



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK AMANAH  
DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH PADA  
PT. PEGADAIAN SYARIAH SIPIROK**

**SKRIPSI**

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

**OLEH  
AHMAD KHOLID SIMATUPANG  
NIM. 14401 00080**

**PROGRAM STUDI PERBAKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2018**



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK AMANAH  
DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH PADA  
PT. PEGADAIAN SYARIAH SIPIROK**

**SKRIPSI**

*Dijukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam  
Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**AHMAD KHOLIDI SIMATUPANG**  
NIM : 1440100080

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2018**



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK AMANAH DALAM  
UPAYA MENARIK MINAT NASABAH PADA  
PT. PEGADALAN SYARIAH SIPIROK**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam  
Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**Oleh**

**AHMAD KHOLIDI SIMATUPANG**  
NIM : 1440100080

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**Pembimbing I**

**H. Aswani Lubis, SE, MSi**  
NIP. 19630107 199903 1 002

**Pembimbing II**

**Rizal Ma'ruf Amidy Siregar SP, MLM**  
NIP. 19811106201503 1 001

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2018**

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama	: Ahmad Kholidi Simatupang
NIM	: 14 401 00080
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa Pasal 14 Ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 05 Oktober 2018  
Saya yang Menyatakan,



AHMAD KHOLIDI SIMATUPANG  
NIM. 14 401 00080

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

---

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

Nama : Ahmad Kholidi Simatupang  
Nim : 14 401 00080  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Siprov". Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/mendistribusikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan  
Pada tanggal, Oktober 2018

Mengatakan  
  
**MAD KHOLIDISIMATUPANG**  
Nim: 14 401 00080



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. H. T. Rinal Nurdin Km. 4,5 Sidang Padangsidempuan 22713  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : AHMAD KHOLIDI SIMATUPANG  
Nim : 14 401 00080  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul/Skripsi : STRATEGI PEMASARAN PRODUK AMANAH DALAM  
UPAYA MENARIK MINAT NASABAH PADA PT.  
PEGADAIAN SYARIAH SIPIROK

Nama

Sekretaris

Dr. Kamaluddin, M.Ag  
NIP. 19651102 199103 1 001

Dr. Budi Gaudima Siregar, S.Pd., MM  
NIP. 19790720 201101 1 005

Anggota

Dr. Kamaluddin, M.Ag  
NIP. 19651102 199103 1 001

Dr. Budi Gaudima Siregar, S.Pd., MM  
NIP. 19790720 201101 1 005

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

Muhammad Isa, ST., MM  
NIP. 19800605 201101 1 003

Detail Sidang Munaqasyah

Tempat : Padangsidempuan  
Hari/Tanggal : Rabu/07 Nopember 2018  
Waktu : 7.30 WIB s/d 10.00 WIB  
Materi/Nilai : LULUS/79,5 (B)  
Jury : 3,22  
Penyakit : amat baik



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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PRODUK AMANAH DALAM  
UPAYA MENARIK MINAT NASABAH PADA PT.  
PEGADAIAN SYARIAH SIPIROK

NAMA : AHMAD KHOLIDI SIMATUPANG  
NEM : 14 401 00080

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

Padangsidimpuan, 12 Nopember 2018  
Dekan,



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

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Syukur alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Untuk mengakhiri perkuliahan di IAIN Padangsidempuan, maka menyusun skripsi salah satu tugas yang harus diselesaikan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah. Skripsi ini berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok”**. Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.As 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, M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Drs. Kamaluddin, M.Ag Wakil Dekan Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, SE, M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak Rizal Ma'ruf Amidy Siregar,SP.,MM. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, MA selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penelitian skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai kepada Ayahanda (Bidang Simatupang dan Ibunda (Sainur Rambe) yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan selalu berjuang untuk anak-anaknya, yang tidak bosan-

bosannya memberikan peneliti semangat dalam menyusun skripsi ini, beliau juga tidak lupa menasehati peneliti agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong agar peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah, yang selalu memberikan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Terimakasih juga peneliti ucapkan kepada adek-adek saya serta keluarga bou, uwak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman Perbankan Syariah 3 angkatan 2014 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan motivasi sebagai sahabat dalam diskusi di kampus IAIN Padangsidempuan maupun di luar kampus. Serta yang tidak pernah merasa sungkan untuk merepotkan satu sama lain. Semoga Allah menjadikan kita sahabat sampai ke Jannah-Nya.
9. Teman-teman KKL, Magang dan teman-teman alumni pesantren al-ansor dan teman-teman alumni SMA N 6 padangsidempuan yang telah memberikan motivasi kepada peneliti untuk segera menyelesaikan program studi peneliti.
10. Bapak Heri Suriyanto,SE. dan seluruh jajaran karyawan Pegadaian Cabang UPS Sipirok yang telah membantu peneliti selama proses penelitian.  
Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidempuan, Oktober 2018

Peneliti,

**AHMAD KHOLIDI SIMATUPANG**  
**NIM. 14 401 00080**

## ABSTRAK

**Nama** : AHMAD KHOLIDI SIMATUPANG  
**NIM** : 14 401 00080  
**Judul Skripsi** : Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok  
**Kata Kunci** : Strategi Pemasaran dan Produk Amanah (Pembiayaan Kendaraan Bermotor Syariah)

Permasalahan dalam penelitian ini di latar belakanginya kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai Pegadaian terkhususnya pada produk Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah), masyarakat masih banyak memprioritaskan membeli kendaraan bermotor melalui leasing konvensional padahal di pegadaian sudah ada pembiayaan kendaraan bermotor secara syariah dan jauh lebih murah daripada leasing konvensional. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pemasaran produk Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah) yang dilakukan Pegadaian Cabang UPS Sipirok. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah) yang dilakukan Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan wawancara dengan pengelola dan karyawan Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Pegadaian Cabang UPS Sipirok adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu dengan 4P (*product, price, place, dan promotion*). Melalui strategi produk, Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok mengembangkan berbagai produk seperti gadai (ar-rhan), ar-rum, Mulia, dan Multi payment Online (MPO) untuk menarik minat nasabah. Melalui strategi harga, Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok menetapkan harga yang murah dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya seperti bank. Melalui strategi tempat, Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok merupakan lokasi yang strategis untuk menarik nasabah dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah ketika bertransaksi. Melalui strategi promosi, Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok membagikan brosur serta memberikan penjelasan kepada nasabah yang mengunjungi pegadaian, dan membuat iklan agar nasabah lebih mengetahui tentang pegadaian.



## DAFTAR ISI

### Halaman

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Batasan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>C. Batasan Istilah .....</b>	<b>6</b>
<b>D. Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>E. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>F. Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>G. Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
<b>A. Kerangka Teori .....</b>	<b>10</b>
<b>1. Strategi Pemasaran .....</b>	<b>10</b>
a. Pengertian Strategi .....	10
b. Pengertian Pemasaran .....	10
c. Pengertian Pemasaran Syariah .....	13
d. Pengertian Strategi Pemasaran.....	14
e. Tujuan Strategi Pemasaran .....	14
f. Segmentasi Targeting dan Positioning .....	15
g. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	18
<b>2. Pembiayaan Kendaraan Bermotor Syariah (Produk Amanah).....</b>	<b>21</b>
<b>3. Minat Nasabah .....</b>	<b>22</b>
a. Pengertian Minat .....	22
b. Pengertian Nasabah .....	24

c. Pengertian Minat Nasabah .....	25
d. Macam-macam Minat .....	27
e. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	27
<b>4. Pegadaian Syariah</b> .....	<b>28</b>
a. Pengertian Pegadaian Syariah .....	28
b. Dasar Hukum Gadai Syariah .....	30
<b>B. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>31</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian</b> .....	<b>33</b>
<b>B. Jenis Penelitian</b> .....	<b>33</b>
<b>C. Unit Analisis/Subjek Penelitian</b> .....	<b>34</b>
<b>D. Sumber Data</b> .....	<b>34</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>35</b>
<b>F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data</b> .....	<b>37</b>
<b>G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data</b> .....	<b>37</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>40</b>
<b>A. Gambaran Umum Tentang Pegadaian Cabang UPS Sapiro</b> .....	<b>40</b>
1. Sejarah Singkat Terbentuknya Pegadaian Syariah Sapiro .....	40
2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah .....	40
3. Slogan Pegadaian Syariah .....	41
4. Tujuan dan Budaya Pegadaian Syariah .....	42
5. Ruang Lingkup Bidang Usaha Pegadaian Cabang UPS Sapiro.....	44
6. Produk dan Jasa Pegadaian Syariah Cabang UPS Sapiro .....	48
7. Struktur Organisasi Pegadaian Cabang UPS Sapiro .....	55
<b>B. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	<b>62</b>
1. Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Sapiro .....	62
2. Tantangan dan Hambatan Strategi Pemasaran Produk Amanah Pegadaian Syariah Cabang UPS Sapiro .....	69
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan</b> .....	<b>70</b>
<b>B. Saran</b> .....	<b>71</b>

**Daftar Pustaka**

**Daftar Riwayat Hidup**

**Lampiran**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	<b>: Data jumlah produk Amanah .....</b>	<b>5</b>
<b>Tabel 2.1</b>	<b>: Penelitian terdahulu .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 4.1</b>	<b>: Jumlah tenaga kerja .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4.2</b>	<b>: Simulasi pembiayaan kendaraan Amanah .....</b>	<b>66</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pegadaian merupakan lembaga pembiayaan /perkreditan dengan sistem gadai. Pegadaian 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 VOC.

Pada mulanya pegadaian di Indonesia dilaksanakan oleh pihak swasta, Kemudian oleh Gubernur Jendral Hindia-Belanda melalui *staatsblad* Tahun 1901 No. 131 tanggal 12 Maret 1901 yang mengatur Pegadaian sebagai monopoli pemerintah Belanda, dan tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian Negara pertama di Sukabumi (Jawa Barat), selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai hari ulang tahun pegadaian.<sup>1</sup>

Menurut kitab Undang-Undang Hukum perdata pasal 1150 gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang 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 dari pada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian

---

<sup>1</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 388-389.

biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan.<sup>2</sup>

Fiqih islam mengenal perjanjian gadai yang disebut *rhan*, yaitu perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan hutang. Gadai (*rhan*) dapat diartikan pula sebagai perjanjian suatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara sebagai tanggungan pinjaman (*marhun bih*), sehingga dengan adanya tanggungan utang ini seluruh atau sebagian utang dapat diterima.

Pegadaian syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Pelayanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika pada bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta Yogyakarta, serta terdapat pula empat cabang kantor Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian syariah. Konsep operasional Pegadaian Syariah mengacu pada system administrasi modern, yaitu azas rasionalitas, efisiensi, dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai-nilai Islam. Fungsi operasional Pegadaian Syariah dijalankan Kantor-Kantor cabang Pegadaian Syariah atau unit layanan gadai syariah (ULGS) sebagai satu unit organisasi dibawah binaan Divisi Usaha Lain Perum Pegadaian. ULGS ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktur terpisah pengelolaannya dari usaha gadai konvensional.<sup>3</sup>

Kemajuan pembangunan memiliki dampak dengan kebutuhan alat transportasi yang merupakan sarana yang sangat penting dalam kehidupan

---

<sup>2</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm.383

<sup>3</sup>Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta CV, 2009), hlm. 30-32

manusia untuk memperlancar aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, dalam hal kendaraan bermotor roda empat dan roda dua, sebagai kendaraan pribadi, dagang ataupun bekerja dari satu tempat ke tempat lain. Begitu besarnya peranan kendaraan bermotor untuk membantu manusia sebagai sarana dalam beraktivitas.

Masyarakat baik perorangan maupun perusahaan tidak semuanya dapat memiliki kendaraan bermotor roda dua ataupun roda empat dengan membeli secara tunai dari penjual karena keterbatasan modal yang dimiliki.<sup>4</sup>Memiliki kendaraan pribadi merupakan dambaan setiap keluarga, Amanah dari pegadaian syariah merupakan solusi untuk karyawan dan pengusaha kecil agar dapat memiliki kendaraan pribadi secara syariah, kendaraan impian dapat di angsur dengan prinsip syariah dan melalui proses pembiayaan yang mudah.<sup>5</sup>

Perum pegadaian adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam usaha menyalurkan dana atas dasar hukum gadai dengan sifat yang khas yaitu menyediakan pelayanan bagi pemanfaatan umum dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan bisnis. Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari uang pinjaman. Walaupun tidak menekankan pada bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan yaitu dari biaya jasa simpan barang seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional. Biaya tersebut dihitung dari nilai barang bukan jumlah pinjaman.

---

<sup>4</sup>Iswi Hariyani dan R. Serfiano D.P , *Gebyar Bisnis Dengan Cara Leasing*, cet 1, Penerbit Pustaka Yustisia, Seturan utara, sleman Yogyakarta, 2011, hlm. 11

<sup>5</sup>Brosur Produk Amanah Pegadaian Syariah Cabang UPS Sapirok 02 Agustus 2018

Secara umum pengertian gadai atau *rahn* menurut Drs. Ismail, MBA., Ak. Adalah perjanjian penyerahan barang yang digunakan sebagai agunan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan. Beberapa ulama mendefenisikan *rahn* atau gadai sebagai harta yang oleh pemiliknya digunakan sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat. *Rahn* atau gadai juga diartikan sebagai jaminan terhadap utang yang mungkin dijadikan sebagai pembayar kepada pemberi utang baik seluruhnya atau sebagian apabila pihak yang berutang tidak mampu melunasinya.<sup>6</sup>

PT. Pegadaian (persero) unit pelayanan syariah sipirok adalah pegadaian yang merupakan lembaga keuangan non bank yang bisa membantu masyarakat yang sedang membutuhkan kendaraan bermotor baik roda dua atau roda empat dan yang baru atau bekas melalui produk amanah, maka pihak pegadaian syariah memberikan solusi kepada masyarakat melalui pembiayaan kendaraan bermotor secara syariah yang di peruntukkan kepada karyawan tetap dan pengusaha mikro kecil.

Namun dalam PT. Pegadaian (persero) unit pelayanan syariah sipirok ini pada produk amanah tidak begitu banyak masyarakat yang tahu mengenai produk tersebut. sehingga masyarakat atau nasabah masih banyak yang memprioritaskan memilih membeli kendaraan dengan menggunakan leasing konvensional, padahal di pegadaian syariah sudah ada pembiayaan kendaraan

---

<sup>6</sup>Drs. Ismail, MBA., AK, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: kencana prenadamedia group,2011), hlm. 209-210.

bermotor secara syariah dan jauh lebih murah di bandingkan dengan pembiayaan kendaraan leasing konvensional.<sup>7</sup>

Pihak PT. Pegadaian Unit Syariah Sipirok memberikan proses transaksi produk Amanah yang mudah dan juga cepat. Produk Amanah merupakan produk baru dari pegadaian syariah UPS Sipirok yang bermula dari januari 2017. Adapun jumlah nasabah Produk Amanah di PT. Pegadaian Syariah UPS Sipirok dari bulan januari 2017- april 2018 dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1.**  
**Data Jumlah Produk Amanah**  
**PT. Pegadaian Unit Syariah Sipirok**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Status Nasabah</b>
Januari	0	-
Februari	0	-
Maret	1	Aktif
April	0	-
Mei	1	Aktif
Juni	1	Aktif
Juli	0	-
Agustus	1	Aktif
September	1	Aktif
Oktober	7	Aktif
November	2	Aktif
Deseember	3	Aktif
Januari	3	Aktif
Februari	1	Aktif
Maret	4	Aktif
April	0	Aktif

Sumber :PT. Pegadaian Unit Syariah Sipirok 2017-2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah produk amanah di PT. Pegadaian Unit Syariah Sipirok sebanyak 25 nasabah,

---

<sup>7</sup>Wawancara dengan Hery Suryanto pegawai PT. Pegadaian Unit Syariah Sipirok pada 11 Desember 2017

perkembangan jumlah nasabah tiap bulannya naik-turun dan tidak bisa di prediksi.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **”Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok”**

## **B. Batasan Masalah**

Dalam suatu penelitian seorang peneliti memiliki kekurangan baik yang berkenaan dengan waktu, maupun hal pengetahuan, sehingga tidak memungkinkannya untuk melakukan penelitian terhadap seluruh variabel yang berkaitan dengan judul penelitiannya, dalam hal itu pula peneliti disini memiliki kekurangan tersebut, maka peneliti ini dibatasi agar pembahasannya tidak meluas dan tetap fokus pada permasalahannya yaitu tentang strategi pemasaran produk amanah dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syariah sipirok.

## **C. Batasan Istilah**

Adapun yang menjadi batasan istilah dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi Pemasaran merupakan salah satu elemen krusial penentu kesuksesan bisnis. Sebagai bidang kajian akademis dan aplikasi praktis, domain strategi pemasaran mengalami perluasan dari waktu ke waktu. Peran penting dan kontribusi signifikan strategi pemasaran bagi survivabilitas dan supremasi perusahaan telah lama disadari. Akan tetapi, dinamika lingkungan bisnis menghadirkan berbagai perspektif, ancaman, dan lingkup strategi

pemasaran. Strategi kepuasan pelanggan, strategi pasar, strategi branding, dimensi strategik dalam bauran pemasaran, strategi pemasaran dalam siklus hidup produk, serta strategi pemasaran berdasarkan posisi kompetitif.<sup>8</sup>

2. Pembiayaan Amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada karyawan tetap maupun pengusaha mikro, untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.<sup>9</sup>

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

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah dalam penulisan yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk amanah dalam upaya menarik minat nasabah pada Pegadaian Syariah Sipirok.
2. Bagaimana tantangan dan hambatan pemasaran produk amanah pada Pegadaian Syariah Sipirok.

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

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi apa yang di gunakan oleh pegadaian syariah sipirok dalam melakukan pemasaran produk amanah.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan tantangan dan hambatan pemasaran produk Amanah pada Pegadaian Syariah Sipirok.

---

<sup>8</sup>Fandy Tjiptono Strategi Pemasaran Edisi 4 (Yogyakarta: ANDI, 2015), hlm. 11.

<sup>9</sup>[www.Pegadaian.co.id](http://www.Pegadaian.co.id). diakses 18 April 2018 pukul 09.10 WIB

## **F. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Bagi Masyarakat agar dapat menambah pengetahuan tentang produk amanah dan mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian syariah sipirok.
2. Bagi pegadaian syariah sipirok, agar dapat mengetahui strategi pemasaran yang baik dan tepat dan untuk lebih memajukan produk amanah tersebut.
3. Bagi peneliti untuk menambah wawasan dan kontribusi tentang produk amanah tersebut.
4. Bagi akademis, dapat menambah pengetahuan tentang produk amanah pada pegadaian syariah serta strategi pemasarannya.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dari sub bab dengan rincian sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan meliputi : latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan teori meliputi kerangka teori dan penelitian terdahulu. Adapun kerangka teori yang dibahas dalam penelitian ini adalah pengertian Pegadaian Syariah, pengertian strategi pemasaran, bauran pemasaran (*marketing mix*), pengertian minat, dan Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah).



Bab III Metodologi Penelitian meliputi lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, subjek penelitian adalah pengelola atau karyawan Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok, sumber data merupakan data primer, teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, observasi, dan teknik dokumentasi, teknik pengolahan dan analisis data dalam penelitian dengan menggunakan reduksi data, teknik pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi.

Bab IV Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu dengan 4P (*Product, Price, Place, Promotions*).

Bab V Merupakan bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah disertai dengan saran-saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

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

###### a. Pengertian Strategi

Pada konteks awalnya, strategi diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dilakukan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Namun pada akhirnya, strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama. Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>1</sup>

###### b. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan fungsi pokok perusahaan. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Pemasaran tidak hanya bertujuan memuaskan kepentingan langganan saja akan tetapi juga memerhatikan semua kepentingan pihak-pihak yang terlibat didalamnya, seperti kesejahteraan sosial karyawan, kepentingan

---

<sup>1</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), Cet,Ke-1, Hlm. 1092.

masyarakat sekitarnya, kepentingan para pemegang saham, dan pencemaran lingkungan.<sup>2</sup>

Philip Kotler mendefinisikan pemasaran adalah “suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.<sup>3</sup> Menurut *American Marketing Association* (AMA), pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses penciptaan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.<sup>4</sup>

Ada beberapa konsep alternatif yang dilakukan organisasi dalam melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran, yaitu:

1) Konsep produksi

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual dan merupakan konsep yang menekankan kepada *volume* produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

---

<sup>2</sup>Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), Cet. Ke-1, hlm. 19.

<sup>3</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), Cet. Ke-3, hlm. 53.

<sup>4</sup>Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategi Edisi 2*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), hlm. 5.

## 2) 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 ini menimbulkan adanya *Marketing Myopia* (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Konsep produk merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik.

## 3) Konsep Penjualan

Konsep penjualan berfikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Konsep ini biasanya diterapkan pada produk-produk asuransi, ensiklopedia atau kapling-kapling pemakaman, juga untuk lembaga nirlaba seperti partai politik (parpol). Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

## 4) 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.

Menurut Philip Kotler, konsep ini menekankan ke dalam beberapa pengertian di bawah ini:

- a) Menemukan keinginan pelanggan dan penuhi keinginan tersebut.
  - b) Membuat apa yang anda dapat jual daripada menjual apa yang anda buat
  - c) Mencintai pelanggan
  - d) Adalah yang menentukan
  - e) Berhenti memasarkan produk yang dapat anda buat dan mencoba membuat produk yang dapat anda jual.
- 5) Konsep pemasaran Kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.<sup>5</sup>

c. Pengertian Pemasaran Syariah

Kata Syariah berasal dari kata syara'a al syai'a yang berarti "menerangkan" atau "menjelaskan sesuatu". Atau berasal dari Kata syir'ah dan syari'ah yang berarti "suatu tempat yang dijadikan sarana langsung sehingga orang yang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain".

---

<sup>5</sup>Dr. Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 198-199.

Maka, Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu insiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam. Ini artinya bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami.

d. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah logika pemasaran yang dilaksanakan dengan harapan bahwa unit bisnis akan mencapai sasaran pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari strategi spesifik untuk pasar sasaran, penentuan posisi produk, bauran pemasaran, dan tingkat pengeluaran pemasaran. Atau dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses penciptaan, penawaran, perubahan nilai, dan pertukaran produk antara suatu pihak dengan pihak yang lainnya.

e. Tujuan Strategi pemasaran

Adapun tujuan dari strategi pemasaran yang dijalankan oleh sebuah perusahaan sebagai berikut:

- 1) Menetapkan arah dan tujuan dari kegiatan yang dijalankan oleh sebuah perusahaan.
- 2) Sebagaimana untuk mengantisipasi berbagai permasalahan dan keadaan yang berubah dimasa mendatang.
- 3) Membantu perusahaan dalam hal peningkatan kegiatan usaha memberikan kemudahan dalam mengontrol dan mengawasi kegiatan dan pemasaran dari sebuah perusahaan.<sup>6</sup>

f. Segmentasi, Targeting dan Positioning

1) Segmentasi pasar (*Segmenting*)

Segmentasi pasar adalah pembagian daripada pasar secara keseluruhan kedalam kelompok-kelompok untuk penyesuaian yang lebih tepat dan konkret dari suatu produk, sesuai dengan keinginan, kebutuhan serta karakteristik konsumen.<sup>7</sup> Menurut Kotler segmentasi pasar yaitu:

“Usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu dan yang memerlukan bauran pemasaran itu sendiri. Perusahaan menetapkan berbagai cara yang berbeda dalam memisahkan pasar tersebut, kemudian mengembangkan profil-profil yang ada pada setiap segmen pasar dan menilai daya tarik masing-masing segmen pasar.”<sup>8</sup>

Tujuan perusahaan melakukan segmentasi pasar antara lain:

- a) Supaya mudah dilakukan analisis pasar
- b) Supaya pasarnya lebih mudah dibedakan.
- c) Supaya layanan kepada pembeli lebih baik.

---

<sup>6</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Press, 2001), Cet. Ke-5, hlm. 6.

<sup>7</sup>M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Cet. Ke-5, hlm. 33

<sup>8</sup>Danang Sunyoto, *Op.Cit.*, hlm. 57.

d) Supaya tujuan pemasaran lebih efektif dan efisien, yaitu hasil penjualan lebih besar dan biaya relatif kecil atau murah.<sup>9</sup>

2) Menentukan pasar sasaran (*Targeting*).

Setelah selesai melakukan segmentasi pasar, maka diperoleh beberapa segmen yang diinginkan. Pertimbangan untuk memilih segmen adalah besarnya segmen yang akan dipilih, luasnya segmen dan kemampuan perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Setelah teridentifikasi jumlah serta ukuran dan luasnya segmen yang ada, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran yang diinginkan.

Menetapkan pasar sasaran artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.<sup>10</sup>

Kegiatan menetapkan pasar sasaran adalah:<sup>11</sup> Pertama, Evaluasi segmen pasar, meliputi ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data tentang usia nasabah, pendapatan, jenis kelamin, atau gaya hidup dari setiap segmen. Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas. Kurang menarik jika terdapat pesaing yang kuat dan agresif. Perhatikan juga ancaman dari produk pengganti (substitusi) misalnya dari lembaga keuangan

---

<sup>9</sup>*Ibid.*, hlm. 63.

<sup>10</sup>Kasmir, *Op.Cit.*, hlm. 210.

<sup>11</sup>*Ibid* , hlm. 103-104.



lainnya, untuk pinjaman seperti bank, kantor pos dan giro, *leasing* atau *money changer*. Sasaran dan sumber daya perusahaan dengan memperhatikan energi yang dimiliki perusahaan yaitu ketersediaan sumber daya manusia termasuk keterampilan yang dimilikinya.

Kedua, Memilih segmen, Memilih segmen adalah menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan. Kemudian menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani. Pemilihan segmen dapat dilakukan dengan cara membagi pemasaran menjadi: *Pemasaran tanpa pembedaan*, melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan. Mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen. Biasanya untuk produk massal seperti tabungan untuk semua orang, baik usia, pendapatan, maupun wilayah. Keuntungan pemasaran tanpa pembedaan adalah hemat biaya.

### 3) Menentukan posisi pasar (*Positioning*)

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki dengan cara menentukan

dimana posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.<sup>12</sup>

Memilih dan melaksanakan strategi penentuan posisi pasar perlu dilakukan dengan berbagai tahap agar hasil yang diharapkan optimal. Tahapan dalam memilih dan melaksanakan strategi penentuan posisi sebagai berikut:

Pertama, identifikasi keunggulan kompetitif. Didalam suatu produk terdapat berbagai keunggulan jika dibandingkan dengan produk pesaing. Tujuan manajemen mengidentifikasi keunggulan tersebut sebanyak dan selengkap mungkin.

Kedua, Memilih keunggulan kompetitif yang Tepat. Setelah diidentifikasi keunggulan-keunggulan yang kompetitif, lalu langkah selanjutnya adalah dipilih yang paling memberikan keunggulan yang paling banyak.

Ketiga, Mewujudkan dan Mengkomunikasikan posisi yang dipilih. Posisi pasar yang telah dipilih sebaiknya diwujudkan, kemudian dikomunikasikan ke berbagai pihak yang membutuhkan termasuk pihak intern perusahaan.

g. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya

---

<sup>12</sup>*Ibid*, hlm. 105.

dapat dikendalikan yaitu lebih dikenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*).<sup>13</sup>

Menurut Kotler bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.<sup>14</sup>

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

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

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

---

<sup>13</sup>M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 14.

<sup>14</sup>*Ibid.*, hlm. 16.

## 2) *Price (harga)*

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut *mark-up* (berapa tingkat persentase kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan), *mark-down* (berapa tingkat persentase penurunan harga), potongan harga termasuk berbagai macam bentuk dan besaran persentasenya, *building* (penjualan produk secara paket – contohnya adalah penjualan kartu perdana *handphone* lengkap dengan *handphonenya*), harga pada waktu-waktu tertentu (*inter-temporal pricing*), komisi yang diterima marketing, dan metode penetapan harga lainnya yang diinginkan oleh perusahaan terkait dengan kebijaksanaan strategi pemasaran.

## 3) *Promotions (Promosi)*

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang di produksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan

publisitas.Promosi dan periklanan adalah usaha-usaha perusahaan untuk meyakinkan konsumen untuk membeli produk.

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

*Place* (tempat) merupakan pendistribusian produk-produk kepada pelanggan. Yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu :

- a) Sistem transportasi perusahaan
- b) Sistem penyimpanan
- c) Pemilihan saluran distribusi<sup>15</sup>

## 2. Pembiayaan Kendaraan Bermotor Syariah (Produk Amanah)

Pembiayaan kendaraan bermotor, atau populer disebut Leasing merupakan salah satu instrumen penyaluran dana yang dipergunakan oleh lembaga keuangan untuk memenuhi kebutuhan kepemilikan kendaraan bermotor dengan menggunakan cara pembayaran tidak tunai. Saat ini sudah ada pembiayaan yang di jalankan dengan skema transaksi berbasis syariah.

Pembiayaan Syariah adalah transaksi pembiayaan kendaraan bermotor dengan menggunakan prinsip syariah. Istilah pembiayaan syariah ini di pergunakan untuk memudahkan masyarakat membedakan antara pembiayaan yang haram dengan pembiayaan yang halal.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 14-16.

<sup>16</sup>[www.Pegadaiansyariah.Co.Id](http://www.Pegadaiansyariah.Co.Id) Diakses Pada Tanggal, 18 Maret 2018 Pukul 23.00 WIB

### 3. Minat Nasabah

#### a. Pengertian Minat

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik pada sesuatu. Menurut kamus lengkap bahasa indonesia, minat merupakan perhatian, kesukaan, dan kecenderungan hati.<sup>17</sup>

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. mendefinisikan minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang. Sedangkan Menurut Andi Mappiare definisi minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari satu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu:

- 1) Dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian)
- 2) Berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.

---

<sup>17</sup>Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281.

Minat menurut Slameto adalah “suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh”.<sup>18</sup> Dari beberapa pengertian diatas, dapat ditemukan bahwa minat mengandung unsur sebagai berikut:

- 1) Adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran dari subyek tertarik.
- 2) Adanya perasaan senang terhadap obyek yang menjadi sasaran.
- 3) Adanya kemauan kecendrungan pada diri subyek untuk melakukan guna mencapai tujuan.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri, Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya. Minat menurut para ahli psikologi adalah “suatu kecendrungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat suatu secara terus-menerus”.<sup>19</sup>Minat ini erat kaitannya dengan perasaan, terutama perasaan senang. Dapat dikatakan minat itu terjadi karena senang pada sesuatu.

Jadi, minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa kita lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian.

---

<sup>18</sup>Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 121.

<sup>19</sup>Hamdani, *Strategi Belajar Mengajar*(Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), hlm. 140.

## b. Pengertian Nasabah

Menurut Norman A.Hart dalam Kamus Marketing, menyatakan bahwa “nasabah adalah orang yang sesungguhnya membuat keputusan pembelian meskipun mungkin bukan pemakai atau yang mengonsumsi langsung produk atau jasa. Secara hukum, pelanggan adalah pihak yang menandatangani suatu kontrak pembelian barang atau jasa.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, nasabah diartikan sebagai “perbandingan pertalian, orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank, dalam hal keuangan”.<sup>20</sup> Nasabah adalah semua orang yang menuntut suatu bank untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan karena itu memberikan pengaruh pada kinerja atau performansi perbankan. Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).<sup>21</sup> Manajemen perusahaan L. Bean, Freeport Maine, memberikan beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.
- 2) Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya.

---

<sup>20</sup>Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm. 281.

<sup>21</sup>W. J. S Poerdarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 795.



3) Tidak seorangpun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.<sup>22</sup>

Segala sesuatu harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Keingintahuan kita tentang pelanggan hendaknya terfokus pada apa yang sebenarnya mereka inginkan serta mengantisipasi apa yang mereka inginkan esok. Dalam menyenangkan pelanggan, keingintahuan itu hendaknya benar-benar tahu. Dengan kata lain, informasi haruslah benar, akurat, dan lengkap, sehingga penawaran produk bisa dilakukan secara tepat, kepada pelanggan yang tepat, dan pada saat yang tepat pula.

#### c. Pengertian Minat Nasabah

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.<sup>23</sup> Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.

Minat nasabah dapat berubah-ubah sesuai faktor-faktor yang berpengaruh dan kecenderungan seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan cirri-ciri sebagai berikut:

1) Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa. Konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu

---

<sup>22</sup>M. N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 101.

<sup>23</sup>Dessy Anwar, *Op, Cit.* hlm 286

kecendrungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk dan jasa tersebut dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.

- 2) Kesiediaan untuk membayar produk dan jasa. Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu produk atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu produk atau jasa akan bersedia untuk membayar produk atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan produk dan jasa tersebut.
- 3) Menceritakan hal yang positif. Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika ditanya konsumen lain, maka secara otomatis konsumen tersebut akan menceritakan hal yang positif terhadap konsumen lain. Karena konsumen yang memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa yang digunakan.
- 4) Kecendrungan untuk merekomendasikan. Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, selain akan menceritakan hal yang positif konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakannya.

- 5) Memperoleh suatu kebanggaan dan kepuasan pada suatu diminati.<sup>24</sup>

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah suatu keadaan dimana nasabah mempunyai perhatian terhadap suatu kebutuhan produk dalam suatu lembaga keuangan disertai keinginan dan kecendrungan hati yang kuat.

#### d. Macam-macam Minat

Menurut Abdul Rahman Saleh Minat digolongkan menjadi 3 bagian yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat cultural.
2. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik
3. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu: *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interest* dan *inventoried interest*.<sup>25</sup>

#### e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Crow and Crow dalam buku Abdul Rahman Saleh dan Muib Abdul Wahab berpendapat bahwa faktor yang mempengaruhi minat ada 3 macam, yaitu :

- 1) Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan.

---

<sup>24</sup>Ikhwan Susila dan Faturrahman, *Serace Value: Sebuah Variabel Pemediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli* (Jakarta: Empirika, 2004), hlm. 101.

<sup>25</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Persepektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 265-267.

- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- 3) Faktor emosional, minat yang mempunyai hubungan erat dengan emosi.<sup>26</sup>

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang itu untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah adalah harus dari dorongan hati kita sendiri dan nama baik pegadaian tersebut serta pelayanan yang diberikan oleh mereka.

#### **4. Pegadaian Syariah**

##### **a. Pengertian Pegadaian Syariah**

Pegadaian merupakan lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas jaminan tertentu. Jaminan nasabah tersebut digadaikan dan kemudian ditaksir oleh pihak pegadaian untuk menilai besarnya nilai jaminan. Besarnya nilai jaminan akan mempengaruhi nilai pinjaman.<sup>27</sup> Secara umum, gadai dapat didefinisikan sebagai transaksi antara nasabah dan lembaga gadai, yaitu nasabah menjamin sejumlah barang berharga yang dimiliki dalam rangka mendapatkan sejumlah dana sesuai dengan nilai barang yang dijamin dan akan ditebus pada saat jatuh tempo.

Gadai merupakan suatu hak yang diperoleh kreditur atas barang yang bergerak yang dijadikan sebagai jaminan pelunasan atas utang.

---

<sup>26</sup>*Ibid.*, hlm. 273.

<sup>27</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Op. Cit, hlm, 7.

Adapun pegadaian merupakan *trademark* dari lembaga keuangan milik pemerintah yang menjalankan kegiatan usaha dengan prinsip gadai.<sup>28</sup> Pegadaian menurut Kitab Undang-Undang Hukum perdata pasal 1150 disebutkan “Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berhutang oleh seseorang yang lain atas namanya 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 untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didahulukan.”<sup>29</sup>

Pegadaian Syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan yang sudah diatur oleh Dewan syariah Nasional, yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang, bukan dari jumlah pinjaman.<sup>30</sup>

Rhan adalah menjamin utang dengan barang, dimana utang dimungkinkan bisa dibayar dengannya, atau dari hasil penjualannya.

---

<sup>28</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm. 276.

<sup>29</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 384.

<sup>30</sup>Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 66.

Rhan dapat juga diartikan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.<sup>31</sup>

#### b. Dasar Hukum Gadai Syariah

Rhan (gadai) hukumnya boleh berdasarkan dalil alquran, Hadis dan Ijma'. Adapun dalil Alquran, yang dimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 283 dalam membangun konsep gadai yang berbunyi:

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>32</sup>

Ayat ini menerangkan transaksi tunai yang dilakukan dalam perjalanan dan tidak ada seorang juru tulis (Khatiban) yang menuliskannya, maka hendaklah ada barang tanggungan (*borg*) yang dipegang oleh yang berpiutang, "*farihanun maqbudhatun*." barang

<sup>31</sup>Ahmad Rodoni & Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Media Intelektual, 2007), hlm, 187.

<sup>32</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: Pustaka Amani, 2005) hlm. 241-242.

tanggungannya itu diadakan bila satu sama lain tidak percaya memercayai juga sebagai pemenuhan prinsip kehati-hatian. Kecuali masing-masing pihak saling percaya dan menyerahkan diri kepada Allah, maka transaksi itu boleh dilakukan tanpa adanya *borg* karena yang berutang akan membayar.

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul/tahun</b>	<b>Hasil penelitian</b>
1. Ayu Tissa	Strategi Pemasaran Produk Gadai (ar-rhan) Dalam meningkatkan minat Nasabah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya) (2015)	Strategi yang digunakan adalah segmentasi, Targetting, dan Posioting dalam memasarkan produk gadai (Ar-rhan).
2. Faridatun sa'adah	Strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya menarik minat Nasabah pada Pegadaian syariah cabang dewi sartika (2008)	Dengan strategi pemasaran produk pembiayaan yang di gunakan di pegadaian dewi sartika mengalami peningkatan pada omset yang menyebabkan pertumbuhan jumlah nasabah semakin meningkat.
3. Hotnida Hasibuan	Strategi Pemasaran Produk Gadai syariah dalam upaya menarik minat nasabah pada unit pegadaian syariah sadabuan (2010)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan pegadaian syariah sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat nasabah untuk bertransaksi di pegadaian syariah.

### **Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

1. Ayu Tissa: Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu membahas tentang strategi pemasaran produk gadai (Ar-rhan) pada pegadaian syariah. Perbedaan dengan peneliti yaitu strategi yang digunakan dalam peneliti Ayu Tissa dibahas tentang strategi segmentasi, targeting, posioting, Sementara peneliti menggunakan strategi produk, harga, tempat, dan promosi.
2. Faridatun Sa'adah: Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu membahas tentang strategi produk, harga, tempat, dan promosi. Perbedaan dengan peneliti yaitu lokasi yang diteliti.
3. Hotnida Hasibuan: Persamaan dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti di pegadaian syariah. Perbedaan dengan peneliti yaitu objek yang dibahas.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Lokasi penelitian adalah pada PT. Pegadaian Syariah UPS Sipirok yang berlokasi di Sipirok Tapanuli Selatan. Penulis memilih tempat ini, karena disinilah peneliti menemukan pokok permasalahannya dan lokasi penelitian ini adalah lokasi magang peneliti yang di lakukan selama 1 bulan. Sedangkan objek yang akan di teliti adalah bagaimana Strategi Pemasaran Produk Amanah dalam upaya menarik minat nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok. Penelitian dilakukan setelah proposal disetujui oleh dosen pembimbing yang bersangkutan. Waktu penelitian dimulai bulan April 2018 sampai dengan selesai.

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

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang pemecahan masalahnya dengan menggunakan data empiris, baik pada penelitian kuantitatif maupun kualitatif desainnya sama, yang membedakan adalah kemauan dan kepentingan peneliti itu sendiri.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Nur Asnawi dan Masyhuri, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN- Mali Press, 2011), hlm. 20.

### **C. Unit Analisis/Subjek Penelitian**

Unit Analisis merupakan suatu satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Dalam hal ini, subjek penelitian dapat berupa benda, manusia atau dalam penelitian lain berupa sekolah, lembaga, bank atau desa. Dalam menganalisa banyaknya data satuan menunjukkan banyak subjek penelitian.<sup>2</sup>

### **D. Sumber Data**

Adapun sumber data dari penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer dapat di defenisikan sebagai data yang di kumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari Pegadaian Syariah UPS Sipirok.

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

#### **1. Observasi**

Observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung kelapangan dengan mendatangi narasumber yakni PT. Pegadaian Unit Syariah Sipirok, hal ini digunakan untuk mengetahui keadaan sebenarnya yang terjadi pada lokasi penelitian berkaitan dengan strategi pemasaran.

---

<sup>2</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 121-122

## 2. Wawancara

Peneliti mengadakan wawancara dengan fungsional PT. Pegadaian Syariah Sipirok yang dianggap berkompeten dan representatif dengan masalah untuk memperoleh informasi mengenai produk Amanah pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok.

Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur. Pedoman wawancara ini disusun secara terperinci, akan tetapi pewawancara masih menggali data lagi lebih dalam selain yang sudah tercantum dalam pedoman wawancara.<sup>3</sup>

## 3. Teknik dokumentasi

Dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data yang ada, yang berkaitan dengan pembahasan prproposal ini, melalui buku, artikel, brosur, majalah, surat kabar, internet dan media lainnya yang berhubungan dengan pokok pembahasan.

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

Metode analisis data adalah suatu metode yang di gunakan mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Dengan melihat kerangka pemikiran teoritis, maka tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Kualitatif Deskriptif. Dalam penelitian ini analisis yang di gunakan untuk mengetahui strategi pemasaran produk Amanah pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok.

---

<sup>3</sup>Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Ciptapustaka Media, 2006), hlm. 102

Tujuan analisis data adalah untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengategorikan untuk menemukan teori dari data yang ada.<sup>4</sup>

Adapun teknik-teknik atau langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data kualitatif deskriptif adalah sebagai berikut:

1. Editing data, yaitu menyusun reduksi data menjadi susunan kalimat yang sistematis
2. Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data dari hasil observasi (pengamatan langsung) dan wawancara, berdasarkan jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan
3. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu hasil wawancara terstruktur dan non struktur sebagai pelengkap dan pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan dan dokumen pribadi seperti (foto, video, tape, dan catatan-catatan)<sup>5</sup>
4. Reduksi data, yaitu mengidentifikasi bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.<sup>6</sup> Yakni memeriksa kelengkapan dan untuk mencari kembali yang masih kurang dan mengesampingkan yang tidak dibutuhkan.

---

<sup>4</sup>Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm.103.

<sup>5</sup>Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*(Jakarta: UI Press, 1998), hlm. 10.

<sup>6</sup>Lexy. J. Moleong, *Op. Cit*, hlm. 103.

5. Penyajian data, adalah suatu cara pengompresan informasi yang memungkinkan suatu kesimpulan atau tindakan diambil sebagai bagian dari analisis
6. Deskripsi data, yakni menguraikan data secara sistematis dengan kerangka pikir induktif
7. Interpretasi data, yakni merangkum pembahasan data menjadi beberapa kalimat yang singkat dan padat serta mudah dimengerti
8. Kesimpulan dan verifikasi data, merupakan tindakan peneliti dalam menginterpretasikan data, menggambarkan makna dari penyajian data. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan adalah merupakan temuan yang baru yang sebelumnya belum pernah ada.<sup>7</sup>

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

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sebagai berikut :

- Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Hal ini berarti bahwa peneliti hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara

---

<sup>7</sup>Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Cipta PustakaMedia, 2014), hlm. 158.

berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol, kemudian ditelaah secara rinci sampai pada suatu faktor yang ditelaah sudah dipahami dengan cara yang biasa.

- Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data tersebut. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Triangulasi dibagi atas empat metode yaitu:

1. Triangulasi sumber yaitu mengecek dan membandingkan balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.
2. Triangulasi metode terdapat dua strategi yaitu dengan pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
3. Triangulasi penyidik ialah dengan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data.

4. Triangulasi teori ini berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>Lexy. J. Moleong, *Op. Cit*, hlm.177-178.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok**

##### **1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Pegadaian Syariah Sipirok**

Latar belakang didirikannya pegadaian syariah yaitu untuk mencegah ijon, remtenir dan pinjaman tidak wajar lainnya, untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil dan untuk mendukung program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional. Pada tanggal 1 april tahun 2010 Pegadaian syariah membuka unit di Jalan Simangambat Kelurahan Pasar Sipirok, akan tetapi karena lokasi perusahaan yang kurang strategis maka pada tahun 2012 Pegadaian syariah UPS Sipirok di relokasi dari jalan simangambat ke jalan merdeka Kelurahan pasar sipirok hal ini bertujuan untuk lebih memudahkan akses masyarakat datang ke pegadaian karena terletak di pinggir jalan raya Sipirok-Sidimpuan Tujuannya untuk lebih memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat, mudah, dan aman.<sup>1</sup>

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

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

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fiduasi selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.

---

<sup>1</sup>Pengelola UPS Sipirok, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sipirok, Rabu 23 Juli 2018.



#### b. Misi Pegadaian Syariah

Dalam menjalankan kegiatannya pegadaian memiliki misi yang ingin dicapai yaitu :

- 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.<sup>2</sup>

### 3. Slogan Pegadaian Syariah

Untuk menambah semangat kerja seluruh pegawainya, PT. Pegadaian mempunyai slogan yang di pegang teguh, yaitu **“Mengatasi masalah tanpa masalah”** Slogan ini mencerminkan ciri utama pelayanan pegadaian yaitu :

- a. Mengatasi masalah Keuangan atau kebutuhan dana dengan pelayanan dalam waktu yang relatif singkat.
- b. Tidak menuntut persyaratan administrasi yang menyulitkan.

---

<sup>2</sup> [www.Pegadaian.co.id](http://www.Pegadaian.co.id) diakses Kamis pada 02 Agustus 2018 pukul 19.38.

Slogan hanya digunakan untuk keperluan yang bersifat promosi seperti yang dipakai dalam media iklan, brosur, spanduk dan lain sebagainya.

Selain itu slogan atau semboyan tidak digunakan dalam keperluan resmi atau dinas seperti kop surat, kartu nama, amplop dinas dan sebagainya.<sup>3</sup>

#### **4. Tujuan dan Budaya Pegadaian Syariah**

##### **a. Tujuan Pegadaian Syariah**

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

Turut melaksanakandan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman/pembiayaan atas dasar hukum gadai.

- 1) Untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ke tangan para pelepas uang atau ijon atau rentenir yang bunganya relatif tinggi.
- 2) Mencegah praktik pegadaian gelap dan pinjaman yang tidak wajar.

---

<sup>3</sup>Pengelola UPS Sapiro, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sapiro, Kamis 24 Juli 2018

#### b. Budaya Pegadaian Syariah

Budaya perusahaan diaktualisasikan dalam bentuk simbol/maskot si “INTAN”. Adapun makna dari bentuk simbol atau maskot si “INTAN” yang terdiri dari :

- 1) Inovatif, dimana insan pegadaian harus berinisiatif, kreatif, produktif dan adaptif. Berorientasi pada solusi bisnis
- 2) Nilai Moral Tinggi, insan pegadaian harus taat beribadah, jujur dan berfikir positif.
- 3) Terampil, insan pegadaian harus kompeten dibidang tugasnya dan selalu mengembangkan diri.
- 4) A di Layani, insan pegadaian harus peka, cepat, tanggap, empatik, santun dan ramah.
- 5) Nuansa Citra, bangga sebagai insan pegadaian dan bertanggung jawab atas aset dan reputasi perusahaan.

Makna yang terkandung dalam maskot si “INTAN”. Kepala berbentuk berlian memberi makna bahwa pegadaian mengenal batu intan sudah puluhan tahun, intan tidak lebih dari sebuah bongkahan batu yang diciptakan alam dalam suatu proses beratus tahun lamanya. Kekerasannya menjadikan dia tidak dapat tergores dari benda lain. Tetapi dia juga dapat dibentuk menjadi batu yang sangat cemerlang (*brilliant*). Dengan kecemerlangan itulah kemudian dia disebut berlian. Karakteristik batu intan diharapkan terdapat juga pada setiap insan pegadaian.

Sikap tubuh dengan tangan terbuka dan tersenyum memberi makna sikap seorang pelayan yang selalu siap memberikan pelayanan prima kepada siapa saja. Rompi warna hijau bermakna memberi keteduhan sebagai insan pegadaian.<sup>4</sup>

## 5. Ruang Lingkup Bidang Usaha

### a. Pendanaan dan Produk jasa Gadai Syariah

Pendanaan pegadaian syariah sama dengan lembaga keuangan lainnya, yaitu mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Namun mempunyai cara yang berbeda. Dalam hal ini pegadaian syariah tidak dibolehkan menghimpun dana secara langsung dari masyarakat baik dalam bentuk simpanan tabungan mudharabah, giro wadiah, maupun deposito mudharabah. Oleh karena itu, pegadaian syariah merupakan peruntukan membiayai dan memenuhi kebutuhan dananya, memiliki sumber pendanaan yang berasal dari :

- 1) Modal sendiri
- 2) Penerbitan obligasi syariah
- 3) Mengadakan kerja sama atau syirkah dengan lembaga keuangan lainnya, bagi pihak perbankan maupun non perbankan dengan menggunakan system bagi hasil atau profit and loss sharing.
- 4) Pendanaan kegiatan operasional gadai syariah meliputi gaji pegawai, honor, perawatan gedung, peralatan, dan sebagainya. Kegiatan operasional tersebut memerlukan banyak dana.

---

<sup>4</sup>Pengelola UPS Sipiok, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT. Pegadaian Syariah UPS Sipiok, Kamis, 24 Juli 2018

5) Penyaluran dana yang ada, sebagian besar digunakan untuk kegiatan pembiayaan. Bahkan lebih dari 50% dana dimaksud disalurkan pada aktivitas pembiayaan, yaitu pemberian pinjaman kepada warga masyarakat yang membutuhkan. Penyaluran dana itu, diharapkan dapat menghasilkan keuntungan yang didapatkan dari biaya jasa yang dibayarkan oleh *rahin*. Usaha ini merupakan aktivitas utama pegadaian syariah dalam memperoleh keuntungan.

6) Investasi lain, yaitu dana-dana yang belum digunakan untuk membiayai kegiatan operasional pegadaian syariah, atau dana tersebut belum disalurkan kepada warga masyarakat, maka dapat diinvestasikan dalam bentuk lain, baik investasi jangka pendek maupun jangka menengah. Sebagai contoh dapat di sebut misalnya investasi dibidang property (kantor dan toko), dan sebagainya. Pelaksanaan investasi yang dimaksud, biasanya bekerjasama dengan pihak ketiga seperti kontraktor, pedagang, dan sebagainya.

Pegadaian syariah menawarkan jasa kepada masyarakat dalam beberapa bentuk sebagai berikut :

1) Pemberian pinjaman

Pemberian pinjaman atau pembiayaan berdasarkan hukum gadaisyariah. Produk dimaksud, mensyaratkan pemberian pinjaman dengan penyerahan harta benda sebagai jaminan. Harta benda gadai harus berbentuk barang bergerak, Oleh karena itu, pemberian

pinjaman sangat ditentukan oleh nilai dan kualitas serta jumlah barang yang akan digadaikan.

#### 2) Penaksiran nilai harta benda

Penaksiran nilai harta benda yang dilakukan oleh pegadaian syariah merupakan pelayanan berupa jasa atau nilai suatu harta benda kepada warga masyarakat. Jasa yang ditaksir itu, biasanya meliputi semua harta benda bergerak dan tidak bergerak. Jasa dimaksud, diberikan kepada warga masyarakat yang menginginkan kualitas harta benda seperti emas, perak, dan berlian. Biaya yang dikenakan oleh nasabah adalah berupa ongkos penaksiran barang.

#### 3) Penitipan barang berupa sewa (ijarah)

Penitipan barang berupa sewa yang dilakukan oleh pegadaian syariah berarti menerima titipan barang dari warga masyarakat berupa surat-surat berharga misalnya, sertifikat tanah, izazah, hak eigendom motor, mobil, dan sebagainya. Surat surat penitipan barang berharga dimaksud, diberikan kepada warga masyarakat yang melakukan perjalanan jauh dalam waktu yang relative lama. Atas jasa penitipan surat-surat berharga dimaksud, gadai syariah memperoleh penerimaan dari pemilik barang berupa sewa penitipan barang.

#### 4) Gold Counter

Gold Counter adalah jasa penyediaan fasilitas berupa tempat penjualan emas yang berkualitas eksekutif dan aman yang

disediakan oleh pegadaian syariah. Gold counter dimaksud, semacam took emas galeri 24. Setiap pembelian di took milik pegadaian syariah akan dilampiri sertifikat jaminan. Hal ini dilakukan untuk memberikan layanan bagi warga masyarakat kelas menengah, yang masih peduli dengan image. Berdasarkan sertifikat dimaksud, warga masyarakat mempercayai dan yakin bahwa kualitas dan keaslian emas yang dibeli di took tersebut mempunyai legalitas.<sup>5</sup>

#### 5) Daerah pemasaran

Adapun daerah pemasaran pada PT. Pegadaian Syariah UPS Sipirok di kabupaten tapanuli selatan meliputi, Kecamatan Sipirok, Arse, Angkola timur, hingga perbatasan Tapanuli utara. Pegadaian cabang syariah ini dikhususkan untuk memasarkan produk-produk dan system jasanya hanya di wilayah kabupaten tapanuli selatan yang telah ditentukan dari kantor pusat.

#### 6) Lokasi Perusahaan

Adapun Lokasi PT. Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok yaitu :

Alamat : Jl. Merdeka No. 80

Kecamatan : Sipirok

Kabupaten/Provinsi : Tapanuli Selatan/Sumatera Utara

---

<sup>5</sup>[www.pegadaiansyariah.co.id](http://www.pegadaiansyariah.co.id) . diakses hari minggu, 02 Agustus 2018

## 7) Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Lingkungan Masyarakat

- a) Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Sipirok melalui penyaluran dana yaitu dengan membantu program pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya golongan menengah ke bawah dengan memberikan solusi keuangan yang terbaik melalui penyaluran pinjaman skala mikro, kecil dan menengah atas dasar hukum gadai dan fidusia.
- b) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, dengan cara ikut serta mencegah adanya pemberian pinjaman yang tidak wajar, ijon, pegadaian gelap, dan praktek riba lainnya.
- c) Mengembangkan lembaga pegadaian syariah dengan system berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi rakyat dengan cara membina pola perkreditan supaya benar – benar terarah dan bermanfaat dan bila perlu memperluas daerah operasinya.<sup>6</sup>

## 6. Produk-Produk dan Jasa Pegadaian Syariah Sipirok

### a. Gadai Syariah (Rahn)

Gadai Syariah (rahn) adalah skim pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dana dengan sistem gadai syariah

---

<sup>6</sup>Pengelola UPS Sipirok, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sipirok, Kamis, 24 Juli 2018



dengan barang jaminan berupa emas , perhiasan, berlian elektronik dan kendaraan bermotor.Keuntungan Gadai Syariah (Rahn)

- 1) Produktif, meningkatkan daya guna barang berharga dan Asset andapun Produktif secara tetap menjadi milik anda.
- 2) Praktis. prosedur sederhana, syarat mudah dan proses cepat
- 3) Optimal, barang jaminan ditaksir secara cermat dan Akurat oleh penaksir berpengalaman, asset andapun tetap memiliki nilai ekonomis yang wajar karena nilai taksiran yang optimal.
- 4) Fleksibel, jangka waktu pinjaman yang Flaksibel, Nasabah bebas menentukan pilihan cara dan masa angsuran
- 5) Menentramkan, dikelola secara Syariah, barang anda aman dan terjaga di lembaga terpercaya.

AdapunPersyaratan peminjaman dalam sistem gadai syariah di Pegadaian Syariah UPS Sipirok yaitu:

- 1) Menyerahkan Fotocopy KTP atau Identitas resmi lainnya (SIM, Paspor, dll).
- 2) Menyerahkan barang sebagai jaminan (marhun) Seperti:
  - a) Perhiasan: Emas, Berlian
  - b) Barang-barang Elektronik
  - c) Kendaraan bermotor
- 3) Untuk kendaraan bermotor menyerahkan dokumen kepemilikan (BPKB) dan Copy STNK sebagai pelengkap jaminan.

Mengisi formulir permintaan pinjaman yang telah disediakan

4) Menandatangani akad rahn atau Prosedur Pemberian Pinjaman :

- a) Nasabah mengisi Formulir permintaan pinjaman (FPP)
- b) Nasabah Menyerahkan FPP yang dilampiri dengan fotocopy identitas serta barang jaminan ke loket
- c) Petugas pegadaian menaksir (marhun) agunan yan diserahkan
- d) Besarnya pinjaman (marhun bih) adalah Sebesar 92% s/d 95% dari taksiran marhun
- e) Apabila telah disepakati besarnya pinjaman, nasabah menandatangani akad dan menerima uang pinjaman

5) Proses Pelunasan Pinjaman

Proses pelunasan bisa dilakukan kapan saja sebelum jangka waktu maksimal 120 hari, baik dengan cara sekaligus maupun angsuran. Apabila sampai dengan 120 hari belum bisa melunasi, nasabah dapat memperpanjang masa pinjaman sampai dengan 120 hari berikutnya. Dengan membayar ijarah dan biaya administrasi sesuai dengan berlaku.<sup>7</sup>

b. ARRUM (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro/Kecil)

ARRUM (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro/Kecil) adalah skim pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan usaha dengan sistem pengembangan secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil atau atau motor. Untuk Produk

---

<sup>7</sup>Pengelola UPS Sipirok, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sipirok, Kamis, 24 Juli 2018

ARRUM Emas, barang Jaminan yang disimpan di pegadaian adalah emas.Keuntungan ARRUM :

- 1) Menambah modal kerja usaha untuk memperbesar skala bisnis anda
- 2) Kendaraan yang menjadi jaminan tetap dapat anda gunakan untuk faktor Produksi
- 3) Prosedur dan Syarat yang mudah serta waktu dari survey sampai pencapaian cepat.
- 4) Biaya ijarah yang relatif ringan dan biaya administrasi yang tidak memberatkan
- 5) Jangka waktu pembiayaan yang fleksibel, serta bebas menentukan pilihan pembayaran (angsuran atau Sekaligus)

Adapun Persyaratan Pembiayaan dalam sistem gadai syariah di Pegadaian Syariah UPS Sipirok yaitu:

- 1) Menyerahkan Fotocopy KTP suami- istri.
- 2) Foto copy kartu keluarga.
- 3) Rekening listrik atau PBB bulan terakhir (asli).
- 4) Surat keterangan usaha dari kelurahan.
- 5) Fash foto suami istri 1 lembar
- 6) Foto copy BPKB dan STNK pajak hidup.
- 7) Memiliki usaha Produktif minimal telah berjalan 1 tahun.
- 8) Survey dan analisa kelayakan usaha.
- 9) Mengisi formulir permintaan pinjaman

10) Menandatangani akad ARRUM atau Proses memperoleh Pembiayaan ARRUM:

- a) Mengisi formulir aplikasi pembiayaan ARRUM
- b) Melampirkan dokumen-dokumen usaha, agunan, serta dokumen pendukung lainnya yang terkait
- c) Petugas pegadaian memeriksa keabsahan dokumen-dokumen yang dilampirkan
- d) Petugas pegadaian melakukan survey analisis kelayakan usaha serta menaksir agunan
- e) Penandatanganan akad pembiayaan
- f) Pencairan pembiayaan<sup>8</sup>

c. MULIA (Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi)

Logam Mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid dan riil.<sup>9</sup>

MULIA (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi) memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan logam mulia oleh Pegadaian Syariah kepada masyarakat secara tunai atau dengan pola angsuran, atau arisan dengan proses cepat dalam jangka waktu tertentu yang fleksibel. Akad MULIA menggunakan akad Murabahah dan Rahn. Keuntungan Berinvestasi melalui Logam Mulia:

---

<sup>8</sup>Brosur Produk Arrum Emas Pegadaian UPS Sapiro, pada 02 Agustus 2018

<sup>9</sup>Brosur, MULIA *Mhurabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi, Pegadaian UPS Sapiro, pada 02 Agustus 2018

- 1) Alternatif Investasi yang aman untuk menjaga Portofolio aset anda\
- 2) Jembatan mewujudkan niat mulia anda untuk
  - Menunaikan Ibadah Haji
  - Mempersiapkan biaya pendidikan anak dimasa mendatang
  - Memiliki tempat tinggal dan kendaraan
- 3) Merupakan Aset yang sangat likuid dalam memenuhi kebutuhan dana yang mendesak, memenuhi kebutuhan modal kerja untuk pengembangan usaha ataw menyehatkan cashflow keuangan bisnis anda dll.
- 4) Tersedia pilihan logam Mulia dengan Berat, 1gr, 5gr, 10gr, 25gr, 50gr, 100gr, 250gr dan 1 Kg
- 5) Pembelian Logam Mulia dapat dilakukan dengan berbagai pola yang di inginkan nasabah baik secara Tunai, Kredit (angsuran) atau dengan Sistem Arisan.

Persyaratan MULIA:

- 1) Menyerahkan Fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya
- 2) Mengisi formulir aplikaasi MULIA
- 3) Menyerahkan Uang muka (apabila pembelian dengan pola Kredit atau angsuran dan Pola Arisan)
- 4) Menandatangani akad MULIA

d. Multi Pembayaran Online (MPO)

Multi Pembayaran Online (MPO) merupakan layanan jasa yang ditawarkan oleh pegadaian Syariah dalam mempermudah nasabah dalam memenuhi berbagai kebutuhan rumah tangga. Layanan Pembayaran Online yang ditawarkan diantaranya layanan pembayaran tagihan Listrik, Telepon, Internet, PDAM, Indovision, Token Listrik, Pulsa Elektrik serta pembelian tiket Kereta Api dan sebagainya, secara online di outlet Pegadaian Syariah seluruh Indonesia. MPO merupakan solusi pembayaran tepat dan cepat yang memberi kemudahan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank.<sup>10</sup>

e. Amanah (Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor)

Merupakan Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor dengan prinsip syariah untuk karyawan tetap dan pengusaha kecil. Kendaraan impian dapat diangsur dengan prinsip syariah dan melalui proses pembiayaan yang mudah. Keunggulan Amanah adalah sebagai berikut :

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

---

<sup>10</sup>[www.Pegadaiansyariah.co.id](http://www.Pegadaiansyariah.co.id). Diakses pada tanggal 04 Agustus 2018, pukul 13.45.

Pernyataan untuk karyawan tetap adalah sebagai berikut :

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

Persyaratan untuk pengusaha mikro adalah sebagai berikut :

- 1) Memiliki usaha produktif yang sah dan kegiatan minimal 1 tahun
- 2) Usia minimal 21 tahun
- 3) Usia saat jatuh tempo maksimal 70 tahun.

f. *Remittanc*(Solusi Mudah Pengiriman atau Penerimaan Uang)

*Remittanc* adalah layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri dengan biaya kompetitif, bekerjasama dengan beberapa remiten berskala nasional dan internasional seperti western union, Telkom Delima, BNI Smart Remittance, dan Mandiri Remittance, Pegadaian Remittance merupakan solusi terpercaya untuk kirim dan terima uang kapanpun dan dimanapun secara instan, cepat, dan aman.<sup>11</sup>

## **7. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Sipirok**

Organisasi merupakan tempat kegiatan dalam usaha mencapai tujuan yang telah diterapkan dari sekelompok manusia yang kerjasama, agar kerjasama tersebut dapat berjalan dengan baik, maka peran adanya

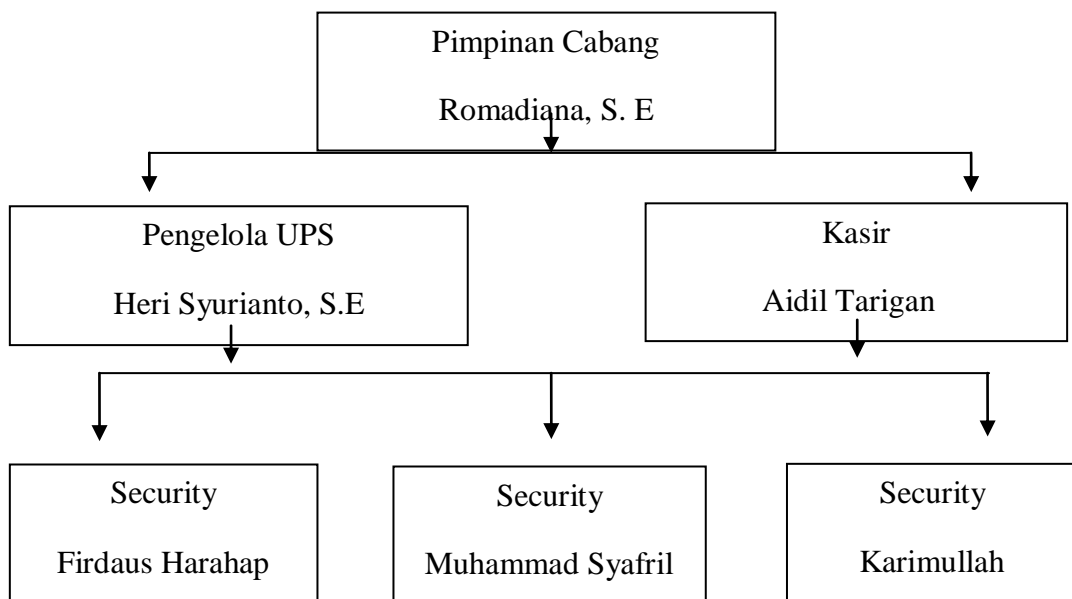
---

<sup>11</sup>[www.pegadaiansyariah.co.id](http://www.pegadaiansyariah.co.id) . diakses hari Rabu, 01 Agustus 2018 pukul 20.23

pembagian tugas wewenang dan tanggungjawab dari masing-masing bagian.

**Gambar 4.1**

**STRUKTUR ORGANISASI PT. PEGADAIAN SYARIAH  
CABANG UPS SIPIROK**



a. Pembagian Tugas dan Tanggung jawab

Dari struktur organisasi PT Pegadaian (persero) UPS Sipirok ini maka peneliti akan menjelaskan tentang deskripsi jabatan yang sesuai dengan jabatan, wewenang, dan tanggungjawab. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

Pengelola UPS Sipirok mempunyai fungsi yaitu merencanakan, mengkoordinasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan kegiatan operasional, administrasi dan keuangan kantor unit sipirok. Pengelola UPS Sipirok mempunyai tugas yaitu :



1) Pengelola UPS

- a) Menyusun rencana kerja dan anggaran kantor unit berdasarkan acuan yang telah ditetapkan oleh cabang .
- b) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan dan mengendalikan operasional usaha inti.
- c) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan dan mengendalikan barang jaminan.
- d) Merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengawasi lelang barang jaminan.
- e) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan dan mengendalikan pemasaran dan pelayanan konsumen.
- f) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan dan mengendalikan pengelolaan modal kerja. Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas pekerja bawahan.
- g) Membimbing bawahan dalam rangka pembinaan pegawai.
- h) Menyelenggarakan usaha dan laporan kantor UPS Sipirok.

2) Penaksir

- a) Tugas pokok penaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai ketentuan yang berlaku dalam

rangka mewujudkan penetapan uang pinjaman yang wajar citra baik perusahaan.

- b) Uraian tugas, adapun tugas-tugas penaksir antara lain :
  - 1) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk menemukan mutu dan nilai barang, menetapkan dan menentukan uang kredit gadai.
  - 2) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan di lelang untuk mengetahui mutu dan nilai, dalam menentukan harga dasar pasar yang akan dilelang.
  - 3) Merencanakan dan menyimpan barang jaminan yang akan disimpan guna keamanan.

### 3) Penyimpan Barang Jaminan

- a) Tugas pokok melaksanakan pemeriksaan, penyimpanan dan pengeluaran barang selain barang kantong sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan barang jaminan.
- b) Uraian tugas, adapun tugas penyimpan barang jaminan antara lain:
  - 1) Menerima barang jaminan selain barang kantong dari administrasi.

- 2) Melakukan pengelompokan barang jaminan sesuai dengan rubrik dan bulan kreditnya serta menyusun sesuai dengan urutan nomor SBK, dan mengatur penyimpanannya.
  - 3) Melakukan pencatatan dan pengadministrasian mutasi (penambahan/pengurangan) barang jaminan yang menjadi tanggungjawabnya.
- c) Tugas pokok penyimpan mempunyai fungsi yaitu mengurus gudang barang jaminan emas dengan cara menerima, menyimpan, merawat dan mengeluarkan.
- d) Uraian tugas, adapun tugas-tugas penyimpan barang jaminan antara lain :
- 1) Secara berkala memeriksa keadaan gudang penyimpanan barang jaminan emas dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka keamanan dan keutuhan barang jaminan.
  - 2) Menyimpan barang jaminan emas dan perhiasan untuk disimpan ke dalam brankas.
  - 3) Mengeluarkan barang jaminan emas dan perhiasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasa dan pihak lain.
  - 4) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan agar barang jaminan dalam keadaan baik dan aman.
- 4) Kasir

Mengentry data nasabah serta melakukan pembayaran pinjaman serta menerima pelunasan pinjaman yang menjadi tanggung jawabnya kasir.

- a) Tugas pokok melakukan tugas penerimaan dan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang.
- b) Uraian tugas, adapun tugas-tugas mencatat mutasi penerimaan/pengeluaran barang jaminan yang menjadi tanggungjawabnya kasir antara lain :
  - 1) Menyimpan peralatan dan perlengkapan kerja
  - 2) Menerima modal kerja harian dari atasan sesuai ketentuan yang berlaku
  - 3) Menyiapkan uang kecil untuk kelancaran melaksanakan tugas.
  - 4) Mencatat penerimaan dari transfer.
  - 5) Mencatat penerimaan dari penjualan lelang.
  - 6) Mencatat penerima lain-lain.
  - 7) Melaksanakan pembayaran untuk pinjaman kredit.
  - 8) Mencatat pembayaran pengeluaran lain-lain.
  - 9) Mencatat pembayaran uang kelebihan
  - 10) Mencatat Pembayaran pinjaman pegawai
  - 11) Melayani nasabah yang akan melakukan pelunasan, peminjaman, gadai utang.

Dikarenakan jumlah nasabah yang masih sedikit dan juga kurangnya jumlah pegawai maka tugas pengelola UPS Sapirook merangkap sebagai pengeola, penaksir, penyimpan, serta kasir.

5) Keamanan (*Security*)

a) Tugas pokok keamanan mempunyai fungsi yaitu melaksanakan dan mengendalikan ketertiban dan keamanan di kantor cabang.

b) Uraian tugas, adapun tugas-tugas keamanan antara lain:

1) Melaksanakan ketertiban dan keamanan di lingkungan kantor unit cabang.

2) Memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan.

3) Mengatur dan mengawasi ke luar masuknya kendaraan dinas/non dinas dari dan ke dalam lingkungan kantor unit cabang.<sup>12</sup>

b. Jumlah Tenaga Kerja dan Jam Kerja

Jumlah tenaga kerja di Pegadaian Syariah UPS Sapirook berjumlah 6 orang yaitu :

**Tabel.4.1**

Posisis Kerja	Frekuensi (Jumlah Orang)
Pengelola	1 Orang

<sup>12</sup>Pengelola UPS Sapirook, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sapirook, Kamis 24 Juli 2018

Kasir	1 Orang
Security	3 Orang
Jumlah	5 Orang

Adapun jam kerja untuk karyawan Pegadaian Syariah UPS Sipirok jam/ minggu.

Waktu : Setiap hari senin s/d jum'at

Pukul 08.00-15.30 WIB

Setiap hari sabtu

Pukul 08.00-12.00 WIB

Hari besar tutup

Lama kerja: 6 hari – 35 1/2 jam

c. Sistem Pengupahan dan Fasilitas Lainnya

Sistem pengupahan dan fasilitas lainnya di Pegadaian Syariah UPS Sipirok adalah sistem pengupahan yang sesuai dengan Undang-Undang ketenaga kerjaan dan dilengkapi dengan fasilitas kesehatan dari Inhealt dan BPJS, serta fasilitas jaminan hari tua.<sup>13</sup>

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok**

Strategi pemasaran merupakan cara perusahaan untuk menarik masyarakat menjadi nasabah menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan serta mempertahankan nasabah agar tetap terus menggunakan

---

<sup>13</sup>Pengelola UPS Sipirok, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sipirok, Kamis 24 Juli 2018

produk-produk. Masyarakat adalah setiap kelompok yang memiliki kepentingan dan berpengaruh terhadap kemampuan suatu perusahaan mencapai tujuannya saat ini atau pada masa mendatang. Hubungan masyarakat meliputi berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atas masing-masing produknya.

Strategi pemasaran produk Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah) yang diimplementasikan oleh Pegadaian Cabang UPS Sipirok yaitu menggunakan *marketing mix* yaitu sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan objek pemasaran atau target pasar yang dituju. Untuk mencapai pasar tersebut strategi pemasaran produk Amanah yang dilakukan Pegadaian Cabang UPS Sipirok meliputi empat variabel dalam bauran pemasaran yaitu :

a. Strategi dalam bidang produk (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.<sup>14</sup>

Strategi produk yang dilakukan oleh Pegadaian cabang UPS Sipirok adalah dengan cara mengembangkan produk-produk yang ditawarkan Pegadaian Cabang UPS Sipirok seperti pengembangan produk Amanah.

Menurut bapak Heri Suriyanto Amanah adalah “skim pemberian pinjaman kepada masyarakat yang berpenghasilan tetap guna

---

<sup>14</sup> www. Marketing.wordpress.com. Diakses pada tanggal 02 Agustus 2018, pukul 10.10 WIB.

kepemilikan kendaraan bermotor". Kendaraan bermotor dibatasi pada kendaraan roda dua (sepeda motor) dan kendaraan roda empat dengan berbagai jenis seperti avanza, pic up, namun tidak termasuk jenis truck dan mobil angkutan umum.

Adapun Persyaratan Produk Amanah ini sangat mudah, yakni pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun, melampirkan kelengkapan : fotokopi KTP (suami/istri), fotokopi kartu keluarga, fotokopi SK pengangkatan sebagai pegawai / karyawan tetap, rekomendasi atasan langsung, slip gaji 2 bulan terakhir mengisi dan menandatangani form aplikasi Amanah , membayar uang muka yang di sepakati (minimal 20%), menandatangani akad Amanah.<sup>15</sup>

Strategi dalam bidang produk lain yang dilakukan Pegadaian Cabang UPS Sipirok adalah dengan cara pengoptimalan taksiran, ini dilakukan dengan cara mengoptimalkan segi taksiran emas yang sesuai dengan harga pasar setempat, keakuratan timbangan secara teratur di cek, alat uji berlian dan alat taksiran di cek secara teratur.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh bahwa yang paling diminati nasabah Pegadaian Cabang UPS Sipirok adalah produk Gadai (Ar-rhan) karena produk ini merupakan solusi yang tepat dan sesuai dengan kemampuan nasabah.

Dengan strategi produk yang dilakukan oleh pegadaian cabang ups sipirok diharapkan dapat menarik minat nasabah, karena nasabah saat ini

---

<sup>15</sup>Pengelola UPS Sipirok, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sipirok, Kamis 24 Juli 2018



dapat memilih produk yang lebih dibutuhkan nasabah karena saat ini Pegadaian Cabang UPS Sapirook telah memiliki berbagai macam produk.<sup>16</sup>

b. Strategi dalam bidang harga (*price*)

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”. Setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan akan menentukan harga dari produk tersebut.<sup>17</sup>

Dalam pengembangan produk pegadaian cabang ups sipirok menetapkan harga yang murah dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya seperti bank dan leasing konvensional, jika dilihat dari keadaan ekonomi masyarakat di wilayah kerja Pegadaian Syariah Cabang UPS Sapirook.

Penetapan strategi harga produk Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah) pada Pegadaian Syariah Cabang UPS Sapirook dengan cara sebagai berikut :

- 1) Layanan Amanah tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia
- 2) Uang muka terjangkau
- 3) Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan

---

<sup>16</sup>Pengelola UPS Sapirook, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sapirook, Kamis 24 Juli 2018

<sup>17</sup>[www.marketing.wordpress.com](http://www.marketing.wordpress.com). Diakses pada tanggal 02 Agustus 2018, Pukul 10.20 WIB.

- 4) Prosedur pengajuan cepat dan mudah
- 5) Biaya administrasi murah dan angsuran tetap
- 6) Transaksi sesuai prinsip syariah yang adil dan menentramkan.

Adapun contoh simulasi pembiayaan produk Amanah pada kendaraan beat street :

**Tabel 4.2**  
**Tabel Simulasi Pembiayaan Kendaraan Amanah**

Jenis kendaraan	Motor
Merk	Honda
Tipe	New Beat Street Esp
Harga kendaraan	16,180,000
Jangka waktu	36 bulan
Tahun	2018
Tipe customer	Pengusaha mikro

*Sumber : Pegadaian Syariah Cabang UPS Sapirok*

Keterangan :

Pembiayaan	14,500,000
Angsuran	548,000/bulan
Adm Motor	70,000
Ijk	292,900
Asuransi TLO	783,874
Akta fidusia	50,000
Sertifikat fidusia	0
Dp 10%	1,680,000
Uang muka	2,876,774

Hasil tersebut berdasarkan data yang diberikan langsung oleh bapak Heri Suriyanto pada Pegadaian Syariah Cabang UPS Sapirok.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>Pengelola UPS Sapirok, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sapirok, Kamis 24 Juli 2018

c. Strategi dalam bidang tempat (*place*)

Tempat adalah saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen.<sup>19</sup> Penetapan tempat yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah ketika bertransaksi. Kantor pegadaian cabang ups sipirok ini dekat dengan pusat pasar yang ada di kecamatan sipirok, sesuai dengan lokasi yang strategis maka ini dapat menarik masyarakat menjadi nasabah karena lokasi yang sangat dekat dan mudah ditempuh.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah suatu bentuk pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Cabang UPS Sipirok memiliki karakteristik tersendiri dimana Pegadaian Cabang UPS Sipirok lebih mengutamakan kualitas pelayanan terhadap nasabah.

Promosi yang dilakukan Pegadaian Cabang UPS Sipirok dalam memasarkan produk Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah) dengan cara :

- 1) Melalui periklanan (*advertising*), yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk gambar atau kata-kata yang tertuang dalam iklan majalah, spanduk, brosur, souvenir, dll.

---

<sup>19</sup>www.marketing.wordpress.com. Diakses pada tanggal 02 Agustus 2018, pukul 10.30 WIB.

- 2) Publisitas (*publicity*), promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan amal. Kegiatan amal yang dilakukan pegadaian cabang ups sipirok adalah dengan berbagi kepada anak-anak panti asuhan yang dananya diambil dari kelebihan yang tidak diambil nasabah dalam jangka waktu satu tahun.
- 3) Penjualan pribadi (*personal selling*), Promosi ini dilakukan oleh karyawan pegadaian cabang ups sipirok dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah, mensosialisasikan produk Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah) kepada masyarakat.

Promosi yang paling sering dilakukan pegadaian cabang ups sipirok adalah dengan membagikan brosur serta memberikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah. Promosi ini dilakukan Pegadaian Cabang UPS Sipirok dalam sebulan sekali.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pengelola UPS Sipirok menjelaskan :

“Bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Pegadaian Cabang UPS Sipirok adalah dengan membagikan brosur kepada nasabah yang datang ke pegadaian serta sosialisasi dan memberikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah Pegadaian Cabang UPS Sipirok.”<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup>Pengelola UPS Sipirok, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sipirok, Kamis 24 Juli 2018

## **2. Tantangan dan hambatan strategi pemasaran produk Amanah Pegadaian Syariah Sipirok**

Perkembangan lembaga keuangan sekarang sudah berkembang pesat, produk Amanah yang ada di Pegadaian Cabang UPS Sipirok sudah ada di perbankan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pengelola UPS Sipirok menjelaskan tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam memasarkan produk Pegadaian Cabang UPSSipirok :

- a. Belum terlaksana dengan baik dalam memasarkan produk-produk Pegadaian Cabang UPS Sipirok terutama pada produk Amanah.
- b. Semakin banyak pesaing atau kompetitor.
- c. Kendalanya juga terkadang calon nasabah sudah bersedia menggunakan produk dari Pegadaian Cabang UPS Sipirok, tetapi terkendala pada saat memenuhi persyaratan, misalnya jaminan tidak memenuhi persyaratan yang ditetapkan dari pegadaian cabang ups Sipirok.
- d. Hambatannya yang paling utama dalam waktu karena para karyawan sedang melayani nasabah sehingga waktunya kurang dalam hal memasarkan produk dari Pegadaian tersebut.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>Pengelola UPS Sipirok, Hasil wawancara dengan Heri Syurianto di PT.Pegadaian Syariah UPS Sipirok, Kamis 24 Juli 2018

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan di dalam bab-bab sebelumnya mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Cabang UPS Sapirook terhadap produk Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran produk Amanah (pembiayaan kendaraan bermotor syariah) yang dilakukan Pegadaian Cabang UPS Sapirook adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu dengan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Adapun macam-macam produk yang ditawarkan pegadaian cabang ups Sapirook adalah produk gadai (*ar-rhan*), *ar-rum*, amanah, multi payment online (MPO). Penetapan harga disesuaikan dengan harga pasar setempat. Promosi yang dilakukan Pegadaian UPS Sapirook melalui *advertising, personal selling, dan publicity*.

#### **B. Saran-Saran**

1. Pegadaian Cabang UPS Sapirook sebaiknya semakin aktif untuk meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran baik promosi dan sosialisasi, karena kegiatan pemasaran terbukti mampu meningkatkan jumlah nasabah.
2. Pegadaian Cabang UPS Sapirook sebaiknya terus melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan aktivitas promosi dan sosialisasi untuk

mengetahui seberapa efektif keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan, mengatasi berbagai kendala yang timbul dan sebagai acuan perencanaan kegiatan promosi dan sosialisasi di masa mendatang.

3. Penelitian selanjutnya dapat diarahkan agar dapat menambah variabel dalam penelitiannya, mengingat variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas. Serta memperhatikan subjek penelitian lain karena masih banyak subjek penelitian lain yang dapat digunakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Persepektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004
- Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan* Bandung: Cipta Pustaka Media, 2014
- Ahmad Rodoni & Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah* Jakarta: Media Intelektual, 2007
- Andri soemitra, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah* Jakarta: Kencana, 2009
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan syariah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Brosur Produk Amanah Pegadaian Syariah Cabang UPS Sipirok 02 Agustus 2018
- Brosur Produk Arrum Emas Pegadaian UPS Sipirok
- Brosur, *MULIA Mhurabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi, Pegadaian UPS Sipirok
- Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta CV, 2009
- Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi dan Kasus*, Yogyakarta: CAPS, 2012
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta: Pustaka Amani, 2005
- Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* Surabaya: Karya Abditama, 2001
- Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Abditama, 2001
- Djaali, *Psikologi Pendidikan* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011
- Dr. Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2014
- Drs. Ismail, MBA., AK, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011



- Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategi Edisi 2*, Yogyakarta: Andi, 2012
- Fandy Tjiptono *Strategi Pemasaran Edisi 4*, Yogyakarta: Andi, 2015
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Press, 2001. Cet. Ke-5
- Hamdani, *Strategi Belajar Mengajar Bandung*: CV. Pustaka Setia, 2011
- Ikhwan Susila dan Faturrahman, *Serace Value: Sebuah Variabel Pemeditasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli* Jakarta: Empirika, 2004
- Iswi Hariyani dan R. Serfiano D.P , *Gebyar Bisnis dengan Cara Leasing*, cet 1, Penerbit Pustaka Yustisia, Seturan Utara, Sleman Yogyakarta, 2011
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008
- Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000
- M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, Cet. Ke-5
- M. N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu Bogor Selatan*: Ghalia Indonesia, 2004
- M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis* Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- M. Nur rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* Bandung: Alfabeta, 2012
- M. Nur rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* Bandung: Alfabeta, 2012
- Nur Asnawi dan Masyhuri, *Manajemen Pemasaran* Malang: UIN- Mali Press, 2011
- Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* Jakarta: UI Press, 1998
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002
- Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* Bandung: Cipta Pustaka Media, 2006
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2001

W. J. S Poerdarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007

Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, Yogyakarta: Graha ilmu, 2011

[www. Marketing.wordpress.com](http://www.Marketing.wordpress.com).

[www. Pegadaian.co.id](http://www.Pegadaian.co.id)

[www.Pegadaian syariah.co.id](http://www.Pegadaian syariah.co.id).

[www.Pegadaian.co.id](http://www.Pegadaian.co.id).

[www.Pegadaiansyariah.co.id](http://www.Pegadaiansyariah.co.id)

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **1. Mahasiswa**

Nama : AHMAD KHOLIDI SIMATUPANG  
Nim : 14 401 00080  
Fakultas/Jurusan : FEBI/PERBANKAN SYARIAH  
Tempat/Tanggal Lahir : Batu Bujur, 18 Agustus 1996  
Alamat : Sibangkua Parsalakan, Kec. Angkola Barat  
Telepon/No.HP : 082165499305

### **2. Nama Orang Tua**

Ayah : BIDANG SIMATUPANG  
Ibu : SAINUR RAMBE  
Alamat : Sibangkua Parsalakan, Kec. Angkola Barat

### **Pendidikan**

Tahun 2002-2008 : SD N 103500 SIGUMURU  
Tahun 2008-2011 : MTS AL-ANSOR MANUNGGANG JULU  
Tahun 2011-2014 : SMA N 6 PADANGSIDIMPUAN  
Tahun 2014-2018 : Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah, Institut  
Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

## **PEDOMAN WAWANCARA**

1. Sejak kapan Pegadaian Syariah Sipirok mulai beroperasi ?
2. Jenis produk apa saja yang ada di Pegadaian Syariah Sipirok ?
3. Diantara produk yang ada yang menjadi pangsa pasar produk yang mana ?
4. Seperti apa produk Amanah itu ?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan di Pegadaian Syariah Sipirok dalam memasarkan produk Amanah ?
6. Siapa saja yang dilibatkan dalam memasarkan produk Amanah ?
7. Dalam memasarkan produknya, pegadaian syariah memakai media apa ?
8. Dengan strategi yang digunakan, apakah ada pengaruh positif bagi peningkatan nasabah, atau sebaliknya ?
9. Dalam mengembangkan strategi pemasaran, apakah ada kendala-kendala dalam memasarkan produk pegadaian syariah ?
10. Jika ada kendala yang ditemukan, seperti apakah upaya-upaya yang dibuat oleh pegadaian syariah ?
11. Apakah strategi yang digunakan dianggap mampu atau relevan digunakan pada saat sekarang ?
12. Apa faktor pendukung pemasaran produk Amanah ?
13. Bagaimana standar pemasaran produk Amanah ?
14. Bagaimana sistem pelayanan nasabah yang diterapkan oleh pegadaian syariah sipirok ?

15. Bagaimana perhitungan simulasi pembiayaan Amanah pada Pegadaian

Syariah Sipirok ?



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

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

di : B-712/An.14/G/TL.00/07/2018  
: Mohon Izin Riset

7 Juli 2018

ke PT, Pegadaian Syariah UPS Sipirok

Taparuli Selatan.

alamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Ahmad Kholidi Simatupang  
NIM : 1440100080  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

h benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN  
ngsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Strategi Pemasaran  
ak Amanah Dalam Upaya Menarik Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok**".

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

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

alamu'alaikum Wr.Wb.



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

Sipirok, 23 Juli 2018

Referensi : B-02/In-14/G/TL.00/07/2018  
Jenis : -  
Sifat : Biasa  
Status : Balasan

kepada Yth,  
Direktur Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan  
Bidang Ekonomi dan Bisnis Islam

Padangsidimpuan  
*Inna lillahi Rabbil 'Alamin*


Yang terhormat,  
berdasarkan tangan di bawah ini :  
Nama : Heri Syurianto, S.E  
NIK : P.84423  
Jabatan : Penasehat LPS Sipirok

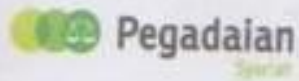
menyatakan bahwa :  
Nama : Ahmad Kholidi Simanungkalit  
NIK : 1440100080  
Jabatan : VIII (Delegasi)  
Bidang : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan  
Status : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan setuju untuk melaksanakan riset di PT. Pegadaian (Persero) LPS Sipirok sebagai bentuk  
kegiatan akreditasi dengan judul :  
"Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah  
Sipirok"

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

*Inna lillahi Rabbil 'Alamin*

 Sipirok, 23 Juli 2018  
Penasehat LPS Sipirok  
**Pegadaian**  
Heri Syurianto, S.E  
NIK P.84423



**SURAT KETERANGAN**

No. B-02/In.14-G/TL.0007/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Heri Suryanto, S.E.  
NIK : P.84423  
Jabatan : Pengelola LIPS Sipirok


Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ahmad Khoiridi Semarupang  
NIM : 14 401 00080  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Nama tersebut diatas adalah benar telah melaksanakan Riset untuk menyelesaikan Skripsinya pada kantor PT. Pegadaian (Partner) LIPS. Sipirok yang dimulai tanggal 23 Juli s.d 24 Juli 2018.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sipirok 24 Juli 2018

Pengelola LIPS Sipirok  
  
**Pegadaian**  
Syariah  
**Heri Suryanto, S.E.**  
NIK. P84423





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

Jalan. H. T. Rizal Nurin Km. 4.5 Sitrang Padangsidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Surat : B-81/In.14/G.Sa/PP.009/02/2018

14 Februari, 2018

Perihal : Permohonan Kesediaan  
Menjadi Pembimbing Skripsi

Yth

Aswadi Lubis, SE, M.Si  
Rizal Ma'rif Amidy Siregar, SP.,M.M.

Tempat

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Ahmad Kholidi Simatupang  
NPM : 14 401 00060  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok.

Dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak menjadi pembimbing I dan pembimbing II dalam penelitian skripsi mahasiswa yang dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasamanya yang baik dan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Assalamu 'alaikum Wr.Wb



Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.134128 200112 1 001

Ketua Jurusan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si  
NIP. 19790525 200604 1 004

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA  
SEBAGAI PEMBIMBING I

Aswadi Lubis, SE, M.Si  
NIP.19630107 199903 1 002

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA  
SEBAGAI PEMBIMBING II

Rizal Ma'rif Amidy Siregar, SP.,M.M.  
NIP. 19811106 201503 1 001