



**ANALISIS PERSAINGAN PANGSA PASAR GADAI PT. PEGADAIAN
(PERSERO) UNIT PELAYANAN SYARIAH DAN UNIT PELAYANAN
CABANG MANDAILING NATAL**

SKRIPSI

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

Oleh:

**ETTI MARDIANI
NIM. 16 401 00070**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2021



**ANALISIS PERSAINGAN PANGSA PASAR GADAI PT. PEGADAIAN
(PERSERO) UNIT PELAYANAN SYARIAH DAN UNIT PELAYANAN
CABANG MANDAILING NATAL**

SKRIPSI

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

Oleh:

**ETTI MARDIANI
NIM. 16 401 00070**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing I

**Muhammad Isa. ST., MM
NIP. 198006052011011003**

Pembimbing II

**H. Ali Hardana, S. Pd., M. Si
NIDN 2013018302**

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

2021



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

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ETTI MARDIANI**

Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 01 November 2021

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan

Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Etti Mardiani** yang berjudul “ **Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal**”. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang perbankan syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, S.T., MM
NIP. 198006052011011003

PEMBIMBING II

H. Ali Hardana, S. Pd., M. Si
NIDN 2013018302

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : ETTI MARDIANI
NIM : 16 401 00070
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidempuan, 04 Oktober 2021

Saya yang Menyatakan,



ETTI MARDIANI

NIM. 16 401 00070

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ETTI MARDIANI

NIM : 16 401 00070

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: **“Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 04 Oktober 2021

Yang menyatakan,



ETTI MARDIANI

NIM. 16 401 00070



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

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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Etti Mardiani
NIM : 16 401 00070
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Dan Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032002

Sekretaris

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 199001222018012003

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032002

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 199001222018012003

H. Ali Hardana, M.Si
NIDN. 2013018301

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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/25 November 2021
Pukul : 09.00 s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : 72,75/(B)
IPK : 3,59
Predikat : Cumlaude



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

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian
(Persero) Unit Pelayanan Syariah Dan Unit Pelayanan
Cabang Mandailing Natal.**

NAMA : Etti Mardiani
NIM : 16 401 00070

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

Padangsidimpuan, 04 Desember 2021
Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Etti Mardiani
Nim : 1640100070
Judul : Analisis Persaingan Pangsa Pasar PT. Pegadaian (Persero)
Unit Pelayanan Syariah Dan PT. Unit Pelayanan Cabang
Mandailing Natal.

Banyaknya persaingan pangsa pasar barang gadai lembaga keuangan maupun non lembaga keuangan seperti Pegadaian Syariah dan Konvensional, pada saat ini membuat Pegadaian tersebut berlomba-lomba dalam menyusun strategi pemasaran untuk mencapai target perusahaan dengan baik dan agar masyarakat juga dapat mengetahui produk-produk yang mereka ciptakan. Dalam menghadapi persaingan menjalankan usahanya PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal menyusun strategi pemasaran yang efektif agar target tercapai. Untuk dapat merumuskan rencana strategi pemasaran yang efektif, perusahaan perlu mendapatkan segala sesuatu mengenai pesaingnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis persaingan pangsa pasar gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis persaingan pangsa pasar gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal .

Ruang lingkup teori-teori yang digunakan sebagai pendekatan dalam penelitian ini yaitu, teori persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Teori pangsa pasar yaitu menunjukkan volume penjualan dalam bentuk persentase dari total penjualan dalam pasar tertentu. Teori gadai kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang di jaminkan akan di tebus kembali sesuai perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang menjadi subjek penelitian ini adalah dengan mewawancarai narasumber utama yang akan memberikan data sesuai dengan variabel, teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara. Teknik pengolahan data dan analisis data dilakukan dengan cara studi kasus kualitatif. Teknik pengecekan keabsahan data yaitu triangulasi dan meningkatkan ketekunan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal meliputi produk, harga, tempat, serta memberikan pelayanan yang baik bagi nasabah, karena hal tersebut sebahagian nasabah masih berniat tetap menjadi nasabah di pegadaian tersebut. Dan dalam menjalankan usahanya PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal bersaing dengan baik dan tidak menyalahi aturan yang telah ditetapkan.

Kata Kunci: **Persaingan, Pangsa Pasar, Gadai**

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

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

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

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A., Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Muhammad Isa, ST., MM,selaku Pembimbing I dan Bapak H. Ali Hardana, S. Pd., M. Si,selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
6. Teristimewa kepada Ibunda tercinta Nur Mawani Harahap dan Ayahanda Rahmad Lubis atas Do'a tanpa henti, atas cinta dan kasih sayang yang begitu dalam tiada bertepi, atas budi dan pengorbanan yang tidak terbeli,

atas motivasi tanpa pamrih serta dukungan Do'a dan materil yang tiada henti semua demi kesuksesan dan kebahagiaan peneliti.

7. Bapak Chandra Muliawan, Bapak Afrizal, selaku Pengelola Unit Pelayanan Syariah Madina, Ibu Lila Santi Hasibuan, sebagai Marketing, Bapak Chairil Arfan Nasution, dan Bapak Oktasep S.A. selaku Pengelola Unit Pelayanan Cabang Madina, beserta karyawan dan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal, yang telah banyak memberikan informasi demi terselesainya skripsi ini.
8. Kakanda Juliana Lubis, Kakanda Nirwana Lubis, S.Pd., Ananda Pahli Sumardi Lubis, Adinda Winda Sari Lubis, dan Adinda Nur Atikah Lubis, Ananda Muhammad Khoir Hasibuan yang tiada bosan memberikan Do'a dan dukungannya untuk kesuksesan peneliti.
9. Sahabat, teman-teman, serta rekan-rekan mahasiswa khususnya PS-2, serta teman-teman KKL Ujung Batu V yang juga turut memberi dorongan dan saran kepada peneliti, baik berupa diskusi maupun bantuan buku-buku, yang berkaitan dengan penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga

kepada Allah SWT, karena atas karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Juni 2022
Peneliti

ETTI MARDIANI
NIM. 16 401 00070

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍammah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... ..َُِ	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas

...ى..ّ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
....وُ	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *tamarbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ّ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf

/l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

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

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

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

ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Batasan Istilah	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
G. Sistematika Pembahasan	8
BAB II Landasan Teori	
A. Landasan Teori	9
1. Pengertian Pegadaian.....	9
2. Manfaat, Tujuan, dan Keuntungan Pegadaian.....	10
3. Landasan Hukum Gadai Syariah	12
4. Rukun Gadai Syariah.....	16
5. Syarat Gadai Syariah	17
6. Ketentuan Gadai Dalam Islam.....	20
7. Pengertian Persaingan	25
8. Pengertian Pangsa Pasar	31
B. Penelitian Terdahulu	35
BAB III Metode Penelitian	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
B. Objek dan Subjek Penelitian	38
C. Sumber Data	38
D. Metode Pengumpulan Data	39

E. Tehnik Analisis Data	40
F. Tehnik Uji Keabsahan Data	40
BAB IV Hasil Peneitian	
A. Deskripsi Hasil Penelitian	42
1. Sejarah Unit Pelayanan Cabang dan Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal	42
2. Lokasi Perusahaan	44
3. Daerah Pemasaran	44
4. Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Lingkungan Masyarakat	45
5. Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
6. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab.....	47
7. Hasil Penelitian di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal	52
8. Hasil Penelitian di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal	56
9. Perbandingan Pangsa Pasar Gadai di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal	58
10. Perbandingan Pangsa Pasar Gadai di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal	59
11. Kondisi Persaingan Usaha Antara PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Dan Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal	60
B. Pembahasan Hasil Penelitian	61
C. Keterbatasan Peneliti	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	36
------------------	-------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. I	48
Gambar 4. II	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Surat Pengantar Riset

Lampiran 3 : Surat Keterangan Riset

Lampiran 4 : Daftar Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam setiap perekonomian modern, keberadaan lembaga keuangan yang menawarkan berbagai bentuk fasilitas pembiayaan merupakan sesuatu yang penting guna mendukung kegiatan perekonomian, terutama melalui pengarahannya sumber-sumber pembiayaan dan pengeluarannya secara efektif dan efisien. Sejalan dengan itu, sejak tahun 1988 pemerintah telah menempuh berbagai kebijakan untuk lebih memperkuat sistem lembaga keuangan nasional melalui pengembangan dan perluasan berbagai jenis lembaga, di antaranya lembaga keuangan non bank seperti pegadaian.¹

Sebagai lembaga keuangan non Bank milik pemerintah yang berhak memberikan pembiayaan kepada masyarakat atas dasar hukum gadai yang bertujuan agar masyarakat tidak dirugikan oleh lembaga keuangan non formal yang cenderung memanfaatkan kebutuhan dana mendesak dari masyarakat.

Transaksi hukum gadai dalam fikih Islam disebut *ar-rahn*. *Ar-rahn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. Pengertian gadai (*rahn*) secara bahasa adalah tetap, kekal, dan jaminan. Sedangkan dalam pengertian istilah adalah menyandera sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, dan dapat diambil kembali sejumlah harta yang dimaksud sesudah ditebus.

¹ Dahlan siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan* (Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 2000), hal 229.

Namun, pengertian gadai yang terungkap dalam pasal 1150 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak, yaitu barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh orang yang mempunyai utang atau orang lain atas nama orang yang mempunyai utang. Karena itu, makna gadai (*rahn*) dalam bahasa hukum perundang-undangan disebut sebagai barang jaminan, agunan, dan runguhan.

Berdirinya unit syariah didasarkan atas perjanjian *musyarakah* dengan sistem bagi hasil antara Perum Pegadaian dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI) untuk tujuan melayani nasabah kedua lembaga tersebut yang ingin memanfaatkan jasa layanan gadai berdasarkan prinsip syariah. Dalam perjanjian No. 446/ SP300.233/ 2002 dan No. 015/ BMI/ PKS/ XII/ 2002 tertanggal 20 Desember 2002, BMI yang memberikan modal (pembiayaan) bagi pendirian Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia. Sedangkan Perum Pegadaian merupakan pihak yang menjalankannya, mulai dari mempersiapkan SDM/pegawai, manajemen, dan kegiatan operasional lainnya.²

Dalam perkembangannya PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Panyabungan Mandailing Natal telah banyak berjasa dan ikut andil dalam membina kesejahteraan masyarakat, disamping itu peranan Pegadaian juga sangat diperlukan dalam rangka mendorong kegiatan pembangunan, ini sesuai dengan peraturan pemerintah NO. 10 Tahun 1983 tentang sifat utama Badan Usaha Milik

² Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 175.

Negara (BUMN), bahwa Perusahaan Umum (Perum) disyaratkan berusaha dibidang penyediaan jasa bagi masyarakat, selain itu didalamnya juga mengandung misi pembangunan Nasional yang artinya pembangunan manusia seutuhnya dan pembangunan rakyat Indonesia yang nantinya dapat mewujudkan Indonesia yang adil dan makmur.

Tingginya persaingan pangsa pasar barang gadai lembaga keuangan maupun non lembaga keuangan seperti Pegadaian Syariah dan Konvensional, pada saat ini membuat Pegadaian tersebut berlomba-lomba dalam menyusun strategi pemasaran untuk mencapai target perusahaan dengan baik dan agar masyarakat juga dapat mengetahui produk-produk yang mereka ciptakan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Chandra selaku pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal beliau mengatakan: Dalam menghadapi persaingan pangsa pasar PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal menyusun strategi pemasaran yang efektif seperti menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, antara lain produknya adalah Amanah, Rahn, Arrum BPKB, Arrum Haji, Rahn Tasjily Tanah, dan Tabungan Emas, kemudian melakukan promosi agar masyarakat mengetahui produk tersebut, dengan cara menyebarkan brosur, dan terakhir memberikan pelayanan yang baik.³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Chairil Arfan Nasution selaku pimpinan PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal beliau mengatakan: Untuk menguasai pangsa pasar dan mencapai target PT.

³ Chandra Muliawan, Pengelola PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, Jum'at 20 Maret 2020, Jam 11:50.

Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal menciptakan produk seperti gadai emas, pembiayaan haji, pembiayaan cicilan sepeda motor, tabungan emas, cicil emas, jaminan BPKB, dan sertifikat. Kemudian melakukan promosi dengan sebar brosur ke kantor-kantor, radio, sosialisasi ke sekolah-sekolah, dan *canvassing* (berinteraksi langsung dengan konsumen). Dan terakhir memberikan pelayanan yang terbaik.⁴

Pada saat peneliti Magang di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal, ada nasabah yang mengatakan bahwa jumlah angsuran cicilan gadai emas di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal lebih murah dibandingkan dengan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.

Dalam menghadapi persaingan menjalankan usahanya PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal menyusun strategi pemasaran yang efektif agar target tercapai. Untuk dapat merumuskan rencana strategi pemasaran yang efektif, perusahaan perlu mendapatkan segala sesuatu mengenai pesaingnya. Oleh karena itu peneliti tertarik mengangkat judul “Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai (Studi kasus PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Panyabungan Mandailing Natal).

⁴ Chairil Arfan Nasution, Pengelola PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal, Jum'at 20 Maret 2020, Jam 14:15.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah masalah Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai (Studi Kasus PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pegadaian Cabang Panyabungan Mandailing Natal).

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman terhadap istilah yang dipakai dalam penelitian ini, maka dibuatlah batasan istilah sebagai berikut:

1. Analisis adalah suatu pemeriksaan atau penafsiran mengenai hakekat dan makna sesuatu.⁵ Analisis dalam penelitian ini adalah pemeriksaan dan penafsiran mengenai hakekat pada persaingan pangsa pasar gadai PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Unit Pegadaian Cabang Mandaling Natal.
2. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan.⁶ Persaingan dalam penelitian ini adalah persaingan dalam menguasai pasar.
3. Pangsa Pasar (*market share*), yaitu menunjukkan volume penjualan dalam bentuk persentase dari total penjualan dalam pasar tertentu.⁷ Pangsa Pasar dalam penelitian ini adalah promosi, produk, harga, dan pelayanan, di PT.

⁵ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 84.

⁶ Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hal. 86.

⁷ Ali Akbar Yulianto, Krista, *Pengantar Bisnis, Edisi 4* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2007), hal. 345.

Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pegadaian Cabang Mandailing Natal.

4. Gadai adalah menyandera sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, dan dapat diambil kembali sejumlah harta yang dimaksud sesudah ditebus.⁸

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pangsa pasar gadai di PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal?
2. Bagaimana pangsa pasar gadai di PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal?
3. Bagaimana analisis persaingan pangsa pasar gadai (Studi kasus PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal)?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pangsa pasar gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.
2. Untuk mengetahui pangsa pasar gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.
3. Untuk mengetahui analisis persaingan pangsa pasar gadai (Studi Kasus PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal).

⁸ Burhanuddin S, Op. Cit.,hal 175.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Penelitian Bagi Peneliti

Bagi peneliti dapat memberikan khasanah keilmuan dan dapat memperdalam pengetahuan, khususnya tentang Analisis Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.

2. Bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Fakultas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi peneliti sendiri dan bagi pihak fakultas dan diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk penelitian lebih lanjut.

3. Bagi Pegadaian

Masukan bagi pegadaian untuk lebih mengetahui bagaimana Analisis Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.

4. Untuk penelitian yang akan datang

Sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.

C. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dibagi kedalam lima bab dan masing-masing bab terdiri dari beberapa pasal dengan rincian sebagai berikut:

Bab pertama terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

Bab kedua terdiri dari tinjauan pustaka, berisikan landasan teori, yaitu pembahasan lebih luas tentang objek yang diteliti, dan penelitian terdahulu.

Bab ketiga terdiri dari metode penelitian, berisikan lokasi dan waktu penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, tehnik pengolahan dan analisis data, teknik uji keabsahan data, dan sistematika pembahasan.

Bab keempat merupakan Hasil Penelitian yang terdiri dari Deskripsi data yaitu analisis persaingan pangsa pasar gadai PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.

Bab kelima merupakan penutup yaitu Kesimpulan dan Saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengertian Pegadaian

Secara umum usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang – barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai. Pegadaian terdiri dari dua macam, yaitu pegadaian konvensional dan pegadaian syariah. Pegadaian adalah lembaga yang melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit. Dengan demikian, dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa usaha gadai memiliki ciri – ciri diantaranya:

- a. Terdapat barang – barang berharga yang digadaikan.
- b. Nilai jumlah pinjaman tergantung nilai barang yang di gadaikan.
- c. Barang yang di gadaikan dapat di tebus kembali.

Sedangkan pegadaian ialah satu – satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti dimaksud dalam kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150. Tugas pokok pegadaian adalah memberi pembiayaan kepada masyarakat atas dasar hukum gadai agar masyarakat tidak dirugikan oleh kegiatan lembaga keuangan informal yang cenderung memanfaatkan kebutuhan dana mendesak dari masyarakat. Hal ini didasari pada fakta yang

terjadi di lapangan bahwa terdapat lembaga keuangan yang seperti lintah darat dengan melambungkan tingkat suku bunga setinggi – tingginya.

2. Manfaat, Tujuan, dan Keuntungan Pegadaian

a. Manfaat Pegadaian

1) Bagi Nasabah

Manfaat utama yang di peroleh nasabah yang meminjam dari perum pegadaian adalah ketersediaan dana dengan prosedur yang relatif lebih sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat terutama apabila dibandingkan dengan kredit perbankan. Disamping itu mengingat jasa yang di tawarkan oleh perum pegadaian tidak hanya jasa pegadaian, nasabah juga memperoleh manfaat sebagai berikut:

- a) Penaksiran nilai suatu barang bergerak dari pihak atau institusi yang telah berpengalaman dan dapat dipercaya.
- b) Penitipan suatu barang bergerak pada tempat yang aman dan dapat dipercaya.

2) Bagi Perusahaan Pegadaian

Manfaat yang di harapkan PT. Pegadaian sesuai jasa yang diberikan kepada nasabahnya adalah:

- a) Penghasilan yang bersumber dari sewa modal yang dibayarkan oleh peminjam dana.
- b) Penghasilan yang bersumber dari ongkos yang dibayarkan oleh nasabah memperoleh jasa tertentu dari PT. Pegadaian.

- (1) Pelaksanaan misi PT. Pegadaian sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang pembiayaan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang memerlukan dana dengan prosedur dan cara yang relatif sederhana.
- (2) Berdasarkan peraturan pemerintah No. 10 Tahun 1990, laba yang diperoleh oleh PT.Pegadaian digunakan untuk dana sosial, cadangan umum, dan cadangan tujuan.

b. Tujuan Pegadaian

Adapun tujuan pegadaian didirikan yaitu:

- 1) Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.
- 2) Untuk masyarakat yang ingin mengetahui barang yang dimilikinya, pegadaian memberikan jasa taksiran untuk mengetahui nilai barang.
- 3) Menyediakan jasa pada masyarakat yang ingin menyimpan barangnya.
- 4) Memberikan pembiayaan kepada masyarakat yang mempunyai penghasilan tetap seperti karyawan.
- 5) Menunjang pelaksana kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai.
- 6) Mencegah praktik ijon, pegadaian gelap, riba, dan pinjaman tidak wajar lainnya.
- 7) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama golongan menengah ke bawah melalui penyediaan dana atas dasar hukum gadai, dan jasa

dibidang keuangan lainnya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- 8) Membina perekonomian rakyat kecil dengan menyalurkan kredit atas dasar hukum gadai kepada masyarakat.
- 9) Di samping penyaluran pembiayaan, maupun usaha-usaha lainnya yang bermanfaat terutama bagi pemerintah dan masyarakat.
- 10) Membina pola pembiayaan supaya benar-benar terarah dan bermanfaat, terutama mengenai kredit yang bersifat produktif dan bila perlu memperluas daerah operasionalnya.⁹

3. Landasan Hukum Gadai Syariah

a. Landasan hukum gadai syariah dari Al – Qur'an adalah sebagai berikut:

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَثِمَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۖ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۗ ﴾

Artinya: *Jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang. Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Q. S Al Baqarah: 283).*¹⁰

⁹Veithza Rivai, Andria Permata, Ferry, *Bank and Financial Institution Managemen*, (PT. Raja Grafindo: 2007). Hal 126.

¹⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: CV Toha Putra, 1989), hal. 71.

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

Ayat ini tidaklah menetapkan bahwa *borg*itu hanya boleh dilakukan dengan syarat dalam perjalanan, transaksi tidak tunai dan tidak ada juru tulis, namun ayat ini hanya menyatakan bahwa dalam keadaan tersebut dibenarkan untuk memakai *borg*.¹¹

b. Landasan hukum gadai syariah dari Hadits adalah sebagai berikut:

عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

“*Aisyah r.a. berkata Rasulullah membeli makanan dari seorang Yahudi dan menjaminkan kepadanya baju besi.*” (HR Bukhari dan Muslim).¹²

Kesimpulan Hadis:

- 1) Diperbolehkannya gadai.
- 2) Boleh bermu'amalah dengan orang-orang kafir dan hal itu bukan termasuk condong kepada mereka dilarang. Ash-Shan'any berkata,

¹¹ Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal 242.

¹² Al-Mundziri, *Ringkasan Sahih Muslim*, (Bandung: Jabal, 2013), hal 372.

“Sebagaimana yang sama-sama diketahui dalam agama, hal itu sebagai kebutuhan mendesak. Rasulullah *Shallallahu Alaihi wa Sallam* dan para sahabat menetap di Makkah selama tiga belas tahun dan mereka bermu’amalah dengan orang-orang musyrik. Lalu beliau menetap di Madinah selama 10 tahun, bersama para sahabat beliau bermu’amalah dengan Ahli Kitab dan juga datang ke pasar-pasar mereka.”

- 3) Boleh bermu’amalah dengan orang yang mayoritas hartanya merupakan harta haram, selagi tidak diketahui bahwa objek *mu’amalahnya* adalah haram. Ash-Shan’any berkata, “Disini terkandung dalil untuk tidak melihat bagaimana *caramu’amalah* di lingkungan mereka. Karena sebagaimana yang diketahui, mereka menjual *khamar* dan barang-barang yang diharamkan. Tapi tidak seharusnya kita mencari tahu *mu’amalah* mereka dan bagaimana cara mereka mendapatkan uang. Tapi kita harus bermu’amalah dengan suatu *mu’amalah* bersama orang yang ditangannya ada harta yang halal, sehingga ada kejelasan kebalikannya yang di antara misalnya adalah *kezhaliman*.
- 4) Di dalam hadis ini tidak terkandung dalil pembolehan menjual senjata kepada orang-orang kafir, karena baju besi bukan termasuk senjata, dan gadai juga bukan termasuk jual beli. Yang digadaikan Nabi *Shallallahu Alaihi wa Sallam* adalah baju besi, yang dalam pertimbangan orang-orang yang dapat dipercaya, barang itu tentu tetap akan dipelihara dan dijaga, sehingga tidak ada kekhawatiran akan muncul pengkhianatan.

Sesungguhnya menolong orang-orang kafir dan musuh dengan senjata adalah diharamkan dan merupakan pengkhianatan.

- 5) Disini terkandung *zuhud* Nabi *Shallallahu Alaihi wa Sallam*, karena mengharapkan apa yang ada di sisi Allah Swt., sehingga beliau tidak membiarkan harta berada di dekat beliau.
- 6) Disini terkandung penamaan gandum sebagai bahan makanan, berbeda dengan orang yang hanya membatasinya dengan sebutan *al-hinthah*. Seperti yang disebutkan dari beberapa jalur, bahwa beliau membeli dua puluh atau tiga puluh sha' gandum.
- 7) Disini terkandung pembolehan gadai ketika berada di tempat tinggal. Sedangkan ayat di atas memberikan gambaran yang umum ketika tidak ada penulis dan saksi di tengah perjalanan. Ini merupakan pendapat jumhur ulama, berbeda dengan pendapat yang dinukil dari Mujahid, Adh-Dhahhak dan golongan Zhahiriyyah bahwa gadai hanya khusus di perjalanan dan tidak boleh dilakukan ketika menetap di tempat tinggal, yang didasarkan kepada pemahaman ayat ini.¹³

c. Landasan hukum gadai syariah menurut Ijtihad Ulama

Perjanjian gadai yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan al-Haditsitu dalam pengembangan selanjutnya dilakukan oleh para *fuqaha* dengan jalan *ijtihad*, dengan kesepakatan para ulama bahwa gadaidiperbolehkan dan para ulama tidak pernah mempertentangkankebolehannya demikian juga dengan landasan hukumnya. Namundemikian, perlu dilakukan pengkajian ulang

¹³ Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal 140-141.

yang lebih mendalam bagaimana seharusnya pegadaian menurut landasan hukumnya.¹⁴

Asy-Syafi'i mengatakan Allah tidak menjadikan hukum kecuali dengan barang berkriteria jelas dalam serah terima. Jika kriteria tidak berbeda (dengan aslinya), maka wajib tidak ada keputusan. Mahzab Maliki berpendapat, gadaai wajib dengan *akad* (setelah akad) orang yang menggadaikan (*rahn*) dipaksakan untuk menyerahkan *borg* (jaminan) untuk dipegang oleh yang memegang gadaian (*murtahin*). Jika *borg* sudah berada di tangan pemegang gadaian (*murtahin*) orang yang menggadaikan (*rahin*) mempunyai hak memanfaatkan, berbeda dengan pendapat Imam Asy-Syafi'i yang mengatakan, hak memanfaatkan berlaku selama tidak merugikan/membahayakan pemegang gadaian.¹⁵

4. Rukun Gadaai Syariah

Dalam menjalankan pegadaian syariah, pegadaian harus memenuhi rukun gadaai syariah. Rukun gadaai tersebut antara lain:

- a. *Ar-Rahin* (yang menggadaikan) Orang yang telah dewasa, berakal, bias dipercaya, dan memiliki barang yang digadaikan.
- b. *Al-Murtahin* (yang menerima gadaai) Orang, bank, atau lembaga yang dipercaya oleh *rahin* untuk mendapatkan modal dengan jaminan barang (gadaai).
- c. *Al-Marhun/rahn* (barang yang digadaikan) Barang yang digunakan *rahin* untuk dijadikan jaminan dalam mendapatkan utang.

¹⁴ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonosia. 2003), hal. 159.

¹⁵ *Ibid*, hal 160

- d. *Al-Marhun bih* (Utang) Sejumlah dana yang diberikan *murtahin* kepada *rahin* atas dasar besarnya tafsiran *marhun*.
- e. *Sighat, Ijab dan Qabul* Kesepakatan antara *rahin* dan *murtahin* dalam melakukan transaksi gadai. Pada dasarnya pegadaian syariah berjalan di atas dua akad transaksi yaitu:
- 1) Akad *Rahn*. Yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dalam akad gadai syariah disebutkan bila jangka waktu akad tidak diperpanjang maka penggadai menyetujui agunan (*marhun*) miliknya dijual oleh *murtahin*.
 - 2) Akad *Ijarah* merupakan akad pemindahan hak guna atas barang dan atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi pegadaian untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad.

5. Syarat Gadai Syariah

a. *Rahin* dan *Murtahin*

Pihak-pihak yang melakukan perjanjian *rahn*, yakni *rahin* dan *Murtahin* harus mengikuti syarat-syarat berikut kemampuan, yaitu berakal sehat. Kemampuan juga berarti kelayakan seseorang untuk melakukan transaksi pemilikan.

b. *Sighat*

- 1) *Sighat* tidak boleh terikat dengan syarat tertentu dan juga dengan suatu waktu di masa depan.
- 2) *Rahn* mempunyai sisi pelepasan barang dan pemberian utang seperti halnya akad jual beli. Maka tidak boleh diikat dengan syarat tertentu atau dengan suatu waktu di masa depan.

c. *Marhun bih* (Utang)

- 1) Harus merupakan hak wajib yang diberikan/diserahkan kepada pemiliknya.
- 2) Memungkinkan pemanfaatan. Bila sesuatu menjadi utang tidak bisa dimanfaatkan, maka tidak sah.
- 3) Harus dikuantifikasi atau dapat dihitung jumlahnya. Bila tidak dapat diukur atau tidak dikualifikasi *rahn* ini tidak sah.

d. *Marhun* (Benda Jaminan Gadai) Hanafiyah mensyaratkan *marhun* sebagai berikut: dapat diperjualbelikan, bermanfaat, jelas, milik *rahin*, bisa diserahkan, tidak bersatu dengan harta *marhun* seperti persyaratan barang dalam jual beli. Sedangkan ulama lain berpendapat bahwa *marhun* harus dipegang (dikuasai) oleh *rahin*, harta yang tetap atau dapat dipindahkan. Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa selama *marhun* berada di tangan *murtahin*, jika ada kerusakan maka *murtahin* tidak menanggung resiko apapun. Sedangkan ulama Hanafiyah berpendapat

bahwa *murtahin* menanggung resiko sebesar harga barang yang minimum, dihitung mulai waktu diserahkannya sampai hari rusak atau hilang.¹⁶

Secara umum barang gadai harus memenuhi beberapa syarat, antara lain:

- 1) Harus bisa diperjual belikan.
 - 2) Harus berupa harta yang bernilai.
 - 3) *Marhun* harus bisa dimanfaatkan secara syari'ah.
 - 4) Harus diketahui keadaan fisiknya, maka piutang tidak sah untuk digadaikan harus berupa barang yang diterima secara langsung.
 - 5) Harus dimiliki oleh *rahin* (peminjam atau penggadai) setidaknya harus seizin pemiliknya.
- e. Syarat kesempurnaan *Rahn* (memegang barang) antara lain: atas seizin *rahin*, baik secara jelas maupun petunjuk, *rahin* dan *murtahin* harus ahli dalam akad, *murtahin* harus tetap memegang *rahin*.

6. Ketentuan Gadai dalam Islam

a. Kedudukan Barang Gadai

Selama ada di tangan pemegang gadai, kedudukan barang gadai hanya merupakan suatu amanat yang dipercayakan kepadanya oleh pihak penggadai.

Sebagai pemegang amanat, *murtahin* (penerima gadai) berkewajiban memelihara keselamatan barang gadai yang diterimanya, sesuai dengan keadaan barang. Untuk menjaga keselamatan barang gadai tersebut dapat

¹⁶ Rachmat Syafi'i, *Fiqih Muamalat*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 164.

diadakan persetujuan untuk menyimpannya pada pihak ketiga, dengan ketentuan bahwa persetujuan itu baru diadakan setelah perjanjian gadai terjadi. Namun akibatnya, ketika perjanjian gadai diadakan, barang gadai ada di tangan pihak ketiga, maka perjanjian gadai itu dipandang tidak sah, sebab di antara syarat sahnya perjanjian gadai ialah barang gadai diserahkan seketika kepada *murtahin*.

b. Kategori Barang Gadai

Prinsip utama barang yang digunakan untuk menjamin adalah barang yang dihasilkan dari sumber yang sesuai dengan syari'ah, atau keberadaan barang tersebut di tangan nasabah bukan karena hasil praktik *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Jenis barang gadai yang dapat digadaikan sebagai jaminan dalam kaidah Islam adalah semua jenis barang bergerak dan tidak bergerak yang memenuhi syarat sebagai berikut:

- 1) Benda bernilai menurut syara'.
- 2) Benda berwujud pada waktu perjanjian terjadi.
- 3) Benda diserahkan seketika kepada *murtahin*.

Adapun menurut Syafi'iyah bahwa barang yang dapat digadaikan itu berupa semua barang yang boleh dijual. Menurut pendapat ulama yang *rajih* (unggul) barang-barang tersebut harus memiliki tiga syarat, yaitu:

- 1) Berupa barang yang berwujud nyata di depan mata, karena barang nyata itu dapat diserahkan secara langsung.
- 2) Barang tersebut menjadi milik, karena sebelum tetap barang tersebut tidak dapat digadaikan.

- 3) Barang yang digadaikan harus berstatus sebagai piutang bagi pemberi pinjaman.

c. Pemeliharaan Barang Gadai

Para ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa biaya pemeliharaan barang gadai menjadi tanggungan penggadai dengan alasan bahwa barang tersebut berasal dari penggadai dan tetap merupakan miliknya. Sedangkan para ulama Hanafilah berpendapat lain; biaya yang diperlukan untuk menyimpan dan memelihara keselamatan barang gadai menjadi tanggungan penerima gadai dalam kedudukannya sebagai orang yang memegang amanat. Kepada penggadai hanya dibebankan perbelanjaan barang gadai agar tidak berkurang potensinya.

Berdasarkan kedua pendapat di atas, maka pada dasarnya biaya pemeliharaan barang gadai adalah kewajiban bagi *rahin* dalam kedudukannya sebagai pemilik yang sah. Namun apabila *marhun* (barang gadaian) menjadi kekuasaan *murtahin* dan *murtahin* mengizinkan untuk memelihara *marhun*, maka yang menanggung biaya pemeliharaan *marhun* adalah *murtahin*.¹⁷

d. Pemanfaatan Barang Gadai

Pada dasarnya barang gadaian tidak boleh diambil manfaatnya, baik oleh pemiliknya maupun oleh penerima gadai. Hal ini disebabkan status barang tersebut hanya sebagai jaminan hutang dan sebagai amanat bagi

¹⁷ Muhammad Sholikhul Hadi, *Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Salemba Diniyah. 2003), hal 3.

penerimanya. Namun apabila mendapat izin dari masing-masing pihak yang bersangkutan, maka barang tersebut boleh dimanfaatkan. Namun harus diusahakan agar di dalam perjanjian gadai itu tercantum ketentuan: jika penggadai atau penerima gadai meminta izin untuk memanfaatkan barang gadaian, maka hasilnya menjadi milik bersama. Ketentuan itu dimaksudkan untuk menghindari harta benda tidak berfungsi atau mubazir.

e. Resiko atas Kerusakan Barang Gadai

Resiko atas hilang atau rusak barang gadai menurut para ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa *murtahin* (penerima gadai) tidak menanggung resiko apapun jika kerusakan atau hilangnya barang tersebut tanpa disengaja. Sedangkan ulama mazhab Hanafi berpendapat lain, *murtahin* menanggung resiko sebesar harga barang minimum, dihitung mulai waktu diserahkan barang gadai kepada *murtahin* sampai hari rusak atau hilang. Sedangkan jika barang gadai rusak atau hilang disebabkan kelengahan *murtahin*, maka dalam hal ini tidak ada perbedaan pendapat. Semua ulama sepakat bahwa *murtahin* menanggung resiko, memperbaiki kerusakan atau mengganti yang hilang.

f. Penaksiran Barang Gadai

Penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai yang sesuai dengan syari'ah Islam pada dasarnya sama dengan perum pegadaian yang sekarang ini berlaku, yaitu mensyaratkan adanya penyerahan barang sebagai jaminan utang. Namun khusus untuk pegadaian yang sesuai dengan prinsip syari'ah, jenis barang jaminannya adalah meliputi semua jenis

barang. Artinya, barang yang dapat dijadikan jaminan utang dapat berupa barang-barang bergerak maupun barang-barang yang tidak bergerak. Lain halnya dengan perum pegadaian, lembaga ini hanya mengkhususkan pada barang-barang yang bergerak saja. Besar kecilnya jumlah pinjaman yang diberikan kepada nasabah, tergantung dari nilai taksir barang setelah petugas penaksir menilai barang tersebut. Adapun pedoman penaksiran barang gadaian dibagi menjadi dua kategori, yaitu kategori barang bergerak dan barang tidak bergerak. Sedangkan lebih jelasnya adalah sebagai berikut:

1) Barang Bergerak

- a) *Murtahin*/petugas penaksir melihat Harga Pasar Pusat (HPP) yang telah berlaku (standar harga yang berlaku) saat penaksiran barang.
- b) *Murtahin*/petugas penaksir melihat Harga Pasar Setempat (HPS) dari barang. Harga pedoman untuk keperluan penaksiran ini selalu disesuaikan dengan perkembangan harga yang terjadi.
- c) *Murtahin*/petugas penaksir melakukan pengujian kualitas *marhun*/barang jaminan.
- d) *Murtahin*/petugas penaksir menentukan nilai taksir barang jaminan.

2) Barang Tak Bergerak

- a) *Murtahin*/petugas penaksir bisa meminta informasi ataupun sertifikat tanah/pekarangan kepada *rahin* untuk mengetahui gambaran umum *marhun*.
- b) *Murtahin*/petugas penaksir dapat melihat langsung atau tidak langsung kondisi *marhun* ke lapangan.

- c) *Murtahin*/petugas penaksir melakukan pengujian kualitas *marhun*/barang jaminan.
- d) *Marhun*/petugas penaksir menentukan nilai taksir dalam penaksiran nilai barang gadai, pegadaian syariah harus menghindari hasil penaksiran merugikan nasabah atau pegadaian syariah itu sendiri.

Oleh karena itu, pegadaian syariah dituntut memiliki petugas penaksir yang memiliki kriteria:

- a) Memiliki pengetahuan mengenai jenis barang gadai yang sesuai dengan syariah ataupun barang gadai yang tidak sesuai dengan syariah.
- b) Mampu memberikan penaksiran secara akurat atas nilai barang gadai sehingga tidak merugikan satu di antara dua belah pihak.
- c) Memiliki sarana dan prasarana penunjang dalam memperoleh keakuratan penilaian barang gadai, seperti alat untuk menggosok berlian atau emas dan lain sebagainya.

g. Pembayaran/Pelunasan Utang Gadai

Apabila sampai pada waktu yang telah ditentukan, *rahin* belum juga membayar kembali utangnya, maka *rahin* dapat dipaksa oleh *marhun* untuk menjual barang gadaianya dan kemudian digunakan untuk melunasi utangnya. Selanjutnya, apabila setelah diperintahkan hakim, *rahin* tidak mau membayar utangnya dan tidak pula mau menjual barang gadaianya, maka

hakim dapat memutuskan untuk menjual barang tersebut guna melunasi utang-utangnya.¹⁸

7. Pengertian Persaingan

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.¹⁹

a. Analisis Pesaing

Untuk dapat merumuskan rencana strategi pemasaran yang kompetitif yang efektif, perusahaan perlu mendapatkan sejauh mungkin segala sesuatu mengenai pesaingnya. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya. Dengan cara ini perusahaan akan dapat menemukan kekurangan dan keunggulan kompetitif yang ada, dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing dan bila perlu dapat menyiapkan pertahanan yang kuat terhadap aksi pesaing.

¹⁸*Ibid*, hal 157.

¹⁹ Mudrajad Kuncoro. Op. Cit. hal. 86.

Langkah-langkah dalam analisis pesaing adalah sebagai berikut:

a. Mengenali Saingan

Untuk bisa tetap eksis, suatu perusahaan haruslah mampu bersaing. Untuk itu mereka harus mengenali saingannya, dengan cara menempuh langkah-langkah berikut ini: mengidentifikasi saingan, menentukan tujuan pesaing, mengidentifikasi strategi pesaing, menaksir kekuatan serta kelemahan pesaing dan memperkirakan reaksi pesaing.

b. Mengidentifikasi Saingan

Pesaing dapat dilihat dari berbagai sudut: awam, sempit, industri, ekonomi, dan teknologi. Perusahaan dapat mendefinisikan pesaing sebagai semua perusahaan yang membuat produk yang sama atau kelas produk yang sama. Agar bisa memenangkan persaingan, perusahaan harus mengerti pola persaingan dalam industri bersangkutan. Perusahaan dapat pula menyidik pesaingnya dari kaca mata pasar. Disini perusahaan mendefinisikan pesaing sebagai perusahaan yang sama-sama ingin memuaskan kebutuhan pelanggan yang sama atau kelompok pelanggan yang sama. Kunci untuk mengidentifikasi pesaing adalah menghubungkan industri dengan pasar serta membuat peta segmen produk/pasar.

c. Menentukan Tujuan Pesaing

Pesaing memiliki bauran tujuan, masing-masing dengan nisbi dimana pesaing meletakkan profitabilitas, pertumbuhan pangsa pasar,

arus kas, kepemimpinan teknologi, kepemimpinan layanan, dan tujuan lain.

d. Mengidentifikasi Strategi Pesaing

Semakin serupa strategi dua perusahaan, semakin serupa persaingannya. Dalam kebanyakan industri, pesaing dapat dikumpulkan dalam beberapa kelompok. Kelompok strategis adalah beberapa perusahaan dalam suatu industri yang menerapkan strategi serupa atas sasaran pasar tertentu.

e. Kekuatan dan Kelemahan Pesaing

Pemasar harus benar-benar dapat memastikan kekuatan serta kelemahan pesaing, untuk dapat memastikan apa yang bisa diperbuat olehnya. Sebagai langkah awal, perusahaan dapat mengumpulkan data pesaing, di antaranya data yang dikumpulkan adalah tujuan, strategi, dan keragaan pesaing dalam beberapa tahun terakhir.

Biasanya, perusahaan dapat mempelajari kekuatan dan kelemahan dari data sekunder, dari pengalaman perorangan, atau desas desus, riset primer dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur.

Kini banyak perusahaan menerapkan *bench-marking*, yakni membandingkan produk dan proses sendiri dengan pesaing atau perusahaan pemuka untuk meningkatkan mutu dan keragaan. *Bench-marking* ini sangat berguna untuk meningkatkan daya saing.

f. Menaksir Reaksi Pesaing

Selanjutnya, harus diketahui apa yang dilakukan pesaing terhadap perubahan tujuan, strategi, serta kekuatan dan kelemahan pesaing dapat digunakan memperkirakan tindakan atau reaksi apa yang dilakukan pesaing terhadap penurunan harga, kenaikan biaya promosi atau pengenalan produk baru. Setiap perusahaan mempunyai filsafat tertentu yang dianutnya dalam melakukan bisnisnya, budaya internal tertentu, dan kepercayaan sebagai pedoman.

Setiap perusahaan bereaksi berbeda. Ada yang bereaksi tidak cepat dan kuat terhadap gerakan pesaingnya, karena merasa bahwa pelanggannya loyal. Bisa jadi mereka memang lamban, kurang cepat bereaksi, bisa juga karena mereka tidak mempunyai dana untuk bereaksi.

Ada pula yang bereaksi kilat dan keras atas semua aksi pesaing.

1) Pesaing untuk Diserang dan Dihindari

Sebuah perusahaan secara prinsip telah menentukan pesaingnya melalui keputusan sasaran pelanggan, saluran distribusi, dan strategi bauran pemasaran. Keputusan-keputusan ini telah menempatkan perusahaan pada kelompok strategis tertentu. Manajemen kini harus memutuskan pesaing mana yang harus dihadapi dengan sungguh-sungguh. Perusahaan dapat memusatkan kepada satu atau beberapa pesaing.

2) Pesaing Kuat atau Lemah

Alat untuk menaksir kekuatan dan kelemahan pesaing adalah analisis nilai pelanggan (*customer value analysis*). Analisis ini bertujuan untuk menentukan manfaat pelanggan sasaran dan bagaimana pelanggan mengurut nilai nisbi berbagai tawaran pesaing. Dalam pelaksanaan analisis ini, perusahaan pertama harus menyidik (*identify*) atribut penting yang mendapat nilai pelanggan dan bagaimana pelanggan menempatkan atribut penting tersebut. Selanjutnya, menaksir keragaan perusahaan dan pesaing atas atribut yang bernilai itu. Kunci untuk mendapat keunggulan kompetitif adalah memerhatikan satu persatu segmen pelanggan dan memeriksa tawaran perusahaan *disbanding* yang lain dari pesaing. Bila tawaran perusahaan melampaui tawaran pesaing dalam semua atribut penting maka perusahaan dapat mengenakan harga lebih tinggi atau harga tetap dan mendapat pangsa pasar lebih besar sehingga memperoleh laba lebih besar.

3) Pesaing Dekat atau Jauh

Perusahaan akan bersaing hebat terutama dengan pesaing yang serupa: karena itu Chevrolet bersaing dengan Ford, dan tidak dengan Jaguar. Bersama dengan itu, perusahaan berusaha menghindari usaha untuk “menghancurkan” saingan dekatnya.

4) Pesaing Berkelakuan Baik atau Perusak

Pada suatu industri, tidak semua pesaing bermanfaat. Sering terjadi adanya pesaing yang baik (*well behaved*) dan ada pula pesaing perusak (*disruptive*). Pesaing berkelakuan baik bermain sesuai dengan aturan yang berlaku dalam industri, menentukan harga yang wajar dalam hubungannya dengan biaya, memotivasi perusahaan lain untuk menurunkan harga atau menyempurnakan diferensiasi, dan menerima pangsa pasar dan laba yang wajar. Sebaliknya pesaing perusak, mereka merusak aturan industri dan mengobok-obok industri.

5) Merancang Intelejen Persaingan

Biaya dan waktu untuk mengumpulkan intelijen kompetitif adalah tinggi untuk itulah perusahaan harus membuat rancangan biaya yang efektif.

Sistem intelijen kompetitif pertama-tama harus mengenali tipe vital informasi kompetitif dan sumber terbaik informasi ini. Selanjutnya sistem secara *continue* mengumpulkan informasi dari lapangan (tenaga penjualan, saluran, pemasok, perusahaan riset pemasaran, himpunan niaga) dan dari data penerbitan (publikasi pemerintah, pidato-pidato, artikel-artikel). Tentunya hal itu disertai dengan sistem mengecek kesahihan dan kebenaran, menafsirnya, dan mengorganisasikan dalam cara yang memadai. Akhirnya menyampaikan informasi kunci kepada pengambil keputusan yang

relevan dan menjawab pertanyaan yang diminta manajer tentang pesaing.²⁰

8. Pengertian Pangsa Pasar

Pangsa pasar (*market share*), yaitu menunjukkan volume penjualan dalam bentuk persentase dari total penjualan dalam pasar tertentu. Jika total penjualan di pasar tahun ini untuk suatu produk adalah \$10 juta, maka sebuah perusahaan yang meraih penjualan \$2 juta akan memiliki pangsa pasar sebesar 20 persen (dihitung dari \$2 juta dibagi dengan \$10 juta). Jadi, perusahaan memiliki 20 persen pasar.

Jika dalam suatu pasar terdapat persaingan yang terbatas, perusahaan dapat dengan lebih mudah meningkatkan pangsa pasarnya dan akibatnya meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat menaikkan harga jualnya tanpa kehilangan konsumen. Oleh sebab itu, para pengusaha lebih menyukai mengejar pasar dengan persaingan yang terbatas.

Ketika persaingan dalam suatu pasar mengalami peningkatan, maka hal tersebut dapat mengurangi pangsa pasar setiap perusahaan, yang akibatnya akan mengurangi jumlah unit terjual oleh setiap perusahaan dalam pasar. Kedua, tingkat persaingan yang tinggi dapat memaksa setiap perusahaan dalam pasar untuk menurunkan harga guna mencegah para pesaing mengambil bisnisnya.²¹

Pangsa pasar atau *Market Share* adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau servis yang telah dipilih dan dikuasai

²⁰ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV YRAMA WIDYA, 2011), hal. 242-248.

²¹ Ali Akbar Yulianto, *Krista, Op. Cit.*, hal 345-346.

oleh satu atau lebih produk atau servis tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama.²²

Dalam mempertahankan pangsa pasar seorang pemimpin pasar harus bisa terus *berinovasi* mengembangkan produk baru dan layanan pelanggan, efektivitas distribusi, dan penurunan biaya. Perusahaan pemimpin harus terus meningkatkan kekuatan dan nilai kompetitifnya bagi pelanggan dengan memberikan solusi komprehensif.

Dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, kita dapat menarik perbedaan antara pemasaran *responsif*, pemasaran *antisipatif*, dan pemasaran *kreatif*. Pemasar *responsif* menemukan kebutuhan yang dinyatakan dan mengisinya. Pemasar *antisipatif* melihat apa kebutuhan yang dimiliki pelanggan dalam waktu dekat. Pemasar *kreatif* menemukan dan menghasilkan solusi yang tidak diminta pelanggan tetapi direspons secara antusias oleh pelanggan. Pemasar *kreatif* adalah perusahaan penggerak pasar, bukan hanya tergerak oleh pasar. Agen periklanan interaktif, R/GA adalah salah satu perusahaan penggerak pasar. Perusahaan penggerak pasar menjadi pemimpin pasar karena mampu memberikan nilai yang unggul untuk kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi dan mungkin bahkan belum diketahui.

Sebelum memperluas pangsa pasar perusahaan harus mempertimbangkan empat faktor yaitu:

- a. Kemungkinan memprovokasi tindakan *antitrust*. Pesaing yang cemburu sering meneriakkan “monopoli” jika sebuah perusahaan dominan

²²Thorik Gunara, *Marketing Muhammad “Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw”* (Bandung: Masania Prima, 2007), hal 31.

melakukan penetrasi lebih jauh. Peningkatan risiko ini akan menghilangkan daya tarik mendorong perolehan pangsa pasar terlalu jauh.

- b.** Biaya ekonomi. Dalam *ilustrasi*, pangsa pasar optimal perusahaan adalah 50%. Biaya peningkatan pangsa pasar selanjutnya dapat melebihi nilainya. Pelanggan yang menolak mungkin tidak menyukai perusahaan, setia kepada pemasok saingan, mempunyai kebutuhan khusus, atau lebih suka berhubungan dengan pemasok yang lebih kecil. Dan biaya pekerjaan hukum, hubungan masyarakat, dan lobi meningkat seiring dengan semakin besarnya pangsa pasar. Mengejar pangsa yang lebih tinggi tidak terlalu disarankan ketika hanya ada sedikit skala ekonomi atau pengalaman ekonomi, ada segmen pasar yang tidak menarik, pembeli menginginkan berbagai sumber pasokan, dan penghalang untuk keluar tinggi. Beberapa pemimpin pasar bahkan meningkatkan profitabilitas dengan mengurangi pangsa pasar secara selektif di wilayah yang lebih lemah.
- c.** Melakukan kegiatan pemasaran yang salah. Biasanya perusahaan berhasil mendapatkan pangsa dengan mengalahkan pesaing dalam tiga bidang: kegiatan produk baru, kualitas produk relatif, dan pengeluaran pemasaran. Di pihak lain, perusahaan yang berusaha meningkatkan pangsa pasar dengan menurunkan harga lebih jauh dibandingkan pesaing umumnya tidak mencapai perolehan signifikan, karena cukup banyak pesaing yang juga melakukan penurunan harga dan pesaing lain menawarkan nilai lain sehingga pembeli tidak beralih. Rivalitas kompetitif dan penurunan harga tampak paling intens dalam industri yang memiliki biaya tetap tinggi, biaya

persediaan tinggi, dan permintaan primer stagnan, seperti baja, mobil, kertas, dan bahan kimia.

- d. Pengaruh peningkatan pangsa pasar terhadap kualitas aktual dan kualitas anggapan. Terlalu banyak pelanggan dapat membatasi sumber daya perusahaan, melukai penghantaran nilai produk dan pelayanan produk. America Online mengalami masa sulit ketika basis pelanggannya meluas, membuat sistemnya ketinggalan zaman dan menimbulkan masalah akses. Konsumen juga dapat berkesimpulan bahwa “lebih besar tidak berarti lebih baik” dan mengasumsikan bahwa pertumbuhan akan menimbulkan penurunan kualitas. Jika “eksklusivitas” menjadi manfaat merek kunci, pelanggan lama bisa saja menolak tambahan pelanggan baru.²³

D. Penelitian Terdahulu

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

Tabel 3. I.
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Solikha Miftahul Janna (Skripsi Jurusan Ekonomi	Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, produk dana talangan haji masih sedikit peminatnya dikarenakan kurang efektifnya promosi yang dilakukan oleh KSPPS Mitra Usaha Ideal, untuk mempertahankan

²³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 332-335.

	Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya 2018).	Dana Talangan Haji (Studi Kasus: KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik	pangsa pasar KSPPS Mitra Usaha Ideal perlu untuk terus menggunakan konsep pemasaran yang dapat menunjang keberhasilan penjualan pembiayaan dana talangan haji yang dilakukan. Konsep pemasaran tersebut disusun dengan memasukkan empat elemen, konsumen, pasar, pembeli, harga.
2	Lia Sukmawati (Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2016).	Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Mempertahankan <i>Market Share</i> (Studi Pada Unit Pegadaian Syariah Aji barang).	Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Strategi pemasaran yang digunakan UPS Ajibarang dalam mempertahankan <i>market share</i> menggunakan strategi pemasaran modern.
3.	Irwin Ariansyah (Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar 2014).	Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Pangsa Pasar PT. Semen Tonasa.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang terdiri atas segmentasi, target dan posisi pasar secara bersama-sama berpengaruh terhadap pangsa pasar PT. Semen Tonasa. Secara parsial variabel strategi pemasaran positioning yang dominan berpengaruh terhadap pangsa pasar PT. Semen Tonasa. Ini menunjukkan peningkatan pangsa pasar ditentukan oleh tindakan merancang tawaran dan citra dari perusahaan untuk menempati posisi yang tepat dalam menawarkan produk kepada konsumen dan memperluas pangsa pasar.
4.	Nia Puji Lestari (Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah	Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Ayu Bakery Di Sukosari Ponorogo	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hasil perhitungan analisis pangsa pasar (<i>market share</i>) dalam pemasaran roti menunjukkan bahwa pangsa pasar atau <i>market share</i> untuk setiap bulannya mengalami penurunan dan peningkatan.

	Ponorogo 2018).		
5	Johanes Wilfrid Pangihutan Purba, 2017 Universitas Simalungun (USI) Fakultas Ekonomi. (Jurnal).	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Perusahaan Studi Kasus: Gramd Swiss-Belhotel Medan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor promosi memiliki tingkat dominan yang kurang terhadap hunian kamar yaitu 2,68. Analisis faktor eksternal dan internal dengan menggunakan Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) menunjukkan bahwa pengaruh eksternal lebih besar dibanding dari faktor internal.
6	Wibowo Kuntjoroadi, Nurul Safitri, 2009 Program Ilmu Administrasi Niaga, Departemen Ilmu Administrasi, FISIP UI. (Jurnal)	Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial	Berdasarkan hasil analisis BCG, posisi bersaing Garuda berada pada “ <i>star</i> ” yang berarti bahwa Garuda memiliki pertumbuhan <i>long run opportunities</i> , yaitu Garuda akan memiliki pangsa pasar yang relatif tinggi dalam pertumbuhan pasar industri transportasi udara yang relatif tinggi. Konsep SCA dapat diterapkan sebagai strategi pemasaran Garuda dengan melakukan pembenahan terhadap beberapa komponen prasyarat SCA, seperti sinergi pasar sebagai prioritas utama untuk dibenahi dan komponen pengenalan pesaing mendapatkan prioritas mendesak untuk dibenahi. Selain itu, perlu dilakukan pembenahan dan pengoptimalan terhadap penggunaan strategi sinergi pasar, strategi pengembangan SDM dan strategi perluasan pangsa pasar.

Dari penelitian biasanya memiliki perbedaan dan persamaan, maka perbedaan dan persamaan penelitian diatas adalah:

- a. Solikha Miftahul Janna, persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pangsa pasar, sedangkan yang membedakannya dengan penelitian terdahulu adalah variabel Y nya yaitu mengembangkan produktivitas dana talangan haji.

- b. Lia Sukmawati, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dimana variabel X adalah strategi pemasaran, sedangkan persamaannya yaitu terdapat variabel Y yaitu mempertahankan *market share*.
- c. Irwin Ariansyah, persamaan penelitian ini adalah variabel Y nya yaitu meningkatkan pangsa pasar, sedangkan yang membedakannya dengan penelitian terdahulu adalah variabel X nya yaitu pengaruh strategi pemasaran.
- d. Nia Puji Lestari, persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas meningkatkan pangsa pasar, sedangkan yang membedakannya dengan penelitian terdahulu adalah variabel X nya yaitu analisis SWOT.
- e. Johannes Wilfrid Pangihutan Purba, persamaan penelitian ini adalah variabel Y nya yaitu peningkatan pangsa pasar, sedangkan perbedaannya adalah variabel X nya yaitu strategi pemasaran.
- f. Wibowo Kuntjoroadi, Nurul Safitri, mengangkat judul Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial sedangkan peneliti menggunakan Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai, sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang persaingan usaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah di Jalan Sibaroar, Sipolu-polu, Panyabungan, dan PT. Pegadaian (persero) Unit Pegadaian Cabang Panyabungan Mandailing Natal di Jalan Merdeka No. 111 Kel Kayu Jati Kec. Panyabungan Kota, Panyabungan. Website: www.pegadaian.co.id, No. Telepon 08116171700, karena peneliti melihat pegadaian tersebut sesuai dengan masalah yang diangkat. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari Maret 2020 sampai dengan Mei 2021.

B. Objek dan Subjek penelitian

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah tentang persaingan pangsa pasar gadai sedangkan subjeknya pihak-pihak yang terkait dengan topik penelitian ini yaitu pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal serta 6 orang nasabah dari kedua lembaga tersebut.

C. Sumber Data

1. Data Primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari objek atau responden yang melaksanakan tugas dan bekerja pada pegadaian syariah dan konvensional secara langsung, disesuaikan pada kapasitas bagian masing-masing.
2. Data Sekunder, yaitu data-data yang diperoleh dokumen, arsip, dan literatur-literatur lain yang berkaitan dengan pembahasan yang diteliti.

D. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, maka peneliti menggunakan beberapa metode yaitu:

1. Observasi, yaitu suatu metode pengumpulan data melalui proses pengamatan langsung terhadap gejala atau fenomena yang terjadi di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang di Mandailing Natal. Adapun yang akan di observasi adalah data tentang analisis pangsa pasar gadai di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.
2. Wawancara, yaitu mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden secara lisan.²⁴ Dalam penelitian ini digunakan wawancara dengan pertanyaan terbuka kepada pihak-pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal yang terkait.

E. Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data ialah proses menyusun data yang diperoleh dari lapangan penelitian. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

Klasifikasi data, yaitu menyeleksi data dan mengelompokkannya sesuai dengan topik-topik pembahasan.

²⁴ Joko Subagyo. *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hal. 39.

1. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari data yang masih kurang dan mengesampingkan yang tidak relevan.
2. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis, induktif, dan deduktif sesuai dengan sistematika pembahasan.
3. Menarik kesimpulan, yaitu menerangkan uraian-uraian penjelasan kedalam susunan yang singkat dan padat.²⁵

Jadi teknik analisis data adalah mengumpulkan sejumlah data kemudian mengambil data yang berkaitan dengan masalah sehingga hasil gambaran dari pengamatan dan wawancara dapat diperoleh dan memaparkannya lalu disusun dan disimpulkan.

Untuk mencapai tingkat pemahaman yang demikian tentunya memerlukan cara penggalan data yang pasti. Disinilah letak relevansi, metode atau teknik wawancara mendalam. Dengan wawancara mendalam, bisa digali apa yang tersembunyi di sanubari seseorang, apakah apakah yang menyangkut masa lampau, masa kini, maupun masa depan.²⁶

F. Teknik Uji Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan data dalam penelitian ini diperlukan teknik pemeriksaan data sebagaimana berikut:

1. Perpanjangan waktu penelitian yaitu keikutsertaan penelitian sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan itu tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan waktu.

²⁵ Lexy J. Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Resdakarya, 2000), hal. 37.

²⁶ Burhan Bungin, *Op. Cit.*, hal 66-67.

2. Ketekunan pengamatan yaitu peneliti hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara terus menerus terhadap faktor-faktor yang menonjol, kemudian peneliti menelaah secara rinci sampai seluruh faktor yang diamati dapat dipahami. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara mendalam dan melakukan observasi secara terus menerus baik secara tersamar, terus terang maupun secara tersembunyi.
3. Triangulasi yaitu dilakukan dengan menguji informasi melalui metode berbeda dan dalam populasi berbeda. Triangulasi adalah tehnik pemeriksaan keabsahan data dengan caramemanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data.²⁷

Dari teknik menjamin keabsahan data di atas maka peneliti tertarik menggunakan teknik triangulasi, tehnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu, hal ini dihubungkan dengan tehnik dan alat pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu wawancara dan observasi.

²⁷Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), hal. 144-146.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Sejarah Unit Pelayanan Cabang dan Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Pada mulanya Pegadaian di Indonesia dilaksanakan pihak swasta, kemudian oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda melalui *staatsblad* tahun 1901 No. 131 Tanggal 1 April 1901 yang mengatur Pegadaian sebagai monopoli pemerintah Belanda. Tanggal 1 April didirikan Rumah Gadai Pemerintah (Hindia Belanda) pertama di Sukabumi, Jawa Barat, sehingga setiap tanggal 1 April diperingati sebagai HUT Pegadaian. Selanjutnya ide pembentukan Pegadaian Syariah lahir karena tuntutan idealisme dan keberhasilan sebagai lembaga syariah lain, landasan hukum dalam pembentukan pegadaian syariah ini adalah Al-Qur'an dan Hadist ini kemudian dalam pengembangan selanjutnya dilakukan oleh para ulama dengan kesepakatan mereka.

Latar belakang didirikannya Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah yaitu untuk mencegah ijon, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya. Untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil dan untuk mendukung program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional. Pada tahun 2006 Pegadaian Konvensional membuka unitnya dengan nama PT.

Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal²⁸, dan pada tahun 2016 Pegadaian Syariah membuka unitnya dengan nama PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal²⁹. Tujuannya untuk lebih memudahkan masyarakat untuk mendapatkan dana yang cepat, mudah dan aman.

Sebelum Pegadaian Syariah Unit Madina dibuka, memang sudah ada unit usaha pegadaian konvensional yang berdiri di Panyabungan tepatnya di sekitar Pasar Lama Panyabungan. Untuk itu alasan Pegadaian Syariah ini didirikan di Mandailing Natal untuk memudahkan masyarakat Panyabungan dan sekitarnya memperoleh dana sesuai dengan prinsip syariah.

Perbedaan Pegadaian Konvensional dengan Pegadaian Syariah yaitu:

- a. Pegadaian Konvensional pada umumnya tidak berbeda dengan yang dilakukan oleh masyarakat selama ini. Kita datang membawa barang yang akan digadaikan seperti emas. Sedangkan dalam Pegadaian Syariah ini terdapat akad pinjam meminjam dengan menyerahkan agunan (*rahn*) yang didalamnya membolehkan biaya pemeliharaan atas barang jaminan (*mu'nah*) dengan menyerahkan barang jaminan.
- b. Pada Pegadaian Konvensional bunga pinjaman ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman dan jika pinjaman semakin besar, bunga yang dibebankan akan semakin besar. Sedangkan Pegadaian Syariah menentukan besarnya pinjaman dan biaya pemeliharaan berdasarkan taksiran emas yang digadaikan. Taksiran emas yang diperhitungkan antara lain adalah karatase

²⁸ Oktasep A.S., Pengelola Unit Pelayanan Cabang Madina Wawancara Di UPC Madina, Tanggal 07 November 2020, Jam 14.00.

²⁹ Chandra Muliawan, Pengelola Unit Pelayanan Syariah Madina Wawancara Di UPS Madina, Tanggal 20 Maret 2020, Jam 11.40.

emas. Volume serta berat emas yang digadaikan. Biaya yang dikenakan juga merupakan biaya atas penitipan barang bukan biaya atas pinjaman barang.

- c. Perhitungan biaya pinjaman pada Pegadaian Konvensional ini dihitung setiap 15 hari kemudian akan naik di hari ke 16 dan seterusnya. Sedangkan Pegadaian Syariah di hitung setiap 10 hari kemudian akan sama biayanya sampai akhir.³⁰

2. Lokasi Perusahaan

Lokasi kantor PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah UPS Madina berada di Jl. Sibaroar Lintas Barat samping Pasar Baru Sipolu-polu Panyabungan Kota Mandailing Natal. Pegadaian (persero) Unit Pegadaian Cabang Panyabungan Mandailing Natal di Jalan Merdeka No. 111 Kel Kayu Jati Kec. Panyabungan Kota, Panyabungan.

3. Daerah Pemasaran

Pegadaian UPC dan UPS Madina ini di khususkan untuk pemasaran produk-produk dan sistem jasanya yang diwilayah Kabupaten Madina yang telah di tentukan dari kantor pusat. Adapun daerah pemasaran pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang UPC dan PT. Pegadaian Syariah UPS Madina wilayah utama yang menjadi sasaran adalah wilayah Kabupaten Mandailing Natal, yang meliputi: Kecamatan Panyabungan, Kecamatan Siabu, Kecamatan Kotanopan, dan sekitarnya.

³⁰ Chandra Muliawan, Pengelola Unit Pelayanan Syariah Madina Wawancara Di UPS Madina, Tanggal 20 Maret 2020, Jam 11.40.

4. Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Lingkungan Masyarakat

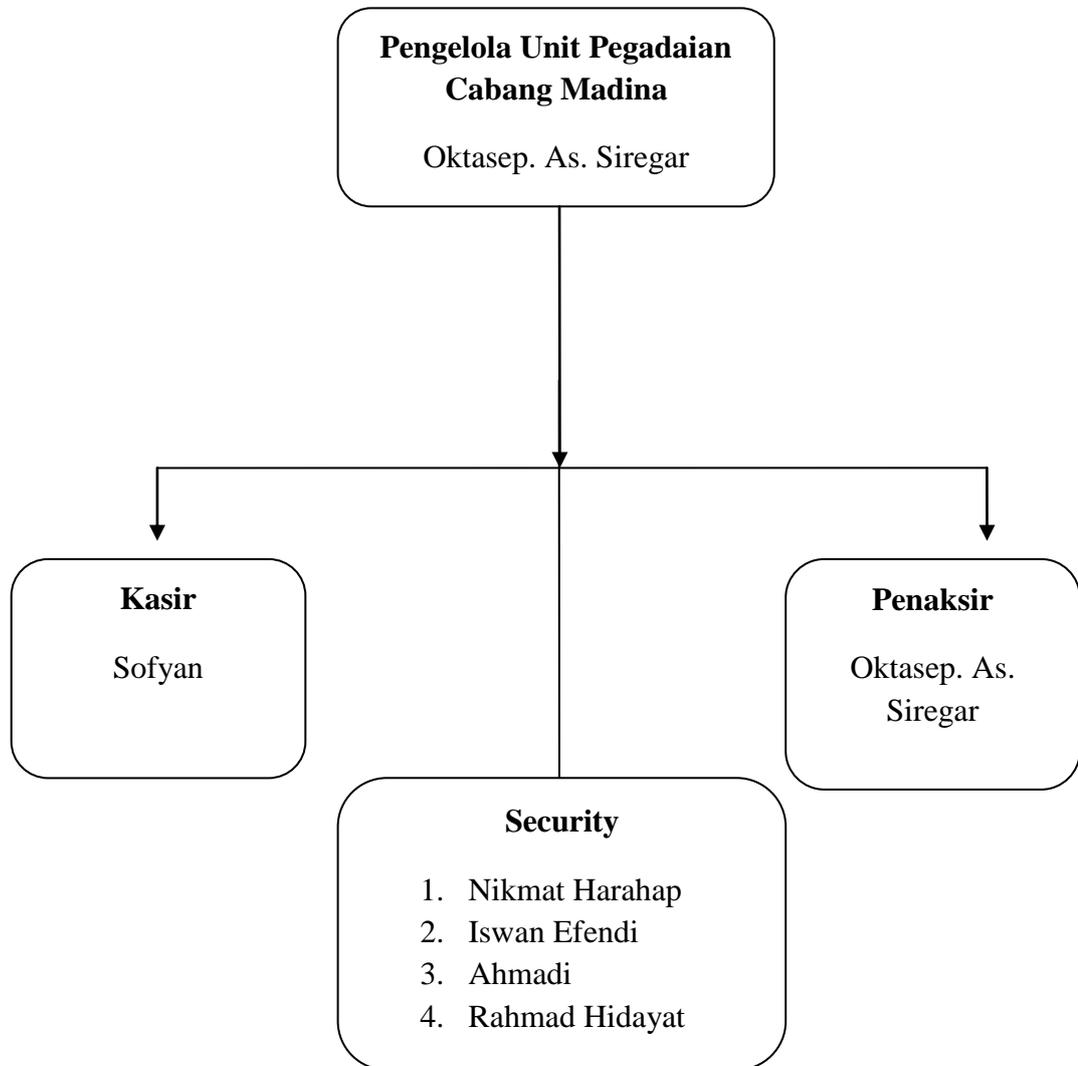
PT. Pegadaian (Persero) Cabang dan PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Madina membawa pengaruh yang positif terhadap lingkungan masyarakat sekitar khususnya Mandailing Natal. Hadirnya PT. Pegadaian UPC dan PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina membuat keadaan sosial ekonomi masyarakat semakin sejahtera, karena ini merupakan tujuan didirikannya PT. Pegadaian (Persero) UPC PT. Pegadaian Syariah UPS Madina.

Sehubungan dengan kemajuan ekonomi dan permintaan serta kebutuhan masyarakat juga semakin meningkat dari semua aspek tidak terkecuali dalam kebutuhan masyarakat sehingga kehadiran pegadaian sangat diperlukan di berbagai daerah untuk membantu meringankan biaya masyarakat yang ingin mencapai kebutuhan dan keinginan.

5. Struktur Organisasi Perusahaan

Adapun Struktur Unit Pegadaian Cabang Madina adalah seperti gambar dibawah ini:

Gambar 4. I.

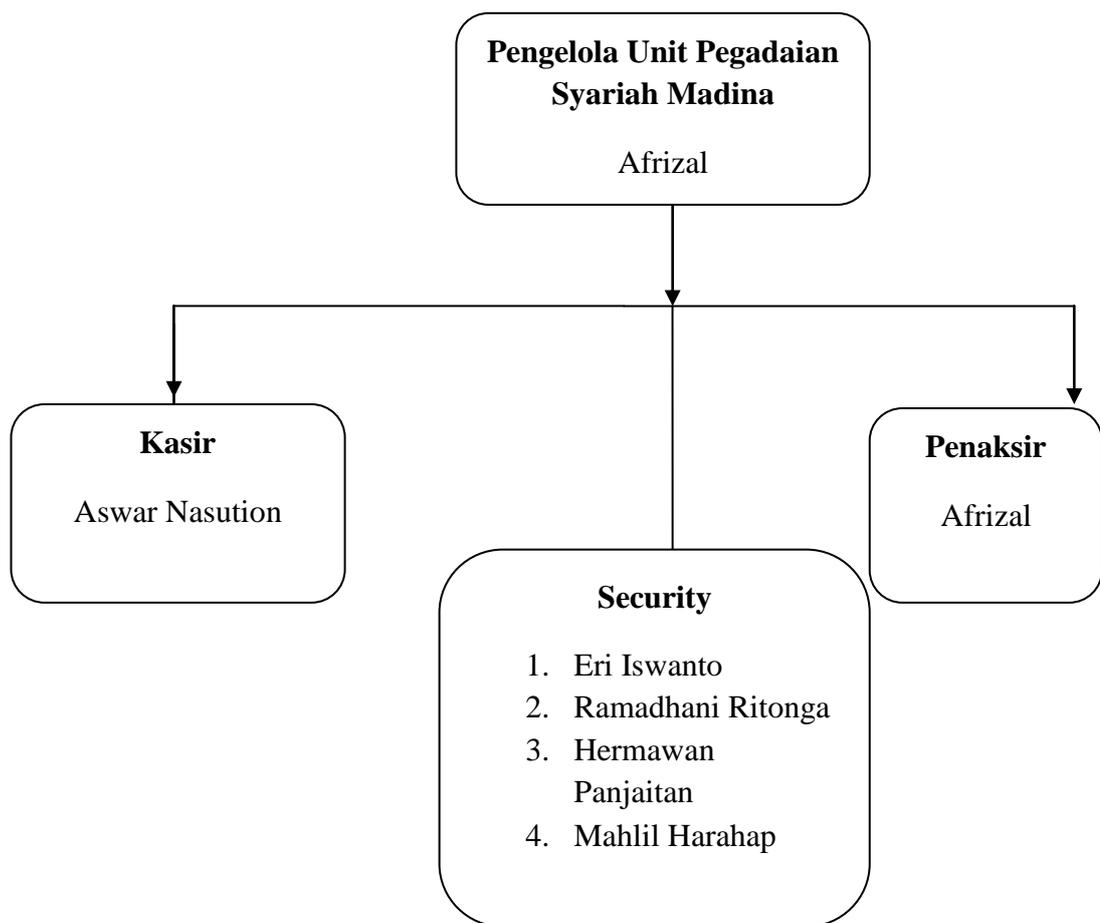
Struktur Organisasi Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal³¹

³¹ Oktasep A. S., Pengelola Unit Pelayanan Cabang Madina, wawancara di UPC Madina, Tanggal 07 November 2020, Jam 14. 00.

Adapun Struktur Unit Pegadaian Syariah Madina adalah seperti gambar dibawah ini:

Gambar 4.II.

Struktur Organisasi Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal³²



6. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Dari struktur PT. Pegadaian (Persero) Cabang dan PT. Pegadaian Syariah UPS Madina ini maka peneliti menjelaskan tentang deskriptif jabatan

³² Aswar Nasution, Kasir UPS Madina, di UPS Madina, Jum'at 06 November 2020, Jam 15.00.

yang sesuai dengan jabatan, wewenang dan tanggung jawab. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

Pengelola Unit Pegadaian Madina mempunyai fungsi yang merencanakan, mengkoordinasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan kegiatan operasional administrasi dan keuangan kantor unit Madina. Mengelola unit pegadaian Madina mempunyai tugas sebagai berikut:

a. Pengelola

- 1) Menyusun rencana kerja dan anggaran kantor unit berdasarkan acuan yang telah ditetapkan oleh cabang.
- 2) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan, mengendalikan operasional usaha ini.
- 3) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan, mengendalikan barang jaminan.
- 4) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan, mengendalikan pemasaran dan pelayanan konsumen.
- 5) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan, mengendalikan pengelolaan modal kerja.
- 6) Mengkoordinasi pelaksanaan tugas pekerja bawahan.
- 7) Membimbing bawahan dalam rangka membina karyawan.
- 8) Menyelenggarakan usaha dan laporan kantor pegadaian Madina.

b. Penaksir

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.

Adapun tugas penaksir yaitu:

- 1) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang, menetapkan dan menentukan uang kredit gadai.
- 2) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang untuk mengetahui mutu dan nilai, dalam menentukan harga pasar yang akan dilelang.
- 3) Merencanakan dan menyimpan barang jaminan yang akan disimpan guna keamanan.

c. Penyimpanan Barang Jaminan

Tugas pokok melaksanakan pemeriksaan, penyimpanan dan pengelola barang selain barang kantong sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan barang jaminan.

Adapun tugas penyimpan barang jaminan yaitu:

- 1) Menerima barang jaminan selain barang kantong dari administrasi.
- 2) Melakukan pengelompokan barang jaminan sesuai dengan rubrik dan bulan kredit serta menyusun sesuai dengan urutan nomor SBK, dan mengatur penyimpanannya.

- 3) Melakukan pencatatan dan pengadministrasian mutasi (penambahan/pengurangan) barang jaminan yang menjadi tanggung jawab.

Tugas pokok penyimpanan barang jaminan mempunyai fungsi yaitu mengurus gudang barang jaminan emas dengan cara menerima, menyimpan, merawat, dan mengeluarkan.

Adapun tugas penyimpanan barang jaminan yaitu:

- 1) Memeriksa keadaan gudang penyimpanan barang jaminan emas dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka keamanan dan keutuhan barang jaminan.
- 2) Penyimpanan barang jaminan emas dan perhiasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain.
- 3) Mengeluarkan barang jaminan emas dan perhiasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain.
- 4) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan agar jaminan dalam keadaan baik dan aman.

d. Kasir

Mengentri data nasabah serta melakukan pembayaran pinjaman serta menerima pelunasan pinjaman yang menjadi tanggung jawab kasir.

Tugas pokok kasir melakukan penerimaan dan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang.

Adapun tugas kasir yaitu, mencatat mutasi penerima/ pengeluaran barang jaminan yang menjadi tanggung jawab kasir antara lain:

- 1) Menyimpan peralatan dan perlengkapan kerja.
- 2) Menerima modal kerja harian dari atasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Menyimpan uang kecil untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- 4) Mencatat penerimaan dari transfer.
- 5) Mencatat penerimaan dari penjualan lelang.
- 6) Mencatat penerima lainnya.
- 7) Melaksanakan pembayaran untuk pinjaman kredit.
- 8) Mencatat pembayaran pengeluaran lainnya.
- 9) Mencatat pembayaran uang lebih.
- 10) Mencatat pembayaran pinjaman pegawai.
- 11) Melayani nasabah yang akan melakukan pelunasan, pinjaman, gadai ulang..

e. Keamanan (*Security*)

- 1) Tugas pokok keamanan mempunyai fungsi melaksanakan dan mengendalikan ketertiban dan keamanan di kantor cabang.

7. Hasil Penelitian di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Lila Santi Siregar selaku marketing Unit Pelayanan Syariah mengatakan bahwa dalam melakukan promosi untuk mencapai target dalam UPS sudah maksimal karena promosi dilakukan di dalam kantor atau diluar kantor, dan promosi juga dilakukan melalui media sosial, seperti Whats up, instagram, dan facebook. Pencapaian target dilakukan perbulan dan wajib dilaporkan atau bisa dilihat dari aplikasi pegadaian tersebut, seandainya target tidak tercapai bulan ini maka bisa dilanjutkan bulan depan agar lebih maksimal.

Dalam menghadapi persaingan di pasaran pegadaian menyebarkan brosur sebanyak-banyaknya, agar masyarakat atau calon nasabah bisa membandingkan angsuran bulanan dengan tempat lain. Dan yang bertanggung jawab dalam pemasaran UPS adalah semua karyawan di dalam UPS. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UPS Madina adalah melakukan promosi diluar dan didalam kantor serta memberikan diskon setiap produk agar nasabah tertarik, misalnya: mencicil emas ANTAM diskonnya sekitar 1% dari UP (uang pinjaman). Dan hasil dari strategi pemasaran tersebut adalah sebahagian nasabah banyak yang tertarik dengan adanya produk yang bisa membantu nasabah, misalnya: daftar haji di UPS cukup menitipkan emas 3,5 gram dan membayar uang biaya awal. Jika jangka 60 bulan biaya awalnya Rp.1.182.500 sudah langsung dapat porsi haji oleh karena itu bisa membantu nasabah untuk mendapatkan porsi haji dengan tidak memberikan uang Rp. 25.000.000

Dalam melakukan kegiatan operasionalnya sehari-hari tidak ada ancaman yang potensial yang dihadapi perusahaan. Yang dilakukan UPS menghadapi persaingan dari pegadaian lain adalah melakukan promosi di dalam dan diluar kantor, serta melalui media sosial. Faktor yang mempengaruhi kekuatan Pegadaian ini dibandingkan pesaing lain adalah jasa dan angsuran perbulan di pegadaian tersebut. Semua produk yang di UPS dan UPC sama, tapi produk yang di unggulan di UPS adalah gadai, logam mulia, arrum BPKB, tabungan emas, dan Arrum Haji. Pegadaian ini memiliki hubungan kerja sama dengan pegadaian lain, misalnya: produk arrum haji adalah produk syariah tapi bisa dipakai oleh pegadaian konvensional. Dan hubungan pegadaian ini dengan pegadaian lain adalah baik karena semua pegadaian bekerja sama dalam meningkatkan penjualan produk pegadaian.

Kelebihan pegadaian syariah dibandingkan dengan pegadaian konvensional adalah misalnya: jasa gadai emas di pegadaian syariah lebih terjangkau, demikian juga halnya dengan Arrum BPKB. Misalnya kalau dipegadaian syariah pembiayaan 1-10 juta jasanya 0,98% sedangkan di pegadaian konvensional jasanya 1%. Dalam hal penyaluran kredit atau pembiayaan kepada masyarakat tidak ada bentuk kesepakatan antara pegadaian yang ada di Mandailing Natal untuk menghindari persaingan yang tidak sehat.

Trend perkembangan bisnis pegadaian di kabupaten Mandailing Natal dimasa depan menurut ibu Lila Santi Hasibuan adalah semakin berkembang, dikarenakan kebutuhan masyarakat semakin meningkat, misal: gadai, karena ada pegadaian jika ia membutuhkan uang dia bisa gadaikan emasnya dan tidak

harus menjualnya dan pembayarannya bisa dicicil, dan jika nasabah mencicil emas, perhiasan, emas ANTAM, kemudian ketika harga emas tersebut naik atau turun tetapi angsurannya tetap. Hal-hal mendesak yang harus dilakukan pegadaian ini dalam menghadapi pesaing bisnis saat ini adalah melakukan diskon jasa.³³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai target dan menghadapi persaingan pangsa pasar gadai UPS Madina sudah melakukan promosi dengan maksimal.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Nur Elmiah selaku nasabah UPS Madina beliau bergabung dengan UPS Madina sejak tahun 2018 sampai dengan sekarang dan mengatakan bahwa beliau mengetahui UPS Madina dari temannya. Pemasaran dan pelayanan dalam UPS Madina sangat bagus. Kontribusi UPS Madina terhadap kemajuan perekonomian masyarakat Mandailing Natal menurut ibu Nur Elmiah sangat besar, karena membantu orang yang membutuhkan uang yang mendadak sehingga tidak meminjam kepada rentenir. Dan ibu Nur Elmiah masih berniat menjadi nasabah di UPS Madina di masa depan, karena UPS Madina menurut beliau sangat membantu beliau. Saran ibu Nur Elmiah kepada UPS Madina ke depannya adalah semoga dalam hal administrasi tidak dipersulit.³⁴

Menurut wawancara dengan ibu Safrida selaku Nasabah UPS Madina beliau bergabung dengan UPS Madina sejak tahun 2018 sampai dengan

³³ Lila Santi Hasibuan, Marketing, wawancara di UPS Padang Sidempuan, Senin tanggal 09 November 2020 Jam 10.00.

³⁴ Nur Elmiah, Nasabah, wawancara di UPS Madina, Jum'at tanggal 06 November 2020 Jam 09.00.

sekarang dan mengatakan bahwa beliau mengetahui UPS Madina dari temannya. Pendapat ibu Safrida tentang pembiayaan di UPS Madina adalah sangat baik. Menurut ibu Safrida keberadaan UPS dan UPC di Mandailing Natal baik, karena kontribusinya sangat besar terhadap masyarakat Mandailing Natal karena membantu masyarakat yang kekurangan modal. Ibu Safrida masih berniat menjadi nasabah di UPS Madina karena pelayanan dipermudah dan tidak dipersulit oleh pihak pegadaian.³⁵

Menurut wawancara dengan ibu Murni Hersanti Nasution selaku nasabah UPS Madina sejak tahun 2015 sampai dengan sekarang dan mengatakan bahwa beliau mengetahui UPS Madina dari temannya. Ibu Murni Hersanti Nasution juga sudah merasakan dampak kebijakan yang dilakukan oleh pihak pegadaian seperti bisa melakukan transaksi melalui sistem online. Kontribusi UPS Madina terhadap masyarakat Mandailing Natal menurut beliau sangat besar, karena membantu jika ada keperluan uang yang mendadak. Saran beliau untuk kemajuan Pegadaian di masa depan adalah urusan administrasi agar tidak dipersulit.³⁶

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa keberadaan pegadaian di Mandailing Natal sangat membantu masyarakat yang kekurangan modal dan yang memerlukan uang. Menurut peneliti ada baiknya UPS Madina menyediakan seorang Marketing, agar UPS Madina lebih di kenal oleh masyarakat.

³⁵ Safrida, Nasabah, wawancara di UPS Madina, Jum'at tanggal 06 November 2020 Jam 10.00.

³⁶ Murni Hersanti Nasution, Nasabah, wawancara di UPS Madina, Jum'at 06 November 2020 Jam 11.40.

8. Hasil Penelitian di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Oktasep S.A. selaku pengelola unit UPC Madina beliau mengatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh UPC Madina untuk mencapai target kurang efektif, karena wabah covid-19, dan hanya bisa melakukan promosi di dalam kantor dan sosial media. Cara UPC Madina menghadapi persaingan di pasaran adalah dengan melakukan promosi di outlet dan sosial media.

Yang bertanggung jawab dalam pemasaran UPC Madina adalah semua karyawan. Strategi pemasaran yang ditetapkan cukup berhasil. Jangka waktu dalam pencapaian target UPC Madina adalah satu tahun, dan apabila target tidak tercapai maka nilai kinerja berkurang dan akan berimbas ke bonus yang akan diterima karyawan. Dan Yang bertanggung jawab dalam promosi adalah semua karyawan UPC Madina.

Dalam kegiatan operasionalnya sehari-hari tidak ada ancaman potensial yang hadapi perusahaan. Yang dilakukan UPC Madina menghadapi persaingan dari pesaing lain adalah berinovasi dengan produk-produk yang sudah ada. Faktor yang mempengaruhi kekuatan UPC Madina dibanding pesaing lain adalah brand dan produk. Produk yang diunggulkan di UPC Madina adalah gadai.

UPC Madina tidak memiliki hubungan kerja sama dengan pegadaian lain. Dan UPC Madina tidak membuat bentuk kesepakatan dalam hal penyaluran kredit/pembiayaan kepada masyarakat untuk menghindari

persaingan yang tidak sehat. Trend perkembangan bisnis pegadaian di kabupaten Mandailing Natal di masa depan menurut bapak Oktasep S.A. adalah positif. Hal-hal mendesak yang harus dilakukan UPC Madina dalam menghadapi pesaing bisnis saat ini adalah membuat promosi yang menarik.³⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa produk yang diunggulkan dari UPC Madina adalah gadai, dan saat masa pandemi covid-19 saat ini promosi yang dilakukan kurang efektif.

Menurut wawancara dengan bapak Sangkot Nasution selaku nasabah UPC Madina sejak tahun 2019 sampai sekarang, beliau mengenal UPC Madina dari temannya. Menurut bapak Sangkot Nasution keberadaan PT. Unit Pelayanan Madina sangat membantunya, serta pelayanan dan pemasaran yang diberikan oleh pihak pegadaian kepada nasabah sangat bagus, beliau juga berpendapat bahwa jasa pembiayaan pada UPC Madina tidak terlalu memberatkannya.³⁸

Berdasarkan wawancara dengan ibu Hariana Fitri selaku nasabah UPC Madina sejak tahun 2006 sampai dengan sekarang, beliau mengetahui UPC Madina sendiri. Beliau mengatakan bahwa pembiayaan di UPC Madina bagus, dan keberadaan UPC dan UPS Madina sangat membantu masyarakat. Beliau juga mengatakan kalau beliau masih berniat menjadi nasabah di UPC Madina dimasa depan.³⁹

³⁷ Oktasep S.A., Pengelola UPC Madina, wawancara di UPC Madina, Sabtu 07 November 2020 Jam 14.00.

³⁸ Sangkot Nasution, Nasabah, wawancara di UPC Madina, Sabtu tanggal 07 November 2020 Jam 09.10.

³⁹ Hariana Fitri, Nasabah, wawancara di UPC Madina, Sabtu tanggal 07 November 2020 Jam 09.32.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Adek Nasution selaku nasabah UPC Madina sejak tahun 2010 sampai dengan sekarang, beliau mengetahui UPC Madina sendiri. Pendapat beliau tentang pemasaran dan pelayanan yang diberikan oleh UPC Madina adalah bagus. Menurut beliau kontribusi UPC Madina sangat besar terhadap kemajuan perekonomian Mandailing Natal, karena membantu masyarakat yang kekurangan modal. Dan beliau masih berniat menjadi nasabah UPC Madina di masa depan.⁴⁰

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa sebahagian nasabah masih berniat untuk tetap menjadi nasabah di UPC Madina,, karena produk yang ditawarkan oleh UPC Madina sangat membantu masyarakat di sekitar Panyabungan Mandailing Natal. Dan nasabah berpendapat bahwa jasa pembiayaan yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang tidak terlalu mahal.

9. Perbandingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Untuk menguasai pangsa pasar gadai PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal melakukan promosi didalam dan diluar kantor, dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah juga melakukan promosi melalui media sosial seperti Whats Up, Instagram, dan Facebook, serta menyebarkan brosur kepada masyarakat untuk menguasai pangsa pasar gadai di Mandailing Natal. Dan agar masyarakat bisa membandingkan angsuran bulanan di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah dengan tempat lain. Untuk menguasai pangsa pasar

⁴⁰ Adek Nasution, Nasabah, wawancara di UPC Madina, Sabtu tanggal 07 November 2020 .

gadai PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah melakukan promosi dengan maksimal, karena PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah melakukan promosi didalam dan diluar kantor, dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah juga melakukan promosi melalui media sosial seperti Whats up, Instagram, dan Facebook. PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur kepada masyarakat agar masyarakat atau calon nasabah bisa membandingkan angsuran bulanan dengan tempat lain.

PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, serta memberikan diskon kepada nasabah agar nasabah tertarik untuk melakukan transaksi dengan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal. Serta PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal memberikan harga lebih terjangkau sedikit seperti produk jasa gadai Arrum BPKB lebih terjangkau sedikit, misal kalau di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal 1-10 juta jasanya 0,98% sedangkan di Pegadaian Konvensional 1%. Dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal juga memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, agar nasabah tetap berniat menjadi nasabah di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah dimasa depan.

10. Perbandingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal

PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal melakukan promosi kurang maksimal karena PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang hanya bisa melakukan promosi di dalam kantor dikarenakan masa

pandemi COVID-19. Dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal juga menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, serta menawarkan diskon agar masyarakat tertarik untuk melakukan transaksi di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.

PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal memberikan jasa kepada nasabah sekitar 1% kepada nasabah yang membutuhkan jasa Arrum BPKB. PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, agar PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal tetap berkembang di Mandailing Natal.

11. Kondisi Persaingan Usaha Antara PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan beliau mengatakan bahwa PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan pegadaian lain, karena semua pegadaian bekerja sama dalam meningkatkan penjualan produk pegadaian. Misalnya produk Ar-rum haji adalah produk syariah, tetapi produk tersebut bisa dipakai oleh pegadaian konvensional.

Jadi Kondisi persaingan usaha antara PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal adalah mereka bersaing dengan baik, karena kedua lembaga tersebut memiliki hubungan yang baik antara yang satu dengan yang lainnya. Dalam

menjalankan usahanya kedua lembaga Non Bank tersebut melakukannya dengan cara yang baik dan tidak menyalahi aturan.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persaingan pangsa pasar gadai di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah adalah melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur, dan melalui sosial media, dan UPS juga melakukan promosi didalam dan diluar kantor. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan selaku marketing agar masyarakat tertarik dengan produk yang ditawarkan, UPS Madina memberikan diskon kepada nasabah, misalnya menyicil emas ANTAM diskonnya 1% dari UP (Uang Pinjaman). Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nur Elmiah selaku nasabah UPS Madina keberadaan UPS Madina di Panyabungan sangat membantu masyarakat yang membutuhkan uang yang mendesak, karena masyarakat tidak meminjam kepada rentenir. Dan beliau juga mengatakan bahwa UPS Madina memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, serta harga angsuran di UPS Madina lebih terjangkau sedikit dibandingkan tempat lain.
2. Persaingan pangsa pasar gadai di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal adalah dengan cara melakukan promosi didalam dan diluar kantor. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Oktsep selaku pengelola UPC Madina, beliau mengatakan agar masyarakat tertarik untuk melakukan

transaksi di UPC Madina, mereka menawarkan promo kepada masyarakat, dan karyawan UPC Madina juga berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sangkot Nasution selaku nasabah UPC Madina, beliau mengatakan bahwa produk serta pelayanan di UPC Madina sangat baik, dan keberadaan UPC Madina di Panyabungan sangat membantu masyarakat sekitar yang membutuhkan uang.

3. Analisis persaingan pangsa pasar gadai PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal adalah kedua lembaga tersebut bersaing dengan sehat, dan tidak menyalahi aturan.

C. Keterbatasan Peneliti

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan langkah-langkah yang sesuai dengan panduan yang diberikan Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan agar memperoleh hasil yang sebaik mungkin. Namun dalam penelitian yang dilakukan, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit. Terdapat beberapa keterbatasan peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya membahas tentang persaingan pangsa pasar gadai di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah dan Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.
2. Dalam penelitian ini, peneliti hanya mewawancarai lima karyawan dan delapan orang nasabah dari kedua lembaga tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Dalam menghadapi persaingan pangsa pasar gadai PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Madina melakukan promosi dengan maksimal, yaitu dengan cara menyebarkan brosur agar masyarakat atau calon nasabah bisa membandingkan angsuran bulanan di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal dengan tempat lain. PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal juga memberikan diskon, agar masyarakat tertarik untuk melakukan transaksi di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.
2. Dalam menghadapi persaingan pangsa pasar gadai PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Madina melakukan promosi melalui sosial media dan didalam kantor serta mengadakan promo agar nasabah tertarik melakukan transaksi di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.
3. Analisis Persaingan Pangsa Pasar Gadai PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah dan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal adalah dalam menjalankan usahanya serta untuk menguasai pangsa pasar gadai di Mandailing Natal kedua lembaga tersebut bersaing secara sehat, dan sesuai dengan aturan.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan, adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak unit pelayanan syariah dan unit pelayanan cabang madina

Peneliti berharap semoga dengan hasil penelitian ini unit pelayanan syariah dan unit pelayanan cabang menjadikan sebagai bahan rujukan untuk mengambil keputusan di masa yang akan datang. Saran peneliti kepada Unit Pelayanan Cabang dan Unit Pelayanan Syariah adalah ada baiknya kedua lembaga tersebut mempunyai marketing, agar promosi dan produk-produk pegadaian lebih dikenal masyarakat. Dan Pegadaian juga lebih meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau bahan referensi serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar peneliti bisa menganalisis permasalahan-permasalahan yang belum sepenuhnya peneliti analisis dan bisa memecahkan masalah dalam suatu penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Akbar Yulianto, Krista, *Pengantar Bisnis, Edisi 4*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2007.
- Al-Mundziri, *Ringkasan Sahih Muslim*, Bandung: Jabal, 2013.
- Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003.
- Dahlan siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 2000.
- Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*. Semarang: Toha Putra, 1989.
- Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Ginting Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV YRAMA WIDYA, 2011.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonosia. 2003.
- Joko Subagyo. *Metode Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Lexy J. Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Resdakarya, 2000.
- Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Muhammad Sholikhul Hadi, *Pegadaian Syariah*, Jakarta: Salemba Diniyah. 2003.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Rachmat Syafi'i, *Fiqh Muamalat*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Rangkuti Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media, 2014.

Thorik Gunara, *Marketing Muhammad* “Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw” , Bandung: Masania Prima, 2007.

Veithza Rivai dkk, *Bank and Financial Institution Managemen*. PT. RajaGrafindo, 2007.

Sumber Lain

Adek Nasution (Nasabah Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal) pada Sabtu 07 November 2020 Jam 10.48.

Chandra Muliawan (Pengelola Unit PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah) Mandailing Natal pada Jum’at 20 Maret 2020 Jam 11:50.

Chaidill Arfan Nasution (Pengelola Unit PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang) Mandailing Natal pada Jum’at 20 Maret 2020 Jam 14.15.

Hariana Fitri (Nasabah Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal) pada Sabtu 07 November 2020 Jam 09.32.

Irwin Ariansyah, Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Pangsa Pasar PT. Semen Tonasa, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar 2014.

Johanes Wilfrid Pangihutan Purba, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Perusahaan Studi Kasus: Gramd Swiss-Belhotel Medan ,Jurnal Universitas Simalungun (USI) Fakultas Ekonomi, Vol. 3 No. 3 April 2017.

Lila Santi Hasibuan (Marketing Pegadaian Syariah), Padangsidempuan pada Senin 09 November 2020 Jam 10.00.

Murni Hersanti Nasution (Nasabah Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal) pada Jum’at 06 November 2020 Jam 11.40.

Nia Puji Lestari, Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Ayu Bakery Di Sukosari Ponorogo, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo 2018.

Nur Elmiah (Nasabah Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal) pada Jum’at 06 November 2020 Jam 09.00.

Oktasep A.S. (Pengelola Unit PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang) Mandailing Natal pada 07 November 2020 Jam 14.00.

Safrida (Nasabah Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal) pada Jum'at 06 November 2020 Jam 10.00.

Sangkot Nasution (Nasabah Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal) pada Sabtu 07 November 2020 Jam 09.10.

Solikha Miftahul Janna, Analisis Pangsa Pasar Dalam Mengembangkan Produktivitas Dana Talangan Haji (Studi Kasus: KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik), Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya 2018.

Wibowo Kuntjoroadi, Nurul Safitri, Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial, Jurnal Program Ilmu Administrasi Niaga, Departemen Ilmu Administrasi, FISIP UI, Vol. 16. No. 1 Januari 2009.

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara kepada Pihak Pegadaian:

1. Seberapa efektif promosi yang sudah dilakukan Pegadaian untuk mencapai target?
2. Bagaimana cara Pegadaian mampu menghadapi persaingan di pasaran?
3. Siapa yang bertanggung jawab dalam pemasaran Pegadaian?
4. Apa saja strategi pemasaran Pegadaian saat ini?
5. Bagaimana hasil dari strategi pemasaran tersebut?
6. Apakah ada jangka waktu tertentu dalam pencapaian target?
7. Apabila target tidak tercapai apa yang akan terjadi?
8. Siapa yang bertanggung jawab terhadap promosi di Pegadaian ini?
9. Apa saja ancaman yang potensial yang dihadapi pegadaian ini dalam kegiatan operasionalnya sehari-hari?
10. Apa yang dilakukan Pegadaian ini menghadapi persaingan dari Pegadaian lain?
11. Apa saja faktor yang mempengaruhi kekuatan Pegadaian ini dibanding pesaing lain?
12. Adakah produk di Pegadaian ini yang tidak dimiliki Pegadaian lain?
13. Apa produk yang di unggulkan di Pegadaian ini?
14. Apakah ada hubungan kerja sama antara Pegadaian ini dengan Pegadaian lain?
15. Bagaimana hubungan Pegadaian ini dengan Pegadaian lain?

16. Apa saja kelebihan pegadaian lain dibandingkan dengan pegadaian lain?
17. Apakah ada bentuk kesepakatan antara pegadaian yang ada di Mandailing Natal dalam hal penyaluran kredit/pembiayaan kepada masyarakat untuk menghindari persaingan yang tidak sehat? Kalau ada dalam bentuk apa?
18. Bagaimana trend perkembangan bisnis Pegadaian di Kabupaten Mandailing Natal di masa depan menurut Bapak/Ibu?
19. Apa saja hal-hal mendesak yang harus dilakukan Pegadaian ini dalam menghadapi pesaing-pesaing bisnis saat ini?

Wawancara kepada Nasabah:

1. Kapan Ibu/bapak bergabung dengan Pegadaian?
2. Bagaimana Ibu/bapak mengenal atau mengerti dengan produk Pegadaian?
3. Bagaimana pendapat ibu/bapak tentang pemasaran dan pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian kepada nasabah?
4. Bagaimana pandangan ibu/bapak tentang pembiayaan pada Pegadaian?
5. Apakah ibu/bapak sudah merasakan dampak dari kebijakan yang dilakukan oleh pihak Pegadaian?
6. Apa saja keluhan yang Ibu/Bapak rasakan selama ini berkaitan dengan pelayanan Pegadaian ini?

7. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang keberadaan Unit Pelayanan Syariah dan Unit Pelayanan Cabang di Kabupaten Mandailing Natal?
8. Seberapa besar kontribusi Pegadaian ini terhadap kemajuan perekonomian masyarakat Mandailing Natal menurut Bapak/Ibu?
9. Apakah Ibu/Bapak berniat untuk tetap menjadi nasabah Pegadaian ini dimasa depan? Jelaskan alasannya?
10. Apa saja saran Bapak/Ibu untuk kemajuan Pegadaian ini di masa depan?



Wawancara dengan Bapak Chaidil Arfan Nasution dan Bapak Oktasep A.S. selaku Pengelola Unit PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal..



Wawancara dengan Bapak Sangkot Nasution dan Ibu Hariana Fitri Nasabah PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Mandailing Natal.



Wawancara dengan Ibu Adek Nasution Nasabah PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan



Wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan selaku Marketing Pegadaian Syariah.



Wawancara dengan Ibu Nur Elmiah dan Ibu Safrida Nasabah PT. Pegadaian (persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.



Wawancara dengan Ibu Hersanti Nasution Nasabah PT. Pegadaian
(persero) Unit Pelayanan Syariah Mandailing Natal.