

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS  
PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SYARIAH  
ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam  
Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh :**

**HOTMA ANNI NASUTION  
NIM: 16 401 00191**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2021**



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS  
PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SYARIAH  
ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**


*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam  
Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh :**

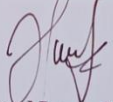
**HOTMA ANNI NASUTION  
NIM: 16 401 00191**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**Pembimbing I**

  
**Delima Sari Lubis, MA  
NIP. 19840512 2014032002**

**Pembimbing II**

  
**Nurul Izzah, M.Si  
NIP. 19900122 201801 2 003**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2021**



**KEMENTERIAN AGAMA RERUBLIK 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

Hal : Skripsi  
a.n **HOTMA ANNI NASUTION**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 02 Maret 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan

*Assalamu`alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **HOTMA ANNI NASUTION** yang berjudul: berjudul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan”.

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu`alaikum Wr. Wb*

**PEMBIMBING I**

**Delima Sari Lubis, MA**  
NIP. 19840512 201403 2 002

**PEMBIMBING II**

**Nurul Izzah M.Si**  
NIP. 19900122 201801 2 003

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **HOTMA ANNI NASUTION**  
NIM : 16 401 00191  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **"Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak 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, 02 Maret 2021

Saya yang Menyatakan,



  
**HOTMA ANNI NASUTION**  
**16 401 00191**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hotma Anni Nasution  
Nim : 16 401 00191  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan**". Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif 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 hakcipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan  
Pada tanggal, 02 Maret 2021  
Yang Menyatakan



**HOTMA ANNI NASUTION**  
**16 401 00191**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : HOTMA ANNI NASUTION  
NIM : 16 401 00191  
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Pebankan Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian  
(Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

**Ketua**

**Nofinawati, MA  
NIP. 19821116 201101 2 003**

**Sekretaris**

**Delima Sari Lubis, MA  
NIP. 19840512 201403 2 002**

**Anggota**

**Nofinawati, MA  
NIP. 19821116 201101 2 003**

**Delima Sari Lubis, MA  
NIP. 19840512 201403 2 002**

**H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si  
NIP. 19630107 199903 1 002**

**H. Ali Hardana, S.Pd., M. Si  
NIDN. 2013018301**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:**

**Di : Padangsidempuan  
Hari/Tanggal : Selasa/13 April 2021  
Pukul : 09.00 s/d 12.00 WIB  
Hasil/Nilai : 68,25/(C)  
IPK : 3,58  
Predikat : Pujian**





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

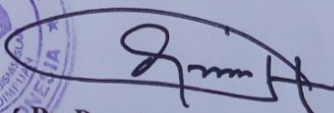
### PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS  
PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG  
SYARIAH ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUNAN  
NAMA : HOTMA ANNI NASUTION  
NIM : 16 401 00191

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (SE)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpunan, 17 Juni 2021  
Dekan,



  
Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama** : Hotma Anni Nasution  
**NIM** : 16 401 00191  
**Fakultas/Prodi** : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
**Judul Skripsi** : Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah masih sedikit dikarenakan pegadaian syariah masih terbilang baru, akan tetapi perkembangan dan pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang cepat. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dan mekanisme produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai emas pada Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dan untuk mengetahui mekanisme produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Pembahasan penelitian ini adalah berkaitan dengan atrategi pemasaran produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk gadai emas yaitu membahas tentang pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian strategi pemasaran, bauran pemasaran (*marketing mix*), pengertian gadai (*ar-rahn*), dasar hukum gadai, rukun dan syarat gadai, barang jaminan, prinsip gadai emas syariah dan hak dan kewajiban para pihak gadai syariah.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan wawancara dengan karyawan dan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu dengan 4P (*product, price, place, dan promotion*). Adapun Mekanisme produk gadai yang ditetapkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sangat mudah yaitu hanya dengan membawa KTP, mengisi formulir pinjaman dan menyerahkan barang jaminan kepada penaksir.

**Kata kunci** : Gadai Emas, Pemasaran, strategi



## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taupik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan tujuan dan waktu yang diharapkan dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan”** penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti banyak menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Karena itu peneliti menerima kritik dan saran pembaca. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan segala bantuan, motivasi, bimbingan dan saran dari awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Karena itu pada kesempatan ini izinkanlah peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang tulus dan penghormatan yang tinggi kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar Nasution, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan

dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, MA., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
3. Delima Sari Lubis, MA., selaku pembimbing I dan Nurul Izzah, M.Si., selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Nofinawati, SEI., MA., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah, M.Pd., selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
5. Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, motivasi dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.

6. Bapak kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Teristimewa kepada Ayah tercinta Mahmud Nasution dan Ibunda tercinta Dahliana Hasibuan yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya, dan memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini, serta memberi do'a yang tiada lelahnya serta berjuang demi kami anak-anaknya, serta adik Nurhadijah Nasution, Julika Nasution, Muhammada Rizkon Nst yang selalu memberi dukungan dan kasih sayang kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada Bapak Subhan, selaku Pemimpin Cabang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dan kepada Ibu Lila Selaku *marketing* PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dan kepada ibu Masdah selaku Penyimpan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dan para nasabah atas segala waktu dan bantuannya kepada peneliti dalam proses penyelesaian penelitian di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.
9. Terimakasih kepada sahabat saya Sulaimah, Seri Meintin, Nur Ariski Yana, Amaria Daulay, Ratna Sari Daulay, Minda Heriyanti Harahap, Khoirunnisya Nasution, Roha Yani Pulungan.
- 10 Terimakasih kepada teman-teman keluarga besar PS-6 angkatan 2016 Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah

berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Aamiin.

11 Terimakasih kepada Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Peneliti hanya mampu berdo'a semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti dijadikan-Nya amal saleh serta mendapatkan imbalan yang setimpal, peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat memperbaiki.

Padangsidempuan, 02 Maret 2021

Peneliti,

Hotma Anni Nasution  
NIM. 16 401 00191

## 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	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	š	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
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	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
	Fathah dan ya	Ai	a dan i
	Fathah 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
اَ.....اِ.....اِى	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
اِى.....اِى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
اِى.....اِى	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

- Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalaupun 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:

ا . 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 tersebut, 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 Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PENGESAHAN PENYUSUNAN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	8
C. Batasan Istilah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
G. Sistematika Pembahasan.....	11

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

<b>A. Landasan Teori .....</b>	<b>13</b>
1. Strategi Pemasaran.....	13
a. Pengertian Strategi.....	13
b. Pengertian Pemasaran .....	13
c. Pengertian Strategi Pemasaran.....	15
2. Segmentasi Pasar .....	19
3. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	22
a. <i>Produk</i> (Produk).....	22
b. <i>Price</i> (Harga).....	24
c. <i>Promotion</i> (Promosi).....	24
d. <i>Place</i> (Tempat).....	25
4. Gadai Syariah ( <i>Ar-Rahn</i> ) .....	25
a. Pengertian Gadai ( <i>Rahn</i> ).....	25
b. Dasar Hukum Gadai Emas Syariah.....	26
c. Rukun dan Syarat Gadai .....	29
d. Barang Jaminan.....	31
e. Prinsip Gadai Emas Syariah.....	32
f. Hak dan Kewajiban Para Pihak Gadai Syariah.....	34
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>36</b>

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	41
B. Jenis Penelitian.....	41

C. Subjek Penelitian .....	41
D. Sumber Data.....	42
1. Data Primer .....	42
2. Data Sekunder.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
1. Observasi .....	43
2. Wawancara.....	44
3. Dokumentasi .....	45
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	45
1. Perpanjangan Keikutsertaan.....	45
2. Ketekunan Pengamatan .....	45
3. Triangulasi.....	46

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.....	48
1. Sejarah Terbentuknya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan .....	48
2. Visi dan Misi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.....	50
3. Fungsi, Kedudukan dan status Hukum PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.....	51
4. Tujuan dan Budaya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan .....	52
5. Produk-Produk PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.....	53
6. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab Karyawan.....	61
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	64
1. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaia (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan .....	64
2. Mekanisme Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.....	73

#### **BAB V PENUTUP**

A. KESIMPULAN .....	80
B. SARAN .....	81

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 4. 2	Perkiraan Perhitungan Taksiran Gadai Emas .....	75
Tabel 4. 3	Uang Pinjaman ( <i>Rahn</i> ) dan Administrasi .....	76



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan Islam di Indonesia dapat dikategorikan cepat dan yang menjadi salah satu faktor tersebut adalah adanya keyakinan pada masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam. Sistem keuangan merupakan suatu tatanan perekonomian dalam negara yang berperan dan melakukan aktivitas dalam berbagai jasa keuangan yang diselenggarakan oleh lembaga keuangan.

Lembaga intermediasi keuangan berdasarkan kemampuan menghimpun dana dari masyarakat dapat dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan bank menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan, misalnya: giro, tabungan atau deposito. Sedangkan lembaga keuangan non bank adalah lembaga keuangan non bank adalah Pegadaian.<sup>1</sup>

Pegadaian merupakan tempat bagi konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminannya mengusung slogan “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”, perum pegadaian bahkan dinilai sebagai ekonomi kerakyatan. Hal ini didasarkan

---

<sup>1</sup>Andi Soemitro, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 30.

pada kenyataan bahwa masyarakat kelas bawah pun bisa memanfaatkan jasa gadai dari perum pegadaian ini.

Pegadaian merupakan salah satu alternatif pandangan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana. Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berpiutang atau oleh orang lain atas namanya dan yang memberikan kekuatan terhadap yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang-orang yang berpiutang lainnya, dengan kekecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan. Biaya-biaya mana yang harus didahulukan.

Pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang pada prinsip syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba. Menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa atau bagi hasil.

Payung hukum gadai syariah adalah pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegang pada fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang *rahn* yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan.

Andri Soemitra mengemukakan bahwa:

“Hukum gadai syariah adalah pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegang pada fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang *rahn* yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan, dan Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap menginduk kepada Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990 tanggal 10 April 1990.”<sup>2</sup>

Produk gadai yang sering ditemui di perum pegadaian adalah Emas. Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat. Pinjaman gadai emas merupakan fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Jaminan emas yang diberikan disimpan dalam penguasaan atau pemeliharaan bank atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa. Dalam melaksanakan produk ini harus memperhatikan unsur-unsur kepercayaan, kesepakatan, jangka waktu, dan risiko.

---

<sup>2</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta (Kencana, 2012), hlm. 34-35.

Produk-produk Pegadaian Syariah bermacam-macam disediakan untuk masyarakat misalnya gadai emas, mulia, pembiayaan *ar-rum*, *krista* dan sebagainya. Dengan begitu banyaknya produk Pegadaian Syariah yang ditawarkan kepada masyarakat, maka salah satunya yaitu produk gadai emas.

Produk gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat. Jaminan emas diberikan dan disimpan dalam penguasaan atau pemeliharaan Pegadaian Syariah dan atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa (*ujrah*) sesuai perjanjian.

Setiap perusahaan menjalankan strategi pemasaran, untuk memasarkan produk yang dihasilkan, sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Setiap pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarahkan kegiatan atau usaha pemasaran dan suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah, agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Jadi, dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, perusahaan harus lebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya dipasar.

Sofyan Assauri mengemukakan bahwa:

“Strategi produk adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan dan peningkatan pasar.”<sup>3</sup>

Meskipun lembaga pembiayaan merupakan lembaga keuangan bersama-sama dengan lembaga perbankan, namun dilihat dari pandangan istilah dan penekanan usahanya antara lembaga pembiayaan dan lembaga keuangan berbeda. Lembaga pembiayaan ini kegiatan usahanya lebih menekankan pada fungsi pembiayaan, yaitu dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal dengan tidak menarik dana secara langsung dari masyarakat. Adapun lembaga-lembaga keuangan menjalankan usahanya di bidang keuangan, baik penyediaan dana untuk membiayai usaha produktif dan kebutuhan konsumtif, dengan demikian istilah lembaga pembiayaan lebih sempit pengertiannya dibandingkan dengan istilah lembaga keuangan

Seiring dengan perkembangan zaman, Pegadaian Syariah sekarang menjadi lembaga keuangan non bank yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia saat ini, karena prinsip dan operasionalnya berdasarkan pada Syariat Islam yang tentunya terlepas dari *Maghrib* (*Maysir, Gharar, dan Riba*).

---

<sup>3</sup>Sofan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep & Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 199.

Secara umum strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*), yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) sangat menentukan keberhasilan dalam merebut pasar. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak bagi bank untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produk-produknya. Tetapi strategi pemasaran tidak akan optimal bila produk yang ditawarkan kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan pesaing.

Implementasi operasional Pegadaian Syariah hampir mirip dengan Pegadaian Konvensional. Seperti halnya Pegadaian Konvensional, Pegadaian Syariah juga menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan barang bergerak. Nasabah dapat memperoleh dana yang diperlukan dalam waktu yang relatif cepat, proses administrasi dan penaksiran hanya lebih kurang 15 menit, dan dana pinjaman dapat diterima nasabah kurang dari 1 jam.<sup>4</sup>

Sehubungan dengan perkembangan dunia pemasaran yang menimbulkan makin tingginya tingkat persaingan antara perusahaan-perusahaan di Indonesia, maka perusahaan-perusahaan tersebut semakin berusaha untuk memperkuat strategi pemasarannya. Untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis yang kondisinya terus meningkat maka

---

<sup>4</sup>Faridatun Sa'adah, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah," *Jurnal Al-Iqtishad* 1, no. 2 (July 2009): hlm. 63.



suatu perusahaan harus di tuntut dapat menguasai pasar dengan menggunakan produk yang telah dihasilkan.<sup>5</sup>

Seperti yang kita ketahui, pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah masih sedikit dikarenakan pegadaian syariah masih terbilang baru, akan tetapi perkembangan dan pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang cepat. Melihat pertumbuhan cepat yang terjadi di lembaga non keuangan khususnya pegadaian syariah membuka produk gadai syariah atau *rahn*. Salah satu produk pegadaian syariah yang ditawarkan kepada masyarakat yaitu gadai emas berupa emas lantakan maupun perhiasan.

Berdasarkan informasi yang telah diperoleh dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, bahwa perusahaan tersebut mengalami kenaikan nasabah mulai tahun 2017-2020. Nasabah gadai emas setiap hari mencapai 20 nasabah. Jika dalam sebulan diperkirakan jumlah nasabah gadai emas sebanyak kurang lebih 480 orang nasabah. Di dalam pegadaian syariah masyarakat lebih banyak memberi jaminan berupa emas, mulai dari kadar yang rendah sampai kadar yang lebih tinggi. Perkembangan pegadaian syariah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan yang paling banyak diminati adalah gadai emas.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Faridatun Sa`adah, hlm. 65.

<sup>6</sup> Lila, Wawancara Dengan Pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Selaku Marketing, March 21, 2020, Padangsidempuan. 21 Maret 2020.

Berdasarkan Hasil pengamatan peneliti yaitu wawancara dengan karyawan selaku *marketing* PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak dalam memasarkan produk-produknya menggunakan bauran pemasaran yaitu, *Produk* (Produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), dan *Place* (tempat).<sup>7</sup>

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SYARIAH ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUAN.

## **B. Batasan Masalah**

Dengan keterbatasan peneliti dari segi waktu, materi, tenaga dan kemampuan, maka peneliti hanya membatasi pada masalah pemasaran produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

## **C. Batasan Istilah**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan kata-kata yang terdapat dalam judul penelitian ini, maka perlu dibuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi merupakan seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan

---

<sup>7</sup> Lila. Wawancara, 21 Maret 2020.

kompetitif.<sup>8</sup> Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya usaha suatu organisasi.

2. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.<sup>9</sup>
3. Produk adalah suatu kegiatan pokok yang harus dipahami dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang dan mendapatkan laba.<sup>10</sup>
4. Gadai emas syariah adalah penggadaian atau penyerahan hak penguasa secara fisik atas harta atau barang (berupa emas) dari nasabah (*rahin*) kepada bank (*murtahin*) untuk dikelola dengan prinsip *rahn* yaitu sebagai jaminan (*marhun*) atas peminjam atau utang (*marhun bih*) yang diberikan kepada nasabah atau peminjam tersebut.

#### **D. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas yang diterapkan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

---

<sup>8</sup> Hery, *Pengendalian Akuntansi Dan Manajemen Edisi Pertama* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), hlm. 94.

<sup>9</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 341.

<sup>10</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 139-140.

2. Bagaimana mekanisme produk gadai emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai emas yang diterapkan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak.
2. Untuk mengetahui mekanisme produk gadai emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoris

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih keilmuan serta memperluas wawasan khususnya tentang strategi pemasaran produk gadai emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademis

Sebagai referensi dan tambahan literatur kepustakaan, khususnya untuk jenis penelitian yang membahas mengenai strategi pemasaran produk gadai emas.

b. Bagi Praktisi

Sebagai rujukan dalam mengambil keputusan untuk pengembangan lembaga keuangan syariah.

c. Bagi Masyarakat Muslim

Memberikan wawasan dan kesadaran untuk mendukung dan memanfaatkan jasa lembaga keuangan yang ada sebagai bentuk ketaatan beragama dan sumbangan kemajuan ekonomi syariah.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi yang terdiri dari :

**BAB I** membahas tentang pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah yang akan dibahas, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kegunaan penelitian.

**BAB II** membahas tentang landasan teori yang berisi pembahasan lebih luas terkait strategi pemasaran produk gadai emas. penelitian terdahulu memuat hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yang bertujuan agar penelitian yang diangkat dapat menghasilkan penelitian ilmiah yang baru.

**BAB III** membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian yang akan dilakukan, jenis penelitian yang berisi tentang hal-hal yang akan dijadikan objek penelitian. Sumber data, adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan

sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah yang berisi pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti.

**BAB IV** Hasil Penelitian akan membahas mengenai gambaran objek penelitian, dan deskripsi hasil penelitian yang berisi tentang bagaimana strategi pemasaran dan mekanisme produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

**BAB V** Penutup merupakan kesimpulan penelitian yang berisi tentang hasil yang telah diperoleh dan saran-saran kepada Pegadaian. Selanjutnya terkait dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Strategi Pemasaran**

###### **a. Pengertian Strategi**

Secara etimologi, strategi berasal dari bahasa Yunani Strategos yang berarti Jendral.<sup>11</sup> Strategi pada mulanya dari peristiwa peperangan, yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya, dan agama. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya usaha suatu organisasi.

###### **b. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran bermula dari kenyataan bahwa manusia adalah makhluk yang memiliki kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan dan keinginan itu menciptakan keadaan yang tidak menyenangkan dalam diri seseorang yang harus dipecahkan melalui pemilikan produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Produk-produk tersebut dapat diperoleh melalui berbagai cara yaitu

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm. 4.

memproduksi sendiri, merampas, meminta-minta dan pertukaran (jual-beli). Sebagian besar masyarakat bekerja atas dasar prinsip pertukaran yang berarti seseorang mengkhususkan diri dalam memproduksi produk tertentu dan mempertukarkan untuk memenuhi kebutuhannya.

Philip Kotler mendefinisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.<sup>12</sup>

Pemasaran juga dapat dipahami sebagai suatu rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik jangka pendek maupun jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi, perencanaan penjualan dan distribusi.

Jadi kesimpulan dari penjelasan tentang pemasaran yang akan diuraikan oleh penulis adalah bahwa kegiatan pemasaran tidak hanya memikirkan target atau sasaran tetapi harus memikirkan identifikasi lokasi atau pengamatan lokasi untuk menunjang berhasil atau tidaknya kegiatan pemasaran. Selain itu, kegiatan pemasaran harus memberlakukan suatu promosi-promosi

---

<sup>12</sup> Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*, hlm. 341.



produk yang dipasarkan agar kegiatan pemasaran bisa mencapai target atau sasaran.

c. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik di jangka pendek maupun di jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi.<sup>13</sup>

Strategi pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk sehingga dibutuhkan pula landasan norma dan moralitas dalam proses pemasaran kepada nasabah. Ketika suatu bisnis dilakukan oleh lembaga yang menerapkan etika yang baik, yaitu dengan tidak mengandung unsur kebatilan, kedzaliman dan paksaan, maka kelayaitasan nasabah terhadap produk dapat tercipta dengan baik. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Alquran surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ  
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

<sup>13</sup>M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasara Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 139.140.

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa: 29).<sup>14</sup>

Ayat ini dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan yang batil, artinya tidak ada haknya. Memakan harta sendiri dengan jalan batil adalah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan jalan batil ada berbagai caranya, seperti pendapat suddi, memakannya dengan jalan riba, judi, menipu dan menganiayanya, memakan harta orang lain dengan tidak ada pergantian termasuk juga dalam jalan yang batil ini segala jual beli yang dilarang yang tidak termasuk ialah jalan perniagaan yang saling berkeridhaan.<sup>15</sup>

Ayat ini juga memberikan penjelasan mengenai konsep pemasaran yang berorientasi syariat Islam yaitu kalimat janganlah kamu memakan harta sesamu dengan cara batil, artinya kebutuhan dan keinginan untuk memperoleh produk (permintaan) tidak diperoleh dengan cara batil (bohong, tipu, rampok, curi, dan korupsi). Kemudian pada kalimat kecuali dengan suka sama suka artinya bahwa untuk memperolehnya harus dilakukan melalui

---

<sup>14</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur`an Dan Terjemahannya* (Jakarta: CV Penerbit J-ART, 2004), hlm. 83.

<sup>15</sup> Abdul Nasser Hasibuan, "Konsep Pemasaran Islam Di BankPembiayaan Rakyat Syariah Di Kabupaten Tapanuli Selatan," *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 6, no. 2 (2018): hlm. 258., <https://doi.org/10.24952/masharif.v6i2.1121>.

pertukaran barang (barang dari *marketer*-uang dari konsumen) proses pertukaran unit (barang dan uang) inilah transaksi yang dilakukan dengan suka sama suka.<sup>16</sup>

Berdasarkan penjelasan ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT melarang dalam memperoleh dengan jalan yang batil, akan tetapi Allah menganjurkan dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara dua pihak yang terlibat dalam aktivitas perniagaan. Begitu pula bagi strategi pemasaran memaksimalkan proses pemasaran dan transaksinya akan dapat meningkatkan volume penjualan dari produk yang dipasarkan.

Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai logika pemasaran yang dengannya unit usaha berharap dapat mencapai tujuan pemasarannya. Sedangkan pengertian lain dalam strategi pemasaran adalah bagian internal dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis.

Berdasarkan pengertian pemasaran, peneliti berpendapat bahwa strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.

---

<sup>16</sup> Abdul Nasser Hasibuan, "Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan," *Jurnal IMARA*, Juni, 2, no. 1 (2018): hlm. 54.

Pada prinsipnya ada macam-macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pegadaian adalah sebagai berikut:<sup>17</sup>

1) Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar sate ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggariskan pasar yang telah tumbuh secara cepat.

2) Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk adalah usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru. Inovasi dan kreativitas dalam penciptakan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi itu. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah. Perusahaan tidak henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi terhadap kebutuhan pasar tersebut.

---

<sup>17</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 122.

### 3) Strategi Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar adalah salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini sangat cocok bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

### 4) Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat . diversifikasi konsentrasi adalah perusahaan jasa memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan yang dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perusahaan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk kepada kelompok konglomerat.

## 2. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan suatu produk atau jasa yang semula bersifat heterogen segmen yang cenderung bersifat homogen dalam segala aspek atau proses pengelompokan dari keseluruhan perilaku pasar yang beragam

menjadi bagian-bagian yang berperilaku sama.<sup>18</sup> Segmentasi pasar adalah kegiatan mengelompokkan pasar sasaran menjadi pasar yang mempunyai karakteristik atau sifat yang sama (homogen), dimana tiap kelompok dapat dipilih sebagai pasar yang dituju untuk dicapai dengan bauran pemasaran yang khusus (tersendiri).

Unsur utama dalam melakukan segmentasi pasar konsumen terdiri dari berbagai sudut pandang seperti:<sup>19</sup>

a. Segmentasi Berdasarkan Geografis

Segmentasi geografis dilakukan dengan cara mengelompokkan konsumen yang tersebar di berbagai wilayah ke dalam kelompok konsumen tertentu atas dasar unit geografis, misalnya provinsi, kabupaten, kota, kecamatan, arah mata angin atau bahkan kawasan tertentu.

Segmentasi berdasarkan geografis, artinya membagi pasar berdasar wilayah tertentu seperti:

- 1) Jenis bangsa
- 2) Provinsi
- 3) Kabupaten

Dalam hal ini perusahaan dapat berorientasi di semua segmen tetapi ia perlu memperhatikan perbedaan kebutuhan dan selera yang ada di masing-masing wilayah.

---

<sup>18</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan Cet. Ke-2* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hlm. 156.

<sup>19</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank Cet. Ke-2* (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 115-116.

b. Segmentasi Berdasarkan Demografis

Segmentasi demografis dilakukan dengan cara mengelompokkan konsumen atas variabel demografis seperti usia, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras dan kewarganegaraan.

c. Segmentasi Berdasarkan Psikografis

Segmentasi ini dilakukan dengan cara mengelompokkan konsumen ke dalam berbagai kelompok atas dasar kelas sosial, gaya hidup atau karakteristik kepribadian mereka. Segmentasi berdasarkan psikografis maksudnya membagi pasar berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- 1) Kelas sosial
- 2) Gaya hidup
- 3) Karakteristik kepribadian

d. Segmentasi Berdasarkan Perilaku

Dalam segmentasi perilaku, konsumen dikelompokkan atas dasar pengetahuan, sikap, tingkat penggunaan, manfaat dan tanggapan yang diberikan terhadap suatu produk. Segmentasi berdasarkan perilaku disusun berdasarkan tingkah laku atau kebiasaan masyarakat sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan
- 2) Sikap
- 3) Penggunaan atau tanggapannya terhadap produk

### 3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Kotler memberikan definisi mengenai bauran pemasaran sebagai:

“Bauran Pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *produk, price, promotion, place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.”<sup>20</sup>

Berikut ini akan dijelaskan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) dari definisi yang dikemukakan oleh Philip Kotler antara lain sebagai berikut:

#### 1) *Produk* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.<sup>21</sup> Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka

---

<sup>20</sup>M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 14.

<sup>21</sup> Budi Gautama Siregar, “Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan,” *Tazkir : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 4, no. 1 (June 30, 2018): hlm. 8., <https://doi.org/10.24952/tazkir.v4i1.1060>.



konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimis yang berwujud dan dihimpun dalam suatu bentuk yang berupa dan telah dikenal. Produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud dan tidak berwujud di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.<sup>22</sup>

Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut, pembungkus, garansi, dan servis sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan selanjutnya mengenai harga, distribusi, dan promosi dapat diambil.

---

<sup>22</sup>Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 139-140.

## 2) *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 dari produk beserta pelayanannya. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.

## 3) *Promotion* (Promosi)

Promosi mempunyai pengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan perbankan karena tanpa promosi calon nasabah dan masyarakat tidak akan mengenal suatu perusahaan dan produk-produknya.<sup>23</sup>

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Promosi dilakukan dengan tujuan menginformasikan dan mempengaruhi pasar akan produk bank melalui kegiatan-kegiatan periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas.

---

<sup>23</sup> Siregar, "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan," hlm. 25.

#### 4) *Place* (Tempat)

Dengan jaringan yang banyak, handal dan sebaran yang tepat akan sangat membantu perusahaan untuk mendistribusikan produknya kepada nasabah dengan efektif. Nasabah akan lebih mudah dan cepat memperoleh produk dibandingkan dengan apabila tempat nasabah jauh dari saluran distribusi. Beberapa nasabah sangat mungkin perlu perhatian yang menginginkan pelayanan khusus untuk didatangi dan tidak usah repot pergi ke tempat pelayanan.

#### 4. Gadai Syariah (Ar-Rahn)

##### a. Pengertian Gadai (*Rahn*)

Menurut bahasa, gadai (*rahn*) berarti *tsubut* dan *habs* yaitu penetapan dan penahanan. Ada pula yang menjelaskan bahwa *rahn* adalah terkurung atau terjerat.<sup>24</sup> Pegadaian atau *rahn* adalah perjanjian dimana aset berharga digunakan sebagai jaminan atas utang, Aset atau barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan memperoleh kepastian bahwa peminjam akan melunasi pinjamannya dan bila tidak dapat melunasi pinjaman tersebut maka pihak penerima gadai dapat menjual barang jaminan sebagai pembayaran atas piutang nasabah.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 14.

<sup>25</sup> Delima Sari Lubis, "Kontroversi Hukum Pegadaian Syariah," *Jurnal Al-Maqasid* 4, no. 2 (2018): hlm. 2.

Menurut istilah yang dimaksud *rahn* adalah:

- 1) Akad yang objeknya menahan harga terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna darinya
- 2) Menjadikan suatu benda berharga dalam pandangan syara` sebagai jaminan atas utang selama ada dua kemungkinan, untuk mengembalikan uang itu atau mengembalikan sebagian benda itu.<sup>26</sup>

b. Dasar Hukum Gadai Emas Syariah

Boleh tidaknya transaksi gadai menurut Islam, diatur dalam Al-Qur`an, Sunnah dan Ijtihad.

1) Alquran

Ayat Alquran yang dapat dijadikan dasar hukum perjanjian gadai adalah QS. Al-Baqaraah ayat 283 yang berbunyi:

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنِ  
 مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي  
 أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُرَ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُرَ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا  
 الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ رِءُوسُهُ إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ  
 سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴾

﴿ ٢٨٣ ﴾

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh

<sup>26</sup> Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, hlm. 15.

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.<sup>27</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa fungsi barang gadai adalah untuk menjaga kepercayaan masing-masing pihak, sehingga penerima gadai (*murtahin*) meyakini bahwa penerima gadai (*rahin*) beriktikad baik untuk mengembalikan pinjamannya (*marhun bih*) dengan cara menggadaikan barang atau benda yang dimilikinya (*marhun*), serta tidak melalaikan jangka waktu pengembalian hutangnya itu.<sup>28</sup>

Syaikh Muhammad `Ali as-Sayis berpendapat, bahwa ayat Alquran 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.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur`an Dan Terjemahannya*, hlm. 45.

<sup>28</sup>Departemen Agama RI, hlm. 179.

<sup>29</sup>Asy-Syaikh Muhammad `Ali As-Sayis, *Tafsir Al-Ahkam*, hlm. 175.

## 2) As-Sunnah

Hadits Aisyah ra, yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, yang artinya:

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

“Sesungguhnya, Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam membeli bahan makanan dari seseorang Yahudi dengan cara berutang, dan beliau menggadaikan baju besinya.” (Hr. Al-Bukhari no. 2513 dan Muslim no. 1603).<sup>30</sup>

Berdasarkan hadis di atas, maka fungsi sosial-konsumtif itu jelas tersirat dan tersurat, artinya gadai syariah dasarnya untuk kepentingan yang sifatnya mendesak, seperti keperluan hidup sehari-hari (konsumsi, pendidikan dan kesehatan) yang sangat dibutuhkan masyarakat strata sosial ekonominya dalam golongan berpendapatan menengah-bawah dan bersifat mendesak.<sup>31</sup>

## 3) Ijma` Ulama

Jumhur Ulama menyepakati kebolehan atas hukum gadai. Maksudnya, berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad SAW yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi dari contoh Nabi Muhammad SAW tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya

<sup>30</sup> Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, hlm. 50.

<sup>31</sup> Sutedi, hlm. 50.

kepada seorang, Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad SAW yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad SAW kepada mereka.<sup>32</sup>

c. Rukun dan Syarat Gadai

Rukun *rahn* ada empat, yaitu pemberi gadai (*Raahin*), penerima gadai (*murtahin*), barang jaminan (*marhun*), dan hutang (*marhun bih*). Sementara rukun *rahn* adalah dua pihak yang berakad, akad *rahn* adalah ijab kabul dari *rahin* dan *murtahin*.

Dalam setiap akad, unsur dan rukunnya harus memenuhi syarat. Berkaitan dengan *rahn*, syarat bagi para pihak berakad sama dengan syarat akad lainnya. Syarat tersebut adalah para pihak harus berakad, sudah balish, tidak dalam paksaan atau tidak terpaksa.

Berdasarkan kesepakatan ulama, syarat yang terkait dengan barang yang digadaikan atau yang menjadi jaminan utang adalah sama halnya dengan syarat barang yang menjadi objek jual beli. Hal karena barang jaminan tersebut harus dapat dijual oleh penerima jaminan (*murtahin*) disaat orang yang menggadaikan tidak mampu membayar hutangnya. Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang menjadi objek jual beli adalah:

---

<sup>32</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 8.

- 1) Barang yang digadai harus benar-benar ada dan nyata transaksi terhadap barang yang belum atau tidak ada tidak sah, begitu juga barang yang belum pasti adanya, seperti binatang yang masih didalam kandungan induknya.
- 2) Objek transaksi berupa barang yang dinilai, halal, dapat dimiliki, dapat disimpan dan dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan.
- 3) Barang yang dijadikan objek transaksi merupakan hak milik secara sah dan kepemilikan sempurna. Berdasarkan syarat ini, maka tidak sah menggadaikan pasir ditengah padang atau air laut yang masih di laut atau menggadaikan panas matahari, karena tidak adanya kepemilikan yang sempurna.
- 4) Objek harus dapat diserahkan saat transaksi. Berdasarkan saat ini maka tidak sah menggadaikan binatang liar, ikan di lautan atau burung yang ada di awang, karena tidak dapat diserahkan kepada pembeli.
- 5) Selain syarat diatas, ada satu syarat lagi yang mutlak harus terpenuhi, yaitu barang yang digadaikan harus tahan lama dan tidak mudah rusak, seperti emas, perak, logam mulia, kendaraan dan seterusnya. Berdasarkan syarat ini, maka tidak sah menjadikan makanan yang mudah busuk, seperti kue basah sebagai jaminan utang, karena tidak bertahan lama.



#### d. Barang Jaminan

Bagi nasabah yang ingin memperoleh fasilitas pinjaman dari pegadaian syariah, maka hal yang paling penting diketahui adalah masalah barang yang dapat dijadikan jaminan di pegadaian syariah. Pegadaian syariah dalam hal jaminan menetapkan ada beberapa jenis barang berharga yang dapat diterima untuk digadaikan. Barang-barang tersebut nantinya ditaksir nilainya, sehingga dapat diketahui beberapa nilai taksiran dari barang yang digadaikan. Semakin besar nilai taksiran barang, maka semakin besar pula pinjaman yang akan diperoleh.

Adapun jenis-jenis barang berharga yang dapat diterima dan dijadikan jaminan pegadaian syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Barang-barang atau benda perhiasan antara lain emas, perak intan, berlian, mutiara, platina dan jam
- 2) Barang-barang berupa kendaraan seperti mobil (termasuk bajai dan bemo), sepeda motor dan sepeda biasa (termasuk becak)
- 3) Barang-barang elektronik, antara lain televisi, televisi, radio, komputer, kulkas dan mesin tik
- 4) Mesin-mesin seperti mesin jahit dan mesin kapal motor
- 5) Barang-barang keperluan rumah tangga seperti sebagai berikut:
  - a) Barang tekstil, berupa pakaian, permadani atau kain batik
  - b) Barang pecah belah dengan catatan bahwa semua barang yang dijaminakan haruslah dalam kondisi baik dalam arti

masih dapat digunakan dan bernilai. Hal ini penting bagi pegadaian syariah mengingat apabila nasabah tidak dapat mengembalikan pinjamannya, maka barang jaminan akan dilelang sebagai penggantinya.<sup>33</sup>

e. Prinsip Gadai Emas Syariah

Secara substansi, Pegadaian Syariah memiliki tiga prinsip yang bersumber pada kajian ekonomi Islam. Prinsip pengembangan ekonomi tidak saja mengacu pada proses dimana masyarakat dari suatu negara memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan kenaikan produksi barang dan jasa secara terus-menerus. Akan tetapi, Islam memiliki prinsip-prinsip pengembangan yang dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah dan menyeimbangkan antara kehidupan di dunia dan akhirat. Diantara prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:<sup>34</sup>

1) Prinsip Tauhid

Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dalam pokok ajaran ini, menyatakan bahwa Allah adalah pencipta alam semesta dan segala isinya dan sekaligus pemiliknya termasuk manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah adalah pemilik hakiki, sedangkan manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.

---

72. <sup>33</sup>Ahmad Rodoni, *Asuransi & Pegadaian Syariah* (Jakarta: Mitra Wacana, 2015), hlm.

<sup>34</sup> Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 141-142.

## 2) Prinsip *Ta`awun* (Tolong-Menolong)

Abu Yusuf dalam al-Kharaj menyebutkan bahwa prinsip yang harus diletakkan dalam transaksi gadai adalah *ta`awun* (tolong-menolong), yaitu prinsip saling membantu antar sesama dalam meningkatkan taraf hidup melalui mekanisme kerja sama ekonomi dan bisnis.<sup>35</sup>

## 3) Prinsip Bisnis

Afzalur Rahman menyatakan bahwa bisnis (perdagangan) adalah kegiatan yang dianjurkan dalam Islam. Nabi sering kali menekankan pentingnya bisnis dalam kehidupan manusia. Namun demikian, dalam mencari laba harus dengan cara yang dibenarkan oleh syariah. Hal ini bertujuan agar kesejahteraan tercapai.<sup>36</sup>

Dengan demikian, ketiga prinsip diatas menjadi acuan dasar dalam pengembangan Pegadaian Syariah, serta penetapannya dalam kehidupan sosial ekonomi. Kurang kuatnya salah satu dasar tersebut, maka akan menyebabkan lambatnya gerak pengembangan lembaga bisnis itu sendiri, serta tidak akan mampu mencapai kesejahteraan hidup.

---

<sup>35</sup> Al-Arif, hlm. 143.

<sup>36</sup> Al-Arif, hlm. 144.

f. Hak dan Kewajiban Para Pihak Gadai Syariah

Adapun hak dan kewajiban para pihak gadai syariah adalah sebagai berikut:

1) Hak dan Kewajiban *Murtahin*

a) Hak Pemegang Gadai

1. Pemegang gadai berhak menjual *marhun*, apabila *rian* pada saat jatuh tempo tidak memenuhi kewajibannya sebagai orang yang berhutang. Sedangkan hasil penjualan *marhun* tersebut diambil sebagian untuk melunasi *marhun bih* dan sisanya dikembalikan kepada *rahin*
2. Pemegang gadai berhak mendapatkan penggantian biaya yang telah dikeluarkan untuk menjaga keselamatan *marhun*
3. Selama *marhun bih* belum dilunasi, maka *murtahin* berhak untuk menahan *marhun* yang diserahkan oleh pemberi gadai (hak retentie)

b) Kewajiban Pemegang Gadai

Adapun kewajiban pemegang gadai yaitu sebagai berikut:

1. Pemegang gadai berkewajiban bertanggung jawab atas hilangnya atau merosotnya harga *marhun*, apabila hal itu atas kelaliannya

2. Pemegang gadai tidak dibolehkan menggunakan *marhun* untuk kepentingan sendiri
3. Pemegang gadai berkewajiban untuk memberi tahu kepada *rahin* sebelum diadakan pelelangan *marhun*

## 2) Hak dan Kewajiban Pemberi Gadai Syariah

### a) Hak Pemberi Gadai

- (1) Pemberi gadai berhak untuk mendapatkan kembali *marhun*, setelah pemberi gadai melunasi *marhun bih*
- (2) Pemberi gadai berhak menuntut ganti kerugian dari kerusakan dan hilangnya *marhun*, apabila hal itu disebabkan oleh kelalaian *murtahin*
- (3) Pemberi gadai berhak untuk mendapatkan sisa dari penjualan *marhun* setelah dikurangi biaya pelunasan *marhun bih*, dan biaya lainnya. Pemberi gadai berhak meminta kembali *marhun*, apabila *murtahin* telah jelas menyalahgunakan *marhun*

### b) Kewajiban Pemberi Gadai

- (1) Pemberi gadai berkewajiban untuk melunasi *marhun bih* yang telah diterimanya dari *murtahin* dalam tenggang waktu yang telah diterimanya dari *murtahin* dalam tenggang waktu yang telah ditentukan, termasuk biaya lain yang telah ditentukan *murtahin*

(2) Pemberi gadai berkewajiban merelakan penjualan atas *marhun* miliknya, apabila dalam jangka waktu yang telah ditentukan *rahin* tidak dapat melunasi *marhun bih* kepada *murtahin*.<sup>37</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini maka peneliti mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait atau yang berhubungan dengan judul dalam penelitian ini, sebagai berikut:

**Tabel 1.1.**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul, Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Mega M. Pangaila, Silvy L. Mandey, Rudy S. Wenas, (Jurnal EMBA, Vol. 8, No. 4, Oktober 2020). <sup>38</sup>	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian CP Manado Selatan)	Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk.
2	Muzayyanah Zabani, Siti Chodijah, (Jurnal of Islamic Management And Busines, Vol. 1, No. 1 April 2018). <sup>39</sup>	Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn)	Strategi yang telah digunakan oleh Bank Syariah

<sup>37</sup> Andrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 62-63.

<sup>38</sup> Mega M. Pangaila, Silvy L. Mandey, Rudy S. Wenas, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian CP Manado Selatan" 8 (Oktober 2020): No. 4.

<sup>39</sup> Muzayyanah Zabani and Siti Chodijah, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo," *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness* 1, no. 1 (April 18, 2018), <https://doi.org/10.24256/dinamis.v1i1.417>.

		Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo	Mandiri yang terdiri dari 4P, yakni strategi harga ( <i>price</i> ), strategi promosi ( <i>promotion</i> ), strategi tempat ( <i>place</i> ), strategi produk ( <i>product</i> )
3	Ayu Tissa (Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Surabaya, 2015). <sup>40</sup>	Strategi Pemasaran Produk Gadai ( <i>Ar-Rahn</i> ) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya)	Strategi yang digunakan adalah Segmentasi, Targetting, dan Positioning dalam memasarkan produk gadai ( <i>Ar-rah</i> n)
4	Masito Syahidah, Azis Budi Setiawan, Endang Ahmad Yani, (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 7. No. 2, Agustus 2018). <sup>41</sup>	Strategi Pemasaraan Produk Arrum BPKB Pada Pegadaian Syariah CPS Margonda	Strategi pemasaran yang diterapkan Pegadaian Syariah CPS Margonda yaitu strategi spesifik untuk pasar sasaran, penentuan

<sup>40</sup>Ayu Tissa, "Strategi Pemasaran Produk Gadai (*Ar-Rahn*) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN), 2015).

<sup>41</sup>Masito Syahidah, Azis Budi Setiawan, Endang Ahmad Yani, "Strategi Pemasaraan Produk Arrum BPKB Pada Pegadaian Syariah CPS Margonda," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7, No. 2 (Agustus 2018).

			posisi produk, bauran pemasaran, dan tingkat pengeluaran pemasaran.
5	Fachrudin Fiqri Affandy, Siti Jum Iyyah, (Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol. 1, No. 1, Juni 2020). <sup>42</sup>	Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura	Strategi pemasaran yang diterapkan adalah produk, harga, promosi, tempat, <i>people</i> , proses dan <i>physical evidence</i> .

1. Perbedaan peneliti Mega M. Pangaila, Silvy L. Mandey, Rudy S. Wenas adalah Mega M. Pangaila, Silvy L. Mandey, Rudy S. Wenas mengangkat judul Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian CP Manado Selatan) sedangkan peneliti mengangkat judul Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, adapun persamaannya sama-sama meneliti strategi pemasaran.
2. Perbedaan peneliti Muzayyanah Zabani, Siti Chodijah dengan penelitian ini adalah Muzayyanah Zabani, Siti Chodijah mengangkat

---

<sup>42</sup>Fachrudin Fiqri Affandy, Siti Jum Iyyah, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura," *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah 1*, No. 1 (Juni 2020).



judul Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo sedangkan peneliti mengangkat judul Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, adapun persamaannya sama-sama meneliti strategi pemasaran.

3. Perbedaan peneliti Ayu Tissa dengan penelitian ini adalah Ayu Tissa mengangkat judul Strategi Pemasaran Produk Gadai (*Ar-Rahn*) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya sedangkan peneliti mengangkat judul Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, persamaannya sama-sama meneliti strategi pemasaran.
4. Perbedaan peneliti Masito Syahidah, Azis Budi Setiawan, Endang Ahmad Yani, Strategi Pemasaran Produk Arrum BPKB Pada Pegadaian Syariah CPS Margonda sedangkan peneliti Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, persamaannya sama-sama meneliti strategi pemasaran, dari segi tempat penelitian sama-sama di Pegadaian Syariah.
5. Perbedaan peneliti Fachrudin Fiqri Affandy, Siti Jum Iyyah Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura sedangkan peneliti peneliti Strategi Pemasaran

Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, persamaannya sama-sama meneliti strategi pemasaran

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan yang beralamat di Jl. Sermalian Kosong No. 24D Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini akan dilakukan mulai pada bulan Maret 2020 sampai Maret 2021.

#### **B. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan data dan informasi yang berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan mengenai strategi pemasaran produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

#### **C. Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan. Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti.<sup>43</sup> Dalam hal ini yang menjadi subjek penelitian adalah pegawai atau karyawan dan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Adapun subjek penelitian ini adalah karyawan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan yang

---

<sup>43</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2001), hlm. 121-122.

berjumlah 13 orang yaitu Subhan (Pimpinan), Iyan Mirza (Penaksir), Yoni (Kasir), Masdawiyah (Pengambil Barang), Hotman (*marketing*), Lila Santi Hasibuan (*Marketing*), Dian Lopita (Cleaning Service), Dani (Driver), Jefri, Guritno, Irwan, Jemi, dan Mahadir (Securiry). Sedangkan nasabah berjumlah 4 orang yaitu Abdi (Wiraswasta), Misrawani Hutagalung (Ibu Rumah Tangga), Arman (Wiraswasta), dan Mahadir (Wiraswasta).

Maka peneliti menetapkan subjek penelitian sebanyak 7 orang. Dimana 1 orang pimpinan: Subhan, 2 orang karyawan: Lila dan Masdawiyah, 4 orang nasabah: Abdi, Misrawani Hutagalung, Arman, dan Mahadir.

#### **D. Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah data dan dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data ini peneliti peroleh peroleh dari:

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh

peneliti.<sup>44</sup> Jadi yang menjadi data primer dalam penelitian ini yaitu berupa jawaban kuesioner.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.<sup>45</sup> Data sekunder juga dikumpulkan berdasarkan sumber-sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini, berupa penelitian terdahulu, jurnal, artikel, buku-buku referensi dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian.

## E. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Adapun hal-hal yang harus dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat adalah sebagai berikut:

### 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.

---

<sup>44</sup>Suharmi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 112.

<sup>45</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi Format-Format Kuantitatif Untuk Studi Sosial, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen Dan Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 19.

## 2. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan dalam penelitian ini bermaksud ciri-ciri unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan kata lain, jika perpanjangan keikutsertaan menyediakan lingkup maka ketekunan pengamatan penyediaan kedalaman. Peneliti hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan.

## 3. Triangulasi

Menurut Lexy J. Moleong, “ triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu”. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.<sup>46</sup>

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Pada umumnya pengumpulan data dapat menggunakan proses komunikasi maupun observasi. Komunikasi melibatkan pengajuan pertanyaan dan memperoleh jawabannya. Instrumen pengumpulan data ialah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.

---

<sup>46</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 49.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

### 1. Observasi

Observasi adalah pencatatan perilaku atau kejadian seperti yang disaksikan.<sup>47</sup> Observasi atau yang disebut pula pengamatan, dalam hal ini peneliti terjun langsung dan melakukan observasi di Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

### 2. Wawancara

Wawancara atau kuesioner lisan adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan terdahulu untuk dijawab pada kesempatan lain.<sup>48</sup>

Wawancara terbagi tiga yaitu:<sup>49</sup>

- a. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.
- b. Wawancara semiterstruktur adalah wawancara dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara

---

<sup>47</sup>Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid 1* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 322.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 172.

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D Edisi Baru* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 233.

terstruktur. Dimana pihak yang diajak wawancara dimintadiminta pendapat, dan ide-idenya.

- c. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini wawancara terstruktur yaitu yang susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya dari seseorang. Dokumen dapat berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan, dan lain-lain. Dalam teknik ini digunakan yaitu bentuk foto, rekaman tentang strategi pemasaran produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

## G. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi yang terdiri dari :

**BAB I** membahas tentang pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah yang akan dibahas, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kegunaan penelitian.



**BAB II** membahas tentang landasan teori yang berisi pembahasan lebih luas terkait strategi pemasaran produk gadai emas. penelitian terdahulu memuat hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yang bertujuan agar penelitian yang diangkat dapat menghasilkan penelitian ilmiah yang baru.

**BAB III** membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian yang akan dilakukan, jenis penelitian yang berisi tentang hal-hal yang akan dijadikan objek penelitian. Sumber data, adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah yang berisi pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti.

**BAB IV** Hasil Penelitian akan membahas mengenai gambaran objek penelitian, dan deskripsi hasil penelitian yang berisi tentang bagaimana strategi pemasaran dan mekanisme produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

**BAB V** Penutup merupakan kesimpulan penelitian yang berisi tentang hasil yang telah diperoleh dan saran-saran kepada Pegadaian. Selanjutnya terkait dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan**

##### **1. Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan**

Latar belakang didirikannya pegadaian syariah adalah untuk mencegah ijon, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya. Untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil dan untuk mendukung program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional maka PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan tanggal 15 November 2005 dan membuka unitnya di Sadabuan, Sipirok dan Sibuhuan pada tanggal 14 November 2016 dengan izin usaha Nomor: KEP-91/D.5/2016. Kantor Pegadaian Syariah ini terletak di Jalan Sitombol di belakang Alaman Bolak dengan nama Cabang Pegadaian Syariah Alaman Bolak, dan kemudian pindah pada tahun 2012 ke Jalan Serma Lian Kosong/ex, Sudirman No. 28E, kode pos 22718. Adapun batas-batas wilayah Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan yaitu sebelah Timur perbatasan dengan Bank Syariah Mandiri, sebelah Barat perbatasan

dengan Kantor Kejaksaan, sebelah Utara perbatasan dengan SPBU dan sebelah Selatan perbatasan dengan Kampung Marancar.<sup>50</sup>

Berdirinya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dilatar belakangi oleh pimpinan pusat untuk mengembangkan dan mengenalkan pegadaian syariah kepada masyarakat di daerah Sumatera Utara. Melihat potensi Kota Padangsidempuan sebagai daerah berkembang dan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat maka peluang untuk mengembangkan pegadaian syariah semakin besar. Seiring waktu ide dan gagasan untuk mewujudkan cita-cita tersebut semakin disetujui. Dengan izin Allah SWT dan berkat doa serta dukungan dari semua pihak maka berdirilah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Pada awalnya PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan ini tidak langsung berkembang pesat melainkan mendapatkan kendala dikarenakan pengetahuan masyarakat yang sangat sedikit mengenai pegadaian ini. Menyadari ketidaktahuan masyarakat tentang pegadaian ini pihak pegadaian berinisiatif untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Sosialisasi ini dilakukan dengan pembagian brosur serta penjelasan kepada masyarakat apa, bagaimana dan seperti apa pegadaian syariah itu.

---

<sup>50</sup>Wawancara Dengan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Masdawiyah selaku Penaksir, Jum`at 04 Desember 2020 Pukul 11.50 WIB.

Pada awal sosialisasi, masyarakat belum bisa menerima penjelasan dari pihak pegadaian tersebut. Mereka berpikir bahwa menjual merupakan solusi termudah dibandingkan dengan menggadaikan. Tetapi, seiring berjalannya waktu pola pikir masyarakat mulai berubah, dari yang menganggap menjual lebih mudah menjadikan pegadaian sebagai solusi yang paling efektif untuk menyelesaikan masalahnya. Karena dengan menggadaikan, barang yang digadaikan tersebut tetap menjadi milik penggadaian sekalipun barang yang digadaikan akan didapatkan diakhir pelunasan.

## **2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah**

### **a. Visi Pegadaian Syariah**

Adapun visi Pegadaian Syariah yaitu sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

### **b. Misi Pegadaian Syariah**

Adapun misi pegadaian syariah adalah:

- 1) Memberikan pembiayaan yang cepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang membawa kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian

dalam mempersiapkan diri untuk menjadi pemasin regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

- 3) Membantu pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.<sup>51</sup>

### **3. Fungsi, Kedudukan dan Status Hukum PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan**

#### **a. Fungsi**

Pegadaian adalah salah satu lembaga keuangan non bank yang ada di Indonesia. Pegadaian memiliki fungsi untuk mengelola dan menyalurkan dana yang ada pada masyarakat melalui pemberian kredit gadai serta pengembangan usaha-usaha lain yang menguntungkan kedua belah pihak, baik pegadaian maupun masyarakat.

#### **b. Kedudukan**

Pegadaian merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada di bawah naungan Departemen dan pimpinan oleh pengawasan dilakukan oleh dewan pengawas.

---

<sup>51</sup><http://www.pegadaian.co.id>, diakses pada tanggal 12 Desember 2020, Pukul 10.29 WIB.

**c. Status**

Pada awalnya Pegadaian berstatus Jawatan. Pada tahun 1961 statusnya berubah menjadi Perusahaan Negara (PN), kemudian pada tanggal 1989 berubah menjadi Perusahaan Umum (Perum). Pada tahun 2012 tepatnya pada tanggal 1 April Perum Pegadaian resmi berubah menjadi Perseroan Terbatas (PT).

**4. Tujuan dan Budaya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan****a. Tujuan**

Sifat usaha pada prinsipnya menyediakan pelayanan bagi kemanfaatan umum, dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelola. Oleh karena itu, pegadaian memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan, kebijakan dan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman dari /pembiayaan atas dasar hukum gadai
- 2) Untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ke tangan para pelepas uang atau tukang ijon atau rentenir yang bunganya relatif tinggi
- 3) Mencegah praktek pegadaian gelap dan pinjaman yang tidak wajar

**b. Budaya**

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi perseroan, maka telah ditetapkan budaya di perusahaan yang harus dipelajari, dipahami, dihayati, dan dilaksanakan oleh seluruh insan Pegadaian yaitu INTAN yang terdiri dari:

- 1) Inovatif
  - a) Berinisiatif, kreatif, produktif, dan adaptif
  - b) Berorientasi pada solusi bisnis
- 2) Nilai moral tinggi
  - a) Taat beribadah
  - b) Jujur dan berfikir positif
- 3) Terampil
  - a) Kompeten dibidang tugasnya
  - b) Selalu mengembangkan diri
- 4) Adil layanan
  - a) Peka dan cepat tanggap
  - b) Empati, santun, dan ramah
- 5) Nuansa citra
  - a) Bangga sebagai insan pegadaian
  - b) Bertanggung jawab atas aset dan reputasi perusahaan.

## 5. Produk-Produk PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Adapun jenis produk-produk PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah:

### a. Gadai Syariah (*Ar-Rahn*)

Merupakan pembiayaan gadai dengan sistem syariah dimana batas jatuh tempo pinjaman maksimal 4 bulan. Apabila nasabah ingin melunasi pinjaman secepatnya bisa langsung dilunasi walaupun belum jatuh tempo. Biasanya pada bidang usaha gadai itu barang yang digadaikan adalah emas, berlian, barang elektronik (laptop, handphone bermotor dengan proses yang mudah, cepat, dan aman.

Hanya dengan 15 menit kebutuhan nasabah akan segera terpenuhi. Tidak perlu prosedur yang memberatkan. Apabila sudah jatuh tempo, nasabah belum bisa melunasinya, maka bisa diperpanjang dengan hanya membayar sewa simpan, dan pemeliharaan serta biaya administrasi.

Adapun keuntungan *Rahn* yaitu:

- 1) Proses cepat, mudah, dan praktisi
- 2) Ijarah yang relatif rendah
- 3) Jangka waktu 4 bulan dan bisa ditebus kapan saja
- 4) Bisa diperpanjang dnegan membayar ijarah dan biaya administrasi



5) Pinjaman bisa dicicil sehingga biaya ijarah berikutnya semakin berkurang

6) Bebas biaya pemeliharaan rekening dan materi

Persyaratan gadai (*Rahn*) antara lain sebagai berikut:

1) Membawa Bukti Identitas diri (KTP/SIM/Pasport)

2) Mengisi Formulir Permintaan Pinjaman

3) Menyerahkan Barang Jaminan

b. *Ar-Rum* (*Ar-Rahn* Untuk Usaha Mikro)

ARRUM Merupakan singkatan dari *Ar-Rahn* untuk Usaha Mikro Kecil yang merupakan pembiayaan usaha syariah untuk para pengembangan usaha mikro kecil dan mencegah dengan sistem angsuran bulanan, agunan berupa emas atau BPKB kendaraan bermotor dengan jangka waktu sampai dengan 36 bulan. Pembiayaan *Ar-Rum* dibagi 2 yaitu:

1) *Ar-Rum* BPKB

Merupakan pembiayaan syariah untuk pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dengan menyerahkan BPKB kendaraan sebagai jaminan.

Adapun pertanyaan pengajuan *Ar-Rum* BPKB yaitu:

a) Fotocopy KTP suami-isteri sebanyak 3 lembar

b) Fotocopy Kartu Keluarga sebanyak 3 lembar

c) PBB (Asli), Rekening listrik/telepon

- d) Fotocopy BPKB, Faktur pembelian kendaraan dan STNK  
3 Lembar (atas nama sendiri)
- e) Surat Keterangan Usaha (Asli)
- f) Foto kendaraan (Sisi depan dan samping)
- g) Foto tempat usaha dan foto rumah
- h) Pasphoto suami-isteri masing-masing 1 lembar
- i) Materai @ Rp 6.000 sebanyak 4 lembar
- j) Usia kendaraan
  - (1) Sepeda motor 10 tahun
  - (2) Mobil 15 tahun

## 2) *Ar-Rum* Haji

Melaksanakan ibadah haji merupakan kewajiban umat Islam bagi yang mampu. Pegadaian syariah ingin membantu mewujudkan impian untuk pergi ke Tanah Suci *Ar-Rum* haji merupakan produk pegadaian syariah yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas. Adapun persyaratannya *Ar-Rum* haji hsnys menhyerahkan fotocopy KTP dan emas dijaminkan minimal setara 7.000.000.

Adapun keuntungan *Ar-Rum* haji yaitu:

- a) Biaya pemeliharaan barang jaminan (*mu`nah*) per bulan  
0,95 % x nilai taksir jaminan
- b) Emas aman disimpan di pegadaian
- c) Pinjaman dapat diangsur 12,18,24, atau 36 bulan

- d) Akad *Ar-Rum* haji sekaligus buku tabungan haji dan dapat nomor porsi
- e) Dapat memperoleh pinjaman Rp. 25.000.000 dalam bentuk tabungan haji yang dapat digunakan untuk mendaftar haji.<sup>52</sup>

Produk ini memiliki beberapa keunggulan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sesuai fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 92/DSN-MUI/IV/2014
- 2) Langsung mendapatkan porsi haji
- 3) Biaya pemeliharaan marhun (mu`nah) terjangkau
- 4) Proses pengajuan pembiayaan mudah
- 5) Aman dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Adapun tarif dan jangka waktunya adalah sebagai berikut:

**Tabel IV.1.**  
**Tarif dan Jangka Waktu *Ar-Rum* Haji**

<b>Jangka Waktu</b>	<b>Angsuran/Bulan (Rp)</b>	<b>Biaya Proses Awal (Rp)</b>
12 Bulan	2.336.200	840,000
24 Bulan	1.294.500	882.000
36 Bulan	947.300	945.000
48 Bulan	773.700	1.035.000
60 Bulan	669.500	1.182.500

Sumber: PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

---

<sup>52</sup>Brosur *Ar-Rum* PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Untuk memperoleh pembiayaan melalui produk ARRUM ini, maka calon nasabah harus memenuhi beberapa persyaratan sebagai berikut:

- 1) Fotocopy KTP
- 2) Fotocopy Kartu Keluarga
- 3) Pas foto 3x4
- 4) Surat Keterangan Domisili
- 5) Surat Keterangan Sehat
- 6) Jaminan emas batangan senilai 3,5 Gr atau emas perhiasan berkadar minimal 70 % senilai 7 Gr

Apabila persyaratan diatas telah terpenuhi, maka proses pengajuan selanjutnya dapat dilakukan dengan:

- a) Datang ke outlet Pegadaian dan menyerahkan persyaratan
- b) Menandatangani akad dan memperoleh pinjaman Rp 25 juta dalam bentuk tabungan haji
- c) Ke Bank Syariah rekanan Pegadaian untuk memperoleh SABPIH
- d) Ke Kemenag untuk memperoleh nomor porsi /SPPH
- e) Menyerahkan SPPH, SABPIH dan buku tabungan ke Pegadaian.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup>Brosur *Ar-Rum Haji* PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

c. Amanah (Pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor)

Merupakan pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor dengan prinsip syariah untuk karyawan tetap dan pengusaha kecil. Kendaraan impian dapat diangsur dengan prinsip syariah dan melalui proses pembiayaan yang mudah.

Keunggulan *Amanah* yaitu sebagai berikut:

- 1) Proses transaksi berprinsip syariah yang adil dan menentramkan sesuai fatwa MUI 92/DSN-MUI/IV/2014
- 2) Pinjaman mulai 5 juta sampai dengan Rp. 450 juta
- 3) Pelayanan di lebih dari 4000 outlet pegadaian diseluruh Indonesia
- 4) Uang muka terjangkau
- 5) Biaya (*mu`nah*) yang kompetitif terhadap taksiran

Persyaratan untuk karyawan tetap adalah sebagai berikut:

- 1) Masa kerja minimal 2 tahun
- 2) Usia 21 tahun s/d sisa masa kerja 1 tahun sebelum pensiun
- 3) Usia saat jatuh tempo maksimal 70 tahun

Persyaratan untuk pengusaha mikro adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki usaha produktif yang sah dan kegiatan minimal 1 tahun
- 2) Usia minimal 21 tahun

3) Usia saat jatuh tempo maksimal 70 tahun.<sup>54</sup>

d. *Multi Payment Online* (MOP)

Yaitu layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan seperti pembayaran tagihan listrik, pembelian pulsa token/listrik, pembayaran tagihan telepon atau telkon, pembayaran tagihan internet/*speedy*, pembayaran tagihan TV (Indovision, Okevision, Top TV) dan pembelian pulsa HP. Layanan *Multi Payment Online* (MOP) adalah solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening bank.

e. Mulia (Murabahah Logam Mulila Untuk Investasi Abadi)

Yaitu penjualan logam mulia tunai maupun angsuran baik perorangan maupun arisan dengan pilihan berat mulai dari 1 gram s/d 1000 gram dengan proses cepat dalam jangka waktu yang fleksibel.

Adapun keuntungan dari produk Mulia ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga *portofolio asset* nasabah
- 2) Jembatan mewujudkan niat mulia nasabah untuk:
  - a) Menunaikan ibadah hajj
  - b) Mempersiapkan biaya pendidikan anak di masa mendatang

---

<sup>54</sup>Brosur Produk Amanah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

- c) Memiliki tempat tinggal dan kendaraan
- 3) Merupakan *asset* yang sangat *liquid* dalam memenuhi kebutuhan dana yang mendesak, memenuhi kebutuhan modal kerja untuk pengembangan usaha, atau menyehatkan *cashflow* keuangan, dan lain-lain
- 4) Tersedia pilihan logam mulia dengan berat 4,25 gr, 5 gr, 10 gr, 25 gr, 50 gr, 100 gr, 250 gr, 500 gr, 1000 gr/1 kg

## 6. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Adapun Tugas masing-masing adalah sebagai berikut:

### a. Pimpinan Cabang

Adapun tugas pimpinan cabang yaitu sebagai berikut:

- 1) Menyusun rencana kerja dan anggaran PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan
- 2) Merencanakan, mengkoordinasi, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan operasional usaha gadai dan usaha lain.
- 3) Merencanakan, megorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan perusahaan barang jaminan yang bermasalah
- 4) Merencanakan, megorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan pengelolaan model kerja
- 5) Merencanakan, megorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan penggunaan sarana dan prasana
- 6) Merencanakan, megorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan pemasaran dan pelayanan konsumen

- 7) Mewaki kepentingan perusahaan baik kedalam maupun keluar berdasarkan kewenangan yang diberikan

**b. Penaksir**

Tugas umum adalah sebagai berikut:

- 1) Menaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai ketentuan yang berlaku
- 2) Memeriksa keaslian barang yang digadaikan nasabah
- 3) Menaksir harga barang yang ingin digadaikan nasabah
- 4) Menetapkan uang pinjaman yang bisa diberikan kepada nasabah

Tanggung jawab dari penaksir adalah sebagai berikut:

- 1) Penaksir bertanggung jawab atas nilai taksiran yang telah ia tentukan atas objek yang digadaikan, taksiran yang baik akan menghasilkan uang pinjaman yang baik dan sewa modal yang optimal, sebaliknya taksiran yang buruk akan berdampak pada kerugian perusahaan.
- 2) Penaksir dalam memberikan taksiran nilai yang salah pada objek yang digadaikan nasabah, mengakibatkan penaksir secara pribadi bertanggungjawab untuk menutupi kekurangan atas kerugian yang telah terjadi pada perusahaan.

**c. Kasir**

Tugas umum adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pencatatan atas semua transaksi



- 2) Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai suatu produk
- 3) Melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan
- 4) Mencairkan uang yang telah disepakati dengan penaksir
- 5) Melayani nasabah yang akan melakukan pelunasan, peminjaman, dan gadai ulang

Tanggung jawab kasir adalah sebagai berikut:

- 1) Mencetak struk secara benar
- 2) Apabila terjadi kehilangan ataupun kekurangan uang setoran maka kasir harus mengganti uang tersebut
- 3) Melakukan pembukuan dengan baik dan benar.

#### **d. Penyimpan**

Adapun tugas dari penyimpan adalah sebagai berikut:

- 1) Secara berkala melakukan pemeriksaan keadaan gudang penyimpanan barang jaminan emas, supaya tercipta keamanan dan keutuhan barang jaminana untuk serah terima jabatan
- 2) Menerima barang jaminan emas perhiasan dari asisten pinpinan atau Pimpinan Cabang Syariah
- 3) Mengeluarkan barang jaminan emas dan perhiasaan untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain
- 4) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan, agar barang jamianaan dalam keadaan baik dan aman

- 5) Melakukan pencatatan mutasi penerimaan dan pengeluaran barang jaminan yang menjadi tanggung jawab
- 6) Melakukan perhitungan barang jaminan menjadi tanggung jawabnya secara terprogram sehingga keakuran saldo buku gudang dapat dipertanggungjawabkan.

## **B. Deskripsi Hasil Penelitian**

### **1. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan**

Strategi pemasaran adalah upaya yang dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk menarik masyarakat menjadi nasabah dengan menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan serta meyakinkan nasabah agar tetap menggunakan produk-produk.

Secara umum pemasaran merupakan bagian yang sangat penting dalam kegiatan bisnis. Keberhasilan suatu lembaga mempunyai sasaran urutannya tidak terlepas dari kesuksesan pemasarannya. Selain itu pemasaran juga dapat dikatakan sebagai proses *social* dan manajerial dimana suatu perusahaan dapat memperoleh apa yang diinginkan, pemasaran menciptakan hubungan pertukaran suatu nilai antara pihak perusahaan dengan nasabah yang menguntungkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Yaitu Bapak Subhan selaku Pimpinan menyatakan bahwa:

Salah satunya untuk meningkatkan nasabah yaitu pemasaran, tetapi tidak semua dari pemasaran pelayanan yang bagus, serta keramahan dan adanya 3S yaitu (senyum, sapa dan salam) itu juga pelayanan pemasaran di luar juga pemasaran. Pemasaran sifatnya banyak ada yang promosi, literasi, lewat iklan radio.<sup>55</sup>

Strategi pemasaran produk gadai emas yang diimplementasikan oleh PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah *marketing mix* atau sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan target pasar atau objek pemasaran yang dituju. Strategi pemasaran produk gadai emas yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebagai berikut:

a. Strategi dalam bidang produk (*Produk*)

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.

---

<sup>55</sup> Subhan, Wawancara Dengan Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Jum`at, 29 April 2021 Pukul 09.43.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu Bapak Subhan selaku Pimpinan menyatakan bahwa:

Produk-produk yang terdapat di PT. Pegadaian(Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu gadai emas, tabungan emas, *Ar-Rum* BPKB dan *Ar-Rum* Haji), Amanah, *Multi Payment Online* (MOP), dan *Rahn Tasjily* (Gadai Sertifikat Tanah).<sup>56</sup>

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa yang paling diminati nasabah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah produk Gadai dan tabungan emas karena produk ini merupakan solusi yang tepat dan sesuai dengan kemampuan nasabah. Selain itu, proses transaksi gadai ini sangat mudah dan cepat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu Bapak Abdi, menyatakan alasan menggunakan produk gadai emas yaitu:

Produk gadai emas prosesnya cepat, persyaratannya mudah, biaya administrasi beserta ujunya murah, dan barang jaminan yang dijaminakan bisa aman di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Apabila barang ingin ditebus bisa kapan saja, asalkan tidak melampaui jangka waktu 4 bulan.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Subhan, Wawancara Dengan Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Jum`at, 29 April 2021 Pukul 09.43.

<sup>57</sup>Abdi, Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Kamis 21 Januari 2021 Pukul 09.24 WIB.

Gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan menggunakan tiga akad, yakni akad *Ijarah*, akad *Qardh*, dan akad *Rahn*. Adapun yang dimaksud dengan akad *Ijarah*, *Qardh*, dan *Rahn* adalah sebagai berikut:

1) Akad *Ijarah*

Akad *Ijarah* PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

- a) *Ijarah* adalah sewa-menyewa barang/manfaat suatu barang dalam jangka waktu tertentu yang mewajibkan penyewa membayar harga sewa kepada pegadaian.
- b) Nasabah atau *rahin* adalah pihak yang mendapat fasilitas penyewaan tempat yang nama dan alamatnya tercantum dalam surat gadai.

2) Akad *Qardh*

Akad *qardh* berdasarkan akad PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu sebagai berikut:

- a) *Qardh* merupakan pinjam meminjam uang yang harus dibayar atau ditagih kembali sebesar jumlah pokok pinjaman kepada pemberi pinjaman.
- b) Pegadaian (*Murtahin*) adalah pihak yang memberikan sejumlah pinjaman kepada nasabah.
- c) Nasabah (*Rahin*) yaitu penerima pinjaman atas sejumlah uang yang harus dikembalikan kepada bank secara sekaligus pada saat jatuh tempo.

3) Akad *Rahn*

Akad *Rahn* berdasarkan PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

- a) Rincian barang yang tercantum dalam spesifikasi barang jaminan pada surat gadai adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari akad *qardh*.
- b) Nasabah menjamin bahwa:

(1) Barang tersebut adalah miliknya

- (2) Nasabah (*rahin*) menjamin bahwa pegadaian (*murtahin*) tidak akan dapat tuntutan atau gugatan apapun dari pihak lain yang menyatakan mempunyai hak atas barang-barang tersebut sebagai pemilik dan oleh karena itu pegadaian dibebaskan oleh nasabah dari segala tuntutan atau gugatan tersebut dan selanjutnya nasabah membebaskan serta mengambil alih segala tanggung jawab dalam bentuk apapun juga yang dipertanggungjawabkan atau dibebankan kepada pegadaian sebagai akibat tuntutan atau gugatan tersebut.
- c) Pegadaian 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 hilang maupun rusak selama barang (emas) tersebut berada dalam penguasaan pegadaian, maka pegadaian wajib mengganti barang (emas) tersebut dengan barang yang sama jenis dan nilainya.

Semua orang bisa menjadi nasabah PT. Pegadaian (Persero)

Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dengan catatan harus mempunyai KTP bisa juga dengan membawa Kartu Keluarga dengan catatan KTP masih dalam kepengurusan dan menyerahkan barang yang akan dijadikan jaminan. Adapun barang-barang yang bisa untuk dijadikan sebagai jaminan seperti emas, berlian, laptop, handphone, kendaraan bermotor, sertifikat rumah, dan lain-lain.

Hal ini didukung dari penelitian terdahulu, Muzayyanah Zabani, Siti Chodijah, tahun 2018, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”, yang menyatakan bahwa produk adalah objek yang sangat vital yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendatangkan tingkat keuntungan atau laba yang akan dicapai.

b. Strategi dalam bidang harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu strategi yang paling diandalkan untuk saat ini. Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk dan jasa. Penetapan harga suatu hal yang sangat penting, penetapan harga dapat mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan.

Berdasarkan Hasil Wawancara dengan karyawan PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Masdawiyah mengatakan bahwa:

Penetapan strategi harga produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu dengan cara memotong tarif ijarah dari 85 (delapan lima rupiah) menjadi 80 (delapan puluh rupiah) per sepuluh hari masa penyimpanan untuk setiap kelipatan taksiran barang jaminan sebesar Rp. 10.000. biaya administrasi sesuai dengan penggolongan marhun bih, dan pinjaman hingga 90 % dari nilai taksiran.<sup>58</sup>

Berdasarkan Hasil Wawancara dengan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Bapak Mahadir mengatakan bahwa:

“Nilai taksir (harga) yang ditaksir PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sangat murah dan sesuai dengan harga barang yang dijaminkan.”<sup>59</sup>

Adapun kelebihan produk gadai emas dengan produk lain yaituy proses dalam pencairan dana sangat mudah dan cepat dalam hal persyaratannya. Hal ini terbukti dengan perkembangan nasabah

---

<sup>58</sup>Masdawiyah, Wawancara dengan karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Jum`at 04 Desember 2020 Pukul 11.17 WIB.

<sup>59</sup>Mahadir, Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Jum`at 04 Desember 2020 Pukul 10.07 WIB.

produk gadai emas dari tahun ke tahun yang signifikan dibandingkan dengan produk lainnya.

Hal ini didukung dari penelitian terdahulu, Muzayyanah Zabani, Siti Chodijah, tahun 2018, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”, yang menyatakan bahwa strategi harga dilakukan dengan cara menginformasikan kepada nasabah atau yang diberlakukan perusahaan tersebut sangatlah murah dan harga disesuaikan dengan HPS (Harga Pasar Setempat).

Selain itu hal ini juga didukung dari penelitian terdahulu, Fachrudin Fiqri Affandy, Siti Jum Iyyah, tahun 2020, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura”, yang menyatakan bahwa harga sangatlah penting karena penentuan harga dapat menentukan tidak lakunya suatu produk.

c. Strategi dalam bidang tempat (*Place*)

Tempat adalah akses yang paling penting dalam menjalankan suatu perusahaan menempatkan tempat usaha sangat penting sekali agar masyarakat mengenal suatu usaha. Tempat merupakan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan membuat produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh



nasabah dapat dengan mudah dan diperoleh pada waktu dan tempat yang sama.

Lokasi atau tempat PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sangat strategis, karena berada pada pusat kota, dekat dengan pusat perbelanjaan dan berada di pinggir jalan raya. Sehingga memudahkan nasabah jika ingin melakukan transaksi. Sarana fisik yang ada pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan cukup memadai, misalnya disediakan kursi bagi nasabah untuk menunggu antrian, termasuk tempat parkir yang cukup luas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Bapak Arman menyatakan bahwa:

Saya mengetahui PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dari teman kerja saya, beliau mengatakan bahwa transaksi di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sangat mudah, tidak menghabiskan waktu yang banyak, hanya dengan membawa KTP dan barang yang ingin digadaikan.<sup>60</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Bapak Abdi menyatakan bahwa:

---

<sup>60</sup>Arman, Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Kamis, 04 Des Januari 2021 Pukul 08.04 WIB.

“lokasi produk gadai emas merupakan lokasi yang strategis yang mudah untuk didatangi karena dekat dengan rumah beliau”.<sup>61</sup>

Hal ini didukung dari penelitian terdahulu, Muzayyanah Zabani, Siti Chodijah, tahun 2018, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”, yang menyatakan bahwa peningkatan penjual produk salah satunya ditentukan oleh tempat yang strategis. Hal itu yang membuat PT Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan di pinggiran jalan raya, sehingga nasabah akan lebih mudah untuk mendatangi perusahaan.

Selain itu hal ini juga didukung dari penelitian terdahulu, Fachrudin Fiqri Affandy, Siti Jum Iyyah, tahun 2020, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura”, yang menyatakan bahwa tempat merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran karena adanya lokasi yang bagus dan juga strategis dapat menciptakan masyarakat lebih mudah untuk menemukan lokasi perusahaan.

d. Strategi dalam bidang promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan suatu yang sangat penting dalam memperkenalkan suatu produk, melalui promosi perusahaan bisa

---

<sup>61</sup> Abdi, Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, Kamis, 21 Januari 2021 Pukul 08.04 WIB.

meyakinkan nasabah tentang kualitas produk yang ada di perusahaan sehingga pada akhirnya dapat meyakinkan nasabah dalam menggunakan produk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Lila menyatakan bahwa:

Promosi merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran, karena promosi sangat diperlukan bagi suatu perusahaan untuk menambah jumlah nasabah, promosi yang dilakukan yaitu dengan melalui sosial media dan media cetak. Sosial media melakukan promosi seperti facebook, instagram, WhatsApp, Twitter, Line, dan sebagainya. Sedangkan, media cetak melakukan promosi iklan-iklan di surat kabar, melakukan pengenalan produk dengan nasabah, penyebaran brosur ke pasar-pasar, spanduk, promosi dari mulut ke mulut, dan bersosialisasi langsung kepada nasabah.<sup>62</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Misrawani Hutagalung menyatakan bahwa:

Saya mengetahui produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan melalui media sosial facebook. Promosi produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan cukup baik, karena beliau ketika hendak menabung di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Pegawainya aktif menawarkan berbagai produk salah satunya produk gadai emas.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup>Lila, Wawancara Dengan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Jum`at 04 Desember 2020 Pukul 11.10 WIB.

<sup>63</sup> Misrawani, Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Kamis, 21 Januari 2021 Pukul 11. 01 WIB.

Promosi yang paling sering dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu dengan membagikan brosur serta memberikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah.

## **2. Mekanisme Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan**

Untuk memperkuat strategi yang telah di formulasikan oleh perusahaan dan sudah dikembangkan dengan bagai evaluasi strategi, maka berikut ini peneliti cantumkan bagaimana mekanisme produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yang peneliti bagi dalam beberapa bagian yaitu sebagai berikut:

### **a. Mekanisme Produk Gadai Emas**

Mekanisme operasional gadai syariah sangat penting untuk diperhatikan, karena jangan sampai operasional gadai syariah tidak efektif dan efisien. Mekanisme operasional gadai syariah haruslah tidak menyulitkan calon nasabah yang akan meminjam uang atau akan melakukan akad utang-piutang. Akad yang dilajankan termasuk jasa dan produk yang dijual juga harus selalu berlandaskan syariah Islam (al-Qur`an, Hadits dan Ijma Ulama) dengan tidak melakukan kegiatan usaha yang mengandung unsur riba.

Mekanisme produk gadai emas yang diterapkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak

Padangsidempuan sangat mudah hanya dengan membawa KTP Bisa juga Kartu Keluarga dengan kata lain KTP dalam Kepengurusan, kemudian mengisi formulir pinjaman lalu menyerahkan barang jaminan kepada penaksir.<sup>64</sup>

#### 1) Mengisi Formulir

Sebelum melaksanakan gadai, nasabah datang ke Pegadaian dengan membawa emas yang akan di gadai, kemudian nasabah akan diminta untuk mengisi formulir dan menandatangani formulir pengajuan gadai Emas di Pegadaian Syariah.

#### 2) Menunjukkan KTP/ Kartu Tanda Identitas

Setelah mengisi dan menandatangani Formulir pengajuan gadai emas, kemudian nasabah akan diminta menunjukkan sidentitas KTP untuk mencocokkan keaslian data yang terisi di dalam formulir

#### 3) Penaksir Barang Jaminan

Langkah selanjutnya nasabah akan diminta untuk menyerahkan barang gadai kepada penaksir untuk ditentukan berapa jumlah taksiran pinjaman gadai yang akan nasabah terima

#### 4) Penyimpan Dana Gadai

Sesudah penakiran emas telah selesai, nasabah dapat mengambil uang pinjaman gadai yang telah ditentukan penaksir di kasir. Jangka waktu jatuh tempo dari *rahn* ini adalah selama 4

---

<sup>64</sup>Wawancara dengan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Lila, Jum`at 04 Desember 2020 Pukul 11.19 WIB.

bulan, dan bisa diperpanjang. Akan tetapi apabila melebihi batas waktu jatuh tempo tidak diperpanjang. Maka emas tersebut akan dilelang oleh pegadaian.

Keunggulan produk gadai (*Ar-Rahn*) dengan produk lain yaitu proses dalam pencairan dana sangat cepat dan mudah dalam hal persyaratannya. Hal ini terbukti dengan perkembangan nasabah produk gadai (*Ar-Rahn*) dari tahun ke tahun yang signifikan dibandingkan dengan produk lainnya.

Prosedur pelunasan pinjaman pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu sebagai berikut:

- a) Membayar pokok pinjaman di kantor PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan
- b) Bersamaan dengan pelunasan pokok pinjaman, *marhun* yang telah dikuasai oleh pegadaian dikembalikan kepada nasabah dengan membayar *ijarah* sesuai dengan tarif yang telah ditetapkan.
- c) Pelunasan pinjaman dapat juga dilakukan dengan cara melelang *marhun* jika nasabah tidak memenuhi kewajibannya pada tanggal jatuh tempo. Hasil lelang tersebut akan digunakan untuk melunasi pinjaman dan membayar *ijarah* serta biaya-biaya yang timbul atas lelang barang tersebut.
- d) Jika harga lelang tersebut melebihi kewajiban nasabah, maka sisanya dikembalikan kepada nasabah.

- e) Jika hasil dari lelang tersebut tidak mencukupi pokok pinjaman dan *ijarah* serta biaya lelang barang, maka kekurangan tetap menjadi kewajiban nasabah. Akan tetapi jika nasabah tidak mampu memenuhi tambahan kewajiban tersebut, maka pelunasan pinjaman diselesaikan menurut ketentuan yang berlaku di pegadaian tersebut.<sup>65</sup>
- b. Cara perhitungan taksiran gadai emas pada Pegadaian Syariah<sup>66</sup>

Jangka waktu *rahn*/gadai per 4 bulan jasa dihitung per 10 hari, sebagai contoh: *rahn*/uang pinjaman 1 Juta per 10 hari kurang lebih 10.000.

Adapun untuk Jasa per 10 hari untuk pinjaman golongan Ujroh adalah sebagai berikut:

**Tabel IV.2.**  
**Perkiraan Perhitungan Taksiran Gadai Emas**

<b>Tarif Mu`nah (Rp)</b>	<b>Emas/Berlian (%)/10 hari</b>
50.000 – 500.000	0,47
500.001 – 5.000.001	0,71
5.000.001 – 20.000.001	0,73
>20.000.001	0,64

Sumber: PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpun

Untuk mengetahui berapa tarif *ijarah* dan tarif administrasi yang harus dibayar nasabah ke pihak pegadaian adalah dengan melihat penggolongan *marhun bih*, administrasi dan tarif *ijarah*.<sup>67</sup>

<sup>65</sup> Wawancara dengan karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpun Masdawiyah selaku Penyimpan, Jum`at 04 Desember 2020 Pukul 11.24 WIB.

<sup>66</sup> Brosur *Rahn* Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpun.

Sedangkan untuk mengetahui berapa tarif *ijarah* dan tarif administrasi yang harus dibayar nasabah ke pihak pegadaian yaitu dengan melihat penggolongan *marhun bih*, tarif administrasi dan dan tarif *ijarah*. Adapun penggolongan *marhun bih* (Pinjaman) dan tarif administrasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

**Tabel IV.3.**  
**Uang Pinjaman (*Rahn*) Golongan dan Administrasi**

No	Golongan	<i>Marhun bih</i> (Pinjaman) (Rp)	Administrasi (Rp)	Asuransi (Rp)
1	A	50.000-500.000	2.500	-
2	B1	550.000-1.000.000	10.000	1000
C	B2	1.050.000-2.500.000	20.000	1000
4	B3	2.550.000-5.000.000	35.000	1000
5	C1	5.050.00-10.000.000	50.000	1000
6	C2	10.050.000-15.000.000	75.000	1000
7	C3	15.050.000-20.000.000	100.000	1000
8	D	20.100.000-200.000.000	125.000	1.500

Sumber: PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Jangka waktu pinjaman ditetapkan maksimal 120 hari atau 4 bulan. Nasabah dapat melunasi hutangnya sebelum tanggal jatuh tempo. Kemudian cara perhitungan jumlah hari yaitu sejak pinjaman gadai sampai tanggal melunasi pinjaman atau tanggal jatuh tempo. Penyelesaian *marhun bih* dapat dilakukan sewaktu-waktu oleh nasabah sebelum *marhun* dilelang. Jika *marhun* dilelang, nasabah tidak berhak lagi untuk melakukan pengambilan terhadap *marhun*

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Lila selaku *marketing*, Jum`at 04 Desember 2020 Pukul 11.34 WIB.



tersebut. Pelunasan pinjaman bisa dilakukan secara pelunasan penuh ataupun dengan cara cicilan.

Apabila nasabah tidak dapat melunasi pinjaman hingga jatuh tempo, maka pihak pegadaian akan memberikan rentang waktu hingga tanggal barang jaminan tersebut dilelang. Jika nasabah saat itu dapat melunasi pinjaman, maka barang akan dilelang oleh pegadaian.

Pelelang produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

1. Proses pelelangan produk gadai emas nasabah yang gadaianya sudah jatuh tempo dan setelah dikasih pemberitahuan melalui surat maupun ditelpon tidak juga menebus atau memperpanjang gadaianya maka barang jaminannya akan dilakukan pelelangan.
2. Proses pelelangannya terbuka bagi siapa saja asalkan berani membeli semua barang jaminan yang telah dilelang tidak memilih barang yang bagus-bagus saja akan tetapi yang jelek juga harus dibeli. Hasil penjualan lelang apabila masih ada uang kelebihannya itu menjadi hak nasabah.<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Lila selaku *marketing*, Jum`at 04 Desember 2020 Pukul 11.34 WIB.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan mekanisme pemasaran produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan:

1. Strategi pemasaran produk gadai emas yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan 4P (*product, price, place, dan promotions*). Melalui strategi produk, di dalam pegadaian syariah produk yang paling diminati oleh nasabah adalah produk gadai emas. Melalui strategi harga, yaitu harga yang diberikan sangat murah dan sesuai dengan harga barang yang dijamin. Melalui strategi tempat, yaitu Lokasi atau tempat PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sangat strategis, karena berada pada pusat kota, dekat dengan pusat perbelanjaan dan berada di pinggir jalan raya. Melalui strategi promosi, yaitu promosi yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan melalui periklanan baik majalah, radio, koran, facebook, whatsApp, atau media lainnya cukup menarik nasabah untuk menggunakan produk gadai emas dengan memberikan manfaat ataupun keuntungan yang dapat diperoleh

dari produk-produk yang dikeluarkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

2. Mekanisme produk gadai yang ditetapkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sangat mudah yaitu nasabah datang ke Pegadaian dengan membawa emas yang akan di gadai, kemudian nasabah akan diminta untuk mengisi formulir dan menandatangani formulir pengajuan gadai Emas, Setelah mengisi dan menandatangani Formulir pengajuan gadai emas, kemudian nasabah akan diminta menunjukkan sidentitas KTP untuk mencocokkan keaslian data yang terisi di dalam formulir, Langkah selanjutnya nasabah akan diminta untuk menyerahkan barang gadai kepada penaksir untuk ditentukan berapa jumlah taksiran pinjaman gadai yang akan nasabah terima, dan setelah penaksiran emas telah selesai, nasabah dapat mengambil uang pinjaman gadai yang telah ditentukan penaksir di kasir. Jangka waktu jatuh tempo dari *rahn* ini adalah selama 4 bulan, dan bisa diperpanjang.

## **B. Saran-Saran**

Setelah peneliti mengadakan penelitian terhadap strategi pemasaran produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan peneliti memberikan saran-saran yang mungkin dapat menjadi bahan masukan. Adapun saran-saran penulis sebagai berikut:

1. PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sebaiknya semakin aktif untuk meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran baik promosi dan sosialisasi, karena kegiatan pemasaran terbukti mampu meningkatkan jumlah nasabah.
2. Peneliti mengharapkan supaya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan supaya lebih agresif lagi dalam memasarkan produk gadai emas supaya perkembangannya terus meningkat dan produk gadai emas menjadi merek gadai emas nomor satu di Kota Padangsidempuan.
3. PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sebaiknya terus melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan aktivitas promosi dan sosialisasi untuk mengetahui seberapa efektif keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan, mengatasi berbagai kendala yang timbul dan sebagai acuan perencanaan kegiatan promosi dan sosialisasi di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Andi Soemitro. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Burhan Bungin. *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi Format-Format Kuantitatif Untuk Studi Sosial, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen Dan Pemasaran*,. Jakarta: Kencana, 2013.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur`an Dan Terjemahannya*. Jakarta: CV Penerbit J-ART, 2004.
- Faridatun Sa`adah. "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah." *Jurnal Al-Iqtishad* 1, no. 2 (July 2009).
- Hasibuan, Abdul Nasser. "Konsep Pemasaran Islam Di BankPembiayaan Rakyat Syariah Di Kabupaten Tapanuli Selatan." *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 6, no. 2 (2018): 19–30. <https://doi.org/10.24952/masharif.v6i2.1121>.
- . "Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpuan." *Jurnal IMARA*, Juni, 2, no. 1 (2018).
- Henry Simamora. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Hery. *Pengendalian Akuntansi Dan Manajemen Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.

Indonesia, Ikatan Bankir. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Kasmir. *Manajemen Perbankan Cet. Ke-2*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

———. *Pemasaran Bank Cet. Ke-2*. Jakarta: Prenada Media, 2004.

lexy j. moleong. *metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.

Lila. Wawancara Dengan Pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Selaku Marketing, March 21, 2020. Padangsidempuan.

Lubis, Delima Sari. “Kontroversi Hukum Pegadaian Syariah.” *Jurnal Al-Maqasid* 4, no. 2 (2018).

M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasara Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Mega M. Pangalila, Silvya L. Mandey, Rudy S. Wenas. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian CP Manado Selatan” 8 (Oktober 2020): No. 4.

Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Siregar, Budi Gautama. “Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.” *Tazkir : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 4, no. 1 (June 30, 2018): 1–20. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v4i1.1060>.

Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta. Kencana, 2012.

Sofan Assauri. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep & Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D Edisi Baru*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suharmi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sutedi, Adrian. *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Zabani, Muzayyanah, and Siti Chodijah. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.” *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness* 1, no. 1 (April 18, 2018). <https://doi.org/10.24256/dinamis.v1i1.417>.

## LAMPIRAN I

### PEDOMAN WAWANCARA

**Strategi produk gadai emas syariah di PT. Pegadaian (Persero)**

**Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan**

**Daftar Wawancara Karyawan:**

1. Apa Visi dan Misi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

2. Bagaimana Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
3. Apa sebenarnya defenisi gadai menurut PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
4. Produk-produk apa saja yang ditawarkan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
5. Produk apa yang paling diminati oleh nasabah?
6. Apa saja syarat-syarat produk gadai emas yang ditetapkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
7. Akad apa yang digunakan terhadap produk gadai emas yang ditawarkan Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
8. Apa saja kelebihan yang ditawarkan produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan dengan produk yang lain?
9. Siapa saja yang dapat menjadi nasabah produk gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
10. Bagaimana sistem perhitungan (taksiran) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
11. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
12. Melalui media apa saja yang digunakan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan dalam memasarkan produk gadai emas?
13. Apakah strategi pemasaran produk gadai emas yang digunakan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan sudah terlaksana semaksimal mungkin?
14. Bagaimana mekanisme pemasaran produk gadai emas yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
15. Apakah dengan pemasaran produk gadai emas yang dilakukan dapat meningkatkan jumlah nasabah?
16. Apa saja kendala dalam melakukan pemasaran produk gadai emas yang dialami pihak PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?



17. Apa saja upaya-upaya yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan dalam menghadapi kendala tersebut?

#### **Daftar Wawancara Nasabah:**

1. Pada saat kapan bapak/ibu menggunakan produk gadai emas yang ada di Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
2. Bagaimana bapak/ibu mendapatkan informasi tentang adanya produk gadai emas yang ada di Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
3. Sudah berapa lama bapak/ibu menjadi nasabah Pegadaian Syariah?
4. Apakah bapak/ibu pernah menggunakan produk gadai emas yang lain sebelum menggunakan produk gadai emas yang ada di Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
5. Produk apa saja yang bapak/ibu ketahui selain produk emas yang ditawarkan Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
6. Bagaimana menurut bapak/ibu harga (biaya sewa) gadai emas yang ada di Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
7. Bagaimana menurut bapak/ibu proses pencairan dana pada saat bapak/ibu menggunakan produk gadai emas yang ada di Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
8. Apakah bapak/ibu merasakan manfaat dengan adanya Pegadaian Syariah?
9. Bagaimana menurut bapak/ibu tentang pelayanan karyawannya terhadap nasabah?
10. Menurut bapak/ibu apakah lokasi Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan sudah strategis?

#### **LAMPIRAN II**

#### **HASIL WAWANCARA DENGAN KARYAWAN PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SYARIAH ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUAN**

Wawancara bersama Bapak Subhan selaku Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

Nama : Subhan

Umur : 45 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

Jabatan : Pimpinan

Pertanyaan : Bagaimana sejarah berdirinya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Berdirinya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dilatar belakangi oleh pimpinan pusat untuk mengembangkan dan mengenalkan pegadaian syariah kepada masyarakat di daerah Sumatera Utara. Melihat potensi Kota Padangsidempuan sebagai daerah berkembang dan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat maka peluang untuk mengembangkan pegadaian syariah semakin besar. Seiring waktu ide dan gagasan untuk mewujudkan cita-cita tersebut semakin disetujui. Dengan izin Allah SWT dan berkat doa serta dukungan dari semua pihak maka berdirilah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Pada awalnya PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan ini tidak langsung berkembang pesat melainkan mendapatkan kendala dikarenakan pengetahuan masyarakat yang sangat sedikit mengenai pegadaian ini. Menyadari ketidaktahuan masyarakat tentang pegadaian ini pihak pegadaian berinisiatif untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Sosialisasi ini dilakukan dengan pembagian brosur serta penjelasan kepada masyarakat apa, bagaimana dan seperti apa pegadaian syariah itu.

Pada awal sosialisasi, masyarakat belum bisa menerima penjelasan dari pihak pegadaian tersebut. Mereka berpikir bahwa menjual merupakan solusi termudah dibandingkan dengan menggadaikan. Tetapi, seiring berjalannya waktu pola pikir masyarakat mulai berubah, dari yang menganggap menjual lebih mudah menjadikan pegadaian sebagai solusi yang paling efektif untuk menyelesaikan masalahnya. Karena dengan menggadaikan, barang yang digadaikan tersebut tetap menjadi milik penggadai sekalipun barang yang digadaikan akan didapatkan diakhir pelunasan.

Pertanyaan : Apa visi dan misi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Visi Pegadaian Syariah yaitu sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah. Adapun misi pegadaian syariah adalah: *Pertama* Memberikan pembiayaan yang cepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. *Kedua* Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang membawa kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri untuk menjadi pemasin regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat. *Ketiga* Membantu pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan

Pertanyaan : Apa sebenarnya defenisi gadai menurut PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Gadai emas adalah fasilitas pinjaman dana tunai tanpa imbalan jasa yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan kepada nasabah dengan jaminan berupa emas, kendaraan, barang elektronik yang berprinsip gadai syariah.

Pertanyaan : Produk-produk apa saja yang ditawarkan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Produk-produk yang terdapat pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu gadai emas, *Ar-Rum* BPKB dan *Ar-Rum* Haji), Amanah, *Multy Payment Online* (MOP), dan *Rahn Tasjily* (Gadai Sertifikat Tanah)

Pertanyaan : Produk apa yang paling diminati oleh nasabah?

Jawaban : Produk yang paling diminati oleh nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah produk gadai emas dan tabungan emas, karena produk ini merupakan solusi yang tepat dan sesuai dengan kemampuan nasabah. Selain itu, proses transaksi gadai ini sangat mudah dan cepat.

- Pertanyaan : Apa saja syarat-syarat produk gadai emas yang ditetapkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?
- Jawaba : Sangat mudah, dengan membawa photo copy KTP, mengisi formulir.
- Pertanyaan : Akad apa yang digunakan terhadap produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?
- Jawaban : Gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan menggunakan tiga akad, yakni akad *Ijarah*, akad *Qardh*, dan akad *Rahn*.
- Pertanyaan : Apa saja kelebihan yang ditawarkan produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?
- Jawaban : Proses transaksi gadai ini sangat mudah dan cepat jika dibandingkan dengan produk yang lainnya.
- Pertanyaan : Siapa saja yang dapat menjadi nasabah produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?
- Jawaban : Semua orang bisa menjadi nasabah produk gadai emas asalkan mempunyai KTP (Kartu Tanda Penduduk).
- Pertanyaan : Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?
- Jawaban : Salah satunya untuk meningkatkan nasabah yaitu pemasaran, tetapi tidak semua dari pemasaran pelayanan yang bagus, serta keramahan dan adanya 3S yaitu (senyum, sapa dan salam) itu juga pelayanan pemasaran di luar juga pemasaran. Pemasaran sifatnya banyak ada yang promosi, literasi, lewat iklan radio.
- Pertanyaan : Apakah strategi pemasaran produk gadai emas yang digunakan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sudah terlaksana semaksimal mungkin?
- Jawaban : Sudah terlaksana semaksimal mungkin.
- Pertanyaan : Apakah dengan pemasaran produk gadai emas yang dilakukan dapat meningkatkan jumlah nasabah?
- Jawaban : Ya, dapat meningkatkan jumlah nasabah
- Pertanyaan : Apa saja kendala dalam melakukan pemasaran produk gadai emas yang dialami pihak PT.

Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Kendalanya tidak ada

Pertanyaan : Bagaimana mekanisme produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Sebelum melaksanakan gadai, nasabah datang ke Pegadaian dengan membawa emas yang akan di gadai, kemudian nasabah akan diminta untuk mengisi formulir dan menandatangani formulir pengajuan gadai Emas di Pegadaian Syariah.

Wawancara bersama Lila selaku *marketing* PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Nama : Lila Santi Hasibuan

Umur : 27 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Jabatan : *Marketing*

Pertanyaan : Apa sebenarnya definisi gadai menurut PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Gadai emas adalah pinjaman dana tunai tanpa imbalan jasa yang diberikan kepada nasabah dengan jaminan baik itu berupa emas, kendaraan, barang elektronik yang berprinsip gadai syariah.

Pertanyaan : Produk-produk apa saja yang ditawarkan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Produk-produk yang terdapat pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak

Padangsidimpuan yaitu gadai emas, *Ar-Rum* BPKB dan *Ar-Rum* Haji), Amanah, *Multy Payment Online* (MOP), dan *Rahn Tasjily* (Gadai Sertifikat Tanah).

- Pertanyaan : Produk apa yang paling diminati oleh nasabah?  
Jawaban : Produk yang paling diminati nasabah adalah produk gadai emas dan tabungan emas, karena produk ini proses transaksinya sangat mudah dan cepat.
- Pertanyaan : Apa saja syarat-syarat produk gadai emas yang ditetapkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?  
Jawaba : Gadai emas ini hanya dengan membawa KTP dan membawa barang ingin digadaikan.
- Pertanyaan : Akad apa yang digunakan terhadap produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?  
Jawaban : Gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan menggunakan tiga akad, yakni akad *Ijarah*, akad *Qardh*, dan akad *Rahn*.
- Pertanyaan : Apa saja kelebihan yang ditawarkan produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?  
Jawaban : Proses transaksi gadai ini sangat mudah dan cepat jika dibandingkan dengan produk yang lainnya.
- Pertanyaan : Siapa saja yang dapat menjadi nasabah produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?  
Jawaban : Semua orang bisa menjadi nasabah produk gadai emas asalkan mempunyai KTP (Kartu Tanda Penduduk).
- Pertanyaan : Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?  
Jawaban : Strategi pemasaran produk gadai emas yang dilakukakan PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu melalui staregi produk, strategi harga. Strategi tempat dan strategi promosi.

Pertanyaan : Apakah strategi pemasaran produk gadai emas yang digunakan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sudah terlaksana semaksimal mungkin?

Jawaban : Belum terlaksana semaksimal mungkin. Karena, masyarakat yang berada di wilayah pedalam masih banyak yang kurang paham dengan produk gadai emas.

Pertanyaan : Apakah dengan pemasaran produk gadai emas yang dilakukan dapat meningkatkan jumlah nasabah?

Jawaban : Ya, dapat meningkatkan jumlah nasabah

Pertanyaan : Apa saja kendala dalam melakukan pemasaran produk gadai emas yang dialami pihak PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Kendalanya tidak ada

Pertanyaan : Bagaimana mekanisme produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Awalnya nasabah membawa photo copy KTP dan membawa barang yang akan digadaikan, setelah itu nasabah akan diminta mengisi formulir gadai dan menyerahkan barang yang akan dijadikan sebagai jaminan.

Wawancara bersama Masdawiyah selaku Pengambil Barang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Nama : Masdawiyah

Umur : 28 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Jabatan : Pengambil Barang

Pertanyaan : Bagaimana sistem perhitungan (taksiran) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Penetapan strategi harga produk gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yaitu dengan cara memotong tarif ijarah dari 85 (delapan lima rupiah) menjadi 80 (delapan puluh rupiah) per sepuluh hari masa penyimpanan untuk setiap kelipatan taksiran barang jaminan sebesar Rp. 10.000. biaya administrasi sesuai dengan penggolongan marhun bih, dan pinjaman hingga 90 % dari nilai taksiran

Pertanyaan : Melalui media apa saja yang digunakan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dalam memasarkan produk gadai emas?

Jawaban : Promosi merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran, karena promosi sangat diperlukan bagi suatu perusahaan untuk menambah jumlah nasabah, promosi yang dilakukan yaitu dengan melalui sosial media dan media cetak. Sosial media melakukan promosi seperti facebook, instagram, WhatsApp, Twitter, Line, dan sebagainya. Sedangkan, media cetak melakukan promosi iklan-iklan di surat kabar,



melakukan pengenalan produk dengan nasabah, penyebaran brosur ke pasar-pasar, spanduk, promosi dari mulut ke mulut, dan bersosialisasi langsung kepada nasabah

Pertanyaan : Bagaimana mekanisme produk gadai emas yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Mekanisme produk gadai emas yang diterapkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sangat mudah hanya dengan membawa KTP Bisa juga Kartu Keluarga dengan kata lain KTP dalam Kepengurusan, kemudian mengisi formulir pinjaman lalu menyerahkan barang jaminan kepada penaksir.

## **Hasil Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan**

Wawancara dengan Bapak Arman nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

Nama : Arman  
Umur : 32 tahun  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan : Darimana Bapak mengetahui tentang Pegadaian Syariah?  
Jawaban : Saya mengetahui PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan dari teman kerja saya, beliau mengatakan bahwa transaksi di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan sangat mudah, tidak menghabiskan waktu yang banyak, hanya dengan membawa KTP dan barang yang ingin digadaikan.

Pertanyaan : Sudah berapa lama bapak/ibu menjadi nasabah Pegadaian Syariah?  
Jawaban : Saya menjadi nasabah di Pegadaian ini kurang lebih dari 5 tahun

Pertanyaan : Apakah Bapak merasakan manfaat dengan adanya Pegadaian Syariah?  
Jawaban : Saya sangat merasakan manfaatnya dan membantu sekali dengan perekonomian masyarakat yang sedang membutuhkan.

Pertanyaan : Bagaimana menurut Bapak tentang harga yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?  
Jawaban : Sangat murah dan sesuai dengan harga barang yang dijamin.

Pertanyaan : Bagaimana menurut bapak tentang pelayanan karyawannya terhadap nasabah?  
Jawaban : Pelayanannya sangat baik dan ramah terhadap siapa saja nasabah yang datang ke Pegadaian.

Wawancara dengan Bapak Abdi nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

Nama : Abdi

Umur : 37 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan : Darimana Bapak mengetahui tentang Pegadaian Syariah?

Jawaban : Saya mengetahui ini dari facebook, dan radio.

Pertanyaan : Sudah berapa lama bapak menjadi nasabah Pegadaian Syariah?

Jawaban : Saya menjadi nasabah di Pegadaian ini kurang lebih dari 4 tahun

Pertanyaan : Apakah Bapak merasakan manfaat dengan adanya Pegadaian Syariah?

Jawaban : Menurut saya dengan adanya Pegadaian ini sangat bermanfaat dan membantu sekali dengan perekonomian masyarakat yang sedang membutuhkan.

Pertanyaan : Bagaimana menurut Bapak tentang harga yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Produk gadai emas prosesnya cepat, persyaratannya mudah, biaya administrasi beserta ujrahnya murah, dan barang jaminan yang dijaminakan bisa aman di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Apabila barang ingin ditebus bisa kapan saja, asalkan tidak melampaui jangka waktu 4 bulan.

Pertanyaan : Bagaimana menurut Bapak tentang pelayanan karyawannya terhadap nasabah?

Jawaban : Pelayanan yang diberikan nasabah sangat bagus, dimana semua karyawan sangat ramah ketika nasabah datang mengunjungi Pegadaian.

Pertanyaan : Menurut Ibu apakah lokasi Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sudah strategis?

Jawaban : lokasi produk gadai emas merupakan lokasi yang strategis yang mudah untuk didatangi karna dekat dengan rumah beliau

Wawancara dengan Bapak Mahadir PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Nama : Mahadir

Umur : 39 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan : Darimana Bapak mengetahui tentang Pegadaian Syariah?

Jawaban : Saya mengetahui ini dari teman kerja saya, kemudian saya juga mendapatkan informasi gadai ini dari radio.

Pertanyaan : Apakah Bapak merasakan manfaat dengan adanya Pegadaian Syariah?

Jawaban : Pegadaian ini sangat membantu sekali terhadap perekonomian masyarakat yang sedang membutuhkan.

Pertanyaan : Produk apa saja yang Bapak ketahui selain produk emas yang ditawarkan Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Gadai sertifikat tanah, *Ar-Rum* BPKB, *Ar-Rum* Haji.

Pertanyaan : Bagaimana menurut Bapak tentang harga yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Nilai taksir (harga) yang ditaksir PT. Pegadaian (Persero) Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sangat murah dan sesuai dengan harga barang yang dijaminkan.

Pertanyaan : Bagaimana menurut Bapak tentang pelayanan karyawannya terhadap nasabah?

Jawaban : Saya sangat suka terhadap pelayanan yang diberikan nasabah sangat bagus, dimana setiap nasabah yang datang langsung disambut dengan ramah.

Wawancara dengan Ibu Misrawani Hutagalung PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Nama : Misrawani Hutagalung

Umur : 36 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Pertanyaan : Bagaimana Ibu mendapatkan informasi tentang adanya produk gadai emas yang ada di Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Saya mengetahui produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan melalui media sosial facebook. Promosi produk gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan cukup baik, karena beliau ketika hendak menabung di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Pegawainya aktif menawarkan berbagai produk salah satunya produk gadai emas.

Pertanyaan : Apakah Ibu merasakan manfaat dengan adanya Pegadaian Syariah?

Jawaban : Sangat membantu sekali terhadap masyarakat yang membutuhkan.

Pertanyaan : Produk apa saja yang Bapak ketahui selain produk emas yang ditawarkan Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Gadai sertifikat tanah, *Ar-Rum* Haji.

Pertanyaan : Bagaimana menurut Bapak tentang harga yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan?

Jawaban : Harganya sangat sesuai dengan barang yang di gadaikan.

Pertanyaan : Menurut Ibu apakah lokasi Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sudah strategis?

Jawaban : lokasi produk gadai emas merupakan lokasi yang strategis yang mudah untuk didatangi karna dekat dengan rumah beliau.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2309/In.14/G.1/G.4b/TL.00/10/2020  
Hal : Mohon Izin Riset

07 Oktober 2020

Yth; Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

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

Nama : Hotma Anni Nasution  
NIM : 1640100191  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan ".

Sehubungan dengan itu, bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas adalah sangat diharapkan.

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



Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Hotma Nasser Hasibuan

Padangsidimpuan, 17 Desember 2020

Nomor : 130/60068/2020  
Lampiran : -  
Urgensi : Biasa

Kepada Yth,  
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Padangsidimpuan  
Di,  
**Padang Sidimpuan.**

Hal : **Permohonan Izin Riset.**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

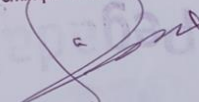
Menindaklanjuti surat Bapak No : 2309/ln.14/G.1/G.4b/TL.00/10/2020, tanggal 07 Oktober 2020, Hal Mohon Izin Riset, maka pada prinsipnya kami menyetujui kepada Mahasiswa yang akan melakukan Riset di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak, perlu kami sampaikan dalam hal- hal yang berkaitan dalam Riset para mahasiswa akan diberikan arahan dan petunjuk oleh Petugas yang diberikan wewenang oleh Pemimpin Cabang tentang apa yang harus dilakukan agar sesuai dengan aturan yang berlaku di PT.Pegadaian (Persero). Adapun daftar nama yang melakukan Riset di Cabang Syariah Alaman Bolak sbb ;

No	Nama Mahasiswa	NIM	Jenis Kelamin	Jurusan/prodi
1	Hotma Anni Nasution	1640100191	Perempuan	Perbankan Syariah

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pemimpin Cabang

  
SUBHAN  
NIK.P80884

Padangsidempuan, 17 Desember 2020

Nomor : 131 /60068/2020  
Lampiran : -  
Urgensi : Biasa

Kepada Yth,  
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Padangsidempuan  
Di,  
**Padang Sidempuan**

**Hal : Telah Selesai Melakukan Riset.**

***Assalamu'alaikum Wr.Wb.***

Dengan ini diberitahukan bahwa Mahasiswi di bawah ;

Nama : Hotma Anni Nasution  
NIM :1640100191  
Judul Skripsi : " Strategi PemasaranProduk Gadai Emas Pada PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan".

Telah selesai melakukan Riset di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padang Sidempuan yang dilakukan selama 7 (tujuh ) hari terhitung mulai tanggal 03 Desember 2020 sampai dengan 10 Desember 2020

Kami atas nama Perusahaan PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padang Sidempuan mengucapkan banyak terima kasih atas partisipasinya dalam mengenalkan Pegadaian kepada Masyarakat Umum.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb.***

Pemimpin Cabang

  
**SUBHAN**

NIK.P80884





Wawancara Dengan Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Bapak Subhan



Wawancara Dengan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Masdawiyah



Wawancara Dengan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Masdawiyah



Wawancara Dengan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Lila



Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Abdi



Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan Misrawani Hutagalung





Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan Arman



Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan Mahadir

**CURICULUM VITAE**  
**(Daftar Riwayat Hidup)**

**DATA PRIBADI**

Nama : Hotma Anni Nasution  
Nim : 16 401 00191  
Tempat/ tanggal lahir : Janji Lobi, 21 November 1997  
JenisKelamin : Perempuan  
Anak Ke : 1 dari 4 bersaudara  
Alamat : Janjilobi, Kecamatan Barumon, Kabupaten Padang  
Lawas, Provinsi Sumatera Utara  
Agama : Islam

**DATA ORANG TUA/WALI**

Nama Ayah : Mahmud Nasution  
Pekerjaan : Petani  
NamaIbu : Dahliana Hasibuan  
Pekerjaan : Petani  
Alamat : Janji Lobi, Kecamatan Barumon, Kabupaten Padang  
Lawas, Provinsi Sumatra Utara

**LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2004-2010 : SDN 101060 Janji Lobi  
Tahun 2010-2013 : Madrasah Tsanawiyah Al-Mukhlisin Sibuhuan  
Tahun 2013-2016 : Madrasah Aliyah Al-Mukhlisin Sibuhuan  
Tahun 2016-2020 : Program Sarjana (Strata-1) Perbankan Syariah IAIN  
Padangsidempuan