang paling sering digunakan dalam perekrutan calon nasabah adalah strategi promosi dengan media promosi brosur dan dengan sistem jemput bola.	Persamaannya dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan metode penelitiannya sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.	Perbedaannya yaitu beliau membahas tentang strategi pemasaran pembiayaan sementara peneliti membahas strategi pemasaran pada produk Gadai Syariah dan perbedaan lainnya dari segi tempat penelitian beliau meneliti di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Oloan Ummah Sidempuan sementara peneliti di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang terletak di Jalan Merdeka No. 12 Padangsidimpuan (Di depan plaza ATC). Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2017 sampai selesai.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang mana penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan.[1]

Penelitian ini akan mendeskripsikan mengenai strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan. Wawancara di lakukan dengan pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan untuk memperoleh data yang

[1]Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), hal. 212.

berhubungan dengan strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

C. Subjek Penelitian

Informan adalah orang yang memberikan informasi atau dengan ungkapan lain adalah subjek dalam penelitian. Adapun yang menjadi informan penelitian ini yaitu: karyawan bagian pinsi (pimpinan seksi) pemasaran pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan. Sebagai Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi tentang objek dan subjek penelitian, guna pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian.[2]

D. Sumber Data

Sumber data penelitian ini merupakan data yang terdiri dari sumber data primer dan data sekunder, dimana maksud dari kedua sumber data ini adalah:

1. Data primer

   Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya.[3] Data primer juga merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.[4] Data primer disini merupakan data pokok penelitian yang akan diperoleh secara langsung dari PT. Bank

---

[2]Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R7B* (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 400.

[3]P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hal. 87.

[4]Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2008), hal. 103.

SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan melalui wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk gadai emas.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan.[5] Adapun sumber data sekunder pada penelitian ini yaitu data tentang PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan atau buku-buku yang mengkaji tentang Manajemen Pemasaran dan Gadai Syariah.

E. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang digunakan peneliti Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkap pertanyaan-pertanyaan pada para responden.[6] Dalam wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur. Adapun menurut Muhammad Teguh wawancara terstruktur adalah:

> Wawancara dimana pihak pewawancara sebelum melakukan wawancara terlebih dahulu mempersiapkan daftar pernyataan, atau daftar isian (*questionare*) untuk dibacakan pada saat melakukan wawancara dengan responden. Dalam cara ini pewawancara, pencacah atau enumerator harus

[5]P. Joko Subagyo, *Op. Cit.*, hal. 88.
[6]*Ibid.*, hal. 39.

menggunakan teknik-teknik tertentu agar responden tidak merasa bosan dengan berbagai pertanyaan yang diajukan.[7]

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.[8] Dalam hal ini peneliti melakukan observasi langsung terhadap strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku-buku, majalah, dokumen, dan sebagainya.[9]

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik pengolahan data

Penelitian ini dilakukan dalam bentuk kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpresentasikan objek sesuai dengan apa adanya dan sering disebut dengan penelitian non eksperimen. Maka proses atau teknik pengolahan data yang digunakan data adalah analisis data kualitatif dalam bentuk deskriptif karena ada penelitian ini, peneliti tidak

---

[7]Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 137.

[8]P. Joko Subagyo, *Op. Cit.*, hal. 63.

[9]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hal. 145.

melakukan manipulasi data penelitian. Dan tujuan utama penelitian ini adalah menggambarkan secara sistematik fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tetap.[10]

2. Analisis data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif yang bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh sekelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis.[11] Adapun proses analisis data dalam penelitian ini adalah:

a) Analisis sebelum di lapangan

Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian ini masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama dilapangan.[12] Analisis sebelum dilapangan pada penelitian ini termuat pada latar belakang masalah yaitu tentang fenomena yang terjadi mengenai strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

---

[10]Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), hal. 157-158.

[11]Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 126.

[12]Sugiono, *Op. Cit.*, hal. 429.

b) Analisis selama dilapangan Model Miles and Huberman

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.[13] Adapun langkah-langkah analisis data yaitu sebagai berikut:[14]

1) Data *Reducton* (Reduksi Data)
   Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.
2) Data Display (Penyajian Data)
   Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dialami
3) *Conclusion Drawing* (Verifikasi)
   Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan data verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pengumpulan data pada tahap berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

[13]*Ibid.*, hal. 430.
[14]*Ibid.*, hal. 431-438.

G. Teknik Keabsahan Data

Penelitian yang dilakukan merupakan suatu penelitian yang memiliki kekurangan sehingga diperlukan suatu cara untuk menjamin keabsahan data pada penelitian ini, maka adapun pengecekan keabsahan data yang digunakan adalah:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

   Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.[15]

2. Ketekunan Pengamatan

   Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dari unsur unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang di cari dan kemudian memusatkan diri pada hal hal tersebut secara rinci.[16]

3. Triangulasi

   Triangulasi adalah teknik pemerikasaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan penegecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.[17]

---

[15]Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 175-176.

[16]*Ibid.*, hal. 177.

[17]*Ibid.*, hal. 178.

4. Pemeriksaan sejawat melalui diskusi

Teknik ini dilakukan dalam bentuk diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat. Tujuan dari teknik ini adalah untuk membuat agar peneliti tetap mempertahankan sikap terbuka dan kejujuran.[18]

5. Kecukupan Referensial

Kecukupan referensial digunakan sebagai alat untuk menampung dan menyesuaikan dengan kritik tertulis untuk evaluasi.[19] Bahan-bahan yang tercatat atau terekam dapat digunakan sebagai patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran.

[18]*Ibid.*, hal. 179.
[19]*Ibid.*, hal. 181.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

1. Sejarah Singkat Bank SUMUT Cabang Syariah

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) didirikan pada Tanggal 04 Nopember 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik daerah (BUMD) sesuai Perda Tk. I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk.I dan Pemda Tk. II Sumatera Utara.

Salah satu yang merupakan Bank Umum Milik Daerah (BUMD) seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan nama Bank SUMUT yang kepemilikannya sampai dengan saat ini sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Provinsi dan pemerintah Kabupaten/Kota Sumatera Utara. Bank SUMUT secara terus menerus melakukan perubahan sehingga mampu bertahan ditengah persaingan tersebut. Bank SUMUT sigap dalam melihat peluang pasar Perbankan Syariah yang berperan sebagai tempat pelayanan kepada masyarakat dengan tetap memberikan pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara syariah, maka pada Tanggal 04 Nopember 2004 PT. Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah yaitu Kantor Cabang Syariah Tebing

Tinggi, Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat dan 76 Unit Layanan Syariah diseluruh Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu Konvensional Bank SUMUT.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank SUMUT, terutama sejak dikeluarkannya UU No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah, Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan di dalamnya untuk membuka Unit/Divisi Usaha Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor perbankan syariah, namun Bank SUMUT ikut ambil resiko dalam mengembangkan Jasa Perbankan Syariah.

Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasari pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat *Religious*, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Usaha Unit Syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga bank haram. Tentunya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat Muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada Tanggal 04 Nopember 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Padangsidimpuan. Kemudian pada Tanggal 26 Desember 2005 juga di buka Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dilanjutkan dengan Kantor Cabang Syariah Stabat pada Tanggal 26 Desember 2006.[1]

2. Visi dan Misi Bank SUMUT Syariah

Visi yang ditetapkan oleh Bank SUMUT Syariah adalah menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

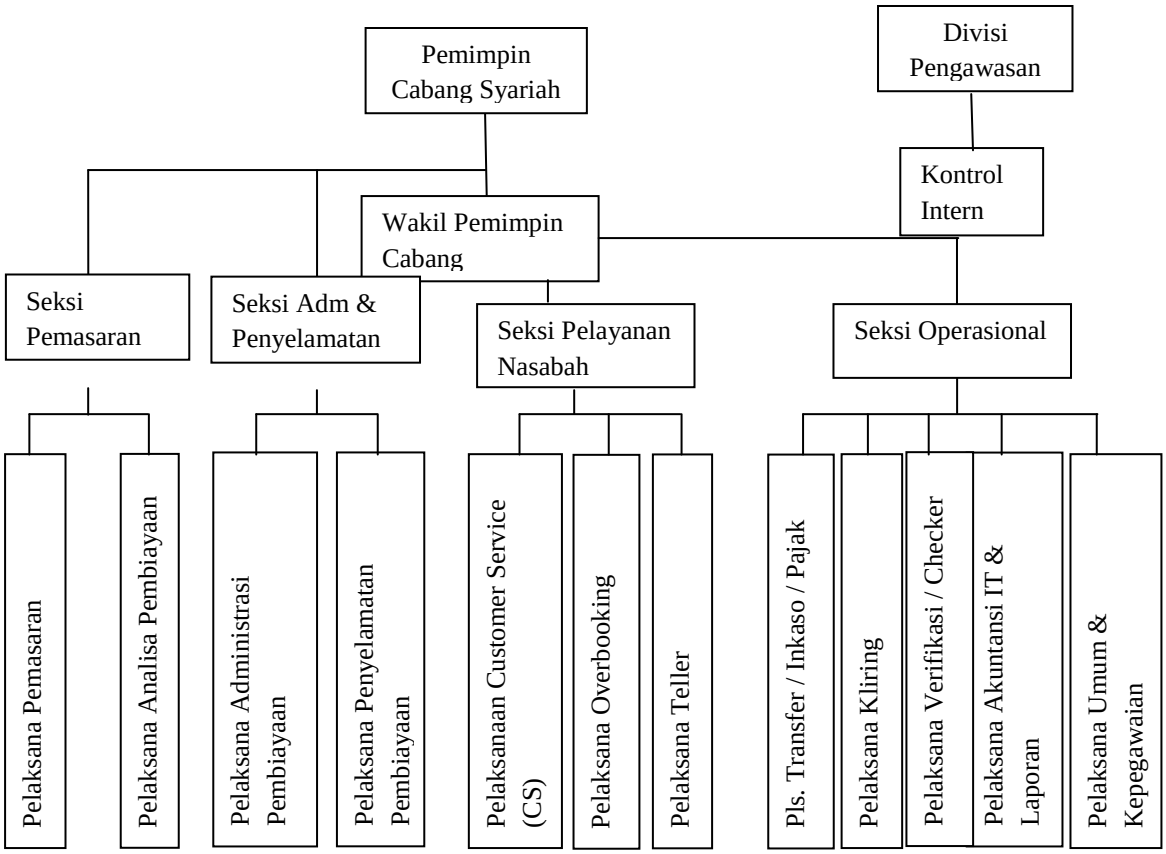
Misi dari Bank SUMUT Syariah adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip *compliance*.[2]

---

[1]Bank SUMUT Syariah, www.banksumut.com, diakses pada tanggal 27 November 2016 pukul 22.20 WIB.

[2]*Ibid*.,

3. Struktur Organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

Keterangan:

Pemimpin Cabang	: Ari Asriadi
Wakil Pemimpin Cabang	: Hilman Saleh Daulay
Pinsi Pemasaran	: Ahmad Sanusi
Pls. Pemasaran	: Rosima Ritonga
Pls. Analisa Pembiayaan	: Zul Bahri L Tobing & Leo Candra

Pinsi APP	: Imran Erianto
Pls. Administrasi Pembiayaan	: Riski Harnas Lubis
Pls. Penyelamatan Pembiayaan	: Anto Pandapotan & Sopan
Pinsi Pelayanan Nasabah	: Juli Damayanti Hasibuan
Pls. CS	: Fachri
Pls. Overbooking	: Fachri
Pls. Teller	: Wiwit Santoso
Pinsi Operasional	: Roy Persadanata
Pls. Transfer/Inkaso/Pajak	: Riswan Hamdani
Pls. Kliring	: Riswan Hamdani
Pls. Verifikasi/Checker	: Riswan Hamdani
Pls. Akuntansi IT & Laporan	: Riswan Hamdani
Pls. Umum & Kepegawaian	: Riswan Hamdani

4. Produk-produk Bank SUMUT Cabang Syariah

Bank SUMUT Syariah komitmen menyediakan produk dan jasa perbankan yang dilandaskan pada prinsip syariah dan pemberdayaan modal secara produktif, untuk keamanan dan kemudahan investasi. Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah adalah:

a. Produk Penghimpunan Dana

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dilakukan untuk mencari dana kepada lapisan masyarakat dan perusahaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:[3]

[3]Dokumen Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

1. Giro

a) Simpanan giro wadiah

Simpanan giro wadiah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

1) Simpanan giro *mudhārabah*

Simpanan giro *mudhārabah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang menitipkan dana pada Bank SUMUT Syariah dengan menggunakan akad mudharabah dan mengelolanya secara professional.

2. Tabungan

a) Tabungan Marhamah

Tabungan marhamah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M. Tabungan marhamah berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqoh yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai pengelola adalah pihak bank.

b) Tabungan Marwah

Tabungan marwah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000.

Tabungan marwah adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

c) Tabungan Makbul

Tabungan makbul adalah tabungan yang hanya dikhususkan untuk para nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji.

d) Tabungan *mudhārabah* Plus.

Tabungan *mudhārabah* plus adalah salah satu jenis tabungan yang diberikan oleh Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidimpuan sebagai promo produk akhir tahun.Tabungan ini memberikan hadiah langsung tanpa diundi. Yang bisa dibuka dengan menabungkan dana minimal Rp 25.000.000,-. Produk ini diberikan sampai akhir bulan Desember 2015.

3. Deposito

Deposito menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudhārabah* yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau UUS. Adapun salah satu jenis deposito di Bank SUMUT Syariah.

b. Produk Pembiayaan

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dikhususkan untuk mencari nasabah di seluruh lapisan masyarakat dan perusahaan untuk

bekerja sama dalam hal pembiayaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:[4]

1. Pembiayaan *Murābahah*

   Pembiayaan murabahah adalah jual beli atas suatu barang dengan harga yang telah disepakati dari awal pada kesempatan kedua belah pihak, dimana harus jelas disebutkan berapa harga pokok yang harus dibayar dan margin keuntungannya. Pada pembiayaan murabahah di Bank SUMUT Syariah ini ada berbagai macam produk diantaranya adalah sebagai berikut:

   a) *Murābahah* KPR iB-Griya

      Murabahah KPR iB-Griya ini merupakan pembiayaan yang digunakan oleh debitur yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran dimuka oleh bank yang bersangkutan kemudian debitur yang akan mencicil kepada pihak perusahaan.

   b) *Murābahah* iB Serbaguna

      Merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serbaguna yang dibutuhkan oleh debitur dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup.

---

[4]*Ibid*.,

c) *Murābahah* Investasi

Murābahah investasi digunakan untuk para pengusaha dalam ekspansi perusahaan dan pengadaan kebutuhan alat-alat, baik dari aspek pertanian, perdagangan, perikanan, maupun transportasi.

d) *Murābahah* Konsumsi

Murabahah konsumsi adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dalam kehidupannya seperti, kenderaan, merenovasi rumah, laptop dan sebagainya.

2. Pembiayaan iB Modal Kerja

Pembiayaan iB Modal Kerja di Bank SUMUT Syariah menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad *mudhārabah* dan musyarakah. Pembiayaan *mudhārabah* modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melaksanakan kegiatan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan/bagi hasil dengan menggunakan metode bagi hasil antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

Pembiayaan musyarakah modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik dana modal untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

3. Gadai Emas.

Gadai emas merupakan pembiayaan yang bisa digunakan bilamana debitur yang memohon mempunyai emas untuk digadaikan. Dimana jumlah uang yang dapat dipinjam sesuai dengan berat dan harga emas tersebut.

c. Produk Jasa

Produk jasa yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah lumayan memadai tidak kalah dengan produk jasa dari bank lain diantaranya adalah sebagai berikut:[5]

1. Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia
2. Bank Garansi
3. Surat Keterangan Bank
4. Inkaso
5. BI-RTGS

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

a. Pengaplikasian *marketing mix* (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) untuk melakukan penetrasi pasar.

Pada prakteknya strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan terhadap produk gadai emas syariah yang ada di bank tersebut masih sangat sederhana.

---

[5]*Ibid.,*

> Strategi yang digunakan dalam memasarkan produk gadai emas ini masih sangat sederhana yaitu melalui brosur, spanduk, iklan di radio dan promosi dari mulut ke mulut. Dalam memasarkan produk gadai emas tersebut semua karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dilibatkan, sementara untuk proses pembiayaannya ditangani oleh pinsi pemasaran.[6]

Adapun pengaplikasian ke tujuh variabel *marketing mix* tersebut dalam strategi pemasaran, yaitu sebagai berikut:

1) *Product* (produk)

Gadai emas adalah fasilitas pinjaman dana tunai tanpa imbalan jasa yang diberikan Bank SUMUT Syariah kepada nasabah dengan jaminan berupa emas yang berprinsip gadai syariah.[7]

Pada prakteknya gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan karyawan pada bagian pinsi pemasaran.

> Suatu fasilitas pinjaman yang tidak menggunakan imbalan dimana nasabah wajib membayar utang pokok pada jangka waktu yang telah ditentukan oleh pihak bank, selanjutnya pihak bank akan mendapatkan upah melalui biaya sewa (*ujrah*) dari banyaknya emas yang telah digadaikan. Produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan merupakan produk pembiayaan yang berkah, halal, dan bebas dari riba.[8]

Gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan menggunakan tiga akad, yaitu *Qardh*, *Rahn*,

---

[6]Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, tanggal 15 Maret 2017, pukul 16.30 WIB.

[7]Brosur Gadai Emas PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

[8]Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di IAIN Padangsidimpuan, tanggal 25 Februari 2017, pukul 12.00 WIB.

Ijarah.[9] Adapun yang dimaksud dengan akad *Qardh*, *Rahn*, dan *Ijarah* adalah sebagai berikut:

a) Akad *Qardh*

Yang dimaksud dengan akad *qardh* berdasarkan form akad PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah:[10]

1) *Qardh* adalah pinjam meminjam uang yang harus dibayar atau ditagih kembali sebesar jumlah pokok pinjaman kepada pemberi pinjaman.
2) Bank (*Muqridh*) adalah pihak yang memberikan sejumlah pinjaman kepada nasabah.
3) Nasabah (*Muq'taridh*) adalah penerima pinjaman atas sejumlah uang yang harus dikembalikan kepada bank secara sekaligus pada saat jatuh tempo.

b) Akad *Rahn*

Yang dimaksud dengan akad *Rahn* berdasarkan form akad PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah:[11]

1) Rincian barang yang tercantum dalam spesifikasi barang jaminan pada surat gadai merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari akad *qardh*.
2) Nasabah menjamin bahwa:
   a) Barang tersebut adalah miliknya.
   b) Nasabah menjamin bahwa bank tidak akan dapat tuntutan atau gugatan apapun dari pihak lain yang menyatakan mempunyai hak atas barang-barang tersebut sebagai pemilik dan oleh karena itu bank dibebaskan oleh nasabah dari segala tuntutan atau gugatan tersebut dan selanjutnya nasabah membebaskan serta mengambil alih segala tanggung jawab dalam bentuk apa pun juga yang dipertanggungjawabkan atau dibebankan kepada bank sebagai akibat tuntutan atau gugatan tersebut.
3) Bank bertanggung jawab sepenuhnya atas barang jaminan yang diterima/dititipkan tersebut termasuk mengenai keberadaannya, jumlahnya, keadaannya dan oleh karena itu wajib memelihara dengan sebaik-baiknya, jika barang-barang atau emas tersebut

[9]Form Akad PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.
[10]*Ibid.,*
[11]*Ibid.,*

hilang atau rusak selama barang (emas) tersebut berada dalam penguasaan bank, maka bank wajib mengganti barang (emas) tersebut dengan barang yang sama jenis dan nilainya.

c) Akad *Ijarah*

Yang dimaksud dengan akad *Ijarah* berdasarkan form akad PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah:[12]

1) *Ijarah* adalah sewa-menyewa barang/manfaat suatu barang dalam jangka waktu tertentu yang mewajibkan penyewa membayar harga sewa kepada bank (sebagai pemilik manfaat/barang).
2) Bank SUMUT Kantor Cabang Syariah sebagaimana tersebut dalam Surat Gadai yang dalam hal ini diwakili oleh Pejabat Cabang dan oleh karenanya bertindak untuk dan atas nama serta kepentingan bank selaku pihak yang menyewakan selanjutnya disebut "yang menyewakan".
3) Nasabah atau penyewa yaitu pihak yang mendapat fasilitas penyewaan tempat yang nama dan alamatnya tercantum dalam surat gadai.

Pada prakteknya adapun target dan tujuan yang diharapkan dari produk gadai emas syariah, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan karyawan pada bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah pengusaha mikro khususnya pedagang-pedagang dan pengawai-pegawai yang membutuhkan dana tunai.[13] Hal ini sesuai dengan apa yang tercantum pada Surat Edaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan nomor 092/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012, yaitu:

> Untuk membiayai keperluan dana jangka pendek atau modal kerja jangka pendek untuk golongan nasabah Usaha Mikro dan Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun

[12]*Ibid.*,

[13]Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di IAIN Padangsidimpuan, tanggal 25 Februari 2017, pukul 12.00 WIB

2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta tidak dimaksudkan untuk tujuan investasi.[14]

Peluncuran produk gadai emas syariah pertama kali dialakukan di Kantor Cabang Syariah Medan pada tahun 2007.[15]

2) *Price* (harga)

Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan produk gadai emas syariah memiliki biaya sewa yang relatif murah yaitu sebesar Rp. 5.500/gram/bulan dan 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 diperbaharui, sementara untuk pinjaman di atas Rp. 100.000.000., (seratus juta rupiah) nasabah harus melampirkan NPWP.[16] Berdasarkan hasil wawancara peneiliti dengan karyawan bagian pinsi pemasaran, beliau menuturkan bahwa (harga) merupakan salah satu strategi yang paling diandalkan untuk saat ini.

Dan berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah seorang nasabah gadai emas syariah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, beliau menuturkan bahwa beliau pernah menggadaikan emas di tempat lain dan biaya sewa gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan lebih

[14]Surat Edaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan nomor 092/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012.

[15]Majalah Bank SUMUT News Edisi XII-2011, hal. 19.

[16]Brosur Gadai Emas PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

murah jika dibandingkan dengan biaya sewa ditempat beliau menggadaikan emas sebelumnya.[17]

Beliau sudah menggadaikan emas sebanyak dua kali di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, pada saat menggadaikan emas yang kedua kalinya pada bulan November 2016, beliau mengalami kendala pada saat pembayaran namun setelah konsultasi pada pihak Bank, beliau mendapat keringanan berupa pertambahan waktu selama seminggu tanpa adanya denda.[18]

Dari wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa biaya sewa gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan memang murah, dan jika ada nasabah yang bermasalah dalam hal pelunasan pinjaman maka nasabah dapat berkonsultasi apa penyebabnya, dan jika alasannya dapat diterima oleh pihak PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan maka nasabah akan diberi keringanan dan tidak akan didenda.

3) *Place* (tempat) dan *Phisycal Evidence* (sarana fisik)

Tempat atau lokasi kantor PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sangat strategis, karena berada pada pusat kota, dekat dengan pusat perbelanjaan dan berada di pinggir jalan. Sehingga memudahkan nasabah jika ingin melakukan transaksi. Sarana fisik (*phisycal evidence*) yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah

[17]Wawancara dengan informan Iqbal, nasabah gadai emas syariah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di Padangmatinggi Padangsidimpuan, tanggal 25 Maret 2017, pukul 16.40 WIB.

[18]*Ibid.,*

Padangsidimpuan cukup memadai, seperti disediakannya kursi bagi nasabah untuk menunggu antrian, mushalla, termasuk tempat parkir yang cukup luas.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah seorang nasabah gadai emas syariah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yaitu saudara Iqbal, beliau juga menuturkan hal yang sama, bahwa tempat atau lokasi kantor PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan sangat strategis.[19]

4) *Promotion* (promosi)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan karyawan pada bagian pinsi pemasaran, sarana promosi yang digunakan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas syariah, yaitu:

> Promosi yang digunakan masih sangat sederhana yakni melalui brosur, spanduk, iklan di radio dan promosi dari mulut ke mulut. Cara promosi seperti ini sebenarnya sudah tidak relevan untuk dilakukan pada saat sekarang karena saat ini sudah masuk pada era digital, dimana orang sudah lebih sering bermain di media sosial dari pada mendengarkan radio. Namun promosi gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan belum sampai pada tahap tersebut sehingga cakupan informasinya masih sangat sempit dan menyebabkan masyarakat tidak mengetahui adanya produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.[20]

Dan berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah seorang nasabah gadai emas syariah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah

---

[19]*Ibid*.,

[20]Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di IAIN Padangsidimpuan, tanggal 25 Februari 2017, pukul 12.00 WIB.

Padangsidimpuan yaitu saudara Iqbal, beliau menuturkan bahwa beliau mengetahui informasi tentang gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dari adiknya yang magang di bank tersebut, dan sebelumnya beliau belum pernah mendapatkan informasi tentang gadai emas syariah tersebut baik itu melalui brosur maupun melalui orang lain.[21]

5) *Process* (proses) dan *People* (orang)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan karyawan pada bagian pinsi pemasaran tentang proses pencairan pinjaman dengan gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, yaitu:

> Proses pembiayaan produk gadai emas syariah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan mudah dan tidak perlu waktu lama untuk memperoleh uang tunai.[22]

Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan seorang nasabah harus memenuhi persyaratan untuk dapat menggunakan produk gadai emas syariah. Syarat-syarat tersebut diperoleh peneliti berdasarkan wawancara dengan karyawan bagian pinsi pemasaran.

> Dalam memenuhi persyaratan tersebut nasabah harus menggunakan berkas-berkas identitas diri seperti KTP, SIM ataupun Passport, selanjutnya nasabah harus membawa emas yang ingin digadaikan baik itu berupa emas kuning maupun emas merah dan surat bukti kepemilikan emas.[23]

---

[21]Wawancara dengan informan Iqbal, nasabah gadai emas syariah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di Padangmatinggi Padangsidimpuan, tanggal 25 Maret 2017, pukul 16.40 WIB.

[22]Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di IAIN Padangsidimpuan, tanggal 25 Februari 2017, pukul 12.00 WIB.

[23]*Ibid.,*

Adapun prosedur pencairan dana pinjaman dengan gadai emas syariah berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan karyawan bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidimpuan, yaitu:

Nasabah datang membawa emas lengkap dengan surat kepemilikan emas tersebut, selanjutnya diuji kadar emas dan ditimbang beratnya setelah dilakukan penimbangan kemudian datanya dimasukkan ke dalam sistem untuk mengetahui berapa pinjaman yang akan diperoleh nasabah. Langkah berikutnya yaitu dibuat akad sesuai prosedur dan ditanda tangani oleh nasabah yang bersangkutan, kemudian emas yang digadaikan oleh nasabah di simpan ke dalam *Safe Deposit Box* (kotak penyimpanan harta atau surat berharga yang dirancang secara khusus dari bahan baja yang kokoh, tahan bongkar dan tahan api). Langkah terakhir yaitu pencairan dana pinjaman.[24]

Dan berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah seorang nasabah gadai emas syariah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yaitu saudara Iqbal, beliau menuturkan bahwa proses pencairan dana dengan gadai emas tersebut cepat, dan pelayanan karyawannya juga ramah.[25]

---

[24]Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, tanggal 15 Maret 2017, pukul 16.30 WIB.

[25]Wawancara dengan informan Iqbal, nasabah gadai emas syariah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di Padangmatinggi Padangsidimpuan, tanggal 25 Maret 2017, pukul 16.40 WIB.

6) *People* (orang)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan karyawan pada bagian pinsi pemasaran tentang *people* (orang/sumber daya manusia) yang ada di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidimpuan ternyata masih kurang karena belum ada supervisi produk gadai emas syariah secara khusus, jadi proses pemasarnnya masih bergabung dengan produk yang lain dan itu menyebabkan proses pemasarnnya tidak maksimal.

b. Tantangan yang dihadapi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas syariah dan upaya-upaya dalam menghadapinya.

Setiap perusahaan pasti memiliki tantangan dalam mempromosikan setiap produk yang mereka miliki, begitu juga dengan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, Bapak Ahmad Sanusi menjelaskan apa saja tantangan dan upaya yang dilakukan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas syariah sebagai berikut:

> Tantangan yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas syariah, yaitu perusahaan yang mengeluarkan produk gadai emas di Padangsidimpuan semakin banyak, media promosi dan Sumber Daya Manusia (SDM) masih kurang.[26]
>
> Upaya-upaya yang dilakukan dalam menghadapinya, yaitu menambah media promosi khususnya di media sosial agar jangkauan informasi produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan semakin luas,

[26]Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian pinsi pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di IAIN Padangsidimpuan, tanggal 25 Februari 2017, pukul 12.00 WIB.

> perlu adanya supervisi yang khusus menangani produk gadai emas syariah agar proses pemasarannya lebih optimal serta perlu adanya *branding* (pengenalan merek) kepada masyarakat. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membentuk citra produk gadai emas syariah sehingga jika masyarakat ingin menggadaikan emas maka mereka akan menggadaikannya di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan bukan di tempat ataupun perusahaan yang lain.[27]

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa jika media promosi dan SDM (Sumber Daya Manusia) produk gadai emas syariah tidak ditambah, maka dikhawatirkan akan ketinggalan dengan produk gadai emas yang ada di perusahaan lain khususnya yang ada di Kota Padangsidimpuan.

c. Analisis SWOT

Dari hasil pengamatan melalui wawancara yang diperoleh dalam penelitian dan telah telah diuraikan di atas, peneliti mencoba menganalisis strategi pemasaran produk gadai emas syariah pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu:

a. *Strength* (kekuatan)

1) Biaya sewa yang relatif murah yaitu sebesar Rp. 5.500/gram/bulan merupakan salah satu kekuatan yang diandalkan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.
2) Produk gadai emas syariah sangat membantu nasabah yang membutuhkan dana secara tunai dengan proses yang cepat.

---

[27] *Ibid*.,

b. *Weaknesses* (kelemahan)

1) Proses pemasaran yang kurang maksimal karena kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM), belum ada supervisi yang khusus menangani produk gadai emas syariah sehingga proses pemasarannya masih bergabung dengan produk pembiayaan lainnya.
2) Media promosi yang digunakan masih sangat sederhana sehingga penyebaran informasi tentang adanya produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan masih sangat sempit.

c. *Oportunities* (peluang)

Pada dasarnya masyarakat Padangsidimpuan masih berprinsip bahwa emas merupakan salah satu alat penyimpan kekayaan karena jika suatu saat membutuhkan dana tunai, emas merupakan benda yang mudah untuk dijual dan dijadikan jaminan dibandingkan dengan benda yang lain, misalnya seperti mobil, sepeda motor.

Fenomena tersebut tentunya menjadi peluang bagi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan untuk menguasai pangsa pasar dengan produk gadai emas syariah.

d. *Threats* (Ancaman)

1) Banyak perusahaan yang juga mengeluarkan produk gadai emas di Padangsidimpuan.

2) Masyarakat masih kurang mengetahui bahwa adanya produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dan hal ini akan menimbulkan kurangnya nasabah produk gadai emas syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, maka peneliti memperoleh kesimpulan, bahwa masyarakat Padangsidimpuan masih banyak yang belum mengetahui produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, hal ini menyebabkan perkembangan produk gadai emas syariah masih jauh dari target yang diharapkan.

Strategi penetrasi pasar dengan mengaplikasian *marketing mix* (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*) yang dilakukan oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas syariah juga masih sangat sederhana. Strategi pemasaran yang paling diandalkan sampai saat ini hanyalah *price* (harga), namun jika strategi ini tidak didukung dengan strategi pemasaran lainnya maka hasilnya tidak akan maksimal.

B. Saran

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

1. PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan diharapkan lebih memaksimalkan strategi pemasaran dengan menambah Sumber Daya Manusia (SDM) yang khusus menangani produk gadai emas syariah

sehingga proses pemasarannya tidak lagi bergabung dengan proses pemasaran produk pembiayaan yang lain. Kemudian menambah media promosi agar informasi produk gadai emas syariah tersebar lebih luas lagi, dan membangun citra produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan di benak masyarakat.

2. Peneliti mengharapkan agar PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan lebih agresif lagi dalam memasarkan produk gadai emas syariah, agar perkembangannya terus meningkatkan dan produk gadai emas syariah menjadi *brand* (merek) gadai emas nomor satu di Kota Padangsidimpuan.

DAFTAR PUSTAKA

Asy-Syaikh Muhammad'Ali As-Sayis, *Tafsir Ayat Al-Ahkam*.

Budiono, *Kamus Ilmu Populer Internasional*, Surabaya: Alumni, 2005.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* Bandung: CV. Diponegoro, 2010.

Fatwa Dewan Syariah Nasional, Nomor: 26/DSN-MUI/III/2002.

Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

_____, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.

_____, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.

Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.

Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

M. Habiburrahim., dkk, *Mengenal Pegadaian Syariah*, Jakarta Timur: Kuwais, 2012.

M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Rajawali Pers, 2008.

Muhammad, Manajemen Bank Syariah, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMPYKKPN, 2002.

Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.

P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.

Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004.

Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian,* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi Aksara, 1995.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R7B*, Bandung: Alfabeta, 2008.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian,* Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya,* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003.

Surat Edaran PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan nomor 092/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012.

Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang: Banyumedia, 2005.

Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah,* Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Sumber lain:

Brosur Gadai Emas PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Form Akad PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Majalah Bank SUMUT News Edisi XII-2011

Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian Pinsi Pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan Jalan Merdeka No.12, tanggal 1 Desember 2016, pukul 14.00 WIB.

Wawancara dengan informan Ahmad Sanusi Nasution bagian Pinsi Pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di IAIN Padangsidimpuan, tanggal 25 Februari 2017, pukul 12.00 WIB.

Wawancara dengan informan Iqbal, nasabah gadai emas syariah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, di Padangmatinggi Padangsidimpuan, tanggal 25 Maret 2017, pukul 14.00 WIB.

http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Yul Ari Syafitri
2. NIM : 12 220 0134
3. Tempat/Tgl. Lahir : Padangsidimpuan/22 Juli 1993
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Alamat : Komplek Pabrik Es. Kel. WEK V Kecamatan Padangsidimpuan Selatan
7. Email : yulari88@gmail.com
8. Nomor Hp : 085762495464
9. Nama Orangtua
   a. Nama Ayah : Sukemi
   b. Nama Ibu : Ratna Lubis

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 142438 (1999-2005).
2. MTs Swasta Pondok Pesanteren Baharuddin (2005-2008).
3. MAN 1 Padangsidimpuan (2008-2011).
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpun (2012-2017).

LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA

Strategi produk gadai emas syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan

Daftar wawancara karyawan:

1. Apakah yang di maksud dengan produk gadai emas syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
2. Akad apa yang digunakan pada produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
3. Kapan produk gadai emas syariah di luncurkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
4. Apa saja syarat yang harus di penuhi nasabah untuk menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
5. Apa saja kelebihan produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
6. Seperti apa target yang di harapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan terhadap produk gadai emas syariah yang telah di luncurkan tersebut?
7. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas syariah tersebut?
8. Siapa saja yang dilibatkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas syariah tersebut?

9. Dalam memasarkan produk gadai emas syariah, media apa saja yang digunakan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
10. Dari segi *marketing mix, product* merupakan salah satu variabelnya. Bagaimanakah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan mengaplikasikan variabel produk dalam memasarkan *product* gadai emas syariah sehingga masyarakat tertarik menggunakan produk gadai emas syariah tersebut?
11. Dari segi *marketing mix, price* merupakan salah satu variabelnya. Bagaimanakah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan mengaplikasikan variabel *price* dalam memasarkan produk gadai emas syariah sehingga masyarakat tertarik menggunakan price gadai emas syariah tersebut?
12. Dari segi *marketing mix, place* merupakan salah satu variabelnya. Bagaimanakah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan mengaplikasikan variabel *place* dalam memasarkan produk gadai emas syariah sehingga masyarakat tertarik menggunakan produk gadai emas syariah tersebut?
13. dari segi *marketing mix, promotion* merupakan salah satu variabelnya. Bagaimanakah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan mengaplikasikan variabel *promotion* dalam memasarkan produk gadai emas syariah sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk gadai emas syariah tersebut?
14. Dari ke empat variabel *marketing mix* (*product, price, place, promotion*), manakah variabel yang paling di unggulkan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas syariah tersebut?
15. Apakah strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan masih dianggap mampu dan relevan untuk digunakan sampai saat ini?

16. Apakah strategi pemasaran produk gadai emas syariah yang digunakan saat ini telah mampu memenuhi target yang di harapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
17. Apa saja tantangan yang dihadapi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas syariah tersebut?
18. Apa saja upaya-upaya yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam menghadapi tantangan tersebut?

Daftar Pertanyaan Nasabah

1. Pada saat kapan saudara/i menggunakan produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?
2. Apakah saudara/i pernah menggunakan produk gadai emas yang lain sebelum menggunakan produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?
3. Darimanakah saudara/i mendapatkan informasi tentang adanya produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?
4. Bagaimana menurut saudara/i produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?
5. Bagaimana menurut saudara/i harga (biaya sewa) gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?
6. Bagaimana menurut saudara/i tempat/lokasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?
7. Bagaimana menurut saudara/i proses pencairan dana pada saat saudara/i menggunakan produk gadai emas syariah yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?

8. Bagaimana menurut saudara/i bukti fisik seperti, ruang kantor, lahan parkir yang ada di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan?

LAMPIRAN 2

PEDOMAN OBSERVASI

Panduan observasi tentang Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah sebagai berikut:

1. Proses dalam melakukan strategi pemasaran dari segi *product* (produk)
2. Proses dalam melakukan strategi pemasaran dari segi *price* (harga)
3. Proses dalam melakukan strategi pemasaran dari segi *place* (tempat/lokasi)
4. Proses dalam melakukan strategi pemasaran dari segi *promotion* (promosi)
5. Proses dalam melakukan strategi pemasaran dari segi *people* (orang)
6. Proses dalam melakukan strategi pemasaran dari segi *process* (proses)
7. Proses dalam melakukan strategi pemasaran dari segi *physical evidence* (bukti fisik)

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI RISET

Wawancara dengan Pinsi (Pimpinan Seksi) Pemasaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Pdangsidimpuan

- B. Pengadaan Rp
- B. Bunga Rp
- B. Adm umum Rp
- B. Pajak Penghasilan Rp

Wawancara dengan nasabah Produk Gadai Emas Syariah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

LAMPIRAN 4

DATA INFORMAN

Identitas Informan

1. **Karyawan PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan**

Nama	: Ahmad Sanusi Nasution
NPP	: 2041.110284.010610
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Agama	: Islam
Jabatan	: Pinsi (Pimpinan Seksi) Pemasaran
Umur	: 32 Tahun

2. **Nasabah produk gadai emas syariah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan**

Nama	: Iqbal
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Agama	: Islam
Pekerjaan	: Wiraswasta
Umur	: 29 Tahun

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

:B-225/In. 14/G.5a/PP.009/12/2016 Padangsidimpuan, 22 Desember 2016
: -
: *Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing*

Yth:
Bapak/Ibu
1. Nofinawati, M.A
2. Windari, SE., MA

Di -
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasilsidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama	: Yul Ari Syafitri
NIM	: 12 220 0134
Fak/Jur	: Ekonomi danBisnis Islam/ PerbankanSyariah
Judul	: Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Asuransi Kebakaran (Studi Pada PT. Asuransi Jasindo Syariah (Persero) Kantor Penjualan Padangsidimpuan)
JudulPerbaikan	: Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan skripsi mahasiswa dimaksud dan dilakukan penyempurnaan judul bilamana perlu.

Demikian kami sampaikan atas kesediaandan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Mengetahui:
Dekan

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Abdul Nasser Hasibuan, SE.,M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-2866 /In.14/G/G.4b/TL.00/12/2016 23 Desember 2016
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

Yth,
Pimpinan PT. Bank SUMUT
Cabang Syariah Padangsidimpuan
di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama	: Yul Ari Syafitri
NIM	: 12 220 0134
Semester	: IX (Sembilan)
Jurusan	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT.Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan".**

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

Bank SUMUT

KANTOR PUSAT
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

Medan, 12 Januari 2017

No. : 029 /DSDM-UTC/L/2017
Lamp. : --

13 JAN 2017

ops
- Hub ybs
- File

Kepada :
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN P. Sidimpuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang
di -
Tempat

Hal : Izin Riset

Sehubungan dengan Surat Bapak No. B-2866/In.14/G/G.4b/TL.00/12/2016 tanggal 23 Desember 2016 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan izin riset atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padang sidimpuan dengan data dibawah ini :
   - Nama : Yul Ari Syafitri
   - NIM : 12.220.0134
   - Jurusan : Perbankan Syariah
   - Judul Skripsi : "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan"

   disetujui untuk melaksanakan riset di Cabang Syariah Padangsidimpuan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama melaksanakan riset mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Syariah P. Sidimpuan serta menjaga rahasia bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.

3. Selesai penulisan Skripsi mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Cq. Divisi Sumber Daya Manusia.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Divisi Sumber Daya Manusia
Pls. Pemimpin

BANK SUMUT KANTOR PUSAT

T. Radek Iskandar
NPP. 979.190467.011097

Tembusan :

- Pemimpin Cabang Syariah P. Sidimpuan
- Sdri. Yul Ari Syafitri

BankSUMUT Unit Usaha Syariah
Memberikan Pelayanan Terbaik

R CABANG SYARIAH:

KANTOR PUSAT
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

Nomor : 138 /KCSy02-Ops/L/2017

P. Sidimpuan, 08 Mei 2017

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang
Di-
Tempat

H a l : Keterangan Pelaksanaan Riset

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan Surat No. B-2866/In.14/G/G.4b/TL.00/12/2016 tanggal 23 Desember 2016 al Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

Nama : Yul Ari Syafitri
NIM : 12.220.1234
Jurusan : Perbangkan syariah
Judul : "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan".

Adalah benar telah melakukan riset di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 16 Januari 2017 sampai dengan tanggal 16 April 2017.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,
Pemimpin Cabang

Bank SUMUT Syariah
KANTOR CABANG SYARIAH
PADANG SIDIMPUAN

ARI ASRIADI
NPP. 1217.230976.110804