



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK *RAHN*  
TASJILY PADA PEGADAIAN (PERSERO)  
UNIT PELAYANAN SYARIAH  
MANDAILING NATAL**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NASUTION  
NIM :16 401 00112**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

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

**2021**



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK RAHN  
TASJILY PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO)  
UNIT PELAYANAN SYARIAH  
MANDAILING NATAL**

**SKIRPSI**

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

**Oleh:**

**SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NASUTION  
NIM: 16 401 00112**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2021**



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK RAHN  
TASJILY PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO)  
UNIT PELAYANAN SYARIAH  
MANDAILING NATAL**

**SKIRPSI**


*Diajukan untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**Oleh:**

**SUAIBAHTUL ASLAMIAH NASUTION  
NIM: 16 401 00112**

**PEMBIMBING I**

**PEMBIMBING II**

  
**Dr. Budi Gautama Siregar, M.M**  
**NIP. 197907202011011011005**

  
**Ja'far Nasution, Lc., M.E.I**  
**NIDN. 2004088205**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

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

**2021**



Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NASUTION**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 11 Februari 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
DI-  
Padangsidimpuan

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NASUTION** yang berjudul "**Strategi Pengembangan Produk *Rahn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal**".

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

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

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

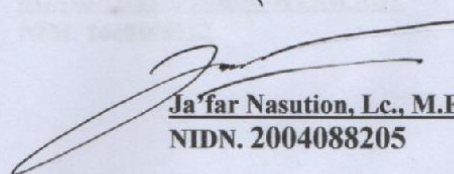
**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

**PEMBIMBING I**



**Dr. Budi Gautama Siregar, M.M**  
NIP. 19790720 201101 1 005

**PEMBIMBING II**



**Ja'far Nasution, Lc., M.E.I**  
NIDN. 2004088205

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NASUTION  
NIM : 1640100112  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Produk *Rahn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal**

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.

Padangsidempuan, 11 Februari 2021

Saya yang Menyatakan,



**SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NST**

**NIM: 1640100112**



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

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NASUTION**  
NIM : **1640100112**  
Jurusan : **Perbankan Syariah**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**  
Jenis Karya : **Skripsi**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Strategi Pengembangan Produk Rahn Tasjily Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan  
Pada tanggal, 11 Februari 2021  
Yang menyatakan,



**SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NST**  
**NIM: 1640100112**



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

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

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NASUTION  
**NIM** : 16 401 00112  
**FAKULTAS/PROGRAM STUDI** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
**JUDUL SKRIPSI** : Strategi Pengembangan Produk *Rahn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

**Ketua**

**Sekretaris**

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

Azwar Hamid, M.A.  
NIP. 19860311 201503 1 005

**Anggota**

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

Azwar Hamid, M.A.  
NIP. 19860311 201503 1 005

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

Dr. Rukiah, S.E., M.Si.  
NIP. 19760324 200604 2 002

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa/ 06 April 2021  
**Pukul** : 09.00 WIB s/d 11.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/73(B)  
**Index Prestasi Kumulatif** : 3,24  
**Predikat** : SANGAT MEMUASKAN





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

Jalan. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK RAHN  
TASJILY PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT  
PELAYANAN SYARIAH MANDAILING NATAL**

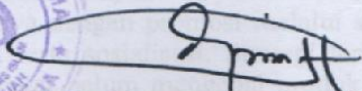
**NAMA : SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NASUTION**  
**NIM : 1640100112**

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

**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 10 September 2021  
Dekan,



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



## ABSTRAK

**Nama** : Suaibahtul Aslamiyah Nasution  
**NIM** : 16 401 00112  
**Judul Skripsi** : Strategi Pengembangan Produk *Rahn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Latar Belakang masalah dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan produk *rahn tasjily* sudah dilaksanakan dengan baik dengan dibuktikan adanya beberapa nasabah yang sudah menjadi nasabah produk *rahn tasjily*, akan tetapi proses dalam peningkatan jumlah nasabah masih belum mengalami peningkatan. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, apa saja kendala dalam mengembangkan jumlah nasabah produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa pedoman wawancara, observasi dan dokumentasi, teknik analisis mereduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Subjek penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dan nasabah sebanyak 4 orang, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan penerapan strategi dan produk *rahn tasjily*, sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan penerapan strategi dan produk *rahn tasjily* yaitu membahas tentang pengertian, fungsi, tingkatan strategi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal adalah *marketing mix* yaitu salah satunya dengan promosi melalui sosial media, promosi langsung, terjun ke lapangan serta sosialisasi. Strategi tersebut belum mengalami peningkatan karena masyarakat belum mengenal produk *rahn tasjily* tersebut dengan baik. Kendala PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam memasarkan produk untuk meningkatkan ada beberapa diantaranya promosi yang dilakukan kurang, kurangnya sosialisasi, terbatasnya biaya operasional. Dan anggapan masyarakat bahwa pegadaian hanya sebagai tempat menggadaikan uang.

**Kata Kunci** : Strategi, Pengembangan, Produk *Rahn Tasjily*

## KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: **“Strategi Pengembangan Produk *Rahn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, M. CL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Dr. Sumer Mulia Harahap M. A., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan , M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Arbanurrasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, M.M selaku pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, Lc., M.E.I selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Rahmat Nasution dan Ibunda Seri Aman Tanjung, yang tidak pernah lelah menyemangati, memberikan



pengorbanan yang tidak terhingga dan memberikan dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang kepada peneliti, sehingga memudahkan jalan peneliti dalam menyelesaikan studi sampai tahap ini. Semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

8. Kepada saudara-saudara saya Rizki Halomoan Nasution, Muhammad Mustaqim Nasution, dan Lukman Hakim Nasution yang telah memberikan dukungan yang luar biasa sehingga saya sampai pada tahap ini.
9. Kepada sahabat-sahabat saya Arif Naldi, Putra Mulia, Sinar Hajjah Indah Lestari, Riska Rumianti, Wulan Purnama Sari, Masreni Harahap, Roron Khoiron Ansori, Fahma Mentari Panjaitan, yang selalu memberikan semangat dan motivasi bagi peneliti di kampus IAIN Padangsidimpuan.
10. Teman-teman Perbankan Syariah 3 angkatan 2016 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Amin.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala

kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, November 2020

Peneliti,

**SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NST**  
**NIM.1640100112**

## 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	kadan 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
ص	šad	š	esdan ye
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
	ḍommah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	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
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

## 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

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

- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

#### **4. Syaddah (Tasydid)**

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

#### **5. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **6. Hamzah**

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

## **7. Penulisan Kata**

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

## **8. Huruf Kapital**

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

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	11
C. Batasan Istilah.....	12
D. Rumusan Masalah.....	14
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Kegunaan Penelitian.....	14
G. Sistematika Pembahasan.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
A. Landasan Teori.....	17
1. Strategi.....	17
a. Pengertian Strategi.....	17
b. Fungsi Strategi.....	18
2. Pengembangan Produk.....	19
a. Pengertian Pengembangan Produk.....	19
b. Tujuan Pengembangan Produk.....	20
3. Gadai Syariah ( <i>Rahn</i> ).....	21
a. Pengertian Gadai ( <i>Rahn</i> ).....	21

b.	Landasan Hukum Gadai Syariah ( <i>Rahn</i> ).....	22
c.	Rukun Gadai Syariah ( <i>Rahn</i> ).....	25
d.	Syarat Gadai Syariah ( <i>Rahn</i> ).....	25
e.	Jenis Barang Gadai.....	26
f.	Manfaat Gadai Syariah ( <i>Rahn</i> ).....	27
g.	Kendala Pengembangan <i>Rahn</i> (Pegadaian Syariah).....	27
h.	Aspek Pendirian <i>Rahn</i> (Pegadaian Syariah).....	28
i.	Strategi Pengembangan dan Mekanisme Operasional <i>Rahn</i> (Pegadaian Syariah).....	30
4.	Pembiayaan <i>Rahn Tasjily</i> .....	33
a.	Pengertian <i>Rahn Tasjily</i> .....	33
b.	Prosedur Pembiayaan <i>Rahn Tasjily</i> .....	36
B.	Pendahuluan Terdahulu.....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>45</b>
A.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
B.	Jenis Penelitian.....	45
C.	Subjek Penelitian.....	46
D.	Sumber Data.....	46
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
F.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	50
G.	Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>53</b>
A.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
1.	Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.....	53
2.	Visi Misi Perusahaan.....	54
3.	Produk-produk PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.....	55
4.	Struktur Organisasi.....	57
B.	Analisis Data.....	59
1.	Reduksi data ( <i>data reduction</i> ).....	59
2.	Penyajian Data ( <i>display data</i> ).....	60
3.	<i>Concluction drawing and Verification</i> .....	61
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
1.	Penerapan Strategi Produk <i>Rahn Tasjily</i> Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.....	61
2.	Kendala PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.....	66
D.	Keterbatasan Penelitian.....	68
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>69</b>
A.	Kesimpulan.....	69

B. Saran.....	69
---------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Produk Rahn Tasjily .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	37



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	59

## **BAB I PENDAHULUAN**

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

Pegadaian merupakan sebuah lembaga BUMN yang bergerak dibidang jasa perkreditan atau pembiayaan atas dasar hukum gadai. Awal mula berdirinya pegadaian pada saat pemerintahan Belanda (VOC) mendirikan *Bank Van Leaning* sebagai lembaga kredit dengan sistem gadai. Pegadaian saat ini banyak diminati karena sistem gadai di pegadaian sangat mudah dan bisa langsung dicairkan dananya saat itu juga tanpa harus melalui berbagai macam tahapan administrasi yang rumit.

Pada saat ini kebutuhan manusia semakin meningkat dari mulai kebutuhan primer hingga kebu<sub>xv</sub> kuder. Oleh Karena itu, dengan kebutuhan yang semakin menir<sub>u</sub> lai bermunculan usaha atau bisnis yang pada saat ini sangat berkembang pesat bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia maka lembaga-lembaga keuangan yang berkaitan dengan pemenuhan dana sangat berperan penting pada saat ini. Dari mulai lembaga penyedia keuangan hingga lembaga penyedia jasa. Tak hanya itu saat ini gadai pun menjadi pilihan masyarakat untuk meningkatkan usaha dan bisnisnya dalam perekonomian Indonesia.

Lembaga pegadaian berdasarkan perkembangan dan sistem operasionalnya saat ini terbagi dua yaitu pegadaian konvensional dan pegadaian syariah. mekanisme kerja antara pegadaian konvensional dengan pegadaian syariah memiliki perbedaan yang signifikan. Pada pegadaian konvensional nasabah dipungut biaya dalam bentuk bunga yang dapat

berakumulasi dan berlipat ganda. Sedangkan dalam pegadaian syariah nasabah hanya dipungut biaya penitipan, pemeliharaan, penjagaan, serta penaksiran.<sup>1</sup>

Jika dilihat dari sisi sosial kemasyarakatan gadai mempunyai nilai-nilai sosial yang sangat tinggi, karena dilakukan secara sukarela atas dasar tolong-menolong, namun dalam praktek pelaksanaannya gadai justru sebaliknya. Pada sisi lain sejalan dengan perkembangan ekonomi modern dengan semakin meningkat kebutuhan masyarakat akan jasa keuangan, maka semakin tinggi pula kebutuhan akan jasa pegadaian.

Disamping permasalahan itu, ada pula permasalahan lain yang dihadapi oleh masyarakat muslim di Indonesia mengenai gadai, sebagai umat Islam meragukan sistem operasional pegadaian konvensional apakah haram atau tidak karena dalam prakteknya gadai konvensional menggunakan perangkat bunga.

Dengan keraguan ini, maka ada pula sekelompok muslim mencari jalan keluar dari keraguan-raguan ini, dengan menganjurkan membentuk pegadaian dengan menggunakan sistem yang sesuai dengan ajaran Islam, dimana dalam prakteknya tidak menggunakan sistem bunga.

Keinginan ini direspon oleh lembaga-lembaga keuangan, dengan membentuk perusahaan pegadaian yang operasionalnya dikendalikan dengan prinsip-prinsip syari'at Islam, kemudian lembaga itu disebut dengan gadai syariah.

---

<sup>1</sup>Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2015), hlm.108

Gadai syariah ini merupakan kegiatan ekonomi yang sangat erat kaitannya dengan proses pemenuhan kebutuhan masyarakat muslim, terutama masyarakat muslim yang keadaan ekonominya tidak stabil. Jadi dapat dikatakan bahwa konsep gadai syariah merupakan solusi terhadap kebutuhan masyarakat muslim masalah finansial, disamping itu juga terhindar dari unsur riba.<sup>2</sup>

Sistem keuangan dapat menentukan tingkat bunga kredit berapa besar jumlah kredit yang akan tersedia untuk membiayai berbagai jenis produksi barang dan jasa dalam aktivitas perekonomian. Sistem ini akan memberi dampak terhadap kelancaran perekonomian. Apabila tingkat bunga kredit menjadi lebih tinggi dan dana yang tersedia terbatas, maka total pengeluaran untuk barang dan jasa akan mengalami penurunan, hal ini akan berakibat penurunan aktivitas produksi dan pada sector produksi akan mengurangi aktivitas tenaga kerja, sehingga perusahaan-perusahaan akan mengurangi karyawannya dan akhirnya menimbulkan banyak pengangguran.<sup>3</sup>

Hampir semua lembaga keuangan, baik syariah maupun konvensional, telah diterapkan akad *rāḥn* (gadai) sekalipun dengan bentuk dan ketentuan yang bervariasi. Variasi ini bergantung pada penekan prinsip operasional dan produk dari masing-masing lembaga keuangan itu sendiri. Penerapan *rāḥn* di bank syariah tentu akan berbeda dengan penerapan *rāḥn* di gadai syariah, karena penekanan dari kedua lembaga keuangan tersebut berbeda. Bank

---

<sup>2</sup>Yusnedi Achmad, *Gadai Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 2-3

<sup>3</sup>Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 1

syariah lebih menempatkan *rāhn* sebagai instrument pendukung, sedangkan gadai syariah menempatkannya sebagai instrumen utama.

Ada sebagian lembaga keuangan yang menerapkan akad *rāhn* sebagai instrumen utama dan ada pula sebagian lembaga keuangan yang menerapkannya sebagai instrumen pendukung, penerapan *rāhn* di lembaga keuangan ini bergantung pada urgensi *rāhn* di lembaga keuangan itu sendiri. Sebagai misal, bank syariah menjadikan *rāhn* sebagai pendukung dalam implementasi pembiayaan mudharabah. Pengguna *rāhn* ini dilakukan oleh bank syariah dalam upaya meminimalisasi risiko ketika nasabah melakukan wanprestasi.<sup>4</sup>

PT. Pegadaian hingga saat ini telah berkembang dan membuka beberapa cabang di wilayah Indonesia salah satunya PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal menawarkan berbagai macam produk yang tidak hanya berkaitan dengan kegiatan gadai seperti biasa, namun juga melakukan kegiatan seperti pembiayaan, diantaranya pembiayaan *Rahn Tasjily*. Layanan pembiayaan *Rahn Tasjily* tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia. Pembiayaan *Rahn Tasjily* dari pegadaian syariah adalah layanan gadai syariah yang jaminannya berupa bukti kepemilikan tanah atau sertifikat yang tujuannya kepada petani dan pengusaha mikro untuk mengembangkan usahanya.

Pembiayaan *Rahn Tasjily* ini adalah produk berprinsip syariah yang dikhususkan untuk petani dan pengusaha mikro, produk ini diberikan kepada

---

<sup>4</sup>Yadi Janwari, Op.Cit., hlm. 101-102



nasabah yang ingin mengembangkan usaha pribadi dengan menggunakan *Rahn Tasjily* dari pihak Pegadaian Syariah. akad *Rahn Tasjily* digunakan pada saat nasabah menyerahkan sertifikat tanah kepada pihak pegadaian. Sertifikat tanah digunakan sebagai barang jaminan atau penguat antara nasabah dan pegadaian lalu nasabah menerima uang pinjaman sesuai taksiran dari analisis pegadaian. Setelah terjadinya akad *Rahn Tasjily*, nasabah membayar angsuran pokok kepada pihak pegadaian setiap bulannya sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.<sup>5</sup>

Produk *Rāhn Tasjily* ini bertujuan untuk membantu nasabah mendapatkan uang, ataupun membantu masyarakat yang kurang mampu dalam membutuhkan pembiayaan dalam membuka usaha tertentu pegadaian akan memberikan pinjaman kepada nasabah dengan syarat jaminan Sertifikat Hak Milik (SHM), yang plafondnya mulai dari 1.000.000 – 200.000.000, kemudian nasabah akan dikenakan biaya ujarah/biaya sewa.

Dilihat dari perkembangan masyarakat yang ingin mendapatkan dana secara mudah dan cepat inilah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal yang meluncurkan produk *rahn tasjily*, disediakannya dana untuk pembiayaan *rahn tasjily* (gadai SHM) oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, membuat masyarakat semakin mudah untuk memperoleh dana.

Hadirnya *rahn tasjily* (gadai SHM), merupakan suatu hal yang perlu disebut positif sebab dengan hadirnya lembaga tersebut diharapkan dapat

---

<sup>5</sup>Adelina Ryanti, *Prosedur Penyaluran Rahn Tasjily Tanah Pada PT. Pegadaian PERSERO Unit Pelayanan Syariah Punge Banda Aceh*, (Skripsi: UIN AR-Raniy, 2019), hlm. 2-3

membantu masyarakat untuk mendapatkan dana. Produk *rahn tasjily* mulai dikeluarkan di tahun 2018 namun mulai dipasarkan pada awal 2019. Adapun jumlah nasabah produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal antara lain:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Produk *Rahn Tasjily***

No	Bulan	Jumlah Nasabah 2019	Jumlah Nasabah 2020
1	Januari	-	-
2	Februari	-	-
3	Maret	2	-
4	April	1	-
5	Mei	-	-
6	Juni	-	-
7	Juli	-	-
8	Agustus	-	-
9	September	-	-
10	Oktober	1	-
11	November	-	-
12	Desember	-	-
	Jumlah	4	-

Sumber: Pegadaian Syariah PT. Pegadaian Syariah (Persero) UPS Madina

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah produk *rahn tasjily* ini masih sedikit dan masih baru, namun mulai dipasarkan awal 2019.<sup>6</sup> ataupun produk *rāhn* (gadai) pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal ini boleh dikatakan kurang berkembang ditahun 2019 dan tahun 2020 jumlah nasabha produk *rahn tasjily* tersebut tidak ada perkembangan. Kendala dalam mengembangkan serta memasarkan produk ini dikarenakan pegawai PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal yang terbatas sehingga tidak banyak waktu untuk memasarkan produk tersebut.

---

<sup>6</sup>Hasil Wawancara Dengan Bapak Afrizal Sebagai Pimpinan Unit Pegadaian Syariah Mandailing Natal, Minggu 28 Juni 2020, Pukul 12.48 WIB.

Gadai syariah (*Rāhn*) adalah salah satu cara untuk memperoleh uang melalui pegadaian syariah gadai syariah adalah menahan salah satu harta milik nasabah (*rāhn*) sebagai barang jaminan (*marḥūn*) atas utang/pinjaman yang diperoleh dari kantor pegadaian. Harta milik nasabah yang dimaksud, mempunyai nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan atau menerima gadai (*murtaḥin*) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.<sup>7</sup> Secara singkat gadai syariah adalah barang jaminan utang atau gadai.

Pegadaian merupakan tempat bagi konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminannya. Mengusung slogan “ Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”, perum pegadaian ini bahkan dinilai sebagai ekonomi kerakyatan, hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa masyarakat kelas bawah pun bisa memanfaatkan jasa gadai dari perum pegadaian ini.

Perusahaan umum pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kemasyarakatan atas dasar hukum gadai. Dalam pengembangannya Perum Pegadaian mengeluarkan produk berbasis syariah yang disebut dengan pegadaian syariah (*rāhn*). Hal ini didasari oleh maraknya perkembangan produk-produk berbasis di Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Pada dasarnya produk-produk berbasis syariah mempunyai karakteristik seperti,

---

<sup>7</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 23

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. Pembentukan pegadaian syariah mengacu pada administrasi modern yaitu aspek rasionalitas, efisiensi, dan efektivitas yang diselenggarakan dengan nilai Islam.

Perkembangan pegadaian syariah di Indonesia sejak diluncurkan pada Januari 2003 sudah mencapai beberapa kemajuan. Namun secara umum perkembangannya sangat menggembirakan bagi lembaga keuangan syariah di Indonesia. Perkembangan Pegadaian Syariah sampai akhir Februari 2009, jumlah pembiayaan mencapai Rp 1,6 triliun dengan jumlah nasabah 600 orang, kantor cabang berjumlah 120 buah, meskipun kondisi ini masih lebih kecil dibandingkan dengan kantor cabang pegadaian konvensional yang berjumlah 3000 buah, yang berarti 4 % saja.<sup>8</sup>

Sementara ini, produk gadai syariah yang dimiliki oleh Unit Pegadaian Syariah Mandailing Natal tidak berfokus melayani pembiayaan dengan jaminan *Rahn Tasjily* yaitu pembiayaan berupa gadai dimana nasabah memerlukan uang tunai dengan menggadaikan Sertifikat Hak Milik (SHM) dengan jangka waktu tertentu. Dengan demikian, penerapan gadai yang ditetapkan oleh Unit Pegadaian Syariah Mandailing Natal juga memiliki produk lain seperti gadai emas, mulia ultimate (pembelian logam mulia dengan cara angsur), gadai BPKB, AMANAH (pembelian sepeda motor

---

<sup>8</sup>Ahmad Rodoni, *Asuransi dan Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015) hlm. 75-76

dengan cara di angsur), dan yang sedang ngetren sekarang adalah tabungan emas.

Strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah itu pertama adalah *crosselling* di dalam outlet pegadaian syariah itu sendiri *crosseling* disini adalah strategi menjual dengan menawarkan produk yang berbeda dengan yang telah dibeli konsumen jadi misal nasabah datang ke outlet pegadaian menggunakan produk gadai lalu menawarkan produk *rahn tasjily* atau produk yang lainnya sehingga konsumen ini tertarik untuk menggunakan produk tersebut tentu omset dan jumlah nasabah produk *rahn tasjily* akan meningkat.<sup>9</sup>

Pegadaian syariah sudah terbentuk sebagai sebuah lembaga. Ide pembentukan pegadaian syariah selain karena tuntutan idealism juga dikarenakan keberhasilan terlembaganya bank dan asuransi syariah. setelah dibentuknya Bank, BMT, BPR, dan asuransi syariah, maka pegadaian syariah mendapat perhatian oleh beberapa praktisi dan akademisi untuk dibentuk dibawah suatu lembaga sendiri. Keberadaan pegadaian syariah atau *rahn* lebih dikenal sebagai bagian produk yang ditawarkan oleh bank syariah, dimana bank menawarkan kepada masyarakat bentuk jaminan barang guna mendapatkan pembiayaan.

Pegadaian adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berkontribusi pada sektor keuangan Indonesia dan bergerak pada tiga jenis bisnis perusahaan yaitu pembiayaan, emas, dan aneka jasa. Sedangkan

---

<sup>9</sup>Hasil Wawancara Dengan Bapak Afrizal Sebagai Pimpinan Unit Pegadaian Syariah Mandailing Natal, Minggu 28 Juni 2020, Pukul 12:48 WIB



pegadaian syariah adalah lembaga keuangan syariah yang menjlankan usahanya dengan menggunakan sistem gadai dan berlandaskan pada prinsip-prinsip keislaman.

Perkembangan produk-produk berbasis syariah kian marak di Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Pegadaian mengeluarkan produk-produk berbasis syariah sehingga tidak mau kalah saing dengan lembaga keuangan yang lainnya. Salah satunya produk gadai emas, produk gadai emas merupakan produk unggulan di Pegadaian syariah, dimana produk ini menjadi sebuah icon yang unggul terhadap perusahaan pegadaiaian.<sup>10</sup>

Adapun penelitian terdahulu mengenai strategi yang pernah dilakukan dan sebagai penganut penelitian ini adalah Masrom dengan judul strategi pemasaran gadai syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah (studi kasus di pegadaian syariah cabang Ende) menyatakan bahwa:

Hasil penelitian menggunakan strategi 4P: produk, price, place, promotion. Dalam hal produk dengan cara pengembangan produk *ar-rāhn* menjadi ARRUM (*ar-rāhn* untuk usaha mikro kecil) dan pengoptimalan taksiran. Dalam hal harga mu'nah (biaya adminitrasi) bagi produk *rāhn* dan *ujroh* (jasa simpan) bagi produk-produk yang lain seperti arrum dan amanah. mu'nah ini berkisar dari yang paling bawah Rp 2.500,- sampai dengan Rp 125.000,-, hal ini mempengaruhi eksistensi pegadaian syariah. dalam hal distribusi, yaitu dilakukan dengan cara membuka UPC (Unit Pelayanan Cabang). Dalam hal promosi, yaitu dengan periklanan, berupa leaflet, brosur, spanduk, souvenir, publisitas. Kedua strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh pegadaian syariah cabang ende ternyata mampu meningkatkan jumlah nasabah. Ini terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2014-2018.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Khonita Iffa, Strategi Pemasaran Produk ARRUM Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru, (Skripsi, UIN SUSKA RIAU, 2019), hlm. 6-7

<sup>11</sup>Masrom, Strategi Pemasaran Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Studi Kasus Di Pegadaian Syraiah Cabang Ende (Skripsi UIN Mataram, 2019), hlm. 71-72

Dalam skripsi Wiki Fatmala yang berjudul analisis strategi pemasaran produk ARRUM Haji dalam meningkatkan jumlah nasabah studi kasus pada Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Way Halim menyatakan bahwa:

Strategi pemasaran di pegadaian Unit Pelayanan Syariah way halim menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi harga dan tempat sudah baik, karena harga yang diberikan oleh pegadaian sudah ditentukan oleh kantor pusat, sedangkan untuk strategi tempat sebelum pegadaian unit pelayanan syariah way halim didirikan sudah dilakukan survey terlebih dahulu. Namun, strategi produk dan strategi promosi belum baik, karena pegadaian UPS way halim belum maksimal dalam memperkenalkan produknya, begitu juga dengan strateginya, perlu meningkatkan strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah, misalnya melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Selain itu, pegadaian unit pelayanan syariah way halim menerapkan segmentasi pasar dengan cara mengelompokkan pasar berdasarkan dengan pekerjaan, pendapatan perbulan, dan faktor usia. Sedangkan targetnya adalah masyarakat kelas menengah, karena mereka adalah masyarakat yang mulai hidup mapan, memiliki rumah yang layak, dan kebutuhan sehari-hari tercukupi.<sup>12</sup>

Dalam Hensi Yusifa dalam judul Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu, menyatakan bahwa:

Strategi pemasaran produk dalam meningkatkan minat nasabah pada Unit Pegadaian Syariah (UPS) Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu dalam pemasaran yaitu pertama dengan strategi pemasaran melalui penyebaran brosur, *call calling*, *direct selling* dengan melakukan promosi ke tempat yang berbeda misalnya sekolah-sekolah, perkantoran, pasar, jalan raya, ini bertujuan menyampaikan informasi kepada nasabah agar nantinya nasabah dapat mengenal produk-produk yang ada ini pegadaian. Kendala Pegadaian Syariah dalam memasarkan produk untuk meningkatkan minat nasabah ada beberapa, diantaranya promosi yang dilakukan kurang, kurangnya sosialisasi, terbatasnya

---

<sup>12</sup>Wiki Fatmala, Analisis Strategi Pemasaran Produk ARRUM Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah, (Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 96

biaya operasional. Dan anggapan masyarakat bahwa pegadaian hanya sebagai tempat menggadaikan uang.<sup>13</sup>

Dengan adanya penelitian ini diharapkan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dapat meningkatkan upaya dalam pemeliharaan strategi yang tepat dalam meningkatkan jumlah nasabah Produk *Rahn Tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menerapkan lebih jauh lagi tentang produk *rahn tasjily*, prosedur dan keuntungan dari *rahn tasjily*, supaya produk ini bisa dimanfaatkan dikalangan masyarakat mengingat produk ini memiliki prospek yang cukup bagus untuk dipasarkan kepada masyarakat, maka penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Produk *Rahn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal”**.

## **B. Batasan Masalah**

Untuk lebih terarah dan memperjelas ruang lingkup pembahasan ini, penulis merasa perlu untuk membuat batasan masalah didalamnya. Sebab dengan adanya batasan masalah ini akan lebih mudah mengarahkan penulis didalam pembahasan nantinya. Disamping itu agar tidak menyimpang dari permasalahan dan mengenai sasaran yang diharapkan, maka pembahasan dalam penelitian ini di batas tentang pokok permasalahan yang berkenaan

---

<sup>13</sup>Hensi Yusfika, Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu, (Skripsi IAIN Bengkulu, 2017), hlm. 61

dengan ” Strategi Pengembangan Produk *Rahn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal”.

### C. Batasan Istilah

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

1. Strategi adalah suatu penentuan dan tujuan dasar jangka panjang dari suatu organisasi (perusahaan) serta pengadopsian seperangkat tindakan serta alokasi sumber-sumber yang perlu untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut.<sup>14</sup> Strategi dalam penelitian ini adalah tindakan yang senantiasa meningkat yang dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan agar PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam mencapai tujuannya.
2. Pengembangan produk adalah kegiatan yang mengarah pada ciri khas yang baru atau berbeda dari sebuah produk atau pemanfaatan konsumen. Pengembangan tersebut membentang dari konsep yang sama sekali baru untuk memenuhi keinginan konsumen yang ditetapkan secara baru hingga modifikasi atau memperbaharui dari produk yang sudah ada sebelumnya, ini merupakan sebuah proses yang harus berkesinambungan untuk menahan masa penurunan dalam daur hidup intrinsic dari sebuah produk yang ada.<sup>15</sup> Pengembangan dalam penelitian ini adalah usaha untuk meningkatkan jumlah nasabah produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.
3. *Ar-Rāhn* (gadai) adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang

---

<sup>14</sup>Amirullah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Wacana Media, 2015), hlm. 175

<sup>15</sup>Ahmad Mukhsinin, Aan Suhenri, Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia, : *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 3, Nomor. 1, September 2018, hlm. 62-63

menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Arti sederhana *rāhn* adalah sejenis jaminan utang atau gadai.<sup>16</sup> *Ar-rāhn* (gadai) dalam penelitian ini adalah berupa harta milik si peminjam yang ditahan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal seperti Sertifikat Hak Milik (SHM).

4. *Rahn Tasjily* adalah jaminan dalam bentuk barang atas utang tetapi barang jaminan tersebut (*marhun*) tetap berada dalam penguasaan (pemanfaatan) rahun dan bukti kepemilikannya diserahkan kepada pembeli pinjaman (*murtahin*). Akad ini didalamnya penerima pinjaman (*rahin*) menyerahkan bukti kepemilikan barang kepada *murtaahin* dan penyerahan ini tidak meindahkan kepemilikan barang, meskipun barang tersebut apabila terjadi wanprestasi.
5. Pegadaian syariah adalah salah satu lembaga non bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang bertujuan untuk mencegah praktek pegadaian gelap, riba, serta pinjaman tidak wajar lainnya.<sup>17</sup> Pegadaian syariah dalam penelitian ini adalah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

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

Sejalan dengan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah yang penulis kemukan adalah:

1. Bagaimana penerapan Strategi Pengembangan Produk *Rāhn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
2. Apa Saja Kendala PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam mengembangkan produk *rāhn tasjily*?

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

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>16</sup>Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN Maliki Press. 2012), hlm. 151

<sup>17</sup>Laila Meghfirah, Ridwan Nurdin, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk *Rahn* Pada Pegadaian Syariah: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, Volume 1, Nomor. 1, Mei 2019, hlm. 113

1. Untuk mengetahui bagaimana peneparan Strategi Pengembangan Produk *Rāhn Tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.
2. Untuk mengetahui apa saja Kendala PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam mengembangkan produk *rāhn tasjily*.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan  
Memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap strategi pengembangan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar mampu menghadapi persaingan yang mencoba merebut konsumen.
2. Bagi Akademisi  
Dapat digunakan sebagai media untuk mengaplikasikan teori dalam mata kuliah fakultas ekonomi dan bisnis Islam prodi perbankan khususnya perbankan syariah.
3. Bagi Pihak Lain  
Memberikan tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi pembaca yang berhubungan dengan manajemen sumber daya manusia dan sebagai salah satu sumber referensi bagi kepentingan keilmuan.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Dalam penulis proposal ini, untuk memepermudah dan memahami, maka penulis membagi isi proposal dari V bab (lima bab). Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan** membahas pendahulu yang meliputi latar belakang masalah yang berisikan tentang hal apa saja yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap judul peneliti. Batasan masalah yaitu membatasi masalah dalam penelitian tyang berisikan tentang pertanyaan-

pertanyaan mengenai penelitian. Rumusan masalah yang berisikan tentang rumusan-rumusan masalah yang akan dibuat oleh peneliti. Batasan istilah yang berisikan tentang batasan-batasan istilah yang akan dibuat oleh peneliti. Tujuan peneliti yaitu berisikan maksud atau tujuan dilakukannya penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Kegunaan penelitian yaitu berisikan manfaat dilakukannya penelitian. Dan sistematika pembahasan yang menerangkan isi dalam setiap bab.

**BAB II Landasan Teori** yaitu berisikan mengenai kumpulan teori terdiri yang digunakan dalam pembuatan karya ilmiah. Dan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang akan membantu dalam penyusunan skripsi serta menjadi referensi peneliti.

**BAB III Metodologi Penelitian** mengenai metodologi penelitian berisikan lokasi dan waktu, jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan pengolahan data, analisis data, dan teknik pemeriksaan keabsahan data.

**BAB IV Hasil Penelitian** akan membahas mengenai gambaran objek penelitian, dan deskripsi data penelitian yang berisi tentang bagaimana sebenarnya bagaimana strategi pengembangan produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

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

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

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

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

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* (*stratos* = militer dan *og* = memimpin) yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang dalam membentuk rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama *Clauswitz*. Maka tidak mengherankan apabila istilah strategi sering digunakan dalam keneah peperangan. Apabila istilah strategi digunakan pertama kali dalam dunia militer.

Secara umum, kita mendefinisikan strategi sebagai suatu cara mencapai tujuan. Menurut *Clausewitz* dalam buku *Eddy Yunus*, strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

*Porter* dalam buku *Eddy Yunus*, mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik, sedangkan *Arthur A. j*, dalam buku *Eddy Yunus*, mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang



penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).<sup>18</sup>

Strategi merupakan suatu hal urgen dalam mempertahankan bisnis keunggulan suatu perusahaan dalam posisi pasar tergantung pada strategi yang mereka terapkan dalam menjalankan usahanya. Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang kadang-kadang harus berhadapan dengan jalan yang terjal dan berliku-beliku namun adapula yang relatif mudah. Pengertian strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>19</sup>

#### **b. Fungsi Strategi**

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Berikut ini fungsi dari strategi diantaranya:

- a) Mengkomunikasikan suatu maksud atau visi yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan dan mengkomunikasikan tentang apa yang akan dikerjakan, untuk siapa dan mengapa hasil kerjanya dapat

---

<sup>18</sup>Eddy Yunus, *Manajemen Staregis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 11-12

<sup>19</sup>Budi Gautama Siregar, Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, *Jurnal: Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, No. 1, Vol. 03, Juni 2017, hlm. 43

bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas organisasai dengan faktor lingkungan, dimana kapabilitas tersebut akan digunakan.

- b) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang lingkungannya.
- c) Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d) Menghasilkan dan membandingkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang, khususnya sumber dana dan sumber-sumber lainnya yang diolah atau digunakan dengan dihasilkannya sumber-sumber daya yang nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- e) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
- f) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan dan

menggunakan sumber daya serta mengarahkan aktivitas pendukungnya.<sup>20</sup>

## **2. Pengembangan Produk**

### **a. Pengertian Pengembangan produk**

Pengembangan produk adalah strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi pelanggan menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk. Pengembangan produk adalah proses perubahan yang dilakukan terhadap produk yang sudah ada sekaligus proses pencarian inovasi untuk menambah nilai terhadap produk yang sudah sekaligus proses pencarian inovasi untuk menambah nilai terhadap barang lama dengan mengkonversikannya ke dalam produk tersebut. Dengan adanya pengembangan berarti perusahaan sudah memahami tentang kebutuhan dan keinginan pasar.

### **b. Tujuan Pengembangan Produk**

Tujuan pengembangan produk adalah untuk memberikan nilai maksimal bagi konsumen, memenangkan persaingan perusahaan dengan memilih produk yang inovatif, produk yang dimodifikasi serta mempunyai nilai yang tinggi baik dalam desain warna, ukuran, kemasan, merek, dan ciri-ciri lain. Menurut Kotler dan Keller dalam

---

<sup>20</sup>Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 5-6

buku Maisir Butarbutar, umumnya tujuan pengembangan produk baru adalah:

- a) Untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan sebagai investor, yaitu dengan menawarkan produk yang lebih baru dari pada produk sebelumnya.
- b) Untuk mempertahankan daya saing terhadap produk yang sudah ada, yaitu dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan jenis kepuasan yang baru. Bentuknya bisa bertambah terhadap lini produk yang sudah ada mampu revisi terhadap produk yang telah ada.<sup>21</sup>

### 3. Gadai Syariah (*Rāhn*)

#### a. Pengertian Gadai (*Rāhn*)

*Rahn* secara harfiah adalah tetap, kekal, dan jaminan. Secara istilah *rahn* adalah apa yang disebut dengan barang jaminan, agunan, cagar, atau tanggungan, *rahn* yaitu menahan barang sebagai jaminan atau utang. Akad *rahn* juga diartikan sebagai sebuah perjanjian pinjaman dengan jaminan atau dengan melakukan penahanan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang gadai baru dapat diserahkan kembali pada pihak yang berutang apabila utangnya sudah lunas.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup>Marisi Butarbutar, dkk., *Manajemen Pemasaran Teori dan Pengembangan*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 134-136

<sup>22</sup>Sri Nurhayati- Wasilah, *Akutansi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 266

Akad *rahn* bertujuan agar pemberi pinjaman lebih mempercayai pihak yang berutang. Pemeliharaan dan penyimpanan barang gadaian pada hakekatnya adalah kewajiban pihak yang menggadaikan (*raḥin*), namun dapat juga dilakukan oleh pihak yang menerima barang gadai (*murtaḥin*) dan biayanya harus ditanggung *raḥin*. Besarnya biaya ini tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman. *Rahn* merupakan perjanjian penyerahan barang untuk menjadi agunan dari fasilitas pembiayaan yang diberikan.<sup>23</sup>

Menurut pendapat Imam Qudhamah dalam kitab Al- Mugbni, *rāḥn* adalah suatu benda yang dijadikan kepercayaan dari suatu barang untuk dipenuhi dari harganya, apabila berutang tidak sanggup membayarnya dari orang yang berpiutang. Sedangkan menurut pendapat Abu Zakaria Al-Anshary, dalam kitabnya Fathul Wahul, mendefinisikan *rahn* adalah menjadikan benda yang bersifat harta benda sebagai kepercayaan dari suatu yang dapat dibayarkan dari harta benda itu bila utang tidak dibayar.

*Rahn* (Gadai) adalah perjanjian pinjam-meminjam dengan menyerahkan barang sebagai tanggungan hutang, atau menjadikan suatu benda bernilai.<sup>24</sup> Menurut Ahmad Azhar Basyir dalam buku Zainuddin Ali gadai adalah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan utang, dengan adanya benda

---

<sup>23</sup>Sultan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam: Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2014), hlm. 76

<sup>24</sup>Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.

yang menjadi tanggungan itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.<sup>25</sup>

#### b. Landasan Hukum Gadai Syariah (*Rahn*)

Boleh tidaknya transaksi Gadai (*Rahn*) menurut Islam, diatur dalam Al-Quran, dan Ijtihad

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

Ayat al-qur'an yang dapat dijadikan dasar hukum perjanjian gadai adalah Q.S Al-Baqarah ayat 282 dan 283:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ  
 أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ  
 بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ.....

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya....<sup>26</sup>

❖ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ  
 مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي  
 أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُرَ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُرَ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا

<sup>25</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hlm. 3

<sup>26</sup>Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 174

الشَّهَدَةُ وَمَنْ يَكْتُمَهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ

بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>27</sup>

Ayat tersebut secara eksplisit menyebutkan barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Dalam dunia finansial barang tanggungan biasa dikenal sebagai jaminan (*collateral*) atau objek pegadaian.

## 2) Ijtihad

Berdasarkan Al-Quran dan hadist di atas menunjukkan bahwa transaksi atau perjanjian gadai (*rahn*) dibenarkan dalam Islam bahkan Nabi pernah melakukannya. Namun demikian perlu dilakukan pengkajian lebih mendalam dengan melakukan ijtihad.

## 3) Fatwa Dewan Syariah Nasional

---

<sup>27</sup>Muhammad Syafi'i Antoni, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2016), hlm. 128

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN/MUI) menjadi salah satunya rujukan yang berkenaan dengan gadai syariah, diantaranya dikemukakan sebagai berikut:

- a) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 25/DSNMUI/III/2002, tentang *Rahn*.
- b) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 26/DSNMUI/III/2002, tentang *Rahn* emas.
- c) Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 68/DSN-MUI/III/2008 tentang *Rāhn Tasjily*.

Fatwa yang dikeluarkan oleh DSN ini menjadi rujukan yang berlaku umum serta mengikat bagi lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia, demikian pula mengikat bagi masyarakat yang berintegrasi dengan Pegadaian Syariah.<sup>28</sup>

### c. Rukun Gadai Syariah (*Rahn*)

Transaksi gadai menurut syariah haruslah memenuhi rukun gadai yaitu:

- 1) *Rahn* orang yang menggadaikan, ia adalah orang yang berutang .
- 2) *Murtaḥin* orang yang menerima gadai, ia adalah orang yang memberikan piutang.
- 3) *Marḥūn* barang gadaiaan.
- 4) *Marḥūn biḥ* utang nilai, atau barang yang dipinjam oleh *rahn* kepada *murtaḥin*.

---

<sup>28</sup>Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Grub, 2015), hlm.9-10



5) *Sighat* akad kontak ijab Kabul.

**d. Syarat Gadai Syariah (*Rahn*)**

Dalam menjalankan transaksi *Rahn* harus dipenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) Barang gadai yang berada di tangan pihak yang menerima gadai, bukan ditangan pihak yang menggadaikan.
- 2) Barang-barang yang tidak boleh diperjualbelikan tidak boleh digadaikan.
- 3) Jika tempo telah habis, pihak yang menerima gadai meminta pihak yang menggadaikan melunasi utangnya.
- 4) *rahn* boleh dititipkan kepada orang yang bisa dipercaya selain *murtahin*.
- 5) Jika *rahn* mensyaratkan *rahn* tidak dijual ketika utangnya telah jatuh tempo, *rahn* menjadi batal.<sup>29</sup>

**e. Jenis Barang Gadai**

Jenis barang gadai (*marhun*) adalah barang yang dijadikan agunan oleh *rahin* sebagai pengikat utang, dan dipegang oleh *murtahin* sebagai jaminan utang. Menurut ulama hanafi, barang-barang yang dapat digadaikan adalah barang-barang yang memenuhi:

- 1) Barang yang dapat dijual. Karena itu, barang-barang yang tidak berwujud tidak dapat dijadikan barang gadai, misalnya menggadaikan buah dari sebuah pohon yang belum berbuah,

---

<sup>29</sup>Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 221-222

menggadaikan binatang yang belum lahir, menggadaikan burung yang ada di udara.

- 2) Barang gadai harus berupa harta menurut pandangan syara' tidak sah menggadaikan sesuatu yang bukan harta, seperti bangkai, hasil tangkapan di tanah haram, arak, anjing, serta babi. Semua barang ini tidak diperbolehkan oleh syara' dikarenakan berstatus haram.
- 3) Barang gadai tersebut harus diketahui, tidak boleh menggadaikan sesuatu yang majhul (tidak dapat dipastikan ada atau tidaknya).
- 4) Barang tersebut merupakan milik si *raḥin*.<sup>30</sup>

#### **f. Manfaat Gadai Syariah (*Rahn*)**

Manfaat yang dapat diambil oleh pegadaian dari *rahn* adalah sebagai berikut:

- 1) Menjaga kemungkinan nasabah untuk lalai atau bermain-main dengan fasilitas pembiayaan yang diberikan pegadaian.
- 2) Memberikan keamanan bagi semua penabung dan pemegang deposito bahwa dananya tidak akan hilang begitu saja jika nasabah peminjam ingkar janji karena suatu aset atau barang (*marḥun*) yang dipegang oleh pegadaian.

---

<sup>30</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hlm 26

- 3) Jika *rāhn* ditetapkan dalam mekanisme pegadaian, sebuah barang tentu akan sangat membantu saudara kita kesulitan dan, terutama di daerah-daerah.

Adapun manfaat yang langsung didapat bank adalah biaya-biaya konkret yang harus dibayar oleh nasabah untuk pemeliharaan dan keamanan aset tersebut, jika penahanan aset berdasarkan fidusia (penahanan barang bergerak sebagai jaminann pembayaran), nasabah juga harus membayar biaya asuransi yang besarnya sesuai dengan yang berlaku secara umum.<sup>31</sup>

**g. Kendala Pengembangan *Rahn* (Pegadaian Syariah)**

Dalam realisasi terbentuknya *rahn* (Pegadaian Syariah) dari praktek yang telah dijalankan bank yang menggunakan gadai syariah ternyata menghadapi kendala-kendala sebagai berikut:

- 1) Pegadaian syariah relative baru sebagai sistem keuangan.
- 2) Masyarakat kurang familiar dengan produk *rahn* dilembaga keuangan syariah.
- 3) Kebijakan pemerintah tentang *rahn* (gadai syariah) belum akomodatif terhadap keberadaan pegadaain syariah.
- 4) *Rahn* (pegadaian syariah) kurang populer.<sup>32</sup>

**h. Aspek Pendirian *Rahn* (Pegadaian Syariah)**

---

<sup>31</sup>Muhammad Syafi’I Antoni, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gemi Insani, 2011), hlm. 130

<sup>32</sup>Dicki Hartanto, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2011), hlm. 104

Dalam mewujudkan sebuah pegadaian yang ideal dibutuhkan beberapa aspek pendirian, adapun aspek-aspek pendirian *rāhn* (pegadaian syariah) tersebut diantaranya:

1) Aspek Legalitas

Mendirikan lembaga gadai (*rahn*) dalam bentuk perusahaan memerlukan izin pemerintah, sebagaimana peraturan pemerintah No. 10 tahun 1990 tentang berdirinya lembaga gadai yang berubah dari banyak perusahaan jawatan (PERJAN) pegadaian menjadi perusahaan umum (PERUM) pasal 3 ayat 1a menyebutkan bahwa pegadaian adalah badan usaha tunggal yang diberikan wewenang untuk menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai. Kemudian misi dari perum pegadaian disebutkan pada pasal 5 ayat 2b, yang menyatakan pencegahan praktik ijarah, riba pinjaman tidak wajar lainnya. Pasal-pasal tersebut dapat dijadikan legalitas bagi berdirinya pegadaian syariah.

2) Aspek Permodalan

Modal untuk menjalankan perusahaan gadai (*rahn*) adalah cukup besar, karena selain diperlukan untuk peminjaman kepada nasabah, juga diperlukan investasi untuk menyimpan barang gadai, demikian juga biaya operasional sehari-hari yang dikeluarkan oleh pegadaian itu sendiri. Pemodalangan gadai syariah bisa diperoleh dengan sistem bagi hasil, seperti mengumpulkan

dana dari beberapa orang (musyarakah), atau dengan mencari sumber dana (shahubul mal), seperti bank atau perorangan untuk mengelolah perusahaan gadai syariah (mudharabah).

### 3) Aspek Sumber Daya Manuaia (SDM)

Keberlangsungan pegadaian syariah (*rahn*) sangat ditentukan oleh kemampuan SDM nya yang harus memenuhi sistem operasional gadai syariah (*rāhn*) kemampuan analisis mengenal investasi yang dapat mendatangkan hasil yang baik dan masalah-masalah yang dihadapi nasabah yang berhubungan penggunaan uang gadai, terutama dalam melakukan penaksiran atas barang gadai.<sup>33</sup>

### 4) Aspek Kelembagaan

Perusahaan gadai syariah (*rahn*) membawa misi syiar Islam oleh karena itu harus dapat diyakini bahwa seluruh prosoes operasional dilakukan tidak menyimpang dan prinsip syariat Islam. Praktik gadai (*rahn*) yang dilakukan semaksimal mungkin menghindari praktik bisnis yang mengandung unsur-unsur *riba*, *gharar* dan *maisir*. Oleh karena itu setiap pelaksanaan operasional yang dilakukan dalam praktik gadai syariah dikonsultasikan kepada Dewan Pengawas Syariah (DPS).

---

<sup>33</sup>Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm 86-89

#### 5) Aspek Sistem dan Prosedur

Pelaksanaan sistem dan prosedur dalam pelaksanaan gadai syariah di perum pegadaian adalah sistem lembaga keuangan modren yang mengutamakan efesiensi dan efektivitas dalam berbisnis. Oleh Karena itu, semua sistem dan prosedur yang dijalankan di pegadaian syariah bertujuan untuk memudahkan bagi para nasabah dalam mengakses perjanjian utang-piutang dengan cabang pegadaian syariah (*rahn*) yang ada diseluruh Indonesia.<sup>34</sup>

#### 6) Aspek Pengawasan

Aspek pengawasan dari suatu usaha perusahaan gadai syariah (*rahn*) adalah sangat penting karena untuk menjaga-jaga agar supaya pegadaian syariah (*rahn*) tetap melayani prinsip syariah, maka dari itu gadai syariah harus diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. Dewan Pengawas Syariah bertugas sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>35</sup>

#### **i. Strategi Pengembangan dan Mekanisme Operasional *Rahn* (Pegadaian Syariah)**

Strategi adalah cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran atau objective). Strategi harus mampu membuat semua bagian dari suatu organisasi yang luas menjadi satu, terpadu,

---

<sup>34</sup>Zainuddin Ali, *Op. Ct.*, hlm. 56-57

<sup>35</sup>Andrian Sutedi, *Op. Cit.*, hlm. 90

untuk mencapai tujuan akhir, ini adalah masalah kegiatan operasi organisasi.<sup>36</sup>

*Rahn* adalah menahan sesuatu dengan cara dibenarkan yang memungkinkan ditarik kembali, yaitu menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syariah sebagai jaminan utang sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utangnya semua atau sebagian.<sup>37</sup>

Pegadaian adalah lembaga keuangan non bank yang termasuk dalam klasifikasi perantara investasi. Perum pegadaian dimiliki oleh pemerintah Indonesia (BUMN). Pegadaian banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dan pengusaha golongan kecil dan menengah sebagai alternatif sumber pendanaan selain bank. Perum pegadaian memberikan pinjaman dengan jaminan/agunan barang-barang tidak bergerak. Hampir semua jenis barang tidak bergerak bisa dijadikan jaminan, seperti perhiasan (emas, perak, berlian, dan batu permata lainnya), perabotan rumah tangga dan kendaraan.

Pegadaian syariah sendiri merupakan salah satu usaha yang bergerak pada sektor jasa yang saat ini perkembangannya sangat pesat dan menjadi bagian dari kehidupan keuangan Islam. Secara umum pengertian usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan

---

<sup>36</sup>Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 9

<sup>37</sup>Trisadini P. Usanti dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 41-42

sejumlah barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai.<sup>38</sup>

Mekanisme Operasional syariah menggambarkan hubungan diantara nasabah dan pegadaian. Adapun teknis pegadaian syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Nasabah meminjamkan barang kepada pegadaian syariah untuk mendapatkan pembiayaan. Kemudian pegadaian menaksir barang jaminan untuk dijadikan dasar dalam memberikan pembiayaan.
- 2) Pegadaian syariah dan nasabah menyetujui akad gadai. Akad itu mengenai beberapa hal, seperti kesepakatan biaya gadai, jatuh tempo gadai, dll.
- 3) Pegadaian syariah menerima biaya gadai, seperti biaya penitipan, biaya pemeliharaan, penjagaan dan biaya penaksiran yang dibayar pada awal transaksi oleh nasabah.
- 4) Nasabah menebus barang yang digunakan setelah jatuh tempo.<sup>39</sup>

Banyak usaha strategis yang dapat dilakukan oleh lembaga berwenang terkait pengembangan pegadaian syariah, di antara usaha tersebut adalah:

- 1) Usaha untuk membentuk lembaga pegadaian syariah terus dilakukan sebagai upaya untuk mensosialisasikan praktek ekonomi syariah di masyarakat menengah ke bawah yang

---

<sup>38</sup>Sarmiana Batubara & Afrini Nasution, Strategi Pemasaran Dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan, *Jurnal : Aghniya Ekonomi Islam*, No. 1, Vol. 3, Juni 2021 hlm. 2

<sup>39</sup>Firman Setiawan, *Buku Ajar Lembaga Keuangan Syariah Non Bank*, (Jakarta: Duta Media Publishing, 2017), hlm. 44-45



mengalami kesulitan dalam mendapatkan pendanaan. Untuk pengembangan diperlukan adanya kerjasama dari berbagai pihak guna menentukan langkah-langkah dalam pembentukan lembaga pegadaian syariah yang lebih baik.

- 2) Masyarakat akan lebih memilih pegadaian dibandingkan bank di saat mereka membutuhkan dana karena prosedurnya yang mudah. Maka cukup alasan bagi pegadaian syariah untuk eksis di tengah-tengah masyarakat yang membutuhkan pembiayaan.
- 3) Pegadaian syariah bukan pesaing yang meyebabkan kerugian bagi lembaga keuangan syariah lainnya, tetapi untuk saling mendukung terciptanya sistem keuangan yang berbasis syariah.
- 4) Pemerintah perlu segera mengakomodir keberadaan pegadaian syariah ini dengan membuat peraturan perundang-undangan tersendiri yang berlaku secara formal.<sup>40</sup>

Dengan demikian pegadaian syariah adalah lembaga keuangan yang memberikan jasa kepada masyarakat yang berupa pinjaman uang yang dimana mereka harus memberikan jaminan berupa barang terlebih dahulu. Dan teknis operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah yang tidak ada bunga didalamnya.

#### **4. Pembiayaan *Rahn Tasjily***

##### **a. Pengertian *Rahn Tasjily***

---

<sup>40</sup>Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 182-183

*Rahn tasjily* adalah jaminan bentuk barang atas utang tetapi barang jaminan tersebut (*marhun*) tetap berada dalam penguasaan (pemanfaatan *rahin* dan bukti kepemilikannya diserahkan kepada *murtahin*).

*Rahn tasjily* bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn tasjily* dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. *Rahin* menyerahkan bukti kepemilikan barang kepada *murtahin*
2. Penyimpanan barang jaminan dalam bentuk bukti sah kepemilikan atau sertifikat tersebut tidak memindahkan kepemilikan barang ke *murtahin*. Dan apabila terjadi wanprestasi atau tidak dapat melunasi utangnya, *marhun* dapat dijual paksa/ dieksekusi langsung baik melalui lelang atau dijual ke pihak lain sesuai prinsip syariah.
3. *Rahin* memberikan wewenang kepada *murtahin* untuk mengeksekusi barang tersebut apabila terjadi wanprestasi atau tidak dapat melunasi utangnya.
4. Pemanfaatan barang *marhun* oleh *rahin* harus dalam batas kewajaran sesuai kesepakatan.
5. *Murtahin* dapat menegakan biaya pemeliharaan dan penyimpanan barang *marhun* berupa bukti sah kepemilikan atau sertifikat) yang ditanggung oleh *rahin*.
6. Besaran biaya pemeliharaan dan penyimpanan barang *marhun* tidak boleh dikaitkan dengan jumlah pinjaman yang diberikan.

7. Besaran biaya didasarkan pada pengeluaran yang riil dan beban lainnya berdasarkan akad ijarah.
8. Biaya asuransi pembiayaan *rahn tasjily* ditanggung oleh *rahn*.<sup>41</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Gadai (*rahn*) mempunyai ciri-ciri, antara lain:

- a) Terdapat barang-barang berharga yang digadaikan.
- b) Nilai jumlah pinjaman tergantung nilai barang yang digadaikan.
- c) Barang yang digadaikan dapat ditebus kembali.<sup>42</sup>

Adapun penelitian terdahulu mengenai *rāhn* (gadai) yang pernah dilakukan dan sebagai pengamatan penelitian ini adalah dengan judul Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (studi kasus Bank BJB Syariah Cabang Bogor) menyatakan bahwa:

Implementasi strategi pemasaran produk gadai emas pada Bank BJB syariah dalam meningkatkan pendapatan bank dapat dilihat dari perolehan nasabah di tahun 2013 yang jumlahnya mencapai 5.100 nasabah. Hal ini tentu akan tercapai tanpa strategi pemasaran yang jitu. Terbukti kenaikan jumlah nasabah gadai emas pun dalam setahun 2012-2013 mencapai 46,29 %. Kenaikan perolehan dan ini menandakan bahwa telah meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap bank BJB Syariah. serta peran dari strategi pemasaran itu sendiri yang diterapkan oleh pihak bank dalam upaya memperkenalkan produknya untuk mengikuti perkembangan zaman dengan cara melakukan penyempurnaan produknya dan profesionalitas.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup>Ahmad Ifham Sholihin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2010), hlm686-687

<sup>42</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 231

<sup>43</sup>Ulfat Ahmad Nurlette, dkk. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (Studi kasus Bank BJB Syariah Cabang Bogor), dalam *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume. 5, No. 2, September 2015, hlm. 236

**b. Prosedur Penyaluran Pembiayaan *Rahn Tasjily***

*Rahn Tasjily* tanah merupakan fitur layanan rahn (gadai syariah) yang jaminannya berupa bukti kepemilikan tanah atau sertifikat tanah yang ditunjukkan kepada petani dan pengusaha mikro untuk mengembangkan usahanya.

Berikut ini merupakan alur pemberian pembiayaan Rahn Tasjily Tanah pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal:

1. Nasabah menyiapkan persyaratan dan ketentuan yang telah ditetapkan pihak pegadaian untuk mengajukan pembiayaan *Rahn Tasjily*.
2. Nasabah menggadaikan sertifikat tanah pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.
3. Setelah itu, nilai tanah ditaksir sehingga diperoleh nominal nilai taksiran.
4. Kemudian nilai taksiran tersebut PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal menentukan biaya jual beli manfaat tempat penyimpanan (sewa) dan jasa penjagaan agunan sertifikat tanah.
5. Selanjutnya nasabah mendapatkan pinjaman dari PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

6. Pinjaman tersebut berupa sejumlah uang dengan nominal tertentu yang baru dikembalikan sesuai dengan jumlah uang yang dipinjam nasabah.
7. Uang pinjaman ini boleh secara tunai ataupun transfer.

Berdasarkan prosedur penyaluran tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah uang yang harus dibayarkan nasabah adalah senilai pinjaman ditambah dengan senilai harga jual beli manfaat (sewa) dan jasa pemeliharaan agunan.

Penyaluran ini dikhususkan untuk petani dan pengusaha mikro yang berkasnya sudah diverifikasi dan dilihat usahanya oleh tim PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal. Prosedur dan alur bisnis produk ini mudah dilakukan dan prosesnya cepat. Jika nasabah gagal bayar, tentu saja tidak dengan agunan sertifikat tanah dieksekusi begitu saja pasti ada kesempatan bagi nasabah untuk menebus sertifikat tanahnya dengan tetap melakukan pembayaran atas kreditnya. Jika nasabah benar-benar tidak melakukan, maka agunan berupa sertifikat tersebut diproses untuk dijual.

Jika hasil penjualannya melebihi jumlah pinjaman, maka kelinhannya dikembalikan kepada nasabah. Jika hasil penjualannya kurang dari jumlah pinjaman, maka nasabah tetap wajib membayar kekurangannya.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup><http://www.Pegadaian.co.id>

## B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang membahas tentang penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil
1	Laila Maghfirah dan Ridwan Nurdin, (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, Volume 1, No. 1, Mei 2019).	Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk <i>rahn</i> Pada Pegadaian Syariah (Studi kasus pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi secara simultan mempengaruhi minat. Secara persial, menunjukkan bahwa promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk <i>rahn</i> pada kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh.
2	Ulfat Ahmad Nurlette, Ahmad Sobari, dan Ahmad Mulyadi Kosim, (Jurnal Ekonomi Islam, Volume 5, No. 2 September 2015).	Analisis strategi Pemasaran Produk Gadai Emas ( <i>Rahn</i> ) dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (Studi Kasus Bank BJB Syariah Cabang Bogor).	Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BJB Syariah cabang Kota Bogor adalah strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Lokasi, Strategi Promosi dan Strategi Pelayanan. Sehingga diketahui pemasaran produk gadai ean Bank BJB Syariah Cabang Kota Bogor mampu mengetahui perkembangan jumlah nasabah, ini terbukti dengan pencapaian target dan peningkatan omset dari usaha syariah serta pertumbuhan jumlah nasabah dari tahun ketahun yang semakin meningkat dan cara promosi melalui media verbal (dari mulut kemulut) merupakan strategi yang paling mampu menarik

			minat nasabah dan meningkatkan pendapatan bank itu sendiri untuk menggadaikan emas mereka pada Bank BJB Syariah, sehingga mempengaruhi pendapatan bank.
3	Ahmad Muksin dan Aan Suhendri, (Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 3, No. 1, September 2018	Strategi Pengembangan Produk Bank di Indonesia	Perkembangan inovasi produk perbankan syariah mengacu pada standar syariah ( <i>shariah standards</i> ) dan <i>shariah governance</i> berpedoman pada standar internasional pemenuhan integritas dan kualitas sumber daya manusia Perbankan Islam. Kesesuaian akad dan tidak mendzalimi masyarakat sebagai konsumen. Pada sistem operasi bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (misalnya modal usaha) dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan.
4	Masroom, (Skripsi: Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram 2019).	Strategi Pengembangan Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Ende.	Hasil dari penelitian ini sebagai berikut: <i>Pertama</i> , strategi pemasaran yang digunakan oleh pegadaian syariah cabang Ende menggunakan strategi 4P: <i>Product, Price, Place, dan Promotion</i> . Dalam hal ini produk dengan cara Pengembangan produk <i>ar-rahn</i> menjadi ARRUM ( <i>Ar-Rahn</i> untuk usaha mikro Kecil) dan mengoptimalkan transaksi. Dalam hal harga mu'nah (biaya administrasi) bagi produk yang lain seperti arrum dan amanah

			<p>mu'nah ini berkisar dari yang paling bawah Rp 2.500,- sampai dengan Rp 125.000,-. Hal ini mempengaruhi eksistensi pegadaian Syariah dalam hal distribusi, yang dilakukan dengan cara UPC (Unit Pelayanan Cabang). Dalam hal promosi, yaitu dengan periklanan berupa leaflet, brosur, spanduk, souvenir, publisitas, <i>kedua</i> strategi pemasarannya yang telah dilakukan oleh pegadaian syariah cabang ende ternyata mampu meningkatkan jumlah nasabah ini, terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2014-2018.</p>
5	<p>Wiki Fatmala (Skripsi: Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)</p>	<p>Analisis Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Way Halim)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran di pegadaian unit pelayanan syariah way halim menerapkan bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>), yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Strategi harga dan strategi tempat sudah baik, karena harga yang diberikan oleh pegadaian sudah ditentukan oleh kantor pusat, sedangkan untuk strategi tempat sebelum pegadaian unit pelayanan syariah way halim didirikan sudah dilakukan survey terlebih dahulu. Namun, strategi produk dan strategi promosi belum baik, karena pegadian Unit Pelayanan Syariah way halim belum maksimal dlam memperkenalkan produknya., begitu juga dengan strategi pemasarannya, perlu meningkatkan strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah, misalnya melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Selain itu, pegadaian unit</p>



			pelayanan syariah way halim menerapkan segmentasi pasar dengan cara mengelompokkan pasar berdasarkan dengan pekerjaan, pendapatan perbulan, dan faktor usia. Adalah masyarakat yang mulai hidup mapan, memiliki rumah yang layak, dan kebutuhan sehari-hari tercukupi.
6	Hensi Yusifa, (Skripsi: Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Bengkulu, 2017)	Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pda Unit Pegadain Syariah Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu	Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk dalam meningkatkan minat nasabah pada unit pegadaian syariah jalan semangka panorama kota Bengkulu dalam pemasaran yaitu pertama dengan strategi pemasaran melalui penyebaran brosur, <i>call calling</i> , <i>direct selling</i> dengan melakukan promosi ke tempat yang berbeda mislanya sekolah-sekolah, perkantoran, pasar jalan raya, ini bertujuan menyampaikan informasi kepada nasabah agar nantinya nasabah dapat mengenal produk-produk yang ada di pegadaian. Kendala pegadaian syariah dalam memasarkan produk untuk meningkatkan minat nasabah ada beberapa, diantaranya promosi yang dilakukan kurang, kurangnya sosialisasi, terbatasnya biaya operasional. Dan anggapan masyarakat bahwa pegadaian hanya sebagai tempat menggadaikan uang
7	Ayu, (Skripsi: Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama	Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah	Hasil dari penelitian ini sebagai berikut: (1) strategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo meliputi tiga variabel yaitu: <i>Pertama</i> , dengan strategi produk, dengan

	Islam Negeri Palopo, 2018)	Cabang Palopo.	<p>cara pengembangan produk <i>rahn</i>, arrum, mulia, dan jasa taksiran. <i>Kedua</i> dengan strategi periklanan, yaitu dilakukan dengan cara promosi melalui periklanan baik majalah, brosur, spanduk, media sosial seperti facebook dan instagram dan memberikan undian berhadiah kepada masyarakat yang mengumpulkan koin terbanyak dan <i>Ketiga</i>, adalah startegi harga dan (2) Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Polopo ternyata ammapu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah uang, pinjaman/omset dan jumlah barang jaminan yang dimiliki Pegadaian Syariah Palopo. Peningkatan jumlah uang pinjaman/omset, sebesar 85,5% pada periode Agustus-Desember 2015 ke periode Januari-Desember 2016 yakni dari Rp. 1.061.372.000 menjadi Rp. 10.131.608.000 dan peningkatan sebesar 62,6 %.</p>
--	----------------------------	----------------	---

Dari penelitian biasanya memiliki persamaan dan perbedaan. Maka persamaan dan perbedaan penelitian diatas adalah:

- 1) Laila Maghfirah dan Ridwan Nurdin Persamaanya adalah sama-sama meneliti tentang produk yang diteliti, dan sedangkan perbedaanya lokasi penelitian.
- 2) Ulfat Ahmad Nurlette, Ahmad Sobari, dan Ahmad Mulyadi Kosim, Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi dan produk yang diteliti, sedangkan perbedaannya adalah lokasi penelitian.

- 3) Ahmad Mukhsin persamaannya sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan, sedangkan perbedaannya lokasi penelitian.
- 4) Masroom, persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah dan produk yang diteliti, dan sedangkan perbedaannya lokasi penelitian.
- 5) Wiki Fatmala, persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah, dan sedangkan perbedaannya lokasi dan produk yang diteliti.
- 6) Hensi Yusifa, persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah dan produk yang diteliti, dan sedangkan perbedaannya lokasi penelitian.

Ayu, persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah, dan sedangkan perbedaannya adalah produk yang diteliti dan lokasi penelitian.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal. Lokasi ini merupakan pusat PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal yang beralamat di Jl. Merdeka No. 111 Mandailing Natal sipolu-polu depan Pasar Baru Panyabungan sehingga diharapkan dapat memberikan data-data yang lebih valid tentang Strategi Pengembangan Produk *Rāhn Tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal. Waktu penelitian dilakukan dari Januari 2020 sampai selesai.

#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut Krik dan Miller menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia beragaman manusia, beragam tindakan, beragam kepercayaan, dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup>Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: Cv Jejak, 2018), hlm. 7-8

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif bersifat induktif berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan, metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, yaitu suatu data yang mengandung makna.

### C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang memberikan informasi tentang masalah atau keadaan yang sebenarnya. Untuk memperoleh data dan informasi maka dibutuhkan adanya subjek penelitian.<sup>46</sup> Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, staf marketing, karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dan nasabah produk *Rāḥn Tasjily*.

### D. Sumber Data

Dalam sebuah penelitian ada dua jenis data yang diperlukan, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini penelitian memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primernya adalah pimpinan, staf marketing, karyawan dan nasabah produk *rāḥn tasjily*.

---

<sup>46</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2016), hlm. 88

2. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat public, yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Dengan kata lain data sekunder diperoleh penelitian secara tidak langsung, melalui perantara atau diperoleh dan dicatat dari pihak lain.<sup>47</sup> Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen, buku-buku, dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan masalah penelitian.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan penelitian digunakan instrumen penelitian data sebagai berikut:

1. Observasi, observasi dilakukan dengan pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan pada peneliti. observasi ini dipakai peneliti untuk memperoleh keterangan-keterangan terkait Strategi Pengembangan Produk *Rāhn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.
2. Wawancara, wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu, wawancara dalam istilah lain dikenal dengan *interview*. Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan berita, data, atau fakta dilapangan. Prosesnya bisa dilakukan secara langsung dengan

---

<sup>47</sup>Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 79

bertatap muka langsung (*face to face*) dengan informan. Namun, bisa juga dilakukan dengan tidak langsung seperti melakukan telpon, internet atau surat (wawancara tertulis).<sup>48</sup> Ada dua cara untuk membedakan tipe wawancara dalam tataran yang luas yaitu terstruktur dan tidak terstruktur.

a. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

b. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe wawancara yang terstruktur untuk mendapatkan hasil yang lebih terarah dan sistematis dengan mempersiapkan daftar wawancara secara tertulis. Disini penulis mengadakan Tanya jawab secara langsung mengenai masalah yang diteliti dengan sumber data yaitu Bapak Afrizal sebagai

---

<sup>48</sup>Muhammad Mulyadi, *Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Serta Praktek Kombinasinya Dalam Penelitain Sosial*, (Yogyakarta: Publica Institute, 2012), hlm. 100-101

pimpinan/pengelola, Bapak Aswar Nasution sebagai Kasir/karyawan dan Ibu Dinda sebagai Marketing/sales yang bekerja di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dan ditambahi dengan wawancara kepada Bapak Agussalim, Ibu Mardiani, Ibu Zuraida, dan Ibu Sinar sebagai nasabah produk *Rahn Tasjily*. Dimana wawancara ini digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan yang digunakan pihak Pegadaian dan kendala-kendala apa sayayang dihadapi oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

Wawancara yang pertama telah dilaksanakan pada minggu 28 Juni 2020 dengan tujuan untuk menjawab latar belakang masalah penelitian awal, dalam hal ini peneliti juga menggunakan *recorder* yang merekam percakapan selama wawancara langsung. Dan wawancara kedua yang akan dilakukan setelah seminar proposal dengan tujuan wawancara mendalam untuk menjawab rumusan masalah penelitian sesuai dengan yang dicantumkan dalam rumusan masalah ataupun untuk menjawab permasalahan penelitian sesuai dengan yang dicantumkan dalam rumusan masalah. Adapun indikator dalam penelitian ini untuk menjawab yang tercantum dalam rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- 1) Penerapan strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah di Unit Pegadaian Syariah Mandailing Natal.
- 2) Proses strategi pengembangan Produk *Rāhn Tasjily* di Unit Pegadaian Syariah Mandiling Natal.



- 3) Pelayanan kepada yang sudah menjadi nasabah produk *rahn tasjily* sudah dijalankan Unit Pegadaian Syariah Mandailing Natal.
  - 4) Perkembangan jumlah nasabah produk *rāhn tasjily* setelah lounchingnya produk *rahn tasjily* di Unit Pegadaian Syariah Mandiling Natal.
  - 5) Apakah ada kendala dalam mengembangkan produk *rāhn tasjily* di Unit Pegadaian Syariah Mandailing Natal?
3. Dokumentasi, merupakan catatan peristiwa penting yang dilakukan oleh peneliti selama berlangsungnya penelitian, dokumentasi juga merupakan catatan peristiwa penting yang sudah berlalu dapat berbentuk tulisan, data gambar, atau karya dari seseorang.<sup>49</sup> Dokumentasi yang dilakukan pada wawancara pertama yang berlangsung pada tanggal 28 Juni 2020 adalah dengan menggunakan smartphone dalam dokumentasi seperti foto dan rekaman wawancara. Wawancara kedua setelah seminar proposal akan menggunakan instrumen yang sama juga dalam pengambilan dokumentasi yaitu memakai smartphone untuk foto dan rekaman.

#### **F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian merupakan pekerjaan yang amat kritis dalam proses penelitian, penelitian harus secara cermat menentukan pola analisis statistik ataupun nonstatistik.<sup>50</sup> Dengan melihat landasan penelitian teoritis, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

---

<sup>49</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 137

<sup>50</sup>Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Pengembangan*, (Jakarta, Kencana, 2012), hlm. 209

analisis kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan produk *rāhn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

Tujuan analisis data adalah proses mengatur urusan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar kegiatan analisis data dalam hal ini ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengategorikannya, bertujuan menemukan tema dan hipotesis kerja yang akhirnya diangkat menjadi teori substensif.<sup>51</sup>

Aktivitas dalam analisis data yaitu:

- a. Reduksi data (*data reduction*) yaitu pengolahan data mulai dari editing. Concluding, hingga tabulasi data yang mencakup kegiatan menghihtiarikan hasil pengumpulan data selengkap mungkin dan memilihnya kedalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu.
- b. Penyajian data (*display data*), hasil reduksi data diorganisasikan sehingga terlihat sosoknya secara lebih utuh.
- c. *Conclution drawing and verification*, pembuatan tabel atau diagram berbentuk sketsa, synopsis, matriks, ataupun jenis reduksi data yang telah diorganisasikan untuk memudahkan pemaparan dan penegasan kesimpulan.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 428

<sup>52</sup>Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 7-8

### **G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data**

Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan teknik triangulasi yaitu pemeriksaan, memperhatikan sesuatu yang lain diluar data keperluan, pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu dengan cara sebagai berikut:

1. Membandingkan data dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang dengan secara pribadi.

Membandingkan keadaan dan perspektif seorang dengan berbagai pendapat dan pandangan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Hasil Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal**

Pegadaian merupakan sebuah lembaga BUMN yang bergerak dalam bidang jasa perkreditan atas dasar hukum gadai. Menurut sejarah berdirinya, pegadaian didirikan oleh pemerintah Hindia-Belanda pada tanggal 1 April 1901 yang ditandai dengan didirikannya Pegadaian Cabang Sukabumi dan sampai sekarang setiap tanggal 1 April diperingati dengan hari ulang tahun pegadaian.

Latar belakang didirikannya pegadaian syariah yaitu untuk mencegah ijon, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya, untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil dan untuk mendukung program dibidang ekonomi dan pembangunan. Pada tanggal 15 November 2005 PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan berdiri dan mulai membuka unitnya di Sadabuan, Sapiro, dan Sibuhuan. tujuannya untuk memudahkan masyarakat mendapatkan dan yang cepat, mudah dan aman.

Pada tahun 2016 Pegadaian Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan membuka unit di Pasar Baru Panyabungan dengan nama PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Mandailing Natal, hal ini bertujuan untuk lebih memudahkan akses masyarakat datang ke

pegadaian karena terletak di pinggir jalan dekat Pasar Baru Panyabungan. Tujuannya untuk lebih memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat, mudah, dan aman dengan Prinsip Syariah.<sup>53</sup>

## 2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah

### a. Visi Perusahaan

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 Perusahaan

Dalam menjalankan kegiatannya pegadaian memiliki misi yang ingin dicapai yaitu:

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercapai, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Afrizal, Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, pada tanggal 13 November 2020 pukul 10.20 WIB

<sup>54</sup>[www.pegadaian.com](http://www.pegadaian.com) diakses tanggal 24 November 2020 Pukul 06.30 WIB0

### 3. Produk-produk Unggulan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal<sup>55</sup>

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

Gadai syariah adalah skim pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dana dalam sistem gadai sesuai syariah dengan barang jaminan berupa emas, perhiasan berlian, cepat prosesnya dan aman penyimpanannya.

#### b. *Arrum* Usaha Mikro

*Arrum* (untuk usaha mikro) adalah pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro/kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembangan secara angsuran, menggunakan jaminan emas, berlian, dan BPKB kendaraan bermotor.

#### c. *Arrum* Haji

*Arrum* haji adalah salah satu produk membuka peluang umat Islam untuk melaksanakan ibadah haji. Dengan bermodalkan emas yang dimilikinya, maka seseorang memiliki peluang menunaikan ibadah wajib ke tanah suci tersebut.

*Arrum* haji merupakan produk gadai syariah yang arahnya membantu masyarakat menengah ke bawah yang memiliki emas untuk berangkat haji. Melalui perpaduan program yang dimiliki oleh pegadaian syariah, maka emas dijadikan sarana bagi kemaslahatan

---

<sup>55</sup>Wawancara dengan Bapak Afrizal selaku Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, pada tanggal 13 November 2020, pukul 10.30 WIB

umat di dalam mempermudah mewujudkan mimpi mulia, yaitu menunaikan haji ke Tanah Suci.

**d. MULIA**

Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estensi yang tinggi juga merupakan investasi yang nilainya stabil, *liquid*, dan aman secara riil. MULIA (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) memfasilitasi kepemilik emas batangan melalui penjualan logam mulia oleh pegadaian kepada masyarakat secara tunai dengan pola angsuran dengan proses cepat dalam jangka waktu tertentu yang fleksibel. Akad mulia menggunakan akad *mudharabah* dan *rahn*.

**e. Amanah**

Amanah adalah produk pegadaian syariah dalam memeberikan pinjaman untuk kepemilikan kendaraan bermotor. Produk ini menerapkan sistem syariah dengan akad *mudharabah*, yaitu pemberian pinjman. Para pegawai tetap atau instansi atau perusahaan tertentu dapat memanfaatkan produk ini dengan cara memberikan besarnya penghasilan. Pola objek surat kuasa permotongan gaji amanah tersebut.

**f. Multi Pembayaran Online (MPO)**

Layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan seperti listrik, telepon, PDAM, dan lain sebagainya secara online di outlet pegadaian di seluruh Indonesia. Merupakan solusi pembayaran cepat yang

memberikan kemudahan nasabah dalam bertransaksi tanpa memiliki rekening di bank

**g. Jasa Transaksi/Sertifikat Perhiasan**

Mengetahui kualitas perhiasan emas dan batu permata yang dilakukan oleh penaksir yang handal.

**h. Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA)**

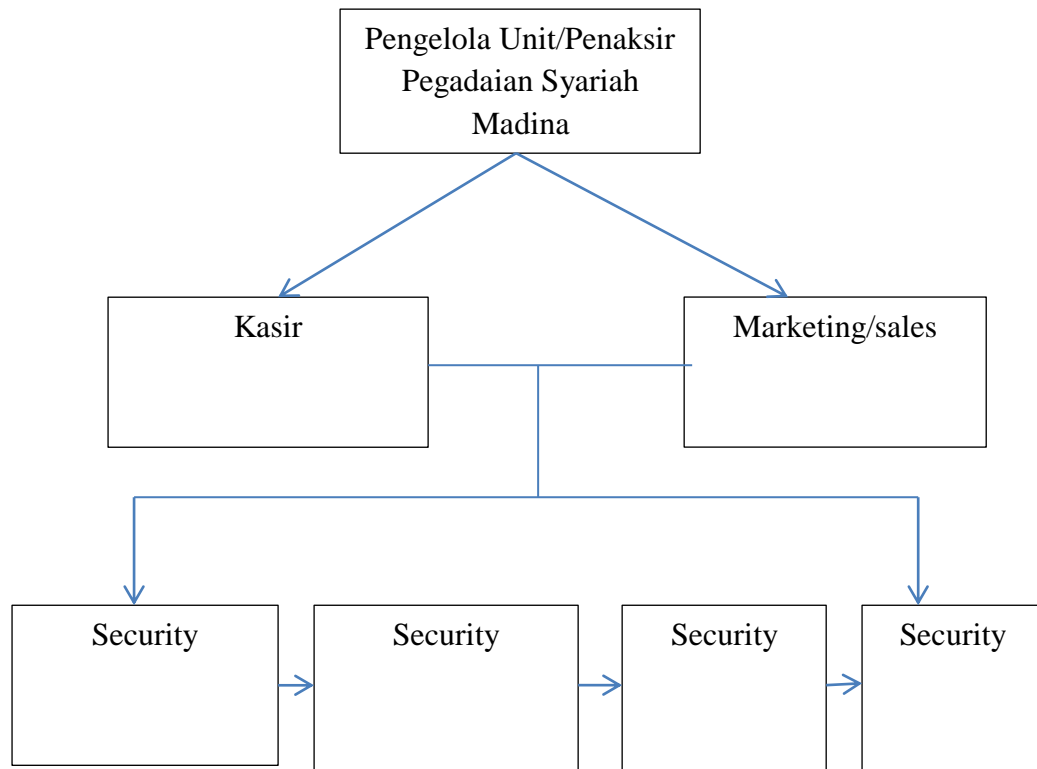
Kredit untuk usaha mikro kecil dengan jaminan emas dan berlian dengan berjangka waktu sampai 3 tahun angsuran tetap setiap bulan.

**4. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana memperlihatkan wewenang dan tanggung jawab baik secara vertical maupun horizontal serta memberikan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membentuk pemimpin atau ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi maupun perusahaan.

Struktur organisasi merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dalam memudahkan komunikasi serta kontrol atas semua aktifitas yang bertanggung jawab dalam tugas wewenang dalam perusahaan masing-masing bagian. Berikut adalah gambaran struktur organisasi dari PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.



**Gambar. 4.1****Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal**

Sumber: Pegadaian Syariah PT. Pegadaian Syariah (Persero) UPS Madina

## B. Analisis Data

Aktivitas dalam analisis data yaitu:

**1. Reduksi data (*data reduction*)**, yaitu pengolahan data mulai dari editing, concluding, hingga tabulasi data yang mencakup kegiatan mengiktiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin dan memilihnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu. Adapun cara peneliti dalam hal reduksi data ini adalah sebagai berikut:

a. *Editing*, adapun cara peneliti dalam editing yaitu peneliti mengambil intisari dari seluruh hasil wawancara bersama informan, mengedit jawaban atau situasi sebagaimana mestinya yaitu mengubah kata-kata yang tidak formal kedalam kata yang lebih formal dan mengubah bahasa serta sebagian bahasa yang digunakan informan dari bahasa daerah ke bahasa Indonesia, memisahkan antara catatan objektif yaitu catatan hasil wawancara bersama informan dan catatan reflektif yaitu membuat pedoman wawancara berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditunjukkan kepada informan agar tidak ada pertanyaan yang terlewatkan dan penyimpanan data yaitu menyimpan data berdasarkan catatan tulisan langsung di lembar wawancara pada saat berlangsungnya wawancara kemudian memindahkannya kedalam bentuk *soft file* kedalam laptop atau komputer dan menyalinnya ke *flashdisk*.

- b. *Concluding*, adapun cara peneliti dalam concluding yaitu memilih indikator ataupun kisi-kisi yang berkaitan dengan rumusan masalah, mengumpulkan hasil wawancara yaitu dengan wawancara langsung dengan informan dan menuliskan hasil wawancara kedalam catatan-catatan kecil dan memindahkannya kedalam bentuk file, menganalisis hasil wawancara yaitu memisahkan hasil kedalam judul yang berkenaan dengan cara mengambil hasil wawancara yang dianggap penting dan berkenaan dengan rumusan masalah, dan menarik kesimpulan yaitu dengan cara menyimpulkan hasil wawancara dan menghapuskan kata-kata yang tidak berkenaan dengan rumusan masalah dan pedoman wawancara.
  - c. Tabulasi data dalam penelitian ini adalah penyusunan data dalam bentuk tabel. Proses pembuatan tabulasi adalah dengan menggunakan media laptop atau computer.
2. **Penyajian data (*Display data*)**, hasil reduksi data diorganisasikan sehingga terlihat sosoknya secara lebih utuh. Penyajian data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan matriks tata peran yang mendeskripsikan pendapat dari informan dengan cara mengambil intisari yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian kemudian memasukkannya kedalam hasil penelitian. Menyusun daftar kejadian dan jaringan kausal dari sejumlah kejadian yang diteliti yaitu

mengurutkan hasil wawancara yang mempunyai hasil yang sama dan menyajikannya kedalam hasil penelitian.

3. ***Concluction drawing and verification***, langkah ketiga dalam penelitan kualitatif menurut Miles dan Humberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.<sup>56</sup> Tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi dalam penelitian ini adalah penelitian memilih kata-kata dan hasil wawancara yang diperoleh dari informan yang berkaitan dengan jawaban rumusan masalah dalam penelitian dan memasukkannya kedalam hasil penelitian.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

#### 1. Penerapan Strategi Pengembangan Produk *Rāhn Tasjily* PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Secara umum, strategi sebagai alat atau cara untuk mencapai sebuah tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.<sup>57</sup>

Strategi Produk *rahn tasjily* yang dijualkan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal adalah Strategi

---

<sup>56</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 438

<sup>57</sup>R, Fred David, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Selemba Empat, 2009), hlm. 5

*marketing mix*. *Marketing Mix* merupakan kumpulan aktivitas pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Bauran pemasaran dibuat dalam satuan unit segmen pasar, sehingga masing-masing segmen memerlukan bauran pemasaran yang berbeda. Bauran pemasaran terdiri dari empat aktivitas utama, yaitu *Product* (Produk), *Promotion* (Promosi), *Price* (Harga) dan *Place* (Tempat).<sup>58</sup>

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

a. *Product* (Produk)

Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (brand), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, membungkus, garansi, dan servis sesudah penjualan (*after sales service*). 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, dan promosi dapat diambil.

---

<sup>58</sup>Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 27

b. *Promotions* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi disini terkait dengan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan.

c. *Price* (Harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga, yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.

d. *Place* (Tempat)

Termasuk dalam sistem transportasi antara lain keputusan tentang pemilihan alat transportasi, penentuan jadwal pengiriman, rute yang harus ditempuh dan seterusnya. Dalam sistem penyimpanan, harus menentukan letak gudang baik untuk menyimpan bahan baku maupun lokasi untuk penyimpanan barang jadi, jenis peralatan yang digunakan untuk mengenai material maupun peralatan lainnya. Sedangkan pemilihan saluran distribusi

menyangkut keputusan tentang penggunaan penyalur (pedagang besar, pengecer, agen, makelar) dana bagaimana menjalin kerjasama yang baik dengan para penyalur.<sup>59</sup>

Sehubung dengan semakin berkembangnya lembaga keuangan yang ada menimbulkan makin tingginya tingkat persaingan antara lembaga-lembaga keuangan di Indonesia, maka lembaga keuangan tersebut semakin berusaha untuk memeperkuat strategi pemasarannya melalui berbagai macam kegiatan promosi. Untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis yang kondisi persaingannya terus meningkat maka suatu lembaga keuangan dituntut dapat menguaisai pasar dengan menggunakan produk yang telah dihasilkan.

Menurut Bapak Afrizal, menyatakan bahwa:

Strategi PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam mengembangkan produk *rāḥn tasjily* dengan menggunakan *marketing mix* di PT. Pegadaian (Persero) Unit pelayanan Syariah Mandailing Natal adalah dengan banyak cara seperti melalui media sosial, digital, dari orang ke orang, dan terlebih dahulu produk ini diperuntukan untuk pegawai negeri dan pengusaha mikro.<sup>60</sup>

Menurut Ibu dinda, menyatakan bahwa:

Langkah *marketing mix* dalam menerapkan strategi mengembangkan produk *rāḥn tasjily* menjual dengan menawarkan produk yang berbeda dengan yang telah dibeli nasabah, jadi nasabah datang ke outlet Pegadaian menggunakan produk gadai lalu marketing menawarkan produk *rāḥn tasjily* sehingga nasabah tertarik untuk

---

<sup>59</sup>Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 14-16

<sup>60</sup>Wawancara dengan Bapak Afrizal, selaku Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal pada tanggal 13 November 2020 pukul 10.20 WIB

menggunakan produk tersebut tentu omzet dan jumlah nasabah akan meningkat.<sup>61</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal melaksanakan strategi *marketing mix* dalam penerapan strategi untuk produk *rāhn tasjily*. Salah satu strategi yang sudah dijalankan adalah promosi melalui media sosial.

Didalam penelitian terdahulu yang menjadi penganut penelitian ini adalah Wiki Fatmala dengan judul Analisis Pemasaran Produk ARRUM Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah studi kasus pada Pegadaian Unit Pelayanan Way Halim menyatakan bahwa:

Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Way Halim menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi. Promosi yang dilkakukan Pegadaian Unit Pelayanan Way Halim perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat yang datang ke pegadaian untuk menggunakan produk ARRUM Haji di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Way Halim.<sup>62</sup>

Selajutnya, dengan melakukan kunjungan langsung kepada masyarakat atau calon nasabah menawarkan produk *rāhn tasjily* memikat minat Nasabah

Dalam Hensi Yusifa dalam judul Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu, menyatakan bahwa:

---

<sup>61</sup>Wawancara dengan Ibu dinda, Marketing PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal pada tanggal 13 November 2020 pukul 12.10 WIB

<sup>62</sup>Wiki Fatmala, Analisis Strategi Pemasaran Produk ARRUM Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah, (Skripsi UIN Raden Intan Lampung 2018), hlm 19



Unit Pegadaian Syariah Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu dalam pemasaran yaitu melalui penyebaran brosur, *call calling*, *direct selling*, dengan melakukan promosi ke tempat yang berbeda misalnya sekolah-sekolah, perkantoran, pasar, jalan raya, bertujuan menyampaikan informasi kepada nasabah agar nantinya nasabah dapat mengenal produk-produk yang ada di pegadaian.<sup>63</sup>

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam meningkatkan jumlah nasabah Produk *rāhn tasjily* adalah dengan promosi dan layanan menjumpai calon nasabah secara langsung.

## **2. Kendala PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal Dalam Mengembangkan Strategi Pengembangan Produk *Rāhn Tasjily***

Setiap program dalam perusahaan baik yang akan dilaksanakan maupun yang sudah terlaksana pasti akan terdapat kendala dalam pelaksanaannya. Dimana suatu strategi tidak akan dapat berjalan dengan maksimal apabila terdapat suatu kendala atau faktor penghambat yang tidak dapat terselesaikan. Kendala yang sering dihadapi dalam melakukan memasarkan produk dalam meningkatkan jumlah nasabah banyak faktor diantaranya yang paling mendasar adalah pemahaman masyarakat yang beranggapan bahwa pegadaian hanya sebagai tempat menggadaikan uang saja. Adapun kendala-kendala yang sering dihadapi dalam melakukan mengembangkan produk *rāhn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

---

<sup>63</sup>Hensi Yusfika, Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu, (Skripsi IAIN Bengkulu, 2017, hlm. 29

Menurut Bapak Afrizal menyatakan bahwa:

banyak faktor diantaranya yang paling mendasar adalah pemahaman masyarakat yang beranggapan bahwa pegadaian hanya sebagai tempat mengadaikan uang pada hal pada kenyataannya banyak sekali produk pegadaian yang berkembang seperti, menabung emas, dan *arrum* haji dan dapat melakukan transaksi pembelian pulsa prabayar.<sup>64</sup>

Menurut Ibu Dinda, menyatakan bahwa:

Dalam hal promosi sekarang ini operasional pegadaian menggunakan aplikasi dalam bertansaksi, dalam aplikasi ini sering terjadi kendala ataupun gangguan dari sistemnya. Kemudian dalam pemberian brosur terkadang karyawan pegadaian yang terjun langsung kelapangan seperti pasar terjadi penolakan saat pemberian brosur.<sup>65</sup>

Menurut Bapak Aswar Nasution, Menyatakan bahwa:

Kendala lainnya karena promosi yang dilakukan kurang gencar dalam menumbuhkan minat menggunakan produk *rāhn tasjily* menjadi kurang karena banyak masyarakat belum memahami mengenai produk-produk yang ditawarkan.<sup>66</sup>

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kendala dari PT.

Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal produk yang dimiliki kurang dikenal oleh masyarakat berhubungan dengan beberapa faktor baik dari nasabah maupun dari produk yang ditawarkan terkadang kurang karena bersaing dengan pemberi jasa dengan produk sejenis. Pegadaian merupakan salah satu alternative

---

<sup>64</sup>Wawancara dengan Bapak Afrizal selaku Pimpinan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, pada tanggal 13 November 2020 pukul 10.20 WIB

<sup>65</sup>Wawancara dengan Ibu Dinda selaku Marketing/sales di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, pada tanggal 13 November 2020 pukul 12.10 WIB

<sup>66</sup>Wawancara dengan Bpak Aswar Nasution, selaku Kasir di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, pada tanggal 13 November 2020 pukul 14. 00 WIB

pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit atau yang dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman, disamping itu proses dana juga terbilang cepat dan sangat mudah.

Kendala PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal salah satunya dikarenakan jumlah karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal tergolong sedikit.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Seluruh hasil kegiatan peneliti dalam penilaian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun peneliti berusaha agar keterbatasan ini tidak sampai mengurangi makna dari hasil penelitian yang tidak diperoleh

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan yang masih kurang.
2. Keterbatasan dana dan waktu wawancara yang singkat dengan Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dikarenakan pimpinan yang diwawancarai masih memiliki tugas yang lain.
3. Wawancara yang kurang efisien dengan informan yang disebabkan informan dengan peneliti sama-sama memperkenalkan diri tetapi hanya sebatas informasi data diri.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

1. Strategi pengembangan produk dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal yaitu dengan *marketing mix* dengan banyak cara seperti melalui media sosial, digital, dari orang ke orang. Dengan menawarkan produk yang berbeda dengan yang telah dibeli nasabah, nasabah datang ke outlet pegadaian menggunakan produk gadai selalu, marketing menawarkan produk *rāhn tasjily* sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan produk tersebut tentu omzet dan jumlah nasabah akan meningkat.
2. Kendala PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam memasarkan produk untuk meningkatkan jumlah nasabah ada beberapa faktor diantaranya promosi yang dilakukan kurang, biaya operasional dan anggapan masyarakat bahwa pegadaian hanya sebagai tempat menggadaikan uang. Dan kendala lainnya adalah dikarenakan jumlah karyawan yang tergolong sedikit untuk melakukan kegiatan pemasaran langsung kelapangan.

#### B. SARAN

1. Pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal agar lebih memberikan waktu luang yang sedikit lama dalam wawancara yaitu pada saat tidak ada pelayanan terhadap nasabah, seperti pada jam tutup PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

Pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal agar tetap konsisten dalam memasarkan produk *rāḥn tasjily*, diharapkan produk ini dikembangkan lagi karena produk *rāḥn tasjily* ini membantu masyarakat yang dalam membutuhkan pembiayaan baik dalam membuka usaha ataupun pendidikan dan kesehatan. Bagi masyarakat yang ingin membutuhkan uang atau pembiayaan dalam usaha ataupun keperluan lain lebih baik memanfaatkan produk *rāḥn tasjily* ini, agar uang yang dibutuhkan dapat terwujud dengan cepat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Abdullah Thamrin & Francis Tantri, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017).
- Achmad Yusnedi , *Gadai Syariah*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Al Arif Nur Rinto, *dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Ali Zainuddin, *Hukum Gadai Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- \_\_\_\_\_, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Amirullah, *Manajemen Strategis*, Jakarta: Wacana Media, 2015.
- Anggito Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Antoni Syafi’I Muhammad, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2016.
- Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Assauri Sofjan, *Strategic Management Sustainable Competaitive Advantages*, Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Diana Nur Ilfi, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Malang: UIN Maliki Press, 2012.
- Fahmi Irham, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Hartanto Dicki, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2011.
- Ismail, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Janwari Yadi, *Fikih Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2015.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Mulazid Sofyan Ade, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Grub 2015.

- Mulyadi Muhammad, *Penelitian Kualitatif dan kuantitatif Serta Praktek Kombinasinya Dalam Penelitian Sosial*, Yogyakarta: Publica Institute, 2012.
- Purhantara Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- S. Burhanuddin, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sutarso Yudi & Suharno, *Marketing In Practice*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sutopo Hadi Ariesto & Adrianus Arief, *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Sjahdeini Remy Sultan, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2015.
- Setiawan Firman, *Buku Ajar Lembaga Keuangan Syariah Non Bank*, Jakarta: Duta Media Publishing, 2017.
- Setyosari Punaji, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, Jakarta, Kencana, 2012.
- Sutanto Herry & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Sutedi Adrian, *Hukum Gadai Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Umar Husein, *Strategic Management In Action*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Cet. 1, 2011.
- Umam Khotibul & Seriawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Usanti P. Trisadini dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Rivai Abdul dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Rodoni Ahmad, *Asuransi dan Pegadaian Syariah*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.

Waisilah Nurhayati Sri, *Akutansi Syariah di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.

Yunus Eddy, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016.

### **Sumber Jurnal**

Adelina Ryanti, *Prosedur Penyaluran Rahn Tasjily Tanah Pada PT. Pegadaian PERSERO Unit Pelayanan Syariah Punge Banda Aceh*, (Skripsi: UIN AR-Raniy, 2019

Fatmala Wiki, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*, Skripsi UIN Rden Intan Lampung, 2018.

Iffa Khotina, *Strategi Pemasaran Produk ARRUM Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru*, Skripsi, UIN SUSKA RIAU, 2019.

Masrom, *Strategi Pemasaran Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Studi Kasus Di Pegadaian Syariah Cabang Ende*, Skripsi UIN Mataram, 2019.

Meghfirah Laila dan Ridwan Nurdin, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, Volume 1, No.1, 2019.

Muksin Ahmad dan Aan Suhenri, *Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia*, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 3, No. 1, September 2018.

Nurlette Ahmad Ulfat, dkk. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dalam Meningkatkan Pendapatn Bank (Studi Kasus Bank BJB Syariah Cabang Bogor)*, dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis* , Volume 5, No. 2 September 2015.

Yusfika Hensi, *Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Sayariah Jalan Semangka Panorama Kota Bengkulu*, Skripsi IAIN Bengkulu, 2017.

### **Sumber Lainnya**

Hasil wawancara dengan Bapak Afrizal sebagai Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, pada tanggal 29 Juni 2020, Pukul 12.48 WIB.

Hasil wawancara dengan Ibu dinda, Marketing PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal pada tanggal 13 November 2020 pukul 12.10. WIB.



Hasil wawancara dengan Bapak Afrizal sebagai Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, 13 November 2020 pukul 10.20. WIB.

Hasil wawancara dengan Bapak Aswar Nasution sebagai Kasir PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, 13 November 2020 pukul 14.00 WIB.

<http://www.pegadaian.com>., diakses pada tanggal 24 November 2020 pukul 06.30 WIB.



Berdasarkan wawancara dengan Ibu Sinar Harahap mengatakan bahwa manfaat beliau setelah menggunakan produk *Rahn Tasjily* memberikan kemudahan dalam mengembangkan usaha beliau dan kebutuhan lainnya. Sebelumnya beliau belum mengetahui adanya produk *Rahn Tasjily* serta menurut beliau tertarik melakukan pembiayaan produk *rahn tasjily* tersebut karena memudahkan nasabah dalam mendapatkan dan menambah modal usaha beliau.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama : Suaibahtul Aslamiyah Nasution  
Nim : 1640100112  
Tempat/Tanggal Lahir : Pijorkoling, 26 Mei 1998  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Anak Ke : 1 dari 4 bersaudara  
Alamat : Pijorkoling, Kecamatan  
Padangsidempuan Tenggara, Kota  
Padangsidempuan

### DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Alm Rahmat Nasution  
Nama Ibu : Seri Aman Tanjung  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Alamat : Pijorkoling, Kecamatan  
Padangsidempuan Tenggara, Kota  
Padangsidempuan

### LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SD Negeri 200507 Pijorkoling  
Tahun 2010-2013 : SMP Negeri 1 Batang Angkola  
Tahun 2013-2016 : MAS YPKS Padangsidempuan  
Tahun 2016-2020 : Institut Agama Islam Negeri  
Padangsidempuan

### MOTO HIDUP

: Tetaplah berbuat baik sampai  
Tuhan berkata waktunya pulang



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

13 Oktober 2020

**Yth; Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.**

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

Nama : Suaibahtul Aslamiyah  
NIM : 1640100112  
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 Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Strategi Pengembangan Produk Rahn Tasjily pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal ".

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.

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

**PT Pegadaian (Persero) UPS Madina**  
 PT Pegadaian (Persero) UPS Madina  
 Jl. Sipo-pala No. 100  
 Panyabungan, 20 Agustus 2021

**gadaian** Syariah

Panyabungan, 14 November 2020

Nomor : 009/III/60964/2020  
 Lampiran : -  
 Urgensi : Biasa

**Kepada Yth,**  
**Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.**  
**Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan Tenggara.**  
**Kota Padangsidimpuan.**

**Hal : Peretujuan Izin Riset**

**Assalamualaikum wr, wb.**


Dengan ini diberitahukan bahwa Mahasiswa dibawah :

Nama : Suaibahtul Aslamiyah  
 Nim : 1640100112  
 Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Produk Rahn Tasjily (Studi Pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah. Madina.

Untuk melakukan Riset di PT Pegadaian (Persero) UPS Madina yang dilakukan selama satu minggu. Kami atas nama Perusahaan PT Pegadaian (Persero) UPS Madina mengucapkan banyak terima kasih atas partisipasinya dalam mengenalkan Pegadaian kepada Masyarakat Umum khususnya nasabah kami.

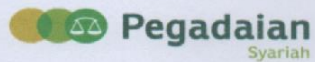
Demikian disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terimakasih. Wassalamu'alaikum wr.wb.

**Pimpinan PT Pegadaian (Persero) UPS Madina**

  
**AFRIZAL**  
**NIK. P86637**

**PT (Persero) UPS Madina**





PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina  
Jl. Sipolu- polu 082176368676  
Panyabungan

Panyabungan, 30 Januari 2021

Nomor : 012/III/60964/2021  
Urgensi : Biasa

Kepada Yth,  
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan,  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan Tenggara,  
Kota Padangsidimpuan.

Perihal : Selesai Melaksanakan Riset

Assalamualikum wr, wb.

Semoga bapak dan seluruh staff IAIN Padagsidimpuan senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal diatas bersama ini kami menerangkan bahwa:


Nama : Suaibahtul Aslamiyah Nasution  
NIM : 1640100112  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan Riset di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dengan judul skripsi: "**Strategi Pengembangan Produk Rahn Tasjily Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal**"

Demikian ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana diperlukan oleh yang bersangkutan dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Pegadaian, atas perhatian dan kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina

  
**Pegadaian**  
Syariah  
Edy Syahputra

## **Instrumen Pertanyaan**

### **Pedoman Wawancara Untuk Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal**

1. Bagaimana penerapan strategi produk *rahn tasjily* Pegadaian Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
  - a. Bagaimana Cara PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam menerapkan strategi memasarkan produk *rahn tasjily*?
  - b. Apa saja proses yang harus dilalui dalam penerapan strategi untuk produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
2. Apakah ada kendala dalam mengembangkan strategi pengembangan produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?

### **Pedoman Wawancara Untuk Marketing/sales PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal**

1. Bagaimana Penerapan strategi produk *rahn tasjily* Pegadaian Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
  - a. Apa langkah yang dilakukan *marketing/sales* dalam menerapkan strategi untuk produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?

- b. apa saja proses yang dilakukan oleh pihak marketing dalam menerapkan strategi untuk produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
2. Apakah ada kendala dalam mengembangkan produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
  - a. Bagaimana respon nasabah yang dijumpai oleh *marketing* dilapangan ketika marketing menjelaskan tentang produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
  - b. Apakah nasabah dilapangan sudah mengetahui tentang detail produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah?

**Instrumen Wawancara dengan Nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal**

1. Bagaimana tanggapan bapak/Ibu tentang produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
2. Apakah alasan Bapak/Ibu memilih produk *rahn tasjily* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
3. Apakah karyawan melayani Bapak/Ibu dengan baik dalam menyiapkan administrasi produk *rahn tasjily*?
4. Apakah Bapak/Ibu tidak merasa dibebani dalam pembiayaan administrasi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
5. Berapa lama waktu kepengurusan produk *rahn tasjily* yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?



6. Apakah manfaat yang Bapak/Ibu dapatkan setelah menggunakan produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
7. Apakah Bapak/Ibu sebelumnya mengetahui produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?

## **LAMPIRAN I**

### **PANDUAN OBSERVASI**

Adapun hal-hal yang perlu di observasi untuk mengetahui peneliti tentang penerapan strategi pengembangan produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal adalah sebagai berikut:

1. Sejarah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.
2. Visi dan Misi PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.
3. Produk-produk PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.
4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

## **LAMPIRAN II**

### **PEDOMAN WAWANCARA**

Dalam rangka menyelesaikan studi penulis di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (IAIN Padangsidempuan), kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dibawah ini, sebagai bahan penyusun skripsi peneliti yang berjudul: Strategi Pengembangan Produk *Rahn Tasjiy* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal. Atas bantuan Bapak/Ibu terlebih dahulu saya ucapkan terimakasih.

Pembimbing:

1. Dr. Budi Gautama Siregar, M.M
2. Ja'far Nasution, Lc., M.E.I

Padangsidempuan, Februari 2021

Peneliti

**SUAIBAHTUL ASLAMIYAH NST**  
**NIM.1640100112**

### LAMPIRAN III

#### Hasil Wawancara Dengan Pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan

#### Syariah Mandailing Natal

1. Penerapan strategi Produk *Rahn Tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

- a. Wawancara dengan Bapak Afrizal

Pertanyaan : Bagaimana cara pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam penerapan strategi produk *rahn tasjily*?

Jawaban : Strategi PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal adalah *marketing mix*. Strategi dalam menerapkan *marketing mix* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal adalah dengan menawarkan produk yang berbeda dengan telah dibeli konsumen, misal nasabah datang ke outlet pegadaian menggunakan produk gadai emas lalu pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Maadailing Natal menawarkan produk *rahn tasjily* sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan produk *rahn tasjily*.

b. Wawancara dengan Ibu Dinda

Pertanyaan : Bagaimana cara pihak *marketing* PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam menerapkan strategi produk *rahn tasjily* ?

Jawaban : Langkah *marketing* dalam penerapan strategi *marketing mix* salah satunya dengan cara promosi melalui media sosial, promosi langsung, sosialisasi dan terjun langsung menenumi nasabah sesuai dengan motto pegadaian mengatasi masalah tanpa masalah, selain itu pengenalan kepada nasabah produk *rahn tasjily*.

c. Wawancara dengan Bapak Aswar Nasution

Pertanyaan : Apa langkah Kasir dalam penerapan strategi terkait produk *rahn tasjily*?

Jawaban : Strategi sendiri atau pribadi dalam menawarkan produk *rahn tasjily* yaitu setelah pulang dari kantor beliau sempatkan melakukan promosi langsung ke nasabah yang berminat produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

2. Kendala dalam mengembangkan Produk *Rahn Tasjily* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

a. Wawancara dengan Bapak Afrizal

Pertanyaan : Apa kendala yang dihadapi PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dalam mengembangkan produk *rahn tasjily*?

Jawaban : Kendala-kendala dalam melakukan strategi pengembangan produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal adalah tingkat persaingan yang tinggi, banyak lembaga perbankan yang membuka produk *rahn* kemudian memberikan tanpa agunan.

b. Wawancara dengan Ibu Dinda

Pertanyaan : Apa kendala yang dihadapi Marketinng/sales dalam mengembangkan produk *rahn tasjily* pada OT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?

Jawaban : Dalam hal promosi sekarang ini operasional pegadaian menggunakan aplikasi dalam bertansaksi, dalam aplikasi ini sering terjadi kendala ataupun gangguan dari sistemnya. Kemudian dalam pemberian brousur terkadang karyawan pegadaian yang terjun langsung kelapangan seperti pasar terjadi penolakan saat pemberian brosur.

c. Wawancara dengan Bapak Aswar Nasution

Pertanyaan : Bagaimana perkembangan jumlah nasabah *rahn tasjily* setelah adanya produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?

Wawancara : Produk *rahn tasjily* tidak memiliki dampak yang kurang baik terhadap peningkatan jumlah nasabah produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, akan tetapi menjadi kendala adalah kurang dikenal oleh masyarakat dalam pengembangan pegadaian berhubung dengan beberapa faktor baik dari nasabah maupun dari produk yang ditawarkan, terkadang kurang karena bersaing dengan pemberi jasa dengan produk sejenis.

Panyabungan, 30 Januari 2021

Diketahui oleh,

Pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Edy Syahputra  
Pimpinanan Unit

## LAMPIRAN IV

### Hasil Wawancara Dengan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

#### 1. Hasil wawancara dengan Bapak Retno Agussalim

Pertanyaan : Bagaimana tanggapan Bapak tentang produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?

Jawaban : Tanggapan Bapak tentang produk *rahn tasjily* sangat memudahkan pelaku usaha atau peteni seperti bapak dalam memperoleh modal usaha dan kebutuhan-kebutuhan lainnya, cicilinan yang tidak membebani karena bisa setiap bulan dan bisa juga 3 bulan sekali bahkan 6 bulan sekali.

#### 2. Hasil wawancara dengan Ibu Mardiani

Pertanyaan : Apakah alasan Ibu memilih produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Jawaban : *Rahn tasjily* dapat menjadi solusi permodalan bagi usaha beliau untuk mengembangkan usaha beliau dan kebutuhan-kebutuhan lainnya, beliau hanya menggadaikan Sertifikat Hak Milik sudah mendapatkan pembiayaan.



3. Hasil wawancara dengan Ibu Mardiani

Pertanyaan : Apakah karyawan melayani Ibu dengan baik dalam menyiapkan administrasi produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Jawaban : Beliau merasa pelayanan yang baik, dari pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal membantu segala syarat-syarat yang diperlukan untuk pengajuan dan menjelaskan dengan baik tentang produk-produk *Rahn tasjily*.

4. Hasil wawancara dengan Ibu Zuraida

Pertanyaan : Apakah Ibu tidak merasa dibebani dalam pembiayaan administrasi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Jawaban : beliau tidak merasa dibebani dalam pembiayaan administrasi, melakukan pembiayaan sellau dilibati dengan administrasi.

5. Hasil wawancara dengan Ibu Zuraida

Pertanyaan : Berapa lama waktu kepengurusan produk *Rahn Tasily* yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Jawaban : beliau mengatakan waktu kepengurusan sekitar 2 minggu, dan pembiayaan tersebut sudah beliau dapatkan kan bisa dipergunakan untuk menambah modal untuk usaha bapak.

6. Hasil wawancara dengan Ibu Sinar Harahap

Pertanyaan : Apa manfaat yang Ibu dapatkan setelah menggunakan produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Jawaban : Manfaat beliau setelah menggunakan produk *rahn tasjily* memberikan kemudahan dalam mengembangkan usaha beliau dan kebutuhan lainnya.

7. Hasil wawancara dengan Ibu sinar Harahap

Pertanyaan : Apakah Ibu sebelumnya mengetahui tentang produk *rahn tasjily* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Jawaban : beliau belum mengetahui adanya produk *rahn tasjily* serta menurut beliau tertarik melakukan pembiayaan produk *rahn tasjily* tersebut karena memudahkan nasabah dalam mendapatkan dan menambah modal usaha.

Panyabungan, 30 Januari 2021

Diketahui oleh

Pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit

Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Edy Syahputra

Pimpinan Unit

## LAMPIRAN V



Berdasarkan wawancara dengan Bapak Afrizal selaku Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal mengatakan bahwa:

PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal terus melakukan upaya dalam peningkatan nasabah produk *rahn tasjily* sejak lounchingnya produk *rahn tasjily* ini pada tahun 2019 jumlah nasabah produk *rahn tasjily* kami sampai saat ini masih berjumlah 4 orang.



Berdasarkan wawancara dengan Bapak Aswar Nasution selaku Kasir PT. Pegadaian (Perser) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal mengatakan bahwa:

Strategi PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal adalah *marketing mix*. Strategi dalam menerapkan *marketing mix* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal salah satunya dengan cara promosi melalui media sosial, promosi langsung, sosialisasi, dan terjun langsung menemui nasabah sesuai dengan motto pegadaian mengatasi masalah tanpa masalah. Selain itu, pengenalan nasabah terkait produk *rahn tasjily*. Jika nasabah yang belum mengetahui produk tersebut kami akan menjelaskan kepada nasabah terkait tentang produk *rahn tasjily*.



Berdasarkan wawancara dengan Ibu Dinda selaku Marketing/sales PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal mengatakan bahwa:

Penerapan strategi *marketing mix* adalah dengan cara promosi menawarkan produk *rahn tasjily*. Menarik pangsa pasar atau sasaran yang tepat untuk produk *rahn tasjily*. Banyak kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran produk *rahn tasjily* salah satu kendala PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

## LAMPIRAN VI



Berdasarkan wawancara dengan Bapak Retno Agusalm mengatakan bahwa tanggapan beliau tentang produk *rahn tasjily* adalah sangat memudahkan pelaku usaha atau petani seperti beliau dalam memperoleh modal usaha dan kebutuhan-kebutuhan lainnya, cicilan yang tidak membebani karena bisa setiap bulan dan bisa juga 3 bulan sekali bahkan 6 bulan sekali.



Berdasarkan wawancara dengan Ibu Mardiana mengatakan bahwa produk *rahn tasjily* dapat menjadi solusi permodalan bagi usaha beliau untuk mengembangkan usaha beliau dan kebutuhan-kebutuhan lainnya, beliau hanya menggadaikan Sertifikat Hak Milik sudah mendapatkan pembiayaan.

Beliau merasa pelayanan yang baik dari pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal membantu segala syarat-syarat yang diperlukan untuk pengajuan dan menjelaskan dengan baik tentang produk-produk *Rahn Tasjily*.





Berdasarkan wawancara dengan Ibu Zuraida mengatakan bahwa beliau tidak merasa dibebani dalam pembiayaan administrasi, melakukan pembiayaan dimana saja selalu dibebani dengan administrasi. Beliau juga mengatakan waktu kepengurusan sekitar 2 minggu, dan pembiayaan tersebut sudah beliau dapatkan dan bisa dipergunakan untuk menambah modal untuk usaha beliau.