



**PERAN MARKETING DALAM MENSOSIALISASIKAN
APLIKASI PEGADAIAN SYARIAH DIGITAL**

(Studi di PT Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Perbankan Syariah

Oleh:

KHOLIJA HAFNI HARAHAH

NIM:16 401 00249

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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



**PERAN MARKETING DALAM MENSOSIALISASIKAN
APLIKASI PEGADAIAN SYARIAH DIGITAL**
(Studi di PT Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak)

SKRIPSI

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

Oleh:

KHOLIJA HAFNI HARAHAP
NIM: 16 401 00249

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

WINDARI, S.E., M.A.
NIP. 19830510 201503 2 003

PEMBIMBING II

ALIMAN SYAHURI ZEIN, M.E.I
NIDN. 2028048201

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



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **KHOLIJAH HAFNI HARAHAHAP**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 25 Agustus 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **KHOLIJAH HAFNI HARAHAHAP** yang berjudul **"Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak)"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I

Windari, S.E., M.A.
NIP. 19830510 201503 2 003

PEMBIMBING II

Aliman Syahuri Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : KHOLIJAH HAFNI HARAHAAP
NIM : 16 401 00249
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak).**

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 IAIN Padangsidempuan 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 IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan 9 September 2021
Saya yang Menyatakan,



KHOLIJAH HAFNI HARAHAAP
NIM. 16401 00249

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

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : KHOLIJA HAFNI HARAHAP
NIM : 16401 00249
Program Studi : 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 Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak)”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif 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 peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal: 9 September 2021
Yang menyatakan.



KHOLIJA HAFNI HARAHAP
NIM. 16 401 00249



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 : KHOLIJAH HAFNI HARAHAH
NIM : 16 401 00249
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi
Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT. Pegadaian
Cabang Syariah Alaman Bolak).

Ketua

Dr. H. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002

Sekretaris

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota

Dr. H. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Rini Hayati Lubis, MP
NIP.19870413 201903 2 011

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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 28 September 2021
Pukul : 09.00 s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/73,75(B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,69
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H.TengkuRizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN


JUDUL SKRIPSI : Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi
Pegadaian Syariah Digital
(Studi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman
Bolak).

NAMA : KHOLLAH HAFNI HARAHAQ
NIM : 16 401 00249

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

Padangsidimpuan, 2 November 2021
Dekan,




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

ABSTRAK

Nama : Kholijah Hafni Harahap
NIM : 16 401 00249
Fakultas/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital
(Studi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengamatan peneliti lapangan mengenai pandangan nasabah terhadap aplikasi Pegadaian Syariah Digital yang telah diluncurkan pada tahun 2018. Dimana nasabah pegadaian tersebut lebih memilih bertransaksi melalui pelayanan secara manual dibandingkan pelayanan secara digital. Penelitian ini membahas mengenai Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital dan faktor-faktor apa yang melatarbelakangi peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital dan faktor yang melatarbelakangi peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital bagi nasabah pegadaian syariah Alaman Bolak.

Penelitian ini membahas tentang marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital. Kemudian dalam penelitian ini membahas tentang marketing, sosialisasi dan aplikasi pegadaian syariah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Alat pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik pengolahan data dan analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pihak marketing sudah mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital kepada nasabah sejak pertama kali dikeluarkannya aplikasi ini. Dalam mensosialisasikan aplikasi tersebut ada dua prospek yang dilakukan pihak marketing, yaitu prospek dari luar dan prospek dari dalam. Adapun kendala yang sering dihadapi yaitu kebanyakan nasabah adalah para orang tua, sehingga mereka belum mengetahui adanya aplikasi ini, nasabah yang tidak memiliki *Handphone* dan tidak adanya akses internet sehingga kurang percaya bahwa ada aplikasi pegadaian syariah digital. Dalam hal ini para nasabah lebih memilih melakukan transaksi melalui secara manual dibandingkan secara *online*.

Kata Kunci: Aplikasi Pegadaian Syariah Digital, Marketing, Sosialisasi.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT. atas segala nikmat, rahmat serta pertolongan-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini pada Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Padangsidimpuan. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW. yang semoga kelak kita diakui sebagai umatnya serta mendapat syari'at dari beliau.

Penelitian Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan. Serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Serta Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E. M.si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga,

Drs. Kamaluddin, M.Ag Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan Umum, Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nofinawati, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
4. Ibu Windari, M.A selaku Pembimbing I dan Bapak Aliman Syahuri Zein, M.E.I selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas dan telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si, selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, motivasi dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.
6. Bapak kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen para Staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
8. Teristimewa dan penghargaan terimakasih yang tidak ternilai kepada kedua orang tua saya, Ayahanda tercinta, terkasih dan tersayang (Zulkarnain Harahap) karena berkat dukungan dan doa beliau saya tidak mengalami hambatan apa-apa sampai sekarang ini dan juga Ibunda tercinta, terkasih dan

tersayang (Juniati Nelliana Daulay) yang telah banyak melimpahkan doa, pengorbanan, dukungan dan semangat yang tidak ada bosan-bosannya sehingga saya sebagai peneliti semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Ketiga adik kandung peneliti (Sarif Hidayat Harahap), (Fitriani Harahap) dan (Siti Fadhillah Harahap) yang telah memberikan doa, dukungan serta semangat selama peneliti menyelesaikan skripsi ini dan semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.

9. Para sahabat saya Yenni Holila Siregar, Mendi Tuteurani, Aisyah Amini, Sri Wardani Siregar, Andre Saputra sebagai teman berdiskusi dan tidak pernah merasa sungkan untuk merepotkan satu sama lain, serta support sistem yang telah memberikan doa, dukungan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah menjadikan kita sahabat sampai Jannahnya.
10. Teman-teman seperjuangan Syariah Banking-7 (Pejuang Toga) angkatan 2016. Serta semua pihak baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Namun, tidak mengurangi rasa hormat, peneliti hanya bisa mengucapkan terima kasih banyak atas segala bantuan dan dukungannya.

Semoga doa, dukungan dan perhatian dari semua pihak yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik serta saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi sempurnanya Skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi peneliti sendiri dan bagi semua pihak yang membutuhkan pada umumnya.

Padangsidempuan, 9 September 2021

Peneliti,

Kholijah Hafni Harahap
NIM. 16 401 00249

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.

| Huru f Arab | Nama Huruf Latin | Huruf Latin | Nama |
|----------------|---------------------|--------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | ša | š | Es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | ħa | ħ | Ha(dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | Ka dan Ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | žal | ž | Zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | Es dan Ye |
| ص | Sad | š | Es (dengan titik di bawah) |
| ض | ḍad | ḍ | De (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa | ṭ | Te (dengan titik di bawah) |
| ظ | ẓa | ẓ | Zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ‘ain | ‘ | Koma terbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |

| | | | |
|---|--------|-----|----------|
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ..' | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

2. Vokal

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

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

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| — / | Fathah | A | A |
| — \ | Kasrah | I | I |
| — ُ | Dommah | U | U |

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

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan | Nama |
|-----------------|----------------|----------|---------|
|ي | Fathah dan ya | Ai | a dan i |
|و | Fathah dan wau | Au | a dan u |

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

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan tanda | Nama |
|---------------------|-------------------------|-----------------|----------------------|
| اَ... اِ... اِوْ... | Fathah dan alif atau ya | ā | a dan garis di atas |
| اِ... اِوْ... | Kasrah dan ya | ī | i dan garis di bawah |
| اِوْ... | ḍommah dan wau | ū | u dan garis di atas |

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

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

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:

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

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

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang

dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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

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

9. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN

| | |
|--|-------------|
| Halaman Judul | |
| Halaman Pengesahan Pembimbing | |
| Surat Pernyataan Pembimbing | |
| Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri | |
| Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi | |
| Berita Acara Ujian Munaqosyah | |
| Halaman Pengesahan Dekan | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | vi |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|---|
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Batasan Masalah | 7 |
| C. Batasan Istilah..... | 7 |
| D. Rumusan Masalah..... | 8 |
| E. Tujuan Penelitian | 8 |
| F. Kegunaan Penelitian | 9 |
| G. Sistematika Pembahasan..... | 9 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| A. Landasan Teori..... | 12 |
| 1. Marketing..... | 12 |
| a) Pengertian Marketing..... | 12 |
| b) Fungsi Marketing..... | 15 |
| c) Konsep Marketing..... | 15 |
| d) Strategi Marketing | 18 |
| e) Menciptakan Bauran Marketing | 18 |
| f) Perencanaan Marketing..... | 19 |
| g) Karakteristik Pemasaran Syariah | 20 |
| 2. Sosialisasi..... | 21 |
| a) Pengertian Sosialisasi | 21 |
| b) Proses Sosialisasi | 22 |
| c) Tujuan Pokok Sosialisasi | 23 |
| d) Pandangan Islam Terhadap Sosialisasi | 23 |
| 3. Aplikasi Pegadaian Syariah Digital | 26 |
| a) Pengertian Pegadaian Syariah..... | 26 |
| b) Dasar Hukum Gadai..... | 27 |
| c) Rukun Gadai Syariah | 27 |
| d) Pengertian Aplikasi Pegadaian Syariah Digital | 28 |

| | |
|--|----|
| e) Peran Aplikasi Pegadaian Syariah Digital | 29 |
| B. Penelitian Terdahulu | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian | 37 |
| B. Jenis Penelitian..... | 37 |
| C. Unit Analisa/Subjek Penelitian..... | 38 |
| D. Sumber Data..... | 38 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis data | 40 |
| G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | |
| A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak | 44 |
| 1. Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak | 44 |
| 2. Fungsi, Kedudukan dan Status Hukum PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak | 45 |
| 3. Visi dan Misi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak | 46 |
| 4. Struktur Organisasi | 47 |
| 5. Produk-produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak..... | 49 |
| B. Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital | 51 |
| C. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital | 59 |
| D. Analisis penelitian | 63 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 66 |
| B. Saran..... | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 31 |
| Tabel 4.1 Daftar Nama-nama Narasumber | 51 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran dalam bahasa Inggrisnya lebih dikenal dengan sebutan marketing, istilah tersebut sudah sangat dikenal dikalangan pebisnis. Pemasaran mempunyai peran penting dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi, dan strategi promosi. Sedangkan pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah.

Marketing syariah adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi marketing syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Artinya bahwa dalam marketing syariah seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai, tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami.¹

Dalam marketing syariah, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah, maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah. Ini akan menjadi bibit dan modal dasar baginya untuk tumbuh menjadi bisnis yang besar, yang memiliki spiritual brand, yang memiliki karisma, keunggulan dan

¹ Siti Maro'ah dkk., *Buku Ajar Marketing Syariah* (Jawa Timur: Penerbit Qiara Media, 2019), hlm. 3.

keunikan yang tak tertandingi. Dari semua kegiatan bisnis hendaklah selaras dengan moralitas dan nilai utama yang digariskan oleh Alquran. Alquran menegaskan bahwa setiap kegiatan dan transaksi hendaknya ditujukan untuk tujuan hidup yang lebih mulia. Begitu juga dengan perusahaan, kejujuran harus menjadi landasan manajemen untuk mencapai keberkahan usahanya.²

Perkembangan kegiatan ekonomi di masyarakat saat ini diramaikan dengan hadirnya lembaga keuangan. Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Secara umum lembaga keuangan berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan, yaitu merupakan proses penyerapan dana dari unit surplus ekonomi, baik sektor lembaga pemerintah maupun individu (rumah tangga) untuk penyedia dana bagi unit ekonomi Islam.³

Lembaga intermediasi keuangan berdasarkan kemampuan menghimpun dana dari masyarakat dapat dikelompokkan ke dalam dua golongan, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank. Lembaga keuangan bank menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan misalnya giro, tabungan dan deposito. Sedangkan lembaga keuangan nonbank adalah lembaga keuangan yang

² Ikhsan Bayanuloh, *Marketing Syariah*, Ed.1, Cet.2(Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 22.

³ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media, 2017), hlm. 1.

lebih fokus dalam bidang penyaluran dana, salah satu bentuk lembaga keuangan nonbank adalah pegadaian.⁴

Perkembangan lembaga keuangan non bank semakin pesat, salah satu diantaranya adalah pegadaian. Perkembangan ini terjadi dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat yang terus meningkat dalam transaksi keuangan. Gadai merupakan suatu perjanjian utang-piutang, dimana orang yang berutang akan menggadaikan barangnya sebagai jaminan atas utangnya. Barang jaminan tetap milik orang yang menggadaikan (orang yang berutang) tetapi dikuasai oleh penerima gadai (yang berpiutang).⁵

PT. Pegadaian terbagi menjadi dua yaitu Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah. Secara umum pegadaian konvensional dan syariah sama-sama menawarkan produk kepada nasabah, namun pegadaian syariah menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam prakteknya. Perbedaan pegadaian syariah dengan konvensional terletak pada prinsip-prinsip syariah. Pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki usaha utama di bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai. Pegadaian syariah ialah pegadaian yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah.⁶

⁴ Soemitra, hlm. 30-31.

⁵ Delima Sari Lubis, "Kontroversi Hukum Pegadaian Syariah," *Jurnal AL-MAQASID: Jurnal Ilmu Kesyariahan Dan Keperdataan* 3, no. 2 (30 Desember 2017): hlm. 1, <https://doi.org/10.24952/almaqasid.v3i2.1465>.

⁶Fiki Puspitasari, *Butuh Dana Cepat? Pegadaian Solusinya* (Yogyakarta: CV Kompetensi Terapan Sinergi Pustaka, 2019), hlm. 20.

Pada era digitalisasi, perkembangan teknologi informasi semakin hari semakin berkembang. Teknologi informasi memberikan berbagai sarana bagi manajemen dalam mengelola bisnis yang ada. Teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat pesat dimana pada zaman yang semakin modern ini tidak menutup kemungkinan untuk perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, lebih mudah, lebih murah, lebih cepat dan aman.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga dapat membantu manusia dalam menjalankan aktivitas, karena dapat memberikan pelayanan yang cepat kepada masyarakat juga meningkatkan kinerja lembaga pegadaian. Dengan pelayanannya yang memuaskan hingga saat ini pegadaian syariah masih tetap banyak diminati oleh masyarakat, namun tuntutan perkembangan teknologi di era global saat ini pastinya menuntut semua serba cepat, termasuk jasa pelayanan dari pegadaian syariah.

Aplikasi pegadaian syariah digital ini diharapkan akan membantu para nasabah melakukan transaksi melalui *smartphone* tanpa harus melakukan transaksi secara manual. Aplikasi pegadaian syariah digital ini memiliki banyak *fitur* untuk memenuhi semua kebutuhan transaksi nasabah di pegadaian syariah.

Hampir semua transaksi pembiayaan di pegadaian syariah sudah tersedia diaplikasi pegadaian syariah digital. Beberapa contoh *fitur* yang tersedia pada aplikasi ini seperti, informasi mengenai produk-produk

pegadaian syariah, *booking* gadai *online*, pengajuan pembiayaan, pembukaan rekening tabungan emas, pembayaran transaksi gadai, dan pembayaran transaksi tagihan.

Di dalam sebuah perusahaan diperlukan marketing yang baik untuk menarik nasabah dalam sebuah perusahaan tersebut. Pemasaran atau marketing ialah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Caranya dengan membuat produk, menentukan harganya, tempat penjualannya dan mempromosikan produk tersebut kepada para konsumen.

Keberadaan pegadaian syariah sangat membantu masyarakat yang mayoritas muslim untuk dapat melakukan transaksi gadai tanpa adanya unsur riba di dalamnya. Pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah masih sangat kurang. Karena pegadaian syariah saat ini terbilang baru dan kantornya belum terlalu banyak diketahui oleh masyarakat.

Sosialisasi adalah proses yang membantu individu melalui belajar dan penyesuaian diri, bagaimana bertindak dan berpikir agar dapat berperan dan berfungsi, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Sosialisasi berkaitan dengan masyarakat yang mempelajari tentang tingkah laku manusia dalam masyarakat.⁷

⁷ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah (Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer)*, Edisi Revisi, Cet, 3 (Bandung: ALFABETA Bandung, 2016), hlm. 350-351.

Dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital bagi nasabah pegadaian masih relatif baru tentulah tidak mudah. Kebanyakan nasabah pegadaian belum memahami penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital. Bagi kebanyakan nasabah pegadaian masih melakukan transaksi secara manual dan belum mengetahui bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi hasibuan di Pegadaian Alaman Bolak, menyatakan bahwa peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital adalah untuk menginformasikan aplikasi pegadaian syariah digital kepada nasabah, karena nasabah tidak semua mengetahui berapa jumlah pembiayaan yang dilakukannya, dalam aplikasi ini nasabah mengetahui seberapa besar jumlah pembiayaan yang telah dilakukan nasabah. Dalam aplikasi ini dapat memudahkan para nasabah melakukan transaksi tanpa harus melakukan transaksi secara manual dan menghemat waktu nasabah.

Sebagian nasabah adalah para orang tua yang tidak memahami bagaimana penggunaan android dan penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital, sehingga sulit menjelaskan bagaimana penggunaannya. Kebanyakan nasabah masih melakukan transaksi secara manual, mereka berpikir melakukan transaksi secara online sangat sulit sehingga nasabah lebih memilih yang mudah yaitu langsung ke kantor pegadaian.⁸

⁸ Lila Santi Hasibuan, Wawancara dengan Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, 3 Maret 2021, PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang tepat agar pensosialisasian aplikasi pegadaian syariah digital tersebut. Dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital dibutuhkan peran marketing, peran marketing ini diharapkan dapat membantu pihak pegadaian syariah mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu terwujudnya pemahaman para nasabah pegadaian.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana peran marketing pada Pegadaian Syariah Alaman Bolak dengan judul: **“Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital”**

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pembatasan masalah agar pembahasannya tidak meluas dan tetap fokus pada permasalahan yang diteliti. Penelitian ini dibatasi tentang peran marketing dan faktor-faktor apa yang melatarbelakangi dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital.

C. Batasan Istilah

Agar terhindar dari kesalahan dalam penelitian ini, maka peneliti membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Peran, aspek dinamis dari kedudukan atau status.
2. Marketing, proses perencanaan dan penerapan konsepsi, penetapan harga dan distribusi barang, jasa dan ide untuk mewujudkan pertukaran yang memenuhi tujuan individu atau organisasi.

3. Sosialisasi, hal yang berkaitan dengan masyarakat yang mempelajari tentang tingkah laku manusia dalam masyarakat.
4. Aplikasi Pegadaian Syariah Digital, adalah aplikasi yang memberikan pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dari produk-produk yang ada di dalam aplikasi dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi.
5. Nasabah, adalah pihak (individu atau lembaga) yang menggunakan jasa-jasa perbankan (dalam hal keuangan).
6. Pegadaian Syariah adalah pegadaian yang dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalahnya dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?
2. Faktor-faktor apa yang melatarbelakangi peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

E. Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital.
2. Untuk mengetahui faktor yang melatarbelakangi peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital.

F. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan dalam kajian, antara lain:

1. Bagi Peneliti: Menambah pengetahuan peneliti dalam bidang yang diteliti baik secara teoritis maupun aplikasi.
2. Bagi Perusahaan: Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan, khususnya dalam peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital kepada nasabah.
3. Bagi Masyarakat: Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi para pembaca dari segi teoritis tentang penerapan sistem aplikasi pegadaian syariah digital.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya: Sebagai bahan untuk peneliti lain yang akan melakukan penelitian tentang objek yang sama di masa yang akan datang.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih terarah dalam pembahasan ini, penulis membuat sistematika penulisan, adapun sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: adalah pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah yaitu berisi tentang hal-hal apa saja yang melatarbelakangi masalah penelitian, mengapa penelitian melakukan penelitian terhadap judul penelitian, kemudian batasan masalah yaitu berisi tentang batasan masalah dalam penelitian agar tidak terlalu luas

dalam pembahasan. Batasan istilah yaitu berisi tentang pengertian peran, marketing, sosialisasi, aplikasi pegadaian syariah digital, nasabah, pegadaian syariah. Rumusan masalah yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan penelitian tentang apa sebenarnya yang ingin dikaji dan diteliti oleh peneliti yang biasanya disusun dalam kalimat tanya, dan tujuan penelitian yaitu aspek-aspek apa saja yang ingin diperoleh perusahaan, peneliti dan lembaga perguruan tinggi terhadap hasil dari penelitian.

Bab II Landasan Teori: yang terdiri dari kerangka teori yang digunakan dalam pembuatan karya tulis, dimana teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu membahas tentang marketing, sosial, aplikasi pegadaian syariah digital, serta penelitian terdahulu berisi tentang penelitian-penelitian yang menjadi referensi penelitian dan juga sebagai pendukung yang akan diteliti oleh peneliti.

Bab III Metode Penelitian: yang terdiri dari waktu penelitian dan lokasi penelitian yaitu kapan penelitian dilakukan dan dimana lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Jenis penelitian ini yaitu berisi tentang jenis apa yang akan dilakukan oleh peneliti. Subjek dan objek penelitian yaitu berisi tentang sumber data yaitu berisi tentang dari mana data yang diperoleh oleh peneliti apakah dari lapangan atau dari dokumentasi, teknik pengumpulan data yaitu teknik-teknik apa saja yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian, yang dalam hal ini teknis pengolahan atau analisis data, teknis pengecekan keabsahan data.

Sistematika pembahasan yaitu hal-hal apa saja yang akan ditulis, yang secara garis besar terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir.

Bab IV Hasil Penelitian: yang terdiri dari sejarah berdirinya PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak, fungsi, kedudukan dan status hukum PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak, visi dan misi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak, produk-produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak, serta hasil penelitian.

Bab V Penutup: yang berisikan tentang kesimpulan yaitu kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh oleh peneliti yang biasanya dijelaskan satu per satu dari teknis pengolahan dan analisis data dan saran-saran yaitu saran-saran kepada peneliti selanjutnya dan kepada perusahaan yang bersangkutan terkait dengan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Marketing (Pemasaran)

a. Pengertian Marketing (Pemasaran)

Pemasaran atau dalam bahasa Inggrisnya lebih dikenal dengan sebutan marketing, istilah tersebut sudah sangat dikenal dikalangan pebisnis. Pemasaran mempunyai peran penting dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi, dan strategi promosi. Sedangkan pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah.

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar mencapai tujuan perusahaan.

Menurut William J. Stanton, marketing adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Menurut Philip Kotler, marketing adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.⁹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa marketing atau pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus dipuaskan oleh kegiatan manusia lain, yang menghasilkan alat pemuas kebutuhan, yang berupa barang maupun jasa.

Defenisi pemasaran menurut Philip kotler bertumpu pada suatu konsep inti pemasaran yaitu:¹⁰

- a) Kebutuhan, kebutuhan manusia adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Kebutuhan tidak diciptakan dalam hayati serta kondisi manusia, jadi cara berpikir manusia mulai dengan kebutuhan dan keinginan manusia.
- b) Keinginan, keinginan adalah dorongan-dorongan akan pemuas tertentu dari kebutuhan yang lebih dalam. Keinginan manusia secara terus-menerus dibentuk dan dibentuk kembali oleh kekuatan-kekuatan sosial dan kelembagaan.
- c) Permintaan, permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan keinginan untuk membelinya. Keinginan menjadi permintaan apabila

⁹ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)* (Yogyakarta: PT Buku Seru, 2015), hlm. 190-191.

¹⁰ Sunyoto, hlm. 191-195.

didukung oleh daya beli. Banyak orang yang menginginkan berbagai macam produk dengan harga sangat mahal, hanya sedikit orang yang mampu dan mau membelinya.

- d) Produk, produk adalah sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya, tetapi pada jasa yang dapat diberikannya.
- e) Nilai, biaya, dan kepuasan, nilai adalah perkiraan tentang kemampuan total suatu produk untuk memenuhinya. Tawaran akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepada pembeli sasaran.
- f) Pertukaran, transaksi, dan hubungan, pertukaran adalah tindakan untuk memperoleh suatu objek yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Transaksi adalah perdagangan nilai antara dua pihak. Transaksi menyangkut beberapa dimensi: paling tidak dua hal yang bernilai, kondisi yang disepakati, waktu kesepakatan dan tempat kesepakatan.
- g) Pasar, pasar adalah tempat di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk saling menukar barang mereka.
- h) Pemasaran dan pemasar, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana masing-masing individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai

bagi pihak lainnya. Pemasar adalah seseorang yang mencari sumber daya dari orang lain dan mau untuk menawarkan sesuatu yang berharga dalam pertukaran.

b. Fungsi Marketing (Pemasaran)

Tujuan pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa-jasa ke tangan konsumen. Untuk ini diperlukan kegiatan-kegiatan tertentu. Berbagai jenis kegiatan dari proses yang diperlukan karena spesialisasinya di dalam pemasaran itu tersebut fungsi-fungsi pemasaran.

Fungsi pemasaran dapat digolongkan dalam sebagai berikut:

- a) Fungsi pertukaran, fungsi pemasaran jenis pertukaran meliputi pembelian dan penjualan.
- b) Fungsi penyediaan fisik, fungsi pemasaran jenis penyediaan fisik meliputi transportasi dan pergudangan.
- c) Fungsi fasilitas, fungsi pemasaran jenis fasilitas meliputi standardisasi, pembelanjaan, penanggungan resiko, dan penerangan pasar.¹¹

c. Konsep Marketing (Pemasaran)

Dalam kegiatan pemasara terdapat beberapa konsep pemasaran di mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen.

¹¹ Sunyoto, hlm. 190-198.

Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.

Ada lima konsep dalam pemasaran di mana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan, yaitu:

- a) Konsep produksi, konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi.
- b) Konsep produk, konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu, perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk. Konsep produk merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik.
- c) Konsep penjualan, konsep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

- d) Konsep pemasaran, konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.
- e) Konsep pemasaran perusahaan, menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan keputusan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.
- f) Konsep pemasaran kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta, memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Bagi dunia perbankan konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu jelas tertuang bahwa pelanggan benar-benar harus diperhatikan. Tujuannya adalah agar pelanggan tetap setia menggunakan produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank.¹²

¹² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 177-179.

d. Strategi Marketing (Pemasaran)

Strategi pemasaran ialah suatu rencana yang memungkinkan perusahaan memanfaatkan sumberdaya yang dimilikinya dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan. Strategi pemasaran untuk perbankan syariah berdasarkan konsep bauran pemasaran (marketing mix) adalah hal yang sangat menarik dan merupakan keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Bauran pemasaran dimaksud adalah product (produk), price (harga), place (tempat atau saluran distribusi), promotion (promosi), people (sumber daya manusia), process (proses), dan physical evidence (bukti fisik).¹³

e. Menciptakan Bauran Marketing (Pemasaran)

Sebuah perusahaan mengendalikan empat unsur penting pemasaran yang harus dipadukan dengan suatu cara untuk mencapai pasar sasaran. Keempat unsur tersebut adalah produk, harga, promosi produk, dan pemilihan cara distribusi.

- a) Merencanakan barang dan jasa. Kegiatan merencanakan barang/jasa meliputi desain barang dan aspek-aspeknya (bentuk, warna, bungkus, label, rasa).
- b) Menetapkan harga barang dan jasa. Kegiatan ini meliputi prosedur penetapan harga, metode yang dipakai dalam penetapan harga, strategi harga.

¹³ Muhammad Isa, "Gambaran Umum Pemasaran Produk Dan Jasa Perbankan Syariah," *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 4, no. 1 (30 Juni 2016): hlm. 52-55, <https://doi.org/10.24952/masharif.v4i1.722>.

- c) Mempromosikan barang dan jasa. Kegiatan ini meliputi komunikasi dengan para calon pembeli melalui periklanan, publisitas, personal selling dengan tujuan meyakinkan para calon pembeli supaya membeli.
- d) Mendistribusikan. Kegiatan ini meliputi pendistribusian fisik, yaitu semua kegiatan yang tercakup dalam pemindahan fisik barang dari produsen ke konsumen.¹⁴

f. Perencanaan Marketing (Pemasaran)

Rencana pemasaran adalah proses penentuan pendekatan komprehensif yang jelas kepada keinginan konsumen. Pengembangan rencana pemasaran perlu memperhatikan beberapa unsur, yaitu:

- a) Riset pemasaran, riset ini dilakukan untuk mengidentifikasi konsumen, produk yang diinginkan, dan cara pembelian mereka.
- b) Riset penjualan, riset ini dilakukan untuk keperluan promosi dan distribusi berdasarkan temuan riset pemasaran.
- c) Sistem informasi pemasaran, sistem ini digunakan untuk keperluan penghimpunan, penyeleksian, analisis, penyimpanan, dan penyebaran informasi pemasaran.
- d) Peramalan penjualan, ini digunakan untuk menggordinasikan keputusan pribadi dengan informasi pasar yang akurat.

¹⁴ Muhammad Isa, "Riset Pemasaran dalam Mendukung Keberlanjutan Bisnis Bank Syariah," *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (31 Desember 2016): hlm. 201, <https://doi.org/10.24952/tijarah.v2i2.797>.

- e) Rencana pemasaran, ini digunakan untuk merumuskan rencana pencapaian tujuan dalam pemasaran jangka panjang dan penjualan.
- f) Evaluasi, ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi dan menilai penyimpangan dari rencana pemasaran.¹⁵

g. Karakteristik Pemasaran Syariah

Karakteristik pemasaran syariah terdiri dari beberapa unsur yaitu:

- a) Ketuhanan (*Rabbaniyah*), adalah satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah Swt. Oleh sebab itu, semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya. Kondisi tersebut sangat diyakini oleh umat Muslim, sehingga menjadi pegangan hidup, tidak tergoyahkan. Nilai *Rabbaniyah* tersebut melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap muslim, sehingga dapat menghentikan perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.
- b) Etis (*Akhlaqiah*), adalah semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya.

¹⁵ Mahmud Machfeedz, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2007), hlm. 50-52.

- c) Realistis (*Al-Waqiiyyah*), adalah sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membeda-bedakan orang, suku, warna kulit. Semua tindakan penuh dengan kejujuran.
- d) Humanistis (*Al-Insaniyah*), adalah berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik. Jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak tatanan hidup di masyarakat, menjadikan kehidupan masyarakat terganggu.¹⁶

2. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses yang membantu individu melalui belajar dan penyesuaian diri, bagaimana bertindak dan berpikir agar dapat berperan dan berfungsi, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Proses sosialisasi sebenarnya berawal dari dalam keluarga. Bagi anak-anak yang masih kecil, situasi di sekelilingnya adalah keluarga sendiri. Gambaran diri mereka merupakan pantulan perhatian yang diberikan keluarga kepada mereka. Persepsi mereka tentang dirinya dunia dan masyarakat di sekelilingnya secara langsung dipengaruhi oleh tindakan dan keyakinan keluarga-keluarga mereka. Nilai-nilai yang dimiliki oleh

¹⁶ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah (Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer)*, Edisi Revisi, Cet, 3 (Bandung: ALFABETA Bandung, 2016), hlm. 350-351.

individu dan berbagai peran diharapkan dilakukan oleh seseorang semuanya berawal dari dalam lingkungan keluarga sendiri.¹⁷

b. Proses Sosialisasi

Proses sosialisasi ini berarti tidak berhenti sampai pada keluarga, tapi masih ada lembaga lainnya. Lembaga-lembaga sosialisasi yang terpenting adalah keluarga, sekolah, kelompok sebaya dan media masa. Dengan demikian sosialisasi dapat berlangsung secara formal ataupun informal, yaitu:

- a) Secara formal, proses sosialisasi lebih teratur karena di dalamnya disajikan seperangkat ilmu pengetahuan secara teratur dan sistematis serta dilengkapi oleh perangkat norma yang tegas dan harus dipatuhi oleh setiap individu. Proses sosialisasi ini dilakukan secara sadar dan sengaja
- b) Secara informal, proses sosialisasi bisa juga terjadi melalui interaksi pergaulan informal. Sosialisasi ini bersifat tidak sengaja, terjadinya ini bila seseorang individu mempelajari pola-pola keterampilan, norma atau perilaku melalui pengamatan informal terhadap interaksi orang lain.¹⁸

¹⁷ Hartono dan Arnicun Aziz, *Ilmu Sosial Dasar*, Ed, 1, Cet. 2. (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hlm. 116.

¹⁸ Hartono dan Aziz, hlm. 117.

c. Tujuan Pokok Sosialisasi

Meskipun sosialisasi itu mungkin berbeda-beda dalam berbagai lembaga, kelompok maupun masyarakat, namun sasaran sosialisasi itu sendiri banyak memiliki kesamaan. Tujuan pokok sosialisasi adalah:

- a. Individu harus diberi ilmu pengetahuan (keterampilan) yang dibutuhkan bagi kehidupan kelak di masyarakat.
- b. Individu harus mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya.
- c. Pengendalian fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
- d. Bertingkah laku selaras dengan norma atau tata nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada lembaga atau kelompok khususnya dan masyarakat umumnya.¹⁹

d. Pandangan Islam Terhadap Sosialisasi

Diakui dunia bahwa Rasulullah SAW adalah tokoh terbaik dunia. Tokoh yang berhasil dalam membangun masyarakat di dunia.

Ada tiga konsep dari Al-qur'an yang dapat dikembangkan sebagai teori sosiologi islam, yaitu:

- a. Tadafu', saling tolak menolak atau konflik.
- b. Ta'aruf, interaksi yang terjadi menimbulkan hubungan dan kebersamaan yang harmoni di antara pihak-pihak yang terlibat.

¹⁹ Hartono dan Aziz, hlm. 118.

c. Ta'awun, saling tolong menolong.

Dalam bidang sosial, islam memperkenalkan ajaran yang bersifat kesetaraan dan sederajat anantara manusia satu dengan manusia yang lainnya.²⁰

يَتَّيِّبُهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ

لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَّقَىٰ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal. (Q.S Al-Hujurat:13)²¹

Berdasarkan ayat diatas dapat dijelaskan bahwa seruan kepada semua manusia dan meningkatkan mereka bahwa: Allah Swt menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, yakni Nabi Adam as. dan Hawa, dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal mengenal, yakni perkenalan yang mengantar kamu bantu membantu serta saling melengkapi.²²

²⁰ Aam Abdussalam, "Teori Sosiologi Islam (Kajian Sosiologis terhadap Konsep-konsep sosiologi dalam Alquran Al-Karim)," *Jurnal Pendidikan Agama Islam Ta'lim* Vol. 12 No. 1 (2014): hlm. 28-33, http://jurnal.upi.edu/file/03_-_Teori_Sosiologi_Islam_-_Aam.pdf.

²¹ QS. Al-Hujurat (49) : 13.

²² M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah (Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an)*, vol. 12 (Jakarta: Penerbit Lentera Hati, 2012), hlm. 616.

Allah tidak menyukai orang-orang memperlihatkan kesombongan dengan keturunan, kepangkatan atau kekayaan karena yang paling mulia diantara manusia di sisi Allah swt hanyalah orang yang paling bertaqwa. Ayat ini ditutup dengan menegaskan bahwa yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah swt ialah yang paling bertaqwa, sungguh Allah Maha Mengetahui, Meneliti sehingga tidak ada sesuatu yang tersembunyi bagi-Nya, walaupun detak detik jantung dan niat seseorang.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti menyimpulkan bahwa Allah telah menciptakan manusia dari seorang laki-laki dan seorang perempuan agar dengan adanya perbedaan itu terjadilah ketertarikan untuk saling mengenal dan juga untuk saling menolong dan membantu sesama, bukan untuk saling mengejek dan mencemooh. Allah melihat kualitas manusia bukan dari keturunan, kekayaan, kepandaian melainkan dari kualitas ketaqwaan seseorang tersebut kepada Allah Swt.

Dalam dunia pekerjaan, seseorang tidak perlu membedakan antara satu orang dengan yang lainnya karena semua manusia itu sama baik dia perempuan maupun laki-laki. Begitu juga pihak marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital kepada nasabah, pihak marketing tidak membedakan nasabah yang datang baik nasabah perempuan ataupun laki-laki, para orang

tua, dan nasabah yang tidak memahami bagaimana penggunaan internet.

Dalam hal ini pihak marketing menjalankan perannya agar para nasabah lebih mengerti bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital, dan produk-produk yang terdapat dalam pegadaian syariah.

3. Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

a. Pengertian Pegadaian Syariah

Menurut UU Perdata Pasal 1150 gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang yang berhutang atau oleh seorang lain atas dirinya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang didahulukan.

Fiqih Islam mengenal perjanjian gadai yang disebut *rahn*, yaitu perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan hutang.²³ Gadai (*rahn*) dapat diartikan pula sebagai perjanjian suatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara sebagai tanggungan pinjaman

²³ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 587.

(*marhun bih*), sehingga dengan adanya tanggungan utang ini seluruh atau sebagian utang dapat diterima. Orang yang menyerahkan barang gadai disebut *rahin*, orang yang menerimabarang gadai disebut *murtahin* dan barang yang digadaikan disebut *marhun*. Selain itu, terdapat pula *sighat* akad.²⁴

b. Dasar Hukum Gadai

Dewan Syariah Nasional menetapkan aturan tentang *rahn* sebagaimana tercantum dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tertanggal 26 Juni 2002 sedangkan *rahn* emas tercantum dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional 26/DSN-MUI/III/2002 tertanggal 28 Maret 2002.

c. Rukun Gadai Syariah

Dalam menjalankan pegadaian syariah, pegadaian harus memenuhi rukun gadai syariah, yaitu:

- a) *Ar-Rahin* (yang menggadaikan), orang yang telah dewasa, berakal, bisa dipercaya, dan memiliki barang yang digadaikan.
- b) *Al-Murtahin* (yang menerima gadai), orang, bank atau lembaga yang dipercaya oleh *rahin* untuk mendapatkan modal dengan jaminan barang (gadai).

²⁴ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 31-32.

- c) *Al-Marhun/rahn* (barang yang digadaikan), barang yang digunakan *rahin* untuk dijadikan jaminan dalam mendapatkan utang.
- d) *Al-Marhun bib* (utang), sejumlah dana yang diberikan *murtahin* kepada *rahin* atas dasar besarnya tafsiran *marbun*.
- e) *Sighat, Ijab dan Qabul*, kesepakatan antara *rahin* dan *murtahin* dalam melakukan transaksi gadai.²⁵

d. Pengertian Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Seiring berkembangnya minat masyarakat melakukan transaksi di padagaian, pegadaian berusaha meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan untuk menarik nasabah baru dan menjaga loyalitas nasabah lama dengan cara meluncurkan aplikasi berbasis online, guna mempermudah bertransaksi secara lebih cepat, maka pada bulan Januari 2018 pegadaian meluncurkan aplikasi pegadaian syariah digital.

Aplikasi pegadaian syariah digital adalah aplikasi yang menggunakan sistem pelayanan yang praktis, cepat serta tidak menggunakan waktu yang lama dalam melakukan peminjaman serta transaksi semua produk oleh para nasabah maupun calon nasabah.

²⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Ed. 1., cet. 1 (Yogyakarta, Indonesia: Ekonisia, 2003), hlm. 168.

Aplikasi pegadaian syariah digital dapat memberikan pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi yang jelas dari produk-produk yang ada di dalam aplikasi. Layanan baru ini menawarkan kemudahan bagi nasabah mulai dari melakukan pembukaan buku tabungan emas atau titipan emas pada PT. Pegadaian.²⁶

e. Peran Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Aplikasi digital merupakan sebuah teknologi informasi yang dianjurkan dibidang pendidikan berupa *website* yang dapat di *upload* dan dikirim sesuai *website* yang sudah ditentukan. Karena adanya aplikasi digital ini untuk mempermudah perusahaan dalam menjalankan suatu bisnisnya dan bisa menghemat waktu dalam bekerja.

Aplikasi Pegadaian Syariah Digital adalah satu fasilitas dalam bentuk digital yang dimiliki oleh PT Pegadaian yang berbasis sistem dan *handphone*. Aplikasi Pegadaian Syariah Digital dapat memberikan pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dari produk-produk yang ada di dalam aplikasi tersebut. Layanan ini menawarkan kemudahan bagi nasabah mulai dari melakukan pengajuan gadai atau pengajuan kredit mikro. Keunggulan-nya nasabah mendapatkan pelayanan lebih cepat yang sejajar dengan yang diberikan oleh pelayanan outlet Pegadaian.

²⁶ Dian Olivia, "Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Melayani Transaksi Produk Tabungan Emas PT Pegadaian (Persero) Area Malang" (diploma, Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), hlm. 4, <https://doi.org/10/BAB%20II.pdf>.

Manfaat Aplikasi Pegadaian Syariah Digital adalah mempermudah nasabah maupun calon nasabah dalam melakukan pembayaran cukup hanya lewat aplikasi sajakemudian dibayarkan sesuai bank yang sudah dtentukan oleh Pegadaian atau melalui ATM.

Walaupun masyarakat atau nasabah belum mau melakukan pinjaman melalui Aplikasi Pegadaian Syariah Digital karena nasabah masih belum paham dalam menggunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital karena takut terjadi kesalahan dalam melakukan peminjaman. Maka dari itu nasabah masih menggunakan cara manual dalam melakukan peminjamannya. Walaupun karyawan atau petugas pegadaian sudah mempromosikan, memberikan tahapan bagaimana cara menggunakan mulai dari cara daftar sampai cara *loginnya*.²⁷

Pada saat nasabah ingin melakukan transaksi waktu konfirmasinya wajib 1x24 jam, namun para nasabah tidak perlu repot untuk membawa data ke outlet pegadaian syariah karena data sudah bisa diinput melalui aplikasi syariah digital.

Dalam waktu 1x24 jam nasabah di haruskan untuk datang ke outlet pegadaian syariah. Dengan menunjukan kode *booking* via pegadaian syariah digital dan akan diproses oleh pihak pegadaian syariah. Dan nasabah juga harus membawa barang yang akan dijadikan jaminan, dengan melalui aplikasi pegadaian syariah

²⁷ Azzahra Rika, "Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Dalam Mendorong Pertumbuhan Outstanding Loan (OSL) Pada UPC Bandar Buat PT. Pegadaian Kota Padang" (diploma, Universitas Andalas, 2020), hlm. 2-5, <http://scholar.unand.ac.id/56073/>.

nasabah juga sudah mengetahui informasi lengkap seputar tentang produk-produk dan jumlah jaminan yang akan didapatkan tanpa harus datang dan bertanya kepada para pihak pegadaian syariah. Namun dikarenakan sistem aplikasi pegadaian syariah digital service banyak kekurangan yang terkadang sistem dari aplikasi pegadaian digital service masih *error*, yang dapat menggagalkan transaksi nasabah.²⁸

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama/tahun Penelitian | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|---|--|---|
| 1 | Popi Andestri Irian Sumantri (Skripsi IAIN Bengkulu 2019) | Pengaruh Sosialisasi, Edukasi dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menabung di PT. Pegadaian Syariah Cabang Skip Kota Bengkulu (Studi Pada Mahasiswa | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sosialisai, edukasi dan strategi pemasaran secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, secara parsial (individu) kedua variabel independen juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dan Variabel sosialisasi, edukasi dan strategi |

²⁸ Rati Perwasih, “Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Pada Pengguna Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Dan Manual (Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Bengkulu)” (diploma, Iain Bengkulu, 2019), hlm. 28-29, <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3391/>.

| | | | |
|---|--|--|---|
| | | Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu) | pemasaran berpengaruh terhadap variabel loyalitas sebesar 66,8 % sedangkan sisanya 33,2 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model persamaan penelitian. |
| 2 | Sudiah Hestianah, Dian Mafulla, Dedeh Imam Fatmasari (Jurnal El-Idhara 2021) | Strategi Pelayanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital (PSD) Di Kantor Pegadaian Syariah | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan diterapkannya aplikasi mobile, sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi di Pegadaian Syariah. Sehingga Pegadaian Syariah Digital (PSD) dalam hal ini mempertajam nilai unik atau diferensiasi perusahaan dalam menghadapi persaingan. |
| 3 | Rita Sari Siregar (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan 2020) | Analisis Penerapan Teknologi Digital Bagi Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan diluncurkannya aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) belum sepenuhnya sesuai dengan tujuan Pegadaian Syariah, yaitu mampu memudahkan nasabah bertransaksi dan bisa memberikan layanan yang berdampak pada kepuasan nasabah. Adapun kendala yang dihadapi seperti sitem jaringan yang sering error, kurangnya sosialisasi pihak PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak terhadap nasabah sehingga masih banyak nasabah yang belum mengetahui adanya aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD), usia dari nasabah yang rata-rata 40 tahun ke atas yang kurang |

| | | | |
|---|---|--|--|
| | | | memahami mengenai teknologi dan kebiasaan lama yang dijalani nasabah selama ini sehingga menganggap transaksi secara manual lebih cepat dibandingkan online. |
| 4 | Paisal Harahap (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan 2021) | Strategi Bisnis Pada Layanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital (PSD) Menggunakan Analisis Swot | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan dibuatnya aplikasi PSD sudah sesuai dengan tujuan Pegadaian Syariah, yaitu mampu memudahkan nasabah bertransaksi dan bisa memberikan layanan yang berdampak pada kepuasan nasabah juga menekankan keterbukaan informasi secara detail dan valid supaya menghindari kedzaliman dalam berbisnis. |
| 5 | Milsisi (Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 2020) | Aplikasi Marketing Syariah di Pegadaian Syariah (Studi di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Kota Jambi) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Pertama</i> , aplikasi (penerapan) marketing syariah di Pegadaian Syariah Cabang Kota Jambi bersandar pada empat pilar, yaitu: pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu, dan profitabilitas. Dimana cara yang dilakukan dengan cara menumbuhkan kepercayaan nasabah lebih ke reliabilitas yang bisa diandalkan, memberikan perhatian personal pada nasabah tertentu atau biasa kita sebut sebagai nasabah prioritas, <i>Kedua</i> , adapun kendala yang dihadapi dalam aplikasi (penerapan) |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>marketing di pegadaian syariah kotajambi dimana marketing kesulitan dalam menawarkan produk dari pegadaian syariah karena kebanyakan nasabah menanyakan tentang dalil dari produk tersebut dan meminta penjelasan yang detail tentang bunga dan denda. <i>Ketiga</i>, solusi yang dilakukan oleh marketing di pegadaian syariah cabang kota jambi yaitu dengan upgrade regulasi, update SDM, dan Edukasi masyarakat tentang gadai syariah memperkenalkan atau mensosialisasikan produk yang ditawarkan suatu perusahaan melalui berbagai macam media dan cara. Tetapi dalam mempromosikan suatu produk harus mengedepankan kejujuran.</p> |
|--|--|--|--|

Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini adalah:

- a. Popi Andestri Irian Sumantri, membahas tentang bagaimana Pengaruh Sosialisasi, Edukasi dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menabung di PT. Pegadaian Syariah Cabang Skip Kota Bengkulu (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu). Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang sosialisasi. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari angket (kousioner), sedangkan peneliti

pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara.

- b. Sudiah Hestianah, Dian Mafulla, Dedeh Imam Fatmasari, membahas tentang bagaimana Strategi Pelayanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital (PSD) Di Kantor Pegadaian Syariah. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang mengetahui sejauh mana strategi bisnis pada layanan aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) dalam menunjang transaksi serta mengoptimalkan potensi dan peluang yang ada didalam menghadapi persaingan, sedangkan peneliti membahas Bagaimana peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital kepada nasabah pegadaian.
- c. Rita Sari Siregar, membahas tentang bagaimana Analisis Penerapan Teknologi Digital Bagi Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak. Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan di lokasi yang sama yaitu PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak. Perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang Bagaimana penerapan teknologi digital bagi nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak, sedangkan peneliti membahas Bagaimana peran marketing

dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital kepada nasabah pegadaian.

- d. Paisal Harahap, membahas tentang bagaimana Strategi Bisnis Pada Layanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital Menggunakan Analisis *SWOT* (Studi Kasus: Pegadaian Syariah CPS Alaman Bolak). Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif dan di lokasi yang sama yaitu PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan peneliti menggunakan wawancara dan dokumentasi.
- e. Milsisi, membahas tentang bagaimana Aplikasi Marketing Syariah di Pegadaian Syariah (Studi di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Kota Jambi). Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan peneliti adalah sumber data sekunder dan data primer yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah lokasi penelitian dilakukan di Pegadaian Syariah Cabang Kota Jambi, sedangkan peneliti melakukan penelitian di PT Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yang terletak di Jalan Sermalian Kosong No. 28 E Kota Padangsidempuan Sumatra Utara. Waktu penelitian pada bulan Februari 2021 sampai dengan Agustus 2021.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tergantung pada pengamatan sesuai dengan kemampuan yang berhubungan langsung dengan orang-orang di sekitar.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang hanya menggambarkan keadaan dari objek yang akan diteliti sehubungan permasalahan objek yang akan dibahas. Adapun metode deskriptif adalah penelitian yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku di masyarakat serta situasi-situasi termasuk tentang hubungan-hubungan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh suatu fenomena.

C. Unit Analisis/Subjek Penelitian

Subjek yang diteliti dalam penelitian kualitatif disebut informan yang dijadikan teman bahkan konsultan untuk menggali informasi yang dibutuhkan peneliti.²⁹

Dalam hal ini, adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah pihak marketing PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak sebanyak 1 orang dan nasabah berjumlah 5 orang. Dengan menggunakan metode *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah sebuah prosedur pengambilan sampel dimana responden pertama dipilih dengan metode probabilitas, dan kemudian responden selanjutnya diperoleh dari informasi yang diberikan oleh responden yang pertama.

D. Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder dan data primer:

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber sebelumnya yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian.

Data sekunder diperoleh dari literatur berupa buku-buku, jurnal, dan catatan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

²⁹ Salim dan Syahrudin, *Metode Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2007), hlm. 142.

2. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Pada umumnya data primer ini sebelumnya belum tersedia, sehingga peneliti harus melakukan pengumpulan sendiri data ini berdasarkan kebutuhannya.

Data primer diperoleh dari para Marketing dan para nasabah Pegadaian Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.³⁰

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi sistematis. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain.

Peneliti melakukan percakapan yang sangat hai-hati dan sudah terstruktur dengan para Marketing dan para nasabah Pegadaian Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

³⁰ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Bandung: Refika Aditama, 2013), hlm. 21.

2. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sifat utama data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi diwaktu silam.

Hal ini merupakan pendukung peneliti dalam hal dokumentasi dilakukan dengan cara menampilkan gambar, ataupun data guna menunjang penelitian yang ada.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pada jenis penelitian kualitatif, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Dalam hal ini, data sementara yang terkumpul sudah dapat diolah dan dilakukan analisis data secara bersamaan. Pada saat menganalisis data, peneliti dapat kembali ke lapangan untuk mencari tambahan data dan diolah kembali. Pengolahan data pada penelitian terdiri dari:

1. Reduksi Data, data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum dipilih hal-hal yang pokok, dan difokuskan pada hal-hal yang penting. Dalam penelitian peneliti lebih memfokuskan pada pengumpulan data agar memberikan gambaran yang lebih tajam terhadap hasil penelitian.³¹

³¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 34.

2. Penyajian Data, setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan penyajian data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.
3. Penarikan Kesimpulan, kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan dirubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal tetapi mungkin juga tidak, seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.³²

³² Dr Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 434-438.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Data penelitian kualitatif yang berupa kata-kata kalimat, perilaku dan kejadian yang berhasil dikumpulkan dan telah diberi kode kemudian dianalisa kebenarannya. Alat yang digunakan untuk menganalisis data dan informasi adalah teknik analisa data triangulasi. Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan teknik triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.³³ Metode triangulasi merupakan proses membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah cara menguji data dan informasi dengan cara mencari data dan informasi yang sama kepada lain subjek. Data dan informasi tertentu perlu ditanyakan kepada responden yang berbeda atau dengan bukti dokumentasi. Hasil komparasi dan pengecekan sumber ini untuk membuktikan apakah data dan informasi yang didapatkan memiliki kebenaran atau sebaliknya.

Dengan demikian triangulasi sumber meliputi kegiatan-kegiatan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data dan informasi hasil wawancara.

³³ Sugiyono, hlm. 423.

2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian cabang Syariah Alaman Bolak

1. Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian cabang Syariah Alaman Bolak

Pegadaian merupakan lembaga pembiayaan atau pengkreditan dengan sistem gadai. Pegadaian modern pada awalnya berkembang di Italia yang kemudian di praktikkan di Wilayah-wilayah Eropa lainnya, seperti Inggris dan Belanda. Sistem gadai tersebut memasuki Indonesia dibawa dan dikembangkan oleh VOC.

Pada awalnya pegadaian di Indonesia dilaksanakan oleh pihak swasta, kemudian oleh gubernur Jenderal Hindia-Belanda melalui *Staatsblad* Tahun 1901 No.131 tanggal 12 Maret 1901 yang mengatur pegadaian sebagai monopoli pemerintah Belanda. Tanggal 1 April 1901 didirikan Rumah Gadai Pemerintah (Hindia-Belanda) pertama di Sukabumi, Jawa Barat sehingga setiap tanggal 1 April diperingati sebagai hari HUT pegadaian.

Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun 2003. Masih di tahun yang sama pula 4 kantor cabang pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah.³⁴

³⁴Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, t.t.), hlm. 393.

Pada tanggal 15 November 2005 PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak berdiri dan membuka unitnya di Sadabuan, Sipirok dan Sibuhuan. Pada tanggal 14 November 2016 dengan izin usaha Nomor: KEP- 91/D.5/2016 PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak pindah ke Jalan Sermalian Kosong No. 28 E. Adapun batas-batas wilayah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak adalah sebelah Timur perbatasan dengan Bank Mandiri, sebelah Barat perbatasan dengan Kantor Kejaksaan, sebelah Utara perbatasan dengan SPBU dan sebelah Selatan perbatasan dengan Kampung Marancar.³⁵

2. Fungsi, Kedudukan dan Status Hukum PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak

a. Fungsi

PT. Pegadaian (Persero) merupakan salah satu lembaga nonbank yang ada di Indonesia. PT. Pegadaian (Persero) memiliki fungsi untuk mengelola dan menyalurkan dana yang ada kepada masyarakat melalui pemberian kredit gadai serta pengembangan usaha-usaha lain yang menguntungkan kedua belah pihak, baik pegadaian maupun masyarakat.

b. Kedudukan

PT. Pegadaian (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada dibawah naungan Departemen dan dipimpin

³⁵ Masdawiyah, Penaksir, Wawancara pada 27 Juni 2021, Pukul: 11.00 WIB.

oleh Dewan Direksi. Menteri Keuangan bertindak sebagai Pembina pengawasan oleh dewan pengawas.

c. Status

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

3. Visi dan Misi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak

Adapun visi dan misi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sebagai berikut:

a. Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi terbaik untuk masyarakat.

b. Misi

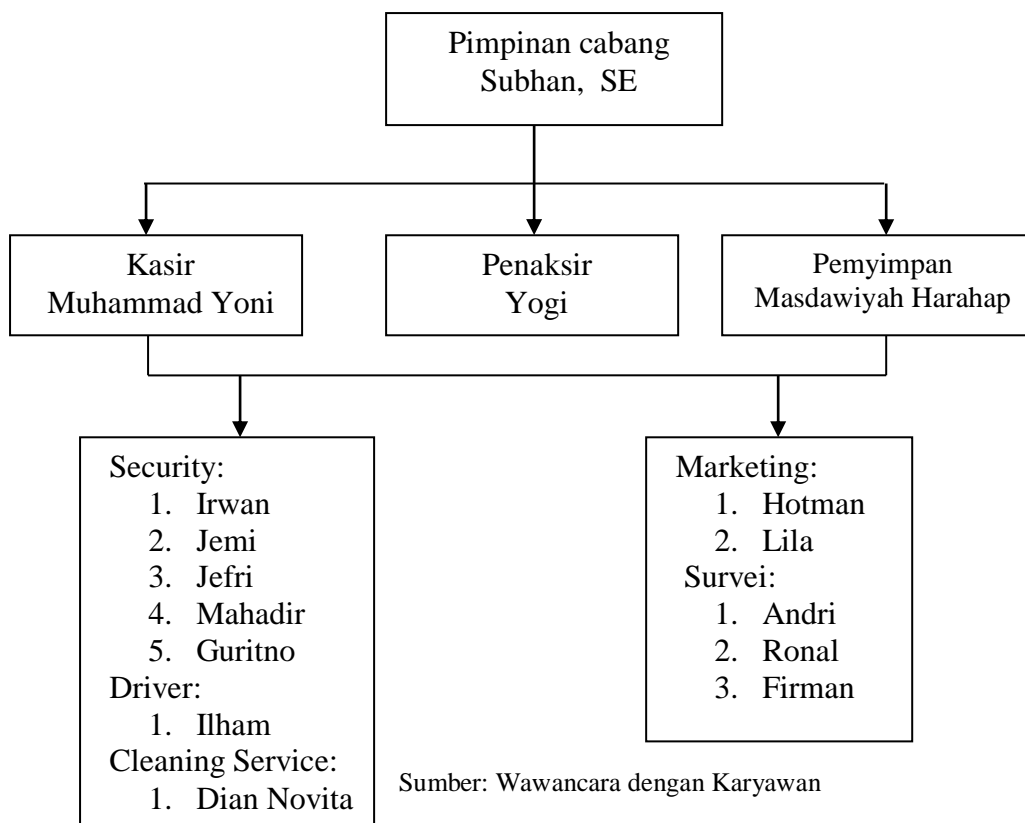
- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan 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.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antar tiap bagian secara posisi yang ada pada suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Oleh sebab itu struktur organisasi perlu dilaksanakan agar kedudukan dan kewenangan, tugas dan tanggung jawab lebih jelas. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi yang terdapat pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak dapat dilihat pada gambar berikut:

Struktur Organisasi Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak



Tugas ataupun tanggungjawabnya:

a. Pimpinan Cabang

Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan kegiatan operasional, administrasi, dan keuangan usaha gadai dan usaha lain Kantor Cabang serta Unit Pelayanan Cabang (UPC).

b. Kasir

Melakukan tugas penerimaan, penyimpanan, dan pembayaran uang sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang atau UPC.

c. Penaksir

Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.

d. Penyimpan

Mengurus gudang barang jaminan emas dan dokumen kredit dengan cara menerima, menyimpan, merawat dan mengeluarkan serta mengadministrasi barang jaminan dan dokumentasi sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan barang jaminan dan dokumen kredit.

e. Marketing

Melaksanakan transaksi keluar dan masuk sesuai dengan SOP yang berlaku dan memberikan informasi produk dan jasa terhadap nasabah.

f. Security

Menjaga dan memastikan lingkungan kantor agar selalu dalam kondisi aman dan terkendali.

g. Driver

Menjaga dan memastikan kendaraan dinas dalam kondisi yang terawat dengan baik, aman, dan layak jalan serta mengoperasikan kendaraan dengan baik dan benar.

h. Cleaning Service

Menjaga kebersihan dan perawatan gedung beserta fasilitas dan inventaris kantor serta mengatur dan menjaga stok kebutuhan logistik kantor.

5. Produk-produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak

a. Gadai Syariah

Pembiayaan gadai dengan sistem syariah, jaminan berupa emas, berlian, mobil, sepeda motor, laptop, handphone, dan barang elektronik lainnya, dengan proses mudah, cepat dan aman.

b. Arrum (Pembiayaan Usaha Mikro Berprinsip Syariah)

Pembiayaan usaha dengan sistem angsuran bulanan, agunan berupa emas atau BPKB kendaraan bermotor jangka waktu sampai 36 bulan.

c. Amanah (Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor)

Pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor dengan prinsip syariah untuk karyawan tetap.

d. Mulia (Investasi Emas Batangan)

Penjualan logam mulia tunai maupun angsuran baik perorangan maupun arisan dengan pilihan berat mulia dari 1 gram sampai 100 gram.

e. *Remittance* (Solusi Mudah Pengiriman atau Penerimaan Uang)

Layanan pengiriman atau penerimaan uang dari dalam dan luar negeri bekerjasama dengan Western Union, Delima, dan BNI Smart.

f. Multi pembayaran *Online*

Layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan seperti listrik, telepon, PDAM, pembelian pulsa *handphone*, TV berlangganan, dan Suzuki finance.³⁶

³⁶ Brosur Pegadaian Syariah Alaman Bolak

B. Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Wawancara yang dilaksanakan dengan teknik *snowball sampling* terhadap 6 orang narasumber sebagai berikut:

Tabel 4.1
Daftar Nama-nama Narasumber

| No | Nama | Pekerjaan | Umur |
|----|-----------------------|--|------|
| 1 | Lila Santi Hasibuan | BPO RO (Marketing) PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak | 24 |
| 2 | Yenni Holila Siregar | Mahasiswi (Nasabah) | 22 |
| 3 | Mendi Tuteurani | Mahasiswi (Nasabah) | 24 |
| 4 | Hafsah Ratima Harahap | Pedagang Rumahan (Nasabah) | 47 |
| 5 | Nungkiraha | Wiraswasta (Nasabah) | 34 |
| 6 | Fitri Ani | Wiraswasta (Nasabah) | 39 |

Sumber: Hasil Wawancara

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dengan beberapa nama narasumber, peneliti melakukan wawancara dengan 1 (satu) orang narasumber dari pihak PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak dengan melakukan wawancara peneliti berharap mendapatkan data yang akurat. Semua data hasil penelitian ini diuraikan berdasarkan fokus pertanyaan peneliti sebagai berikut:

a. Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan menjelaskan bahwa: “Marketing pegadaian menjelaskan tentang penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital sehingga nasabah memahami tentang aplikasi pegadaian syariah digital. Dalam proses memberikan sosialisasi kepada masyarakat, kebanyakan

nasabah hanya mengetahui produk gadai, setelah dijelaskan oleh pihak marketing bahwa produk lain sudah terdapat dalam aplikasi pegadaian syariah digital seperti pembiayaan gadai syariah berupa jaminan emas, berlian, mobil, sepeda motor, laptop dan barang elektronik lainnya, pembiayaan arum (pembiayaan usaha mikro) dengan sistem angsuran bulanan, agunan berupa emas atau BPKB kendaraan dengan jangka waktu samapai 36 bulan, pembiayaan amanah berupa pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor, pembiayaan mulia berupa investasi emas tunai ataupun angsuran baik perorangan maupun arisan dengan pilihan berat mulai dari 1 gram sampai 100 gram, layanan pengiriman atau penerimaan uang dari dalam dan luar negeri dari aplikasi ini nasabah bisa langsung melakukan transaksi tanpa harus langsung ke kantor pegadaian”.³⁷

b. Kebijakan yang Dilakukan Pihak Pegadaian Syariah Jika Ada Nasabah Yang Belum Mengerti Bagaimana Penggunaan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan menjelaskan bahwa: “Kebijakan yang dilakukan oleh pihak pegadaian yaitu selalu mengingatkan kembali bagaimana cara penggunaannya meskipun telah dijelaskan sebelumnya untuk orang yang sama, orang yang berbeda, atau orang yang baru.

³⁷ Lila Santi Hasibuan, Wawancara dengan Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 29 Mei 2021, Pukul 12.00 WIB., PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Sehingga para nasabah lebih mudah paham tentang bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian tersebut”.³⁸

c. Proses Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan menjelaskan bahwa: “Dalam mensosialisasikan aplikasi pegadian syariah digital ada dua profsek yang dilakukan pihak marketing, yaitu profsek dari luar dan profsek dari dalam. *Pertama*, profsek dari luar yaitu: pihak marketing terlebih dahulu menjelaskan tentang aplikasi pegadaian syariah digital serta produk yang terdapat dalam aplikasi, kemudian menjelaskan bagaimana cara melakukan transaksi dari aplikasi pegadaian syariah digital, seperti nasabah yang tidak mengetahui bagaimana pembayaran melalui ATM, BRI Link, dan Indomaret. *Kedua*, profsek dari dalam yaitu: kebanyakan dari nasabah pegadaian yang datang ke kantor tidak mengetahui tentang aplikasi pegadian syariah digital sehingga lebih memilih melakukan transaksi secara manual, dalam hal ini pihak marketing menjelaskan kepada nasabah bahwa untuk melakukan transaksi bisa melalui *online* yaitu dengan menggunakan aplikasi pegadian syariah digital”.³⁹

³⁸ Hasibuan, Pukul 12.00 WIB.

³⁹ Hasibuan, Pukul 12.00 WIB.

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dengan beberapa narasumber, peneliti melakukan wawancara dengan 5 (lima) orang narasumber dari nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak. Semua data hasil penelitian diuraikan berdasarkan fokus pertanyaan peneliti sebagai berikut:

a. Pihak Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Fitri Ani menjelaskan bahwa: “Pihak marketing menjelaskan bagaimana penggunaannya dan apa saja yang terdapat dalam aplikasi pegadaian syariah digital”.⁴⁰

Wawancara dengan Ibu Hafsah Ratima Harahap menjelaskan bahwa: “Pihak marketing menjelaskan apa aplikasi tersebut, apa saja yang terdapat dalam aplikasi tersebut dan mereka menjelaskannya secara rinci”.⁴¹

Wawancara dengan Bapak Nungkiraha menjelaskan bahwa: “Pihak marketing menjelaskan semua secara jelas apa itu aplikasi pegadaian syariah digital, cara penggunaannya, dan produk yang terdapat di dalamnya”.⁴²

⁴⁰ Fitri Ani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Boak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021, Pukul 10.00 WIB, PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

⁴¹ Hafsah Ratima Harahap, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021, Pukul 11.00 WIB, PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

⁴² Nungkiraha, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021, Pukul 12.00 WIB, PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Wawancara dengan Ibu Yenni Holila Siregar menjelaskan bahwa: “Pihak marketing menjelaskannya secara rinci, dan bagaimana proses penggunaannya”.⁴³

Wawancara dengan Ibu Mendi Tuterani menjelaskan bahwa: “Pihak marketing menjelaskannya dengan baik dan jelas, bagaimana penggunaannya”.⁴⁴

b. Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hafsa Ratima Harahap menjelaskan bahwa: “Pihak marketing sudah menjalankan perannya ketika mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital tersebut kepada para nasabah pegadaian”.⁴⁵

Wawancara dengan Ibu Mendi Tuterani menjelaskan bahwa: “Pihak marketing sudah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital”.⁴⁶

Wawancara dengan Ibu Yenni Holila Siregar menjelaskan bahwa: “Pihak marketing telah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital”.⁴⁷

⁴³ Yenni Holila Siregar, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021, Pukul 10.30 WIB, PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

⁴⁴ Mendi Tuterani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021, Pukul 11.30 WIB, PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

⁴⁵ Harahap, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, Pukul 11.00 WIB.

⁴⁶ Tuterani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, Pukul 11.30 WIB.

Wawancara dengan Bapak Nungkiraha menjelaskan bahwa: “Pihak marketing sudah menjalankan perannya”.⁴⁸

Wawancara dengan Ibu Fitri Ani menjelaskan bahwa: “Pihak marketing sudah menjalankan sesuai dengan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital”.⁴⁹

c. Pandangan Tentang Pelayanan Secara Online

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hafsa Ratima Harahap menjelaskan bahwa: “Pandangan tentang pelayanan secara *online* yaitu tidak mengetahui tentang pelayanan secara *online* karena rumit sekali serta tidak memiliki handphone yang menggunakan akses internet”.⁵⁰

Wawancara dengan Ibu Fitri Ani menjelaskan bahwa: “Pandangan tentang pelayanan secara *online* yaitu kurang mengetahui tentang pelayanan secara *online* karena dalam melakukan transaksi secara manual saja”.⁵¹

Wawancara dengan Bapak Nungkiraha menjelaskan bahwa: “Pandangan tentang pelayanan secara *online* yaitu tidak

⁴⁷ Siregar, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.30 WIB.

⁴⁸ Nungkiraha, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 12.00 WIB.

⁴⁹ Ani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.00 WIB.

⁵⁰ Harahap, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 11.00 WIB.

⁵¹ Ani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.00 WIB.

mengetahui tentang pelayanan secara *online* karena tidak pernah melakukan pelayanan secara *online* tersebut”.⁵²

Wawancara dengan Ibu Yenni Holila Siregar menjelaskan bahwa: “Pandangan tentang pelayanan secara *online* yaitu kurang mengetahui tentang pelayanan secara *online* karena tidak menggunakannya”.⁵³

Wawancara dengan Ibu Mendi Tuterani menjelaskan bahwa: “Pandangan tentang pelayanan secara *online* yaitu bagus bagi yang memahami bagaimana penggunaan aplikasinya, karena sebagian nasabah yang tempat tinggalnya jauh dari kantor pegadaian, dengan aplikasi ini, dapat memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksinya”.⁵⁴

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelayanan secara *online* menurut sebagian nasabah kurang memahami bagaimana pelayanan secara *online* dan sebagiannya lagi pelayanan secara *online* itu bagus”.

d. Penggunaan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hafsa Ratima Harahap menjelaskan bahwa: “Penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital dapat memudahkan melakukan transaksi tanpa perlu ke

⁵² Nungkiraha, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 12.00 WIB.

⁵³ Siregar, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.30 WIB.

⁵⁴ Tuterani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 11.30 WIB.

pegadaian langsung. Seperti saya yang sibuk berdagang jadi lebih mudah tanpa pergi kesana, karena saya tidak menggunakannya terpaksa saya harus kesana secara langsung”.⁵⁵

Wawancara dengan Ibu Fitri Ani menjelaskan bahwa: “Penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital dapat mempermudah dalam melakukan transaksi, karena kita tidak perlu lagi pergi ke pegadaian secara langsung”.⁵⁶

Wawancara dengan Bapak Nungkiraha menjelaskan bahwa: “Penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital dapat mempermudah melakukan transaksi. Tidak seperti saya yang tidak paham bagaimana penggunaannya karena saya tidak menggunakan HP android”.⁵⁷

Wawancara dengan Ibu Yenni Holila Siregar menjelaskan bahwa: “Penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital dapat mempermudah nasabah dan tidak perlu jauh-jauh datang ke pegadaian”.⁵⁸

Wawancara dengan Ibu Mendi Tuterani menjelaskan bahwa: “Penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital dapat lebih mudah

⁵⁵ Harahap, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 11.00 WIB.

⁵⁶ Ani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.00 WIB.

⁵⁷ Nungkiraha, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 12.00 WIB.

⁵⁸ Siregar, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.30 WIB.

dalam pembayaran yang ada di pegadaian. Misalnya pembelian pulsa, untuk pembayaran pegadaian lainnya”.⁵⁹

C. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dengan beberapa nama narasumber, peneliti melakukan wawancara dengan 1 (satu) orang narasumber dari pihak Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak, semua data hasil penelitian ini diuraikan berdasarkan fokus pertanyaan sebagai berikut:

a. Tujuan Utama dikeluarkannya Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan menjelaskan bahwa: “Adapun tujuan utama dikeluarkannya Aplikasi Pegadaian Syariah Digital yaitu untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, misalnya ketika seorang nasabah telah jatuh tempo dalam pembayaran Arrum BPKB tetapi nasabah sedang dalam perjalanan jauh, maka pembayarannya bisa dilakukan melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut dengan melalui ATM, BRI Link, dan Indomaret”.⁶⁰

b. Produk yang terdapat dalam Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan menjelaskan bahwa: “Produk yang terdapat dalam aplikasi pegadaian syariah digital yaitu semua produk pegadaian telah terdapat dalam

⁵⁹ Tuterani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 11.30 WIB.

⁶⁰ Hasibuan, Wawancara dengan Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 12.00 WIB.

aplikasi pegadaian syariah digital, seperti Arrum Haji, Arrum BPKB, Logam Mulia, Pembayaran BPJS, Pembayaran Listrik, Pulsa, atau pembiayaan lainnya”.⁶¹

c. Kendala Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan menjelaskan bahwa: “Kendala yang sering dihadapi oleh pihak marketing yaitu: kebanyakan nasabah adalah para orang tua sehingga mereka belum mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital, kemudian nasabah yang tidak memiliki handphone dan tidak ada akses internetnya sehingga kurang percaya bahwa ada aplikasi pegadaian syariah digital dan bagaimana penggunaannya”.⁶²

d. Faktor yang Melatarbelakangi Pentingnya Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan menjelaskan bahwa: “Faktor yang melatarbelakangi pihak marketing mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital yaitu karena kemajuan teknologi, semakin hari kemajuan teknologi semakin berkembang seperti saat ini. Seperti dulu seseorang ketika ingin melakukan pembayaran PLN, pembayarannya hanya bisa dilakukan langsung dikantornya, dan sekarang pembayaran PLN sudah bisa dilakukan dimana saja tanpa harus di kantornya langsung. Seperti itulah

⁶¹ Hasibuan, Pukul 12.00 WIB.

⁶² Hasibuan, Pukul 12.00 WIB.

kemajuan teknologi untuk saat ini semakin hari semakin berkembang pesat”.⁶³

e. Syarat yang diperlukan ketika menggunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan menjelaskan bahwa: “Syarat diperlukan ketika menggunakan aplikasi yaitu terlebih dahulu nasabah harus memiliki handphone yang ada akses internet, kemudian harus memiliki data yang sudah terdaftar di pegadaian, setelah terdaftar atas nama nasabah yang bersangkutan maka aplikasi tersebut telah tersambung dengan data pribadi nasabah, dan data yang diperlukan ketika mendaftarkannya yaitu nomor Hp, nomor Ktp, Nama Ibu kandung, dan tanggal lahir nasabah”.⁶⁴

f. Kendala ketika menggunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Fitri Ani menjelaskan bahwa: “Kendala ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital yaitu saya tidak paham bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital”.⁶⁵

Wawancara dengan Ibu Hafsah Ratima Harahap menjelaskan bahwa: “Kendala ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital yaitu

⁶³ Hasibuan, Pukul 12.00 WIB.

⁶⁴ Hasibuan, Pukul 12.00 WIB.

⁶⁵ Ani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.00 WIB.

tidak memiliki handphone yang menggunakan akses internet, jadi tidak paham bagaimana menggunakannya”.⁶⁶

Wawancara dengan Bapak Nungkiraha menjelaskan bahwa: “Kendala ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital yaitu tidak mempunya handphone android, dan tidak paham bagaimana penggunaannya”.⁶⁷

Wawancara dengan Ibu Yenni Holila Siregar menjelaskan bahwa: “Kendala ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital yaitu tidak menggunakannya dan kurang paham”.⁶⁸

Wawancara dengan Ibu Mendi Tuteurani menjelaskan bahwa: “Kendala ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital yaitu mengenai jaringan yang sulit dijangkau di tempat tinggal saya”.⁶⁹

g. Sudah pernah melakukan transaksi melalui Aplikasi Pegadaian Syariah Digital

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Fitri Ani menjelaskan bahwa: “Dalam melakukan transaksi melalui aplikasi pegadian syariah digital tidak pernah, karena saya hanya melakukan transaksi langsung ke pegadaian”.⁷⁰

⁶⁶ Harahap, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 11.00 WIB.

⁶⁷ Nungkiraha, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 12.00 WIB.

⁶⁸ Siregar, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.30 WIB.

⁶⁹ Tuteurani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 11.30 WIB.

⁷⁰ Ani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.00 WIB.

Wawancara dengan Ibu Hafsah Ratima Harahap menjelaskan bahwa: “Dalam melakukan transaksi melalui aplikasi pegadain syariah digital tidak pernah, karena saya tidak paham apa aplikasi pegadaian syariah digital tersebut”.⁷¹

Wawancara dengan Bapak Nungkiraha menjelaskan bahwa: “Dalam melakukan transaksi melalui aplikasi pegadain syariah digital tidak pernah, karena saya tidak pernah melakukan transaksi dari aplikasi tersebut”.⁷²

Wawancara dengan Ibu Yenni Holila Siregar menjelaskan bahwa: “Dalam melakukan transaksi melalui aplikasi pegadain syariah digital tidak pernah, karena saya melakukan transaksi secara langsung”.⁷³

Wawancara dengan Ibu Mendi Tuteurani menjelaskan bahwa: “Dalam melakukan transaksi melalui aplikasi pegadain syariah digital Iya, saya pernah transaksi melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut”.⁷⁴

D. Analisis Penelitian

Perkembangan teknologi informasi maupun komunikasi menghasilkan manfaat bagi kehidupan manusia dan memberikan banyak kemudahan, seperti kemudahan dalam memperoleh pelayanan informasi dan pelayanan dalam bertransaksi. Masyarakat yang saat ini semakin

⁷¹ Harahap, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 11.00 WIB.

⁷² Nungkiraha, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 12.00 WIB.

⁷³ Siregar, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 10.30 WIB.

⁷⁴ Tuteurani, Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, Pukul 11.30 WIB.

digital, dengan inovasi pegadaian juga memiliki beberapa peluang seperti masyarakat yang sudah bergeser menggunakan *platform* digital sehingga dapat memperbesar pasar dan memperluas nasabah. Saat ini, pegadaian terus melakukan inovasi di era digital dengan menggunakan *mobile apps*, pegadaian digital merupakan salah satu layanan yang dirilis dengan menggunakan aplikasi digital diharapkan dapat membantu nasabah dalam melakukan transaksi untuk melakukan gadai dan juga transaksi lainnya. Dengan hadirnya aplikasi ini mampu memenuhi harapan nasabah.

Penelitian peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital menggunakan data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Kemudian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang hanya menggambarkan keadaan dari objek yang akan diteliti sehubungan permasalahan objek yang akan dibahas. Adapun metode deskriptif adalah penelitian yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku di masyarakat serta situasi-situasi termasuk tentang hubungan-hubungan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh suatu fenomena.

Analisis data yang dilakukan dengan wawancara dengan metode *snowball sampling*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak marketing sudah mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital kepada nasabah sejak pertama kali dikeluarkannya aplikasi ini.

Dalam mensosialisasikan aplikasi tersebut ada dua prospek yang dilakukan pihak marketing, yaitu prospek dari luar dan prospek dari dalam. Tetapi kenyataannya dilapangan nasabah belum memahami bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital, dan dalam melakukan transaksi nasabah lebih memilih pelayanan secara manual dibandingkan pelayanan secara *online*. Faktor yang melatar belakanginya yaitu karena kemajuan teknologi, kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang seperti saat ini. Semua produk pegadaian telah terdapat dalam aplikasi pegadaian syariah digital seperti Arrum Haji, Arrum BPKB, Logam Mulia, Pembayaran BPJS, Pembayaran Listrik, Pulsa, atau pembayaran lainnya. Kendala yang sering dihadapi yaitu kebanyakan nasabah adalah para orang tua, sehingga mereka belum mengetahui adanya aplikasi ini, nasabah yang tidak memiliki *Handphone* dan tidak adanya akses internet sehingga kurang percaya bahwa ada aplikasi pegadaian syariah digital. Dalam hal ini para nasabah lebih memilih melakukan transaksi melalui secara manual dibandingkan secara *online*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan, yakni sebagai berikut:

1. Peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital, dalam hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan pihak marketing mengatakan bahwa marketing pegadaian menjelaskan tentang penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital sehingga nasabah memahami tentang aplikasi pegadaian syariah digital. Dalam proses memberikan sosialisasi kepada masyarakat, kebanyakan nasabah hanya mengetahui produk gadai, setelah dijelaskan oleh pihak marketing bahwa produk lain sudah ada dalam aplikasi pegadaian syariah digital seperti Arrum Haji, Arrum BPKB, tabungan emas, cicilan emas, pembayaran tagihan, dari aplikasi ini nasabah bisa langsung melakukan transaksi tanpa harus langsung ke kantor pegadaian.
2. Faktor-faktor yang melatarbelakangi peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital, dalam hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan pihak marketing mengatakan bahwa faktor yang melatarbelakangi pihak marketing mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital yaitu karena kemajuan teknologi, semakin hari kemajuan teknologi semakin

berkembang seperti saat ini. Seperti dulu seseorang ketika ingin melakukan pembayaran PLN, pembayarannya hanya bisa dilakukan langsung dikantornya, dan sekarang pembayaran PLN sudah bisa dilakukan dimana saja tanpa harus di kantornya langsung. Seperti itulah kemajuan teknologi untuk saat ini semakin hari semakin berkembang pesat.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan peneliti setelah melakukan penelitian ini, yaitu:

1. Bagi pihak PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Penelitian ini menunjukkan pentingnya peran dan faktor yang melatarbelakangi pihak marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital. Maka disarankan kepada pihak pegadaian syariah terutama kepada pihak marketing agar lebih meningkatkan sosialisasi kepada nasabah tentang adanya aplikasi pegadaian syariah digital. Serta diharapkan memperbaiki sistem yang ada terutama sistem jaringan agar pengguna aplikasi merasa nyaman dalam penggunaannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap judul “Peran Marketing dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital”. Agar lebih mengupas tentang bagaimana pihak marketing dalam melakukan sosialisasi, serta sebagai bahan tambahan referensi apabila akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan yang ada dan bisa dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussalam, Aam. "Teori Sosiologi Islam (Kajian Sosiologis terhadap Konsep-konsep sosiologi dalam Alquran Al-Karim)." *Jurnal Pendidikan Agama Islam Ta'lim* Vol. 12 No. 1 (2014). http://jurnal.upi.edu/file/03_-_Teori_Sosiologi_Islam_-_Aam.pdf.
- Alma, Buchari, dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- . *Manajemen Bisnis Syariah (Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer)*. Edisi Revisi, Cet, 3. Bandung: ALFABETA Bandung, 2016.
- Ani, Fitri. Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021. PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
- Bayanuloh, Ikhsan. *Marketing Syariah*. Ed.1, Cet.2. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Harahap, Hafsah Ratima. Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021. PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
- Hartono, dan Arnicun Aziz. *Ilmu Sosial Dasar*. Ed, 1, Cet. 2. Jakarta: Bumi Aksara, 1993.
- Hasibuan, Lila Santi. Wawancara dengan Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 3 Maret 2021. PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
- . Wawancara dengan Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 29 Mei 2021. PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
- Isa, Muhammad. "Gambaran Umum Pemasaran Produk Dan Jasa Perbankan Syariah." *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 4, no. 1 (30 Juni 2016): 40–58. <https://doi.org/10.24952/masharif.v4i1.722>.

———. “Riset Pemasaran dalam Mendukung Keberlanjutan Bisnis Bank Syariah.” *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (31 Desember 2016): 199–213. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v2i2.797>.

Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Edisi Revisi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.

Machfeedz, Mahmud. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2007.

Maro'ah, Siti, M. Anang Firmansyah, Mochamad Mochklas, dan Anita Roosmawarni. *Buku Ajar Marketing Syariah*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media, 2019.

Nungkiraha. Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021. PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Olivia, Dian. “Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Melayani Transaksi Produk Tabungan Emas PT Pegadaian (Persero) Area Malang.” Diploma, Universitas Muhammadiyah Malang, 2020. <https://doi.org/10/BAB%20II.pdf>.

Perwasih, Rati. “Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Pada Pengguna Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Dan Manual (Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Bengkulu).” Diploma, Iain Bengkulu, 2019. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3391/>.

Puspitasari, Fiki. *Butuh Dana Cepat? Pegadaian Solusinya*. Yogyakarta: CV Kompetensi Terapan Sinergi Pustaka, 2019.

QS. Al-Hujurat (49) : 13.

Rika, Azzahra. “Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Dalam Mendorong Pertumbuhan Outstanding Loan (OSL) Pada UPC Bandar Buat PT. Pegadaian Kota Padang.” Diploma, Universitas Andalas, 2020. <http://scholar.unand.ac.id/56073/>.

Salim, dan Syahrums. *Metode Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media, 2007.

Sholihin, Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Siregar, Yenni Holila. Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021. PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenada Media, 2017.

Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Ed. 1., cet. 1. Yogyakarta, Indonesia: Ekonisia, 2003.

Sugiyono, Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama, 2013.

———. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta: PT Buku Seru, 2015.

Tuturani, Mendi. Wawancara dengan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 31 Mei 2021. PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK KARYAWAN

Nama :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

1. Apakah tujuan utama di keluarkannya aplikasi pegadaian syariah digital?
2. Produk apa saja yang terdapat dalam aplikasi pegadaian syariah digital?
3. Apa saja syarat-syarat yang diperlukan ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital?
4. Apakah keunggulan dari aplikasi pegadaian syariah digital menurut pihak PT Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak?
5. Apa peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?
6. Bagaimana proses marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?
7. Apakah ada terdapat kendala marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital? Jika ada terdapat kendala, seperti apa yang dilakukan oleh pihak pegadaian syariah?
8. Faktor apa yang melatarbelakangi pentingnya mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital saat ini?
9. Kebijakan seperti apa yang dilakukan pihak pegadaian syariah jika ada nasabah yang belum mengerti bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital padahal sebelumnya telah dijelaskan?

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK NASABAH

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pekerjaan :

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital?
2. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i apakah pihak pegadaian syariah pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital?
3. Apakah pihak marketing sering melakukan sosialisasi kepada nasabah tentang aplikasi pegadaian syariah digital?
4. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i pihak marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?
5. Apakah marketing sudah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?
6. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengerti cara penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital?
7. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i tentang pelayanan secara *online* melalui aplikasi pegadaian syariah digital?
8. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah melakukan transaksi melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut? Jika tidak, kenapa?
9. Apakah ada masalah Bapak/Ibu/Saudara/i ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital?
10. Apakah ada manfaat dari penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital menurut Bapak/Ibu/Saudara/i?

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK KARYAWAN

Nama : **LILA SANTI HASIBUAN**

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : BPO RO (Marketing)

1. Apakah tujuan utama di keluarkannya aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Adapun tujuan utama dikeluarkannya Aplikasi Pegadaian Syariah Digital yaitu untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, misalnya ketika seorang nasabah telah jatuh tempo dalam pembayaran Arrum BPKB tetapi nasabah sedang dalam perjalanan jauh, maka pembayarannya bisa dilakukan melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut dengan melalui ATM, BRI Link, dan Indomaret.

2. Produk apa saja yang terdapat dalam aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Produk yang terdapat dalam aplikasi pegadaian syariah digital yaitu semua produk pegadaian telah terdapat dalam aplikasi pegadaian syariah digital, seperti Arrum Haji, Arrum BPKB, Logam Mulia, Pembayaran BPJS, Pembayaran Listrik, Pulsa, atau pembiayaan lainnya.

3. Apa saja syarat-syarat yang diperlukan ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Syarat diperlukan ketika menggunakan aplikasi yaitu terlebih dahulu nasabah harus memiliki HP yang ada akses internet, kemudian harus memiliki data yang sudah terdaftar di pegadaian, setelah terdaftar atas

nama nasabah yang bersangkutan maka aplikasi tersebut telah tersambung dengan data pribadi nasabah, dan data yang diperlukan ketika mendaftarkannya yaitu nomor Hp, nomor Ktp, Nama Ibu kandung, dan tanggal lahir nasabah.

4. Apakah keunggulan dari aplikasi pegadaian syariah digital menurut pihak PT Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak?

Jawab:

Keunggulan dari aplikasi pegadaian syariah digital yaitu agar nasabah lebih mudah dalam melakukan transaksi, seperti ketika berada di luar kota, nasabah bisa melakukan transaksi melalui aplikasi tersebut tanpa harus datang ke kantor pegadaian.

5. Apa peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Marketing pegadaian menjelaskan tentang penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital sehingga nasabah memahami tentang aplikasi pegadaian syariah digital. Dalam proses memberikan sosialisasi kepada masyarakat, kebanyakan nasabah hanya mengetahui produk gadai, setelah dijelaskan oleh pihak marketing bahwa produk lain sudah ada dalam aplikasi pegadaian syariah digital seperti Arrum Haji, Arrum BPKB, tabungan emas, cicilan emas, pembayaran tagihan, dari aplikasi ini nasabah bisa langsung melakukan transaksi tanpa harus langsung ke kantor pegadaian.

6. Bagaimana proses marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Dalam mensosialisasikan aplikasi pegadian syariah digital ada dua profsek yang dilakukan pihak marketing, yaitu profsek dari luar dan profsek dari dalam. *Pertama*, profsek dari luar yaitu: pihak marketing menjelaskan terlebih dahulu bagaimana cara melakukan transaksi dari aplikasi pegadaian syariah digital, seperti nasabah yang tidak mengetahui bagaimana pembayaran melalui ATM, BRI Link, dan Indomaret. *Kedua*, profsek dari dalam yaitu: kebanyakan dari nasabah pegadaian yang datang ke kantor tidak mengetahui apa aplikasi pegadian syariah digital, dan dalam melakukan transaksi bisa melalui aplikasi pegadian syariah digital.

7. Apakah ada terdapat kendala marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital? Jika ada terdapat kendala, seperti apa yang dilakukan oleh pihak pegadaian syariah?

Jawab:

Kendala yang sering dihadapi oleh pihak marketing yaitu: kebanyakan nasabah adalah para orang tua sehingga mereka belum mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital, kemudian nasabah yang tidak memiliki HP dan tidak ada akses internetnya sehingga kurang percaya bahwa ada aplikasi pegadaian syariah digital dan bagaimana penggunaannya.

8. Faktor apa yang melatarbelakangi pentingnya mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital saat ini?

Jawab:

Kendala yang sering dihadapi oleh pihak marketing yaitu: kebanyakan nasabah adalah para orang tua sehingga mereka belum mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital, kemudian nasabah yang tidak memiliki HP dan tidak ada akses internetnya sehingga kurang percaya bahwa ada aplikasi pegadaian syariah digital dan bagaimana penggunaannya.

9. Kebijakan seperti apa yang dilakukan pihak pegadaian syariah jika ada nasabah yang belum mengerti bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital padahal sebelumnya telah dijelaskan?

Jawab:

Kebijakan yang dilakukan oleh pihak pegadaian yaitu selalu mengingatkan kembali bagaimana cara penggunaannya meskipun telah dijelaskan sebelumnya untuk orang yang sama, orang yang berbeda, atau orang yang baru. Sehingga para nasabah lebih mudah paham tentang bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian tersebut.

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK NASABAH

Nama : **MENDI TUTURANI**

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 24 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, saya mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital.

2. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i apakah pihak pegadaian syariah pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, pihak pegadaian syariah pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital.

3. Apakah pihak marketing sering melakukan sosialisasi kepada nasabah tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya sering, setiap saya datang ke sana terkadang mereka sering melakukan sosialisasi aplikasi pegadaian syariah digital.

4. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i pihak marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Mereka menjelaskannya dengan baik dan jelas, bagaimana penggunaannya.

5. Apakah marketing sudah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka sudah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital.

6. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengerti cara penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, sebagaimana saya mengerti bagaimana penggunaannya.

7. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i tentang pelayanan secara *online* melalui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Menurut saya pelayanan secara *online* itu bagus bagi yang mengerti aplikasinya, karena tidak harus pergi langsung ke pegadaian.

8. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah melakukan transaksi melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut? Jika tidak, kenapa?

Jawab:

Iya, saya pernah transaksi melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut.

9. Apakah ada masalah Bapak/Ibu/Saudara/i ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya ada, seperti saya mengenai jaringan yang sulit dijangkau di tempat tinggal saya.

10. Apakah ada manfaat dari penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital menurut Bapak/Ibu/Saudara/i?

Jawab:

Iya ada, karena lebih mudah dalam pembayaran yang ada di pegadaian.

Misalnya pembelian pulsa, untuk pembayaran pegadaian lainnya.

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK NASABAH

Nama : **YENNI HOLILA SIREGAR**

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 22 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, saya mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital.

2. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i apakah pihak pegadaian syariah pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, pihak pegadaian syariah pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital.

3. Apakah pihak marketing sering melakukan sosialisasi kepada nasabah tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka sering melakukan sosialisasi kepada nasabah tentang aplikasi pegadaian syariah digital.

4. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i pihak marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Mereka menjelaskannya secara rinci, dan bagaimana proses penggunaannya.

5. Apakah marketing sudah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka sudah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital.

6. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengerti cara penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Tidak, saya hanya sekedar mengetahuinya saja.

7. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i tentang pelayanan secara *online* melalui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Saya kurang tahu, karena saya tidak menggunakannya.

8. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah melakukan transaksi melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut? Jika tidak, kenapa?

Jawab:

Tidak, karena saya melakukan transaksi secara langsung.

9. Apakah ada masalah Bapak/Ibu/Saudara/i ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Ada, karena saya tidak menggunakannya dan saya kurang paham.

10. Apakah ada manfaat dari penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital menurut Bapak/Ibu/Saudara/i?

Jawab:

Menurut saya ada, karena dapat mempermudah nasabah dan tidak perlu jauh-jauh datang ke pegadaian.

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK NASABAH

Nama : **NUNGKIRAHA**

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 34 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Tidak, saya tidak mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital.

2. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i apakah pihak pegadaian syariah pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka pernah melakukannya kepada nasabah.

3. Apakah pihak marketing sering melakukan sosialisasi kepada nasabah tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka sering melakukan sosialisasi.

4. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i pihak marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Menurut saya mereka menjelaskan semua secara jelas apa itu aplikasi pegadaian syariah digital, cara penggunaannya, dan produk yang terdapat di dalamnya.

5. Apakah marketing sudah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka sudah menjalankan perannya.

6. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengerti cara penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Tidak, saya tidak mengerti karena saya sulit memahami bagaimana penggunaan HP android.

7. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i tentang pelayanan secara *online* melalui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Saya tidak tahu, karena saya tidak pernah melakukan pelayanan secara *online* tersebut.

8. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah melakukan transaksi melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut? Jika tidak, kenapa?

Jawab:

Tidak pernah, karena saya tidak pernah melakukan transaksi dari aplikasi tersebut.

9. Apakah ada masalah Bapak/Ibu/Saudara/i ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Ada, karena saya tidak mempunyai HP android, dan tidak paham bagaimana penggunaannya.

10. Apakah ada manfaat dari penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital menurut Bapak/Ibu/Saudara/i?

Jawab:

Menurut saya ada, karena dapat mempermudah melakukan transaksi. Tidak seperti saya yang tidak paham bagaimana penggunaannya karena saya tidak menggunakan HP android.

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK NASABAH

Nama : **HAFSAH RATIMA HARAHAHAP**

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 47 Tahun

Pekerjaan : Pedagang Rumahan

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Tidak, saya tidak mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital.

2. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i apakah pihak pegadaian syariah pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital.

3. Apakah pihak marketing sering melakukan sosialisasi kepada nasabah tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka sering melakukan sosialisai kepada nasabah.

4. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i pihak marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Menurut saya mereka menjelaskan apa aplikasi tersebut, apa saja yang terdapat dalam aplikasi tersebut dan mereka menjelaskannya secara rinci.

5. Apakah marketing sudah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka sudah menjalankan perannya.

6. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengerti cara penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Tidak saya tidak mengerti, karena saya tidak menggunakan HP android.

7. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i tentang pelayanan secara *online* melalui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Saya tidak tahu, menurut saya itu rumit sekali karena saya tidak memiliki HP yang menggunakan akses internet.

8. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah melakukan transaksi melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut? Jika tidak, kenapa?

Jawab:

Tidak pernah, karena saya tidak paham apa aplikasi pegadaian syariah digital tersebut.

9. Apakah ada masalah Bapak/Ibu/Saudara/i ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Ada, karena saya tidak memiliki HP yang menggunakan akses internet, jadi saya tidak paham bagaimana menggunakannya.

10. Apakah ada manfaat dari penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital menurut Bapak/Ibu/Saudara/i?

Jawab:

Menurut saya ada, memudahkan melakukan transaksi tanpa perlu ke pegadaian langsung. Seperti saya yang sibuk berdagang jadi lebih mudah tanpa pergi kesana, karena saya tidak menggunakannya terpaksa saya harus kesana secara langsung.

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK NASABAH

Nama : **FITRI ANI**

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 39 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, saya mengetahui aplikasi pegadaian syariah digital.

2. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i apakah pihak pegadaian syariah pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka pernah melakukan sosialisasi tentang aplikasi pegadaian syariah digital.

3. Apakah pihak marketing sering melakukan sosialisasi kepada nasabah tentang aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka sering melakukan sosialisasi kepada nasabah tentang aplikasi pegadaian syariah digital.

4. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i pihak marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Menurut saya mereka menjelaskan bagaimana penggunaannya, dan apa saja yang terdapat dalam aplikasi pegadaian syariah digital.

5. Apakah marketing sudah menjalankan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Iya, mereka sudah menjalankan sesuai dengan perannya dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital.

6. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mengerti cara penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Tidak, saya tidak mengerti bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital.

7. Bagaimana menurut Bapak/Ibu/Saudara/i tentang pelayanan secara *online* melalui aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Saya kurang tahu, karena saya melakukan transaksi secara manual saja.

8. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah melakukan transaksi melalui aplikasi pegadaian syariah digital tersebut? Jika tidak, kenapa?

Jawab:

Tidak pernah, karena saya hanya melakukan transaksi langsung ke pegadaian.

9. Apakah ada masalah Bapak/Ibu/Saudara/i ketika menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital?

Jawab:

Ada, saya tidak paham bagaimana penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital

10. Apakah ada manfaat dari penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital menurut Bapak/Ibu/Saudara/i?

Jawab:

Menurut saya dapat mempermudah dalam melakukan transaksi, karena kita tidak perlu lagi pergi ke pegadaian secara langsung.

LAMPIRAN

a. Wawancara dengan BPO RO (Marketing)



Wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan

b. Wawancara dengan Nasabah



Wawancara dengan Ibu Fitri Ani



Wawancara dengan Ibu Hafsah Ratima Harahap



Wawancara dengan Bapak Nungkiraha



Wawancara dengan Ibu Yenni Holila Siregar



Wawancara dengan Ibu Mendi Tuterani

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : **KHOLIJA HAFNI HARAHA**
Nim : 16 401 00249
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
E-mail : hafnikholijah@gmail.com
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Tempat/ Tanggal Lahir : Padangsidempuan/ 18 Juni 1998
Alamat : Jl. Dr. Payungan Dlt, Gang Damai, Kelurahan Tobat
Nama Orang Tua
Ayah : Zulkarnain Harahap
Pekerjaan : Wiraswasta
Ibu : Juniati Nelliana Daulay
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Dr. Payungan Dlt, Gang Damai, Kelurahan Tobat

Pendidikan :

1. SD Negeri 200115/23 Padangsidempuan, Tamat Tahun 2010
2. SMP Negeri 4 Padangsidempuan, Tamat Tahun 2013
3. SMK Negeri 1 Padangsidempuan, Tamat Tahun 2016
4. Tahun 2016 Melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUAN
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Diliang 22733
 Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH
 Nomor: B-04/In.14/G.5/PP.01.109/2021

Panitia Ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Padangsidempuan bersama anggota pengaji lainnya yang diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan berdasarkan Surat Penunjukan Mengaji Ujian Munaqasyah Nomor B-2153/In.14/G.1/G.5/PP.01.109/2021 tanggal 22 September 2021, setelah memperhatikan hasil ujian dari mahasiswa

- Nama : Kholijah Hafni Harahap
- Nim : 1640100249
- Program Studi : Perbankan Syariah
- Judul Skripsi : Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak)
- Pembimbing I : Windari, M.A. (Nidn. 2010058301)
- Pembimbing II : Aliman Syahuri Zein, M.E.I (Nidn. 2020048201)
- Pn :

Dengan ini menyatakan LULUS, LULUS BERSYARAT, MENURANG DALAM UJIAN Munaqasyah FEBI IAIN Padangsidempuan dengan nilai Skripsi 72,41 (B)

Dengan demikian mahasiswa tersebut telah menyelesaikan seluruh beban studi yang telah ditetapkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan memperoleh iudisium

- a. PUJIAN : 3.51 - 4.00
- b. SANGAT MEMUASKAN : 3.01 - 3.50
- c. MEMUASKAN : 2.76 - 3.00
- d. CUKUP : 2.00 - 2.75
- e. TIDAK LULUS : 0.00 - 1.99

Dengan indeks prestasi kumulatif 31,03 Oleh karena itu kepadanya diberikan hak memakai gelar SARJANA EKONOMI (SE) dalam ilmu Perbankan Syariah dan segala hak yang menyertainya. Mahasiswa yang namanya tersebut di atas terdaftar sebagai alumni ke 1051.

Padangsidempuan, 27 September 2021

Panitia Ujian Munaqasyah
 Sekretaris,

Ketua

Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A.
 NIDN. 2025077302

Delima Sari Lubis, M.A.
 NIDN. 2012058401

Anggota Pengaji

1. Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A.
 NIDN. 2025077302
2. Delima Sari Lubis, M.A.
 NIDN. 2012058401
3. Rini Hayati Lubis, M.P.
 NIDN. 2013048702
4. H. Ali Hardana, M.Si.
 NIDN. 2013018302

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.



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

Nomor : 468 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/02/2021
Lampiran :
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

22. Februari 2021

Yth. Bapak/Ibu:
1. Windan : Pembimbing I
2. Aliman Syahuri Zein : Pembimbing II

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

Nama : Kholijah Hafni Harahap
NIM : 1640100249
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT Pegadaian Syariah Cabang Aiaman Bolak Padangsidimpuan.)

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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 : 457 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/02/2021
Hal : Mohon Izin Pra Riset

22 Februari 2021

Yth. PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

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

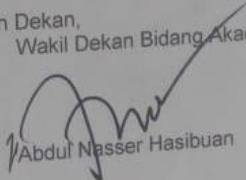
Nama : Kholijah Hafni Harahap
NIM : 1640100249
Semester : X (Sepuluh)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Kepada Nasabah Pegadaian Syariah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan".

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

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.

Padangsidimpuan, 21 April 2021

Nomor : 56/10068/2021
Lampiran : -
Urgensi : Biasa

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

Hal : **Permohonan Izin Pra Riset.**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Menindaklanjuti surat Bapak No : 457/In.14/G.1/G.4c/TL.00/02/2021, tanggal 22 Februari 2021 Hal Mohon Izin Pra Riset, maka pada prinsipnya kami menyetujui kepada Mahasiswa yang akan melakukan Pra Riset di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak, perlu kami sampaikan dalam hal-hal yang berkaitan dalam Pra Riset kepada mahasiswa akan diberikan arahan dan petunjuk oleh Petugas yang diberikan wewenang oleh Pemimpin Cabang tentang apa yang harus dilakukan agar sesuai dengan aturan yang berlaku di PT.Pegadaian (Persero). Adapun daftar nama yang melakukan Pra Riset sbb ;

| No | Nama Mahasiswa | NIM | Jenis Kelamin | Jurusan/prodi |
|----|------------------------|------------|---------------|-------------------|
| 1 | Kholijah Hafni Harahap | 1640100249 | Perempuan | Perbankan Syariah |

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pemimpin Cabang


SUBHAN
NIK.P80884

PT.PEGADAIAN (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak
Jl. Serma Lian Kosong/ex. Sudirman No.28E
Padang Sidimpuan 22718 T. (0634) 25132

www.pegadaian.co.id

Padangsidempuan, 25 Agustus 2021

Nomor : 101 /60068/2021
Lampiran : -
Urgensi : Biasa

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

Hal : **Telah Selesai Melakukan Riset.**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

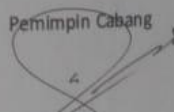
Dengan ini diberitahukan bahwa Mahasiswi di bawah ;

Nama : Kholijah Hafni Harahap
NIM : 1640100249

Judul Skripsi : " Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT.Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak)
Yang dilakukan selama (8) hari terhitung mulai tanggal 16 Agustus 2021 sampai dengan 25 Agustus 2021 (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padang Sidempuan
Kami atas nama Perusahaan PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padang Sidempuan mengucapkan banyak terima kasih atas partisipasinya dalam mengenalkan Pegadaian kepada Masyarakat Umum.

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pemimpin Cabang

SUBHAN
NIK.P80884



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 : 468 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/02/2021 22 Februari 2021
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak/Ibu:

1. Windari : Pembimbing I
2. Aliman Syahuri Zein : Pembimbing II

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

Nama : Kholijah Hafni Harahap
NIM : 1640100249
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.)

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**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 : 457 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/02/2021
Hal : Mohon Izin Pra Riset

22 Februari 2021

Yth. PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

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

Nama : Kholijah Hafni Harahap
NIM : 1640100249
Semester : X (Sepuluh)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Kepada Nasabah Pegadaian Syariah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan".

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

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.

Padangsidimpuan, 21 April 2021

Nomor : 56/10068/2021
Lampiran : -
Urgensi : Biasa

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Padangsidimpuan
Di,

Padang Sidimpuan.

Hal : Permohonan Izin Pra Riset.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Menindaklanjuti surat Bapak No : 457/In.14/G.1/G.4c/TL.00/02/2021, tanggal 22 Februari 2021 Hal Mohon Izin Pra Riset, maka pada prinsipnya kami menyetujui kepada Mahasiswa yang akan melakukan Pra Riset di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak, perlu kami sampaikan dalam hal-hal yang berkaitan dalam Pra Riset kepada mahasiswa akan diberikan arahan dan petunjuk oleh Petugas yang diberikan wewenang oleh Pemimpin Cabang tentang apa yang harus dilakukan agar sesuai dengan aturan yang berlaku di PT.Pegadaian (Persero). Adapun daftar nama yang melakukan Pra Riset sbb ;

| No | Nama Mahasiswa | NIM | Jenis Kelamin | Jurusan/prodi |
|----|------------------------|------------|---------------|-------------------|
| 1 | Kholijah Hafni Harahap | 1640100249 | Perempuan | Perbankan Syariah |

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Penimpin Cabang

SUBHAN
NIK.P80884



**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 : 932 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/04/2021
Hal : **Mohon Izin Riset**

14 April 2021

Yth. Pimpinan PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan

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

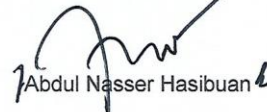
Nama : Kholijah Hafni Harahap
NIM : 1640100249
Semester : X (Sepuluh)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Kepada Nasabah".

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

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.

Padangsidimpuan, 25 Agustus 2021

Nomor : 101 /60068/2021
Lampiran : -
Urgensi : Biasa

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

Hal : Telah Selesai Melakukan Riset.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa Mahasiswi di bawah ;

Nama : Kholijah Hafni Harahap
NIM : 1640100249

Judul Skripsi : " Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT.Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak)

Yang dilakukan selama (8) hari terhitung mulai tanggal 16 Agustus 2021 sampai dengan 25 Agustus 2021 (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padang Sidimpuan

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pemimpin Cabang


SUBHAN
NIK.P80884