

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS (*RAHN*)
DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH DI PEGADAIAN
SYARIAH CABANG PASAR WAGE PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**ARINDA PASHA NUR SALSABILA
NIM. 1917202101**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arinda Pasha Nur Salsabila
NIM : 1917202101
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn)
Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Pegadaian
Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto.

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karta saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 13 September 2023

Saya yang menyatakan,



Arinda Pasha Nur Salsabila

NIM. 1917202101



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS (RAHN)
DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH DI PEGADAIAN SYARIAH
CABANG PASAR WAGE PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Arinda Pasha Nur Salsabila NIM 1917202101** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa, 17 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Siti Maghfiroh, S.E.Sy., M.E.
NIP. 19850601 202012 2 009

Pembimbing/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Purwokerto, 24 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Plt. Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'allaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Arinda Pasha Nur Salsabila NIM. 1917202101 yang berjudul:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS (RAHN)
DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH DI PEGADAIAN
SYARIAH CABANG PASAR WAGE PURWOKERTO**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamu'allaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 13 September 2023

Pembimbing



Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.

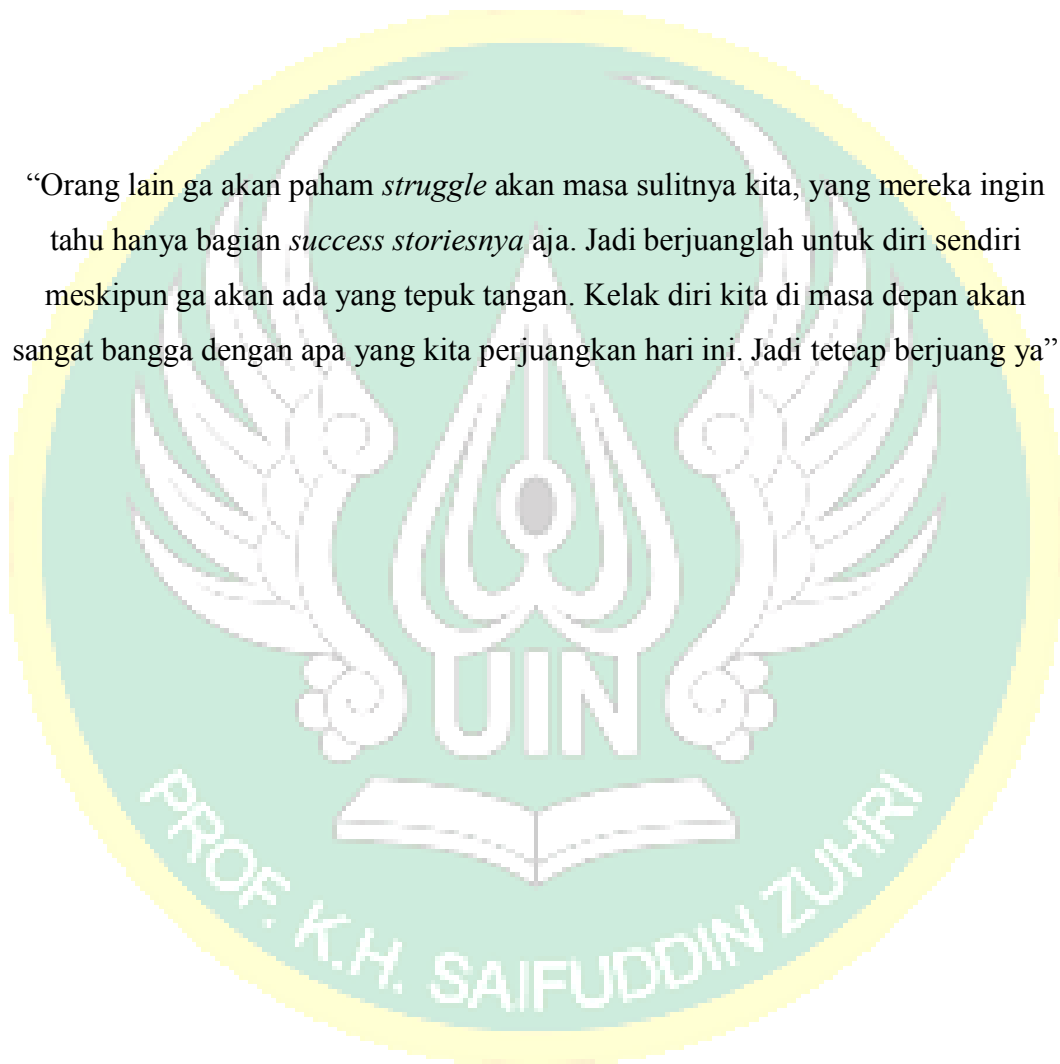
NIP: 198810032019031015

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).
Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”

(Q.S. Al-Insyirah, 6-8)

“Orang lain ga akan paham *struggle* akan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success storiesnya* aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun ga akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Jadi teteap berjuang ya”



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS (*RAHN*)
DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH DI PEGADAIAN
SYARIAH CABANG PASAR WAGE PURWOKERTO**

Arinda Pasha Nur Salsabila

NIM. 1917202101

E-mail: arindapasha28@gmail.com

Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Prodi Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Gadai emas adalah produk pembiayaan yang jaminannya berupa emas perhiasan, emas batangan atau berlian sebagai salah satu alternatif untuk memperoleh pembiayaan dengan cepat. Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) karena informasi dan data yang diperlukan didapatkan dari lapangan penelitian. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data, wawancara, observasi dan dokumentasi di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto. Teknik keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dilakukan, faktor yang mempengaruhi minat nasabah, serta kendala dan upaya yang dilakukan.

Strategi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto menggunakan strategi bauran 7P di antaranya ada produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), sarana fisik (*physical evidence*). Faktor yang mempengaruhi minat nasabah adalah adanya dorongan dari diri sendiri, kebutuhan ekonomi, kepuasan pelanggan dan harga. Kendala dan upaya yang di hadapi yaitu adanya persaingan produk dengan perusahaan lain dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk gadai emas yang berada di Pegadaian Syariah. Upaya yang dilakukan dengan cara meng-upgrade strategi dengan tujuan agar nasabah mudah mengetahui produk gadai emas (*rahn*) ini. Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto agar diharapkan untuk terus meng-upgrade strategi pemasaran yang dilakukan, khususnya pada promosi, agar nantinya semakin banyak masyarakat yang mengetahui produknya. Dalam penerapan meningkatkan minat nasabah, perlu mendengarkan masukan-masukan yang diberikan oleh nasabah sebagai upaya membangun hubungan silaturahmi antara Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto dengan para nasabahnya.

Kata Kunci : strategi pemasaran, minat nasabah, gadai emas (rahn), pegadaian syariah.

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES FOR PAWN GOLD (RAHN)
PRODUCTS IN AN EFFORT TO ATTRACT CUSTOMER INTEREST AT
THE PURWOKERTO PASAR WAGE BRANCH OF SYARIAH
PEGADAIANS**

Arinda Pasha Nur Salsabila

Nim. 1917202101

e-mail: arindapasha28@gmail.com

Department of Islamic Economics and Finance Islamic Banking Study Program
Faculty of Economics and Islam Business
State Islamic University KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Gold pawning is a financing product whose collateral is in the form of gold jewelry, gold bars or diamonds as an alternative to obtain financing quickly. The research used is field research (field research) because the necessary information and data are obtained from the research field. This research approach is a qualitative approach. Using data collection techniques, interviews, observation and documentation at Pegadaian Syariah, Pasar Wage Purwokerto Branch. Data validity techniques use source triangulation, technical triangulation and time triangulation methods. Data analysis techniques use data reduction, data presentation and drawing conclusions. The aim of this research is to find out what marketing strategies are used, the factors that influence customer interest, as well as the obstacles and efforts made.

The strategy carried out by Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto Branch uses a 7P mix strategy including products(product), price(price), place(place), promotion(promotion), people(people), process(process), physical means(physical evidence). Factors that influence customer interest are self-motivation, economic needs, customer satisfaction and price. The obstacles and efforts faced are product competition with other companies and a lack of public knowledge about gold pawn products at Pegadaian Syariah. Efforts are being made to upgrade strategies with the aim of making it easier for customers to find out about gold pawn products(rahn) This. It is hoped that Pegadaian Syariah, Pasar Wage Purwokerto Branch will continue to upgrade its marketing strategies, especially promotions, so that more people will know about its products. In implementing increasing customer interest, it is necessary to listen to input provided by customers as an effort to build a friendly relationship between Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto Branch and its customers.

Keywords: marketing strategy, customer interest, gold pawn (rahn), sharia pawnshop.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI.Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	S	Es (dengan titik atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	<u>H</u>	Ha (dengan garis dibawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	<u>D</u>	De
ذ	Žal	Z	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	<u>S</u>	Es 9dengan garis dibawah)
ض	D'ad	<u>D</u>	De (dengan garis dibawah)
ط	Ta	<u>T</u>	Te (dengan garis dibawah)
ظ	Ža	<u>Z</u>	Zet (dengan garis dibawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el

م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. **Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.**

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. **Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.**

حكمة	Ditulis	Hikmah	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الولايا	Ditulis	Karamah al-auliyah'
---------------	---------	---------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	Zakat al-fitr
------------	---------	---------------

4. **Vokal pendek**

(-)	Fathah	Ditulis	A
(◌ -)	Kasrah	Ditulis	I
(◌ ◌)	Dammah	Ditulis	U

5. **Vokal panjang**

1	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jahiliyah
2	Fathah + ya'mati	Ditulis	A
	تنسي	Ditulis	Tansah
3	Kasrah + ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim

4	Dmmah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Farid

6. Vokal rangkap

1	Fathah + ya'mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2	Fathah + wawu mati	Ditulis	Aul
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	A'antum
أعدت	Ditulis	U'iddat

8. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti haruf qomariyyah

القياس	Ditulis	Al-qiyas
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti haruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan hauruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	as-samā
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذ فروض	Ditulis	zawi al-furûd
--------	---------	---------------

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, ketulusan dan keikhlasan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Diri saya sendiri yang sudah mau berjuang sekuat tenaga sampai di titik ini dan melawan rasa malas untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang yang paling saya sayangi dan cintai yaitu kedua orang tua saya. Ibu Lutfika Lara Prihatin dan Bapak Solichun, yang selalu mengiringi langkah penulis dengan untaian doa beserta curahan kasih sayang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, panjang umur, dan selalu diberikan rezeki yang lancar dan barokah.
3. Saudara kandung saya tersayang, yaitu Dzaki Afa Isnani Auriel, dan Alm. Alif Satria Nugraha Adarma, terimakasih atas iringan doa dan dukungannya juga untuk saya, semoga selalu di berkahi oleh Allah SWT.
4. Terimakasih kepada Bapak Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud. yang selalu sabar memberikan bimbingan dan arahnya dalam penelisan skripsi ini.
5. Terimakasih dan hormat ta'dzimku, ku persembahkan untuk Abah Raqib selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuudin Zuhri Purwokerto.
6. Alamamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah C angkatan 2019 yang selalu membantu, memberikan motivasi, berbagi keceriaan, dan melewati setiap suka duka selama kuliah, terimakasih banyak sehingga terwujud skripsi ini.
7. Terimakasih untuk semua orang yang sayang dan mendoakan keberhasilan saya, semoga doa baik kembali kepada kalian.

KATA PENGANTAR

Assalamu'allaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan segala kenikmatan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa tanggung jawab dan sebaik mungkin. Shalawat serta salam tercurahkan selalu kepada baginda nabi agung Muhammad SAW beserta para pengikutnya atas syafa'at beliau sehingga kehidupan manusia menjadi lebih baik. Dengan mengucap Allhamdulillah rabbil'allamin atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Rahn*) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto".

Dalam penulisan skripsi, penulis menyadari bahwa tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak yang turut mensukseskan selesainya skripsi ini. oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh Roqib, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. Ridwan, M. Ag. M.M., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., selaku koordinator program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud. dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penulisan serta penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Semua pihak Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto yang telah membantu menjadi narasumber guna memperoleh informasi dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kedua orang tua saya tercinta, Ibu Lutfika Lara Prhiatin dan Bapak Slolichun, yang telah merawat, mendidik, mendampingi, memotivasi, serta selalu mendoakan anak-anaknya yang terbaik. Semoga Bapak dan Ibu senantiasa selalu dalam lindungan Allah SWT. Love u.
12. Adik saya tercinta Dzaki Aufa Isnan Auriel dan Alm. Alif Satria Nugraha Adarma, terimakasih atas suportnya dan doanya.
13. Teman-teman Perbakan Syariah C angkatan 19 terimakasih telah berjuang bersama selama dibangku perkuliahan.
14. Teruntuk teman-teman tercinta, Lailatul Isnaini, Hana Adzkiya, Shaeva Aolalia. Terimakasih sudah kebersamai, mendoakan, saling mendukung dalam mengerjakan skripsi, mendengarkan semua keluh kesah, dan saling membantu satu sama lain. Sehat selalu kalian.
15. Teruntuk teman-teman PPL dan teman KKN, terimakasih sudah hari-hari lebih ceria, penuh makna dan penuh kenangan.
16. Teruntuk orang-orang yang penulis sayangi dan semua pihak yang sudah memberikan saran, dukungan, bantuan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini, terimakasih.

Tanpa bantuan dan doa dari kalian semua, penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Tidak ada yang bisa penulis lakukan selain rasa terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis memohon maaf apabila dalam penulisan karya ilmiah ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka untuk menerima kritik dan saran yang dapat membangun agar lebih baik untuk penulis yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan ilmu bagi semua yang membacanya.

Purwokerto, 13 September 2023

Penyusun,



Arinda Pasha Nur Salsabila

NIM. 1917202101



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Definisi Operasional	7
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
E. Kajian Pustaka	12
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Strategi Pemasaran	18
B. Gadai Syariah	28
C. Gadai Emas Syariah	35

D. Minat Konsumen	37
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian	41
C. Subjek dan Objek Penelitian	41
D. Metode Pengumpulan Data	42
E. Uji Keabsahan Data	43
F. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto	46
1. Sejarah Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto	47
2. Visi dan Misi	47
3. Struktur Organisasi	47
4. Produk-produk Pegadaian Syariah	51
5. Persamaan dan Perbedaan Pegadaian Syariah Dengan Pegadaian Konvensional	54
B. Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (<i>Rahn</i>) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto	56
C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Minat Nasabah Produk Gadai Emas (<i>Rahn</i>)	66
D. Kendala dan Upaya Yang Dihadapi Dalam Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (<i>Rahn</i>) Yang Dilakukan Oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto	68
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	4
Tabel 1.2.....	13
Tabel 4.1.....	49
Tabel 4.2.....	61



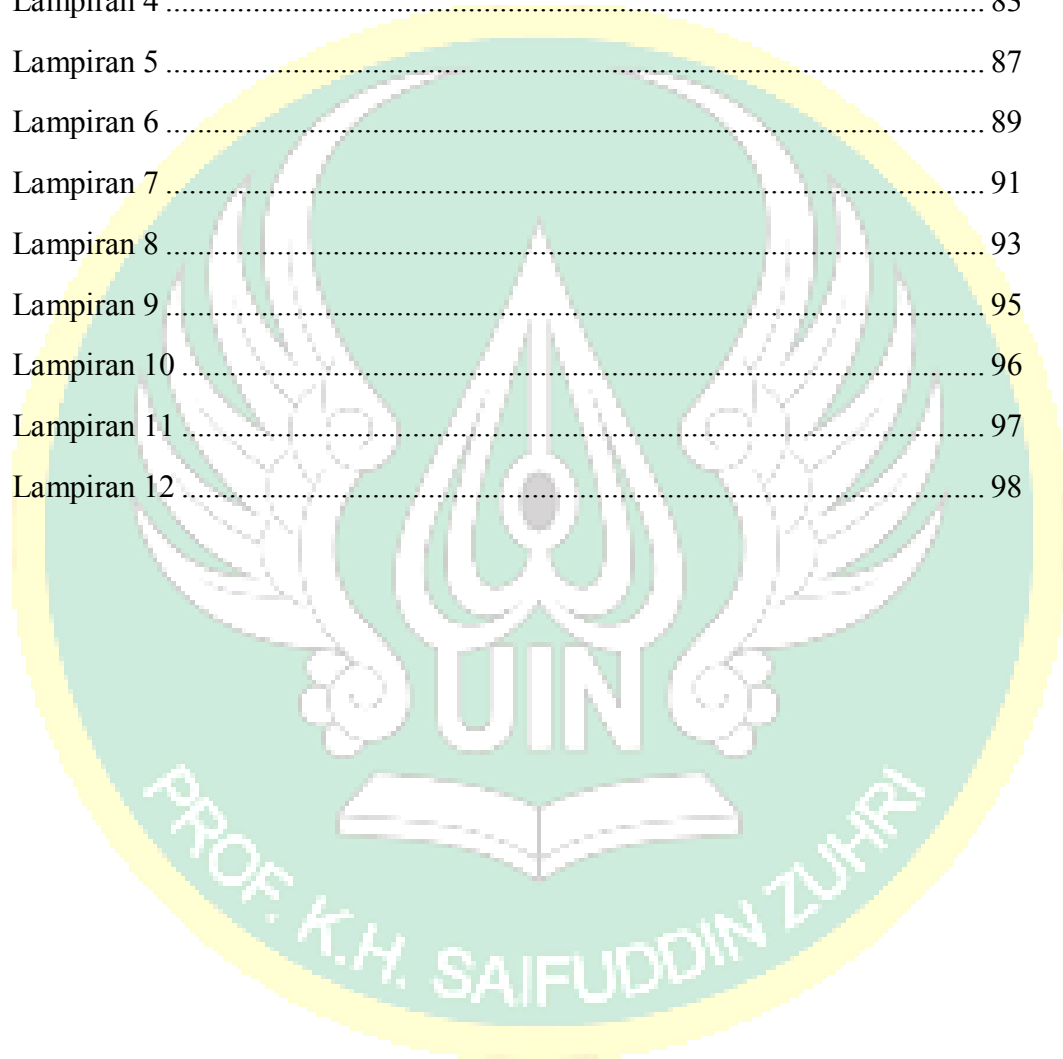
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	22
Gambar 3.1	45
Gambar 4.1	56
Gambar 4.2	67
Gambar 4.3	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	78
Lampiran 2	80
Lampiran 3	82
Lampiran 4	83
Lampiran 5	87
Lampiran 6	89
Lampiran 7	91
Lampiran 8	93
Lampiran 9	95
Lampiran 10	96
Lampiran 11	97
Lampiran 12	98



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pegadaian berdiri menjadi salah satu pemecah di dalam permasalahan keuangan pada masyarakat. Pegadaian sendiri memiliki fungsi berbagai macam pinjaman yang tidak merugikan masyarakat, berbeda dengan masyarakat yang harus meminjam kepada renternir dengan bunga yang tinggi dan dapat merugikan masyarakat yang hendak meminjam. Dikarenakan prosedur dan syarat pengajuan untuk mendapatkan dana di pegadaian cukup sederhana, cepat, dan mudah. Cukup dengan membawa identitas diri dan barang bergerak yang akan dijadikan jaminan, masyarakat sudah dapat mendapatkan dana yang dibutuhkan, baik untuk kebutuhan usaha atau kebutuhan pribadi. Yang menjadi daya tarik dari pegadaian syariah guna menarik minat nasabahnya untuk menggunakan jasa layanannya yaitu produk yang dilekuarkan memiliki karakteristik seperti, tidak menggunakan sistem bunga dalam berbagai bentuk, dan keuntungan diperoleh dari biaya jasa simpan barang yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, biaya tersebut dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman (Maghrifah, 2019).

Awal hadirnya Pegadaian Syariah yaitu dengan adanya pembentukan layanan ganda Syariah di kota-kota yang ada di Indonesia. Pegadaian mulai beroperasi dalam kegiatan operasionalnya dari tahun 2003. Terdapat 611 outlet diseluruh indonesia, yang terdiri dari 528 kantor unit dari 83 cabang yang jumlahnya sudah tersebar dengan tidak merata khususnya yang ada di pulau Jawa karena hal ini tidak terlepas dari cita-cita dari pegadaian untuk membuka cabang di kabupaten-kabupaten seluruh Indonesia. Jumlah ini terjadi terutama di Pulau Jawa yang penyebarannya tidak merata. Terlepas dari

mimpinya, pegadaian ingin memiliki cabang diseluruh kabupaten (Wibowo, 2019).

Dalam bahasa Arab, gadai dikenal dengan istilah *Rahn* yang berarti tetap dan langgeng, penetapan dan penahanan atau menahan. Berasal dari kata *rahanayarhanu-rahnan*, bentuk jamak dari *rihan-ruhun-ruhunun*. Menurut M Syafi'i Antonio Rohan atau Pegadaian dapat diartikan sebagai salah satu harta milik yang ditahan oleh peminjam dengan adanya jaminan yang peminjaman dapatkan dan terima. Jaminan dan kepemilikan barang dengan nilai finansial. *Rahn* berarti menahan sebagian harta peminjam sebagai jaminan atas pinjaman dari peminjam (*murtahin*). Gadai dapat dikatakan sebagai transaksi utang piutang dimana debitur menggadaikan jaminan berupa *real estate* kepada kreditur untuk menjamin hutang pada saat jatuh tempo. Jika debitur tidak dapat melunasi hutangnya, jaminan dapat dijual sebagai pengganti hutang (Muhlis Rasit, 2021)

Pada kitab undang-undang hukum perdata tepatnya pasal 1150 di dalamnya terdapat definisi dari gadai yang didefinisikan sebagai hak yang seseorang dapatkan pada saat melakukan hutang atau dalam bentuk benda bergerak. Penyerahan hutang piutang dalam bentuk benda yaitu kepada orang yang mempunyai hutang sesuai dengan legalitasnya yang tercantum pada peraturan pemerintah nomor 103 tahun 2000 dan juga dari fatwa dsn atau dewan syariah nasional mui majelis ulama indonesia yang dijadikan sebagai rujukan di dalam menjalankan praktek gadai yang sesuai dengan yang sesuai dengan syariah islam, yaitu fatwa No.25/DSN/MUI/III/2002 tentang *rahn* (gadai) yang disahkan pada tanggal 26 juni 2002 dan fatwa No.26 DSN/MUI/III/2002 tentang *rahn* emas (gadai). Menetapkan legalitas yang kuat untuk memungkinkan pegadaian ayariah di indonesian menggunakan gadai dengan sistem syariah, meskipun pegadaian syariah di indonesia belum diatur oleh peraturan perundang-undangan (Wibowo, 2019).

Al-quran, hadis, ijma, fatwa dari DSN MUI menjadi salah satu acuan dalam dasar hukum gadai atau rohen yang di dalamnya terdapat dalil-dalil mengenai gadai syariah. Pada ayat 283 pada surat Al-Baqarah salah satunya menjadi salah satu dasar hukum mengenai gadai syariah atau *rahn*:

يُحْيِي الَّذِي رَبِّي إِبْرَاهِيمَ قَالَ إِذْ أَسْأَلُكَ اللَّهُ آتَاهُ أَنْ رَبَّهُ فِي إِبْرَاهِيمَ حَاجَّ الَّذِي إِلَى تَرَ أَلَمْ
فَأَتِ الْمَشْرِقِ مِنَ الشَّمْسِ يَأْتِي اللَّهُ فَإِنَّ إِبْرَاهِيمَ قَالَ ۖ وَأُمَيْتُ أُحْيِي أَنَا قَالَ وَيُمَيْتُ
الظَّالِمِينَ الْقَوْمَ يَهْدِي لَا وَاللَّهُ ۖ كَفَرَ الَّذِي فَبُهِتَ الْمَغْرِبِ مِنْهَا

Artinya: “Dan jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh orang yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S. Al-Baqarah: 283).

Dengan perkembangan dunia pemasaran yang menimbulkan tingginya tingkat persaingan antara perusahaan di Indonesia, maka perusahaan tersebut berusaha untuk memperkuat dan menciptakan strategi pemasarannya untuk dapat bertahan pada dunia bisnis yang kondisi persaingannya terus meningkat, maka suatu perusahaan harus dapat menguasai pasar dengan menggunakan produk yang telah dihasilkan. Seperti yang dipahami bahwa pemahaman masyarakat dengan adanya Pegadaian Syariah yang terbilang baru ini masih kurang, dari sisi kantor cabangnya yang masih sedikit jika dibandingkan dengan pegadaian yang basisnya konvensional yang sudah berdiri sebelum pegadaian syariah dan memiliki banyak cabang diberbagai wilayah. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran guna menambah pemahaman serta menarik minat nasabah pada produk *rahn* ini. Pemasaran diartikan sebagai salah satu pelaksanaan ataupun perencanaan promosi dan juga penetapan harga maupun distribusi mengenai ide-ide dalam bentuk jasa dan barang yang adanya pertukaran yang diciptakan agar organisasi dan individu dapat merasakan

kepuasan (Fadilah, 2020). Pegadaian Syariah menyiapkan beberapa produk yang sangat membantu masyarakatnya salah satunya yaitu gadai emas, masyarakat juga belum paham betul tentang gadai emas dan masih dibidang sedikit yang menggunakannya.

Tabel 1. 1

Jumlah Nasabah *Rahn* PT. Pegadaian Periode 2018-2022

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	928.094
2019	1.074.680
2020	1.531.425
2021	1.615.993
2022	1.769.673

Sumber: *Annual Report PT Pegadaian 2018-2022*

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa setiap tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 sebanyak 928.094 nasabah, pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebanyak 1.074.680 nasabah, selanjutnya pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebanyak 1.531.425 nasabah, pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebanyak 1.615.993 nasabah, dan yang terakhir pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebanyak 1.769.673 nasabah. Hal ini membuktikan bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan dan minat nasabah pada Pegadaian semakin meningkat.

Pegadaian syariah merupakan perusahaan syariah yang diberi kewenangan oleh Undang-Undang Gadai untuk melakukan kegiatan berupa penyaluran dana kepada masyarakat. Produk berbasis syariah mempunyai ciri seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk, didasarkan pada ayat-ayat Al-qur'an dan sesuai dengan nilai-nilai islam. Produk berbasis syariah mempunyai keistimewaan seperti, dalam transaksi bebas bunga, menggunakan uang sebagai alat tukar. Produk pegadaian syariah terdiri dari, *Arrum* Haji, *Arrum* BPKB, Amanah, *Rahn* (gadai), Multi Pembayaran Online, Kosinyasi

Emas, Tabungan Emas, Mulia. Pada zaman modern ini tidak perlu lagi datang ke kantor tetapi bisa melalui handphone dengan mengunduh aplikasi Pegadaian Syariah Digital sudah bisa menggunakan produk tersebut (Maria, 2019).

Dengan banyaknya produk yang ditawarkan kepada masyarakat, gadai emas (*rahn*) merupakan salah satu produk yang ada di pegadaian syariah, tetapi masih banyak masyarakat yang belum paham betul tentang gadai emas sendiri dan masih terbilang sedikit yang menggunakannya. Gadai emas adalah produk pembiayaan yang jaminannya berupa emas perhiasan atau emas batangan sebagai salah satu alternatif untuk memperoleh pembiayaan dengan cepat. Adanya produk-produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah menjadi salah satu daya tarik untuk menarik minat nasabah dan menjaga loyalitas nasabah. Dengan adanya produk yang diminati oleh nasabah memberikan laba yang lebih besar. Laba tersebut berasal dari aset lancar dan aset tetap. Aset lancar berasal dari pembiayaan dan gadai, sedangkan aset tetap berasal dari barang kaminan produk pembiayaan yang berupa emas (Silviana, 2018). Ditambah dengan adanya aplikasi Pegadaian Syariah Digital menjadikan hal ini dapat menarik minat nasabah, dengan hanya melalui handphone nasabah sudah bisa melakukan transaksi. Saat ini semakin banyak lembaga keuangan perbankan syariah yang memiliki produk *rahn*, sehingga daya saing semakin tinggi antara suatu lembaga dengan lembaga lainnya. Lembaga keuangan syariah menerapkan fasilitas pembiayaan gadai emas dengan memiliki karakteristik yang berbeda dengan lainnya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk menggadaikan emas miliknya (Maghrifah, 2019).

Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto berdiri sejak 2003. Menaungi 5 Unit Pegadaian Syariah (UPS), antara lain: UPS Ajibarang, UPS Jendral Soedirman, UPS Kalierang Bumiayu, UPS Sangkal Putung, UPS Senopi. Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto menggunakan strategi pemasaran bauran marketing mix 7P yang diharapkan dapat mampu menarik minat nasabah dan meningkatkan pemahaman masyarakat pada

produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto dan melakukan strategi lain dengan menyebar brosur kepada masyarakat, mengadakan literasi yang berada di kantor instansi, melakukan open both dengan tujuan memberi informasi dan meningkatkan minat masyarakat mengenai produk gadai yang ada di Pegadaian Syariah. Nasabah pada produk gadai emas sendiri yang berada Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto setiap bulannya mengalami peningkatan sejumlah 1.250 nasabah. Keunggulan dari gadai emas (*rahn*) sendiri adalah memberi pinjaman secara syariah dengan sistem gadai dan menggunakan akad *rahn* yang diberikan kepada nasabah untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif dengan jaminan berupa emas (emas perhiasan, emas batangan) dan berlian yang terkait emas. Dengan prosedur pengajuan yang mudah, pinjaman berjangka waktu selama 4 bulan dan dapat diperpanjang, *marhun bih* dapat diterima oleh nasabah secara tunai atau transfer. *Rahn* bisa dicicil perbulan atau hanya dengan membayar biaya pemeliharaan saja (*mu'nah*).

Hal tersebut sesuai dengan penelitian Gista pada 2022 menjelaskan bahwa buaran pemasaran mempunyai kontribusi yang besar terhadap minat nasabah dalam memilih produk gadai di Pegadaian Syariah. Dengan menggunakan variabel-variabel yang terdapat pada buaran promosi (7p) yaitu, variabel lokasi (*place*), variabel orang/karyawan (*people*), variabel proses (*process*), variabel bukti fisik (*phisycal evidence*), variabel produk, (*product*), variabel harga (*price*), variabel promosi (*promotion*) untuk mempengaruhi kepuasan nasabah atau minat nasabah dalam memilih produk di Pegadaian Syariah (Gista, 2022). Dengan menetapkan strategi pemasaran yang berkelanjutan dapat mengetahui seberapa efektif keberhasilan strategi pemasaran tersebut, untuk mengatasi berbagai kendala yang mungkin timbul dan menjadi acuan untuk merencanakan kegiatan promosi. Kemampuan Sumber Daya Manusia juga perlu diperhatikan, melalui pelatihan dan arahan yang diberikan oleh perusahaan dengan tujuan agar nantinya karyawan paham akan produk yang ada di pegadaian syariah bagian dalam skema memperbaiki dan meningkatkan profesionalitas kerja. Evaluasi juga harus dilakukan untuk

mendengarkan apa yang dikatakan oleh nasabah sehingga nantinya dapat memiliki hubungan yang baik dengan nasabah. Hal ini dilakukan untuk menciptakan kesan yang positif dan sekaligus sebagai bagian dari sosialisasi pemahaman, pengetahuan dan pengenalan produk.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka peneliti berniat untuk mengangkat topik pembahasan ini untuk diteliti dan dikaji lebih lanjut, sehingga menuangkannya ke dalam bentuk skripsi yang berjudul **"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS (RAHN) DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG PASAR WAGE"**.

B. Definisi Operasional

Agar kesalahpahaman dapat dihindari dari pemahaman judul skripsi. Maka terdapat istilah yang terkandung dalam judul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Rahn*) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto". Dengan ini menegaskan hal-hal yang terkandung dalam judul tersebut.

1. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah bentuk upaya dalam pemasaran produk yang berupa jasa dan barang dengan menggunakan rencana atau taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Tujuannya sebagai salah satu peningkatan kualitas di dalam koordinasi dari setiap tim dalam pemasaran untuk anggotanya di dalam pengukuran mengenai standar efektivitas pada pemasaran yang sudah ditentukan oleh perusahaan di dalam pengambilan keputusan yang logis dan juga dapat meningkatkan kemampuan adaptasi dalam perubahan pemasaran. Beberapa ahli mendefinisikan bahwa dalam kepuasan dari pelanggan adalah kunci yang paling penting pada saat melakukan *strategy marketing* (Marissa Grace, 2022). Perusahaan memiliki cara di dalam penerapan dari marketing sesuai dengan karakteristik dan kemampuan dari perusahaan.

Untuk memperoleh hasil yang memuaskan dalam bisnis, tidak lepas dari strategi pemasaran, jika aspek-aspek dalam strategi pemasaran sudah terpenuhi dengan baik maka akan menghasilkan bisnis yang sesuai dengan ekspektasi. Agar mendapatkan kelancaran dalam hal pemasaran, maka harus memenuhi konsep strategi pemasaran yaitu strategi segmenenting, targeting dan positioning (strategi STP), strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, strategi promosi (Annas, 2018). Dengan adanya konsep tersebut dapat menjadikan strategi pemasaran berjalan dengan lancar, akrena konsep tersebut tidak boleh diabaikan jika ingin mendapatkan keuntungan yang besar dan dapat mengembangkan usaha yang dikeloa.

2. Gadai Emas (*Rahn*)

Gadai Syariah diartikan sebagai salah satu penggunaan sistem di dalam pemberian saluran pinjaman yang nantinya menerapkan sistem gadai Syariah yang sesuai dengan syariat Islam. Gadai syariah atau *Ar-rah* diartikan sebagai salah satu program pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan keuangan masyarakat seesuai dengan syaiah islam dengan agunan berupa berlian, emas, perhiasan,elektronik dan kendaraan bermotor (Masrom, 2019).

Gadai pada Pegadaian Syariah menggunakan akad *Rahn* yaitu adanya sebuah perjanjian dengan menahan harta si pemilik dengan jaminan harta yang digadaikan. Barang yang digadaikan bisa diambil kembali apabila hutang sudah lunas. Sedangkan menurut hukum gadai, si peminjam memiliki kewajiban untuk memberikan barang miliknya sebagai agunan kepada Pegadaian Syariah. Dan nantinya Pegadaian Syariah berhak melelang barang yang menjadi jaminan jika tidak ditebus kembali (Rasyid, 2023).

Rahn merupakan produk yang ditawarkan pegadaian syariah dalam bentuk jaminan barang berharga seperti berlian emas maupun surat BPKB yang mana peminjaman ini memiliki jangka waktu sekitar 15 hari di dalam penawarannya. Untuk range dari peminjaman yaitu mulai

dari 50.000 rupiah sampai dengan 1 Miliar dengan waktu peminjaman dikembalikan dalam 4 bulan. Dengan *mu'nah* 0,47%-0,73% per 10 hari, administrasi (*mu'nah akad*) sebesar Rp. 2000 sampai dengan Rp. 125.000. Pengajuan pinjaman memiliki syarat dengan adanya membawa barang menjadi agunan dari jaminan gadai.

3. Minat Nasabah

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa adanya suruhan atau biasanya kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki (Uniyanti, 2018).

4. Pegadaian Syariah

Syariah adalah sumber dari prinsip-prinsip ekonomi Islam, syariah merupakan prinsip yang dijadikan acuan dalam prinsip ekonomi Islam dan merupakan pembedaan yang terdapat dalam ekonomi konvensional. Perkembangan lembaga keuangan berbasis syariah seperti asuransi syariah, pasar modal syariah, leasing syariah, pegadaian syariah dan bentuk bisnis syariah lainnya semakin meingkat pesat. Dengan merebaknya produk berbasis syariah di Indonesia, sektor pegadaian juga semakin berkembang. Gadai atau *rahn* adalah menahan barang jaminan pemilik, baik bersifat materi atau manfaat tertentu, sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima. Barang yang diterima memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian hutang dari barang gadai tersebut apabila pihak yang membayar gadai tidak dapat membayar hutang dengan tepat waktu. Pegadaian syariah menjawab kebutuhan transaksi gadai sesuai dengan

syariah, untuk solusi pendanaan yang cepat, praktis dan mententramkan. Di pegadaian syariah, saat melakukan perjanjian gadai memungkinkan masyarakat muslim untuk menjalankan agama mereka sekaligus melindungi mereka dari mengambil pinjaman berbunga (Muhlis, 2021).

Pegadaian syariah adalah suatu lembaga keuangan umum yang dikelola oleh pegadaian. Pegadaian syariah didirikan atas permintaan masyarakat muslim yang mengharapkan agar pegadaian berpedoman pada prinsip syariah. Oleh karena itu, perusahaan pegadaian umum membuat gebrakan baru dan mencoba bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia untuk mendirikan unit layanan pegadaian syariah. Maka pada tahun 2002, pegadaian bekerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia untuk membentuk unit pelayanan pegadaian syariah berdasarkan akad musyarakah nomor 446/SP300.233/2002, dimana pegadaian memiliki modal 54,5% sedangkan Bank Muamalat Indonesia mengupayakan modal 45,5%. Seiring berjalannya waktu, unit layanan pegadaian syariah berkembang pesat dan misi utamanya adalah membantu masyarakat yang membutuhkan likuiditas dan mengembangkan bisnis UMKM. Dalam pelaksanaannya unit layanan pegadaian syariah berada dibawah pengawasan Dewan Pengawas Syariah yang memantau operasional sehari-hari pegadaian dan bisnis lainnya untuk memenuhi prinsip syariah. Pegadaian syariah juga diatur pada peraturan perundang-undangan yaitu Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 31/POJK.05/2016 tentang pegadaian (Tulasmi, 2020).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai masalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas (*rahn*) yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto dalam upaya meningkatkan minat nasabah?

2. Faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan minat nasabah pada produk gadai emas (*rahn*)?
3. Bagaimana kendala dan upaya yang dihadapi dalam strategi pemasaran produk gadai emas (*rahn*) yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat tujuan yang menjadi tolak ukur dalam sebuah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti menyampaikan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai emas (*rahn*) yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto dalam upaya meningkatkan minat nasabah.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi peningkatan minat nasabah pada produk gadai emas (*rahn*).
3. Untuk mengetahui kendala dan upaya yang dihadapi dalam strategi pemasaran produk gadai emas (*rahn*) yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto.

b. Manfaat Penelitian

Peneliti mempunyai harapan agar penelitiannya dapat memberikan manfaat kepada pembaca berikutnya. Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan agar dapat meningkatkan sistem produk yang ada di Pegadaian Syariah Pasar Wage.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Untuk mendapatkan ilmu pengetahuan yang bertambah sehingga penulis mendapat gambaran nyata tentang teori yang didapat dalam perkuliahan. Diharapkan penulis dapat memberikan wawasan

dan pemahaman tentang strategi pemasaran produk guna untuk meningkatkan minat nasabah pada Pegadaian Syariah. Dan dapat dijadikan referensi sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan pegadaian syariah tentang strategi pemasaran produk untuk meningkatkan minat nasabah terhadap pegadaian syariah. Dan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

E. Kajian Pustaka

Untuk mengetahui bagian mana yang sudah diteliti dan mana yang belum terungkap, maka memerlukan studi pendahuluan untuk menentukan penelitian mana yang akan difokuskan. Penelitian ini tidak lepas dari penelitian terdahulu yang dijadikan pandangan dan referensi, adapun kajian pustaka pada penelitian ini, antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Masrom (2019) yang berjudul “*Strategi Pemasaran gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Ende)*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menggunakan analisis strategi pemasaran dari 4 unsur buaran pemasaran, yaitu *product, price, place, promotion*. Dengan melakukan strategi yang diterapkan, dimungkinkan dapat menambah jumlah nasabah pada setiap tahunnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Fadilah (2020) yang berjudul “*Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah*”. Hasil dari penelitiann ini adalah dalam proses pemasaran akad dan prinsip muamalah islam. Bahwa dalam syariah marketing seluruh proses tidak boleh mengandung sesuatu yang melanggar kesepakatan dan prinsip muamalah islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Tulasmi, Titania Mukti (2020) yang berjudul *“Peran pegadaian Syariah Dalam Literasi Keuangan”*. Metode yang digunakan menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu meningkatkan program literasi keuangan yang dilaksanakan bersamaan dengan program branding produk pegadaian syariah. Program tersebut meliputi pemahaman tentang produk, mekanisme penggunaan produk layanan, manfaat dan risiko penggunaan produk, serta jaminan yang diberikan oleh pegadaian syariah di setiap produk yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nuris Tishwanah, Rasyid Abi Sandi, Nurul Auliyah Bakri (2023) yang berjudul *“Strategi Bauran Pemasaran 4P Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah”*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan memalui observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil dari penelitian ini strategi yang dilakukan menggunakan Bauran Pemasaran 4p meliputi produk dengan kualitas yang baik, strategi harga dengan menawarkan harga bersaing, strategi tempat dengan penentuan lokasi yang strategis, dan strategi promosi dengan melalui berbagai media sosial.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Wida Ainina (2018) yang berjudul *“Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta”*. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu tingkat rasa kepercayaan nasabah kepada Bank Mandiri Syariah semakin tinggi yang menjadikan minat nasabah untuk menabung juga semakin tinggi. Dengan lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan yang baik, hal tersebut juga dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung.

Tabel 1. 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
1	Masrom (2019), <i>“Strategi Pemasaran Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Ende)”</i> .	Tempat Penelitian	-Metode penelitian menggunakan metode kualitatif. -Topik ini membahas strategi pemasaran gadai syariah. -Subjek penelitian karyawan Pegadaian Syariah	Strategi pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Ende untuk produk pegadaian syariah terdiri dari 4 unsur bauran pemasaran yaitu, product, price, place, promotion. Promosi dilakukan melalui iklan, brosur, spanduk, souvenir, personal selling yang dilakukan melalui sosialisasi kepada ibu-ibu yang hendak melakukan pengajian, mendatangi para orang tua yang sedang mengantar anaknya ke sekolah, dan melalui promosi karyawan terhadap keluarga. Dengan strategi yang diterapkan , dimungkinkan untuk meningkatkan jumlah nasabah peaningkatan pertahunnya.
2	Nur Fadilah (2020), <i>“Pengertian, Konsep, dan Strategi</i>	Penelitian Nur Fadillah berfokus	Topik ini membahas tentang	Dalam proses pemasaran syariah sesuai dengan akad dan prinsip

	<i>Pemasaran Syariah</i> ".	pada akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami	strategi pemasaran	muamalah islam. Bahwa dalam syariah marketing seluruh proses tidak boleh mengandung sesuatu yang melanggar kesepakatan dan prinsip muamalah islam.
3	Tulasmi, Titania Mukti (2020), " <i>Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi keuangan</i> ".	Penelitian Tulasmi, Titania Mukti lebih berfokus pada upaya peningkatan literasi keuangan syariah di pegadaian syariah	-Objek penelitian yaitu Pegadaian Syariah. - Menggunakan metode kualitatif	Program yang dilakukan pada penelitian Tulasmi, Titania Mukti bertujuan untuk meningkatkan program literasi keuangan yang dilaksanakan bersamaan dengan program branding produk pegadaian syariah. Program tersebut meliputi pemahaman tentang produk, mekanisme penggunaan produk layanan, manfaat dan risiko penggunaan produk, serta jaminan yang diberikan oleh pegadaian syariah di setiap produk yang digunakan.
4	Nuris Tishwanah, Rasyid Abi Sandi, Nurul Auliyah Bakri (2023),	Penelitian Nuris dkk berofkus pada strategi	- Menggunakan metode kualitatif.	Strategi pemasraan yang dilakukan emnggunakan bauran pemasaran 4p, meliputi strategi produ

	<i>“Strategi Bauran Pemasaran 4p Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah”.</i>	pemasaran yang menggunakan 4p	-Topik ini membahas strategi pemasaran pada produk gadai emas di pegadaian syariah.	dengan kualitas yang baik, strategi harga dengan menawarkan harga bersaing, strategi tempat dengan penentuan lokasi yang strategis, dan strategi promosi dengan melalui berbagai media sosial.
5	Wida Ainina (2018), <i>“Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta”.</i>	-Objek penelitian -Subjek penelitian nasabah yang akan menabung di bank syariah -Metode Penelitian Wida menggunakan metode penelitian kuantitatif	Topik ini membahas minat nasabah	Tingkat rasa kepercayaan nasabah kepada Bank Mandiri Syariah semakin tinggi yaang menjadikan minat nasabah untuk menabung juga semakin tinggi. Dengan lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan yang baik hal tersebut juga dapat mempenharuhi minat nasbaah untuk menabung.

Dari kelima penelitian terdahulu diatas terdapat perbedaan dengan penelitian saat ini. Perbedaan yang terdapat dari penelitian ini yaitu lokasi pada penelitian yang mana penelitian ini berlokasi pada Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto. Penelitian ini juga terdapat strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan minat

nasabah serta mempertahankan nasabah pada Pegadaian Syariah khususnya Cabang Pasar Wage Purwokerto.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan: Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori: Bab ini menjelaskan mengenai kajian pustaka yang akan menjelaskan teori-teori mengenai strategi pemasaran, gadai (*rahn*), minat nasabah, dalam analisis strategi pemasaran gadai (*rahn*) untuk meningkatkan minat nasabah di pegadaian syariah.

Bab III Metode Penelitian: Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian yang digunakan, pemilihan tempat dan lokasi, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, serta analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan: Bab ini membahas dan menguraikan hasil yang diperoleh dalam penelitian, yang berisi gambaran fenomena, deskripsi fenomena, karakteristik responden, analisis data, dan pembahasan hasil pengolahan data.

Bab V Penutup: Bab ini merupakan bagian penutup pada penelitian yang menjelaskan mengenai kesimpulan didapat dari hasil setelah melakukan penelitian, dan saran yang disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti untuk lebih baik kedepannya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) strategi pemasaran merupakan logika pemasaran yang dimana suatu perusahaan melakukan pemasaran untuk menciptakan nilai dan mendapatkan keuntungan dari hubungannya dengan konsumen (Marissa, 2022). Strategi pemasaran berfokus pada target pelanggan. Perusahaan memilih pasar, membaginya menjadi beberapa segmen, memilih pasar yang paling layak dan mengkonsolidasikan kekuatannya di segmen jasa. Perusahaan menciptakan bauran pemasaran, guna menentukan bauran pemasaran yang baik dan dapat mengambil tindakan yang tepat, maka perusahaan melakukan analisis pemasaran terhadap rencana pemasaran dan melaksanakannya. Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai serangkaian upaya yang dilakukan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, karena potensi penjualan suatu proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui.

Pengertian strategi pemasaran menurut beberapa ahli:

- a. Menurut Kuryz (2008), strategi pemasaran adalah program keseluruhan perusahaan untuk mengidentifikasi target pasar dan memuaskan konsumen dengan menggabungkan unsur-unsur bauran pemasaran, produk, distribusi, promosi dan harga.
- b. Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, termasuk strategi rinci yang berkaitan dengan target pasar, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan anggaran pemasaran.
- c. Menurut Tjiptomo strategi pemasaran adalah alat mendasar yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis dengan mengembangkan

keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar yang dimasuki dan menerapkan program pemasaran yang digunakan untuk melayani target pasar.

2. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran

Fungsi Strategi Pemasaran sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan

Strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi para pemimpin perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda.

- 2) Koordinasi pemasaran yang lebih efektif

Strategi pemasaran ini berfungsi menyesuaikan arah perusahaan mengatur sehingga membentuk tim terkoordinasi yang lebih fokus dan efektif.

- 3) Merumuskan tujuan perusahaan

Dengan strategi pemasaran, para pemangku kepentingan bisnis akan terbantu untuk membuat tujuan rinci yang ingin dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

- 4) Pengawasan kegiatan pemasaran

Perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya.

Tujuan strategi pemasaran sebagai berikut:

Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran, berfungsi sebagai alat untuk mengukur hasil pemasaran berdasarkan standar kinerja yang ditentukan, berfungsi sebagai landasan logis dalam pengambilan keputusan pemasaran dan meningkatkan kemampuan beradaptasi merespon perubahan dalam pemasaran.

3. Konsep strategi pemasaran

a) Segmentasi pasar

Perusahaan harus mengklarifikasikan pasar yang sifatnya heterogen ke dalam unit-unit pasar yang homogen.

b) *Market positioning*

Untuk mencapai posisi yang kuat di pasar, harus memilih segmen yang paling menguntungkan.

c) *Market entry strategy*

Cara yang sering dilakukan adalah

- 1) membeli perusahaan lain
- 2) internal development
- 3) kerjasama dengan perusahaan lain.

d) *Marketing mix strategy*

Marketing mix adalah sekumpulan variabel yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi respon konsumen. Dengan variabel antara lain:

- 1) *Product*
- 2) *Price*
- 3) *Place*
- 4) *Promotion*
- 5) *Participant*
- 6) *Process*
- 7) *People*
- 8) *physical evidence*

e) *Timing strategy*

Pemilihan waktu pemasaran sangatlah penting, karena perusahaan harus mempersiapkan diri dengan baik dalam berbagai aspek sektor produksi dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar (Marissa, 2022).

4. Bauran pemasaran (Marketing mix)

Menurut Zaithaml dan Bitner (2008), bauran pemasaran adalah unsur-unsur organisasi perusahaan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dalam pertemuan dan memuaskan konsumen. Menurut Hurriyati (2009) pemasaran jasa memerlukan bauran pemasaran jasa yang diperluas (*expanded marketing for services*) dengan menambahkan unsur-unsur bauran pemasaran *non-traditional marketing mix*, yaitu *people* (orang), *physical edvidence* (sarana fisik) dan *procces* (proses) (Syarifuddin, 2022). Bila diakumulasikan dari 4P ditambah 3P maka menjadi 7P yang dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 1

Elemen-elemen Marketing Mix 7p



Sumber: Data Olahan 2023

Elemen-elemen bauran pemasaran 7P antara lain:

a. Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2008), produk adalah sesuatu yang dapat dijual atau dipasarkan oleh perusahaan kepada konsume untuk dicari, dilihat, dibeli, digunakan dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan keller (2007) mengatakan bahwa secara tradisional, pemasaran mengklasifikasikan produk berdasarkan karakteristiknya khususnya daya tahan, penamian dan tujuan penggunaan (konsumen atau industri). Setiap jenis produk mempunyai strategi bauran pemasaran yang sesuai.

Berdasarkan daya tahan dan wujudnya, produk dapat diklasifikasikan menjadi 3 (tiga) kelompok:

- 1) Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan, seperti sabun.
- 2) Barang tahan lama (*durable goods*) adalah barang-barang berwujud yang iasanya bertahan walaupun sudah lama digunakan berkali-kali, seperti perabotan rumah, pakaian dan sejenisnya.
- 3) Jasa (*services*) adalah produk-produk yang tidak berwujud, tidak terpisahkan, dan mudah habis.

b. Harga

Menurut Kolter dan Armstrong (2012), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk suatu produk, jasa atau sejumlah dari nilai yang ditkarkan untuk memperoleh manfaat yang berkaitan dengan kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pili pembeli. Penetapan harga juga menjadi faktor penting dalam menentukan keuntungan suatu perusahaan.

c. Tempat

Menurut Tjiptono (2006), lokasi adalah tempat dimana suatu perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan tersebut melakukan kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa dengan mengutamakan aspek ekonomi. *Place* (tempat) sebagai salah satu elemen bauran pemasaran, mengacu pada kemudahan konsumen dalam mengakses layanan. Tidak hanya lokasi fisik dari tempat itu tetapi juga mekanisme distribusi yang digunakan agar produk dapat ditawarkan dari titik produksi hingga ke konsumen, lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Karena dengan lokasi yang tepat, suatu titik penjualan akan lebih sukses dibandingkan titik penjualan yang lain yang letaknya kurang strategis,

meskipun keduanya menjual produk yang sama dan juga memiliki jumlah tenaga penjualan yang sama.

d. Promosi

Promosi adalah suatu cara mempromosikan produk agar dapat mencapai target pasar sehingga menghasilkan pendapatan. Menurut Willian J, Stanton (1994) promosi adalah suatu elemen dalam bauran pemasaran suatu organisasi yang berfungsi untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pasar tentang suatu produk atau organisasi yang menjualnya, dengan harapan dapat mempengaruhi emosi, keyakinan atau perilaku konsumen (Syarifudin, 2022).

Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2004), lima sarana utama promosi sebagai berikut:

- 1) Periklanan (*advertising*)
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)
- 3) Hubungan masyarakat (*public relation*)
- 4) Penjualan personal (*personal selling*)
- 5) Pemasraan langsung (*direct marketing*)
- 6) Pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*)

Tujuan kegiatan promosi yaitu sebagai berikut:

- 1) *Informing* yaitu memberikan informasi yang lengkap kepada calon konsumen tentang barang yang akan ditawarkan, siapa penjualnya, siapa memproduksinya, dimana memperolehnya, harganya dll. Informasi yang diberikan dapat berupa tulisan, gambar dan kata-kata yang sesuai dengan situasi.
- 2) *Persauding*, yaitu membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan.
- 3) *Reminding*, yaitu mengingatkan kepada kosumen tentang adanya barang tertentu, yang dibuat dan dijual oleh perusahaan tertentu, ditempat tertentu dengan harga tertentu.

e. Orang (*people*)

Dalam bauran pemasaran ini adalah mereka yang terlibat langsung langsung atau tidak langsung terlibat dalam penjualan produk atau jasa. Yaitu sumber daya manusia yang menjalankan suatu perusahaan, mulai dari direktur hingga karyawan. SDM merupakan aset penting dalam bisnis, oleh karena itu perekrutan karyawan yang tepat harus dilakukan.

f. Sarana Fisik (*Physical adivence*)

Physical adivence adalah segala sesuatu yang dilihat pelanggan perusahaan ketika berinteraksi dengan bisnis, termasuk lingkungan dimana perusahaan tersebut menyampaikan produk atau layanan (baik fisik maupun online), desain ruang, logo dan merek, kemasan produk, kehadiran produk, sosial jaringan, kehadiran media dan banyak lagi.

g. Proses (*process*)

Proses atau prosedur merupakan perjalanan konsumen dalam memilih sebuah merek perusahaan, prosesnya dimulai dari mengenal produk hingga melakukan pembelian, untuk mempercepat proses tersebut maka teknik pemasaran memegang peranan penting dalam membangkitkan minat mereka dalam memilih produk (Syarifudin, 2022).

5. Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah adalah penerapan prinsip-prinsip bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Oleh karena itu, pemasaran syariah didasarkan pada konsep Islam yang diajarkan Nabi Muhammad Saw. Kata syariah berasal dari kata *syara'a al-syai'a* yang berarti menerangkan atau menjelaskan sesuatu. Atau berasal dari kata *syir'ah* dan *syari'ah* yang berarti tempat yang digunakan sebagai sarana penampun air secara langsung sehingga orang yang mengumpulkan air tersebut tidak memerlukan bantuan alat lain. Oleh karena itu, pemasaran syariah merupakan prinsip bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penyampaian, dan perubahan nilai dari suatu indikator kepada

stakeholders-nya, yang sepanjang proses ini sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam islam (Purnama Putra, 2018).

6. Konsep Pemasaran Syariah

Konsep pemasaran syariah menurut Amri (2006) mencakup seluruh aktivitas bisnis termasuk aktivitas penciptaan nilai, penawaran, dan perubahan value yang membantu pencipta mengembangkan dan memanfaatkan mandaatnya atas dasar kejujuran, keadilan, keterbukaan, keikhlasan, mengikuti proses berdasarkan prinsip Islam pada akad bermuamalah Islami. Oleh karena itu, perlu dihindari konsep dan sifat pemasaran yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah, tidak etis, merugikan pihak manapun dan tidak profesional demi menjaga keberlangsungan usaha sekaligus menjadikan bisnis bukan sekedar sarana mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan dunia, tetapi juga untuk memperoleh keberkahan di akhirat (Diana Sari, 2021).

7. Karakteristik Syariah Marketing

a. Teistis (*rabbaniyyah*)

Jiwa seorang pemasar syariah berkeyakinan bahwa syariat yang teitis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang syariat paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, mampu menegah segala bentuk keburukan, paling mampu mewujudkan kebenaran yang hakiki, menghancurkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.

b. Etis (*akhlaqiyyah*)

Ciri lain dari para pemasar syariah selain karena teisisnya (*rabbaniyyah*) adalah mereka mengedepankan masalah etika (moral, etika) setiap aspek aktivitasnya, karena nilai-nilai akhlak dan etika merupakan nilai yang bersifat universal yang diajarkan oleh semua agama.

c. Realistis (*al-waqiyyah*)

Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang fleksibel dan keluasan serta fleksibel hukum syariah Islamiah yang menlandasinya.

Pemasar syariah adalah pemasar yang berpenampilan bersih, rapi dan sopan, apapun gaya atau model pakaian yang dikenakannya, berupaya mengedepankan nilai-nilai agama, ketakwaan, aspek etika dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

d. Humanistis (*insaniyyah*)

Keistimewaan pemasar syariah yang lainnya adalah sifatnya yang humanis universal, yaitu bahwa syariah diciptakan untuk masyarakat guna meningkatkan derajatnya. Sifat kemanusiaannya dipupuk dan dipelihara (Purnama Putra, 2018).

B. Gadai Syariah (*rahn*)

1. Pengertian Gadai Syariah

Gadai atau *Al-rahn* secara bahasa dapat diartikan dengan (*al-stubut, al-habs*) yaitu penetapan dan penahanan. *Al-rahn* adalah menahan salah satu harta milik si peminjam atas pinjaman yang diterimanya, yang mempunyai nilai ekonomis. Dengan cara ini, pihak yang menerima jaminan bahwa ia dapat memulihkan seluruh atau sebagian hutangnya. Sederhananya *rahn* merupakan salah satu jenis jaminan hutang atau gadai. Pemilik barang gadai disebut *rahin* dan peminjam yaitu orang yang mengambil barang tersebut serta menahannya disebut *murhatin*, sedangkan barang yang digadaikan disebut *rahn* (Nuroh, 2021).

Rahn merupakan alternatif sumber pembiayaan berupa pinjaman uang kepada masyarakat yang membutuhkan, berdasarkan prinsip hukum Islam dan menghindari riba atau penambahan pokok hutang dalam jumlah tertentu atau presentase tertentu pada saat pelunasan hutang. Gadai emas merupakan produk pembiayaan yang mengandalkan jaminan berupa emas baik berupa emas perhiasan, emas batangan maupun berlian sebagai alternatif penerimaan uang secara cepat, aman dan mudah. Nasabah dapat meminjam uang dengan cepat tanpa prosedur yang ribet dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Aman dari pihak bank, karena perusahaan memiliki barang jaminan emas yang bernilai tinggi dan relatif stabil dan nilainya cenderung meningkat. Mudah artinya nasabah

dapat memperoleh kembali emas yang digadaikan dengan mengembalikan sejumlah uang yang dipinjam, sedangkan mudah di pihak perusahaan berarti apabila nasabah tidak mampu membayar kembali pinjamannya maka perusahaan dapat menjualnya dengan harga yang bersaing karena nilai emas yang stabil bahkan meningkat (Kurniawati, 2018).

2. Dasar Hukum *Rahn*

Landasan syariah hukum gadai (*rahn*)

a. Al-Qur'an

فَلْيُؤَدِّ بَعْضًا بِبَعْضٍ مِّنْ قِبَلِكُمْ أَتَمَّ مَقْبُوضَةً فَرَهْنٌ كَاتِبًا يَجِدُوا ۚ وَمَنْ سَعَرَ عَلَىٰ كُنُفِهِمْ وَإِن ۖ
 ۖ قَلْبُهُ ءَاتِمٌ فَإِنَّهُ يَكْتُمُهَا وَمَنْ ۖ الشَّهَدَةَ تَكْتُمُوا ۚ وَلَا ۖ رَبَّهُ اللَّهُ وَلَيَتَّقِ ءَامَنَتُهُ أَوْثَمِنَ الَّذِي
 عَلَيْهِمْ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ

Artinya: "Dan jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh orang yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan". (Q.S. AlBaqarah: 283).

b. Hadist

حَدِيثٍ مِنْ دِرْعًا وَرَهْنَهُ أَجَلٍ إِلَىٰ يَهُودِيٍّ مِنْ طَعَامًا اشْتَرَىٰ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولَ أَنْ

Artinya: Sesungguhnya Rasulullah SAW pernah membeli makanan dengan berutang dari seorang Yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya. (HR. Bukhari-Muslim).

c. Ijma

Para ulama sepakat membolehkan perjanjian gadai ini, Jumhur ulama berpendapat bahwa di syariatkan pada waktu tidak berpergian.

d. Landasan *ar-rahn* ini juga berdasarkan fatwa dari Dewan Syariah Nasional No. 25/DSNMUI/III/2002, tanggal 26 Juni 2002 mengatur

bahwa pinjaman-meminjam yang disertai dengan penggadaian harta benda untuk menjamin hutang dalam bentuk rahn itu diperbolehkan.

3. Rukun dan Syarat *Rahn*

Rukun *Rahn* sebagai berikut:

1) Orang yang berakad

Ini adalah dua orang yang membuat berakad (*Rahin*) dan *murtabin* (kreditur menggunakan agunan untuk menjamin utangnya).

2) Ma'qud Alahi

Harta benda yang menjadi barang jaminan dan utang sebagai pinjaman dari *rahin*.

3) Shighat

Lafadz yang terdiri dari ijab dan qabul dari kedua pihak yang melakukan transaksi gadai.

Adapun syarat *rahn* adalah sebagai berikut:

- a) Syarat yang harus dipenuhi oleh dua orang ketika mengadakan suatu akad adalah mereka harus memahami dengan jelas akad yang dilaksanakan, yaitu mereka sudah baligh, berakal sehat, dan tidak gila.
- b) Syarat jaminannya adalah benda itu ada pada saat mengadakan akad berlangsung tetapi sekaligus harus menunjukkan surat-surat yang membuktikan kepemilikan perti harta, tanah, kendaraan, emas, dll. Dan barang yang digadaikan harus berupa barang yang mempunyai nilai harta dalam istilah Islam, maka menggadaikan barang haram seperti khamr (minuman keras) adalah haram. Demikian pula barang tersebut harus utuh, bebas hutang, dipinjamkan, diwariskan, dan tidak mudah rusak.
- c) Syarat-syarat pada shighat (lafadz), lafadz dalam ijab qabul harus harus jelas dan dapat dimengerti oleh pihak yang melakukan akad. Adapun lafadz gadai dapat berupa ucapan

“*saya menggadaikan harta saya*” dll. Boleh juga tanpa lafadz tertentu naman tetap mengindikasikan akad gadai.

- d) Syarat Marhin Bih, marhin bih adalah hak yang diberikan oleh murtahin kepada *rahin* apabila ada akad gadai, ulama selain Hanafiyah berpendapat bahwa marhun bih harus berupa hutang baik hutang atau barang yang dapat dibayar lunas (dikembalikan) serta benda tersebut milik murtahin (Nuroh, 2021).

4. Hak dan Kewajiban Pihak yang Berakad

Ada beberapa hak dan kewajiban dalam pelaksanaan akad pada pegadaian:

a. Penerima gadai

Hak penerima gadai

- 1) Apabila *rahin* tidak dapat melaksanakan kewajibannya pada saat jatuh tempo, maka *murtahin* berhak menjual *marhun*.
- 2) Untuk menjaga keselamatan *marhun*, penggadai berhak mendapat penggantian biaya yang telah dikeluarkan.
- 3) Pemilik pegadaian berhak menahan barang yang digadaikan kepada *rahin*, selama pinjamannya belum dilunasi.

Kewajiban penerima gadai

- 1) Apabila terjadi sesuatu (kehilangan atau cacat) pada *marhun* karena kelalaiannya maka *marhun* harus bertanggung jawab.
- 2) Tidak dapat menggunakan *marhun* untuk keperluan pribadi.
- 3) Sebelum lelang *marhun*, dilaksanakan *rahin* harus diberitahukan

b. Pemberi gadai

Hak penerima gadai

- 1) Setelah melunasi pinjaman, *rahin* berhak atas barang gadai yang diberikan kepada *murtahin*.
- 2) Apabila barang gadai rusak atau hilang karena kelalaian *murtahin*, *rahin* menuntut ganti rugi kepada *marhun*.

- 3) Setelah dikurangi biaya pinjaman dan biaya lainnya, *rahin* berhak menerima sisa hasil penjualan *marhun*.
- 4) Apabila diketahui telah terdapat penyalahgunaan *marhun* oleh *murtahin*, maka *rahin* berhak menuntut *marhunnya* kembali.

Kewajiban pemberi gadai

- 1) Membayar kembali pinjaman yang diterima dan pengeluaran yang ada dalam waktu.
- 2) Jika dalam jangka waktu yang ditentukan *rahin* tidak mampu membayar kembali pinjamannya, maka ia harus merelakan penjualan atas barangnya.

5. Berakhirnya Akad *Rahn*

Pegadaian mempunyai peraturan untuk mengakhiri perjanjian atau membatalkan transaksi, sebagai berikut:

- 1) Barang telah dikembalikan kepada pemiliknya
- 2) *Rahin* membayar utangnya
- 3) Penjualan atas perintah hakim sesuai perintah *rahin*
- 4) Menghilangkan hutang dengan cara apapun

Apabila pegadaian telah menjual barang gadai dan ternyata mempunyai kelebihan atas jumlah yang harus dibayar oleh penggadai, maka kelebihan itu harus diberikan kepada sipegadai. Sebaliknya, meskipun barang yang digadaikan telah terjual dan utang pegadaian belum dilunasi, maka si penggadai tetap wajib membayar kekurangannya (Yuyun, 2021).

6. Ketentuan Pelaksanaan *Ar-rah* dalam Islam

- 1) Kedudukan barang gadai

Selama barang yang digadaikan tetap berada ditangan pemegang gadai, maka kedudukan barang yang digadaikan hanyalah amanat yang diberikan kepadanya oleh pihak penggadai.

- 2) Pemanfaatan barang gadai

Pada dasarnya, baik pemilik maupun penerima gadai tidak dapat mengambil manfaatnya. Sesungguhnya keadaan barang itu

hanyalah jaminan utang dan amanat bagi penerimanya. Jika izin diberikan oleh masing-masing pihak yang berkepentingan, maka barang tersebut boleh dimanfaatkan.

3) Resiko atas kerusakan barang gadai

Para ulama mazhab Syafi'i dan Hambali berpendapat bahwa penerima gadai (*murtahin*) tidak terkena resiko minimalnya harga perak. Penghitungannya dimulai sejak gadai diserahkan kepada *murtahin* sampai hari gadai itu rusak atau hilang.

4) Pemeliharaan barang gadai

Para ulama mazhab Syafi'i dan Hambali berpendapat bahwa biaya pemeliharaan barang gadai ditanggung oleh penggadai dengan alasan barang tersebut tetap menjadi miliknya.

5) Kategori barang gadai

Semua jenis barang digadaikan adalah barang bergerak, mempunyai nilai ekonomis dan mempunyai syarat-syarat tertentu.

6) Pembayaran atau pelunasan hutang gadai

Jika *rahin* tidak dapat membayar hutangnya pada saat jatuh tempo, *rahin* dapat dipaksa oleh *marhun* untuk menjual barang yang digadaikan dan kemudian menggunakannya untuk membayar barangnya.

7) Prosedur pelanggan gadai

Jumhur Fukaha berpendapat bahwa orang yang menggadaikan tidak boleh menjual atau menghibahkan barang yang digadaikan, sedangkan penerima gadai boleh menjual barang tersebut dengan syarat jatuh tempo pihak penggadai tidak dapat melunasi kewajibannya.

7. Manfaat Gadai (*rahn*)

- 1) Mencegah kemungkinan nasabah ceroboh atau memperlakukan sarana keuangan yang disediakan.
- 2) Memberikan kewanjaan kepada semua penabung dan penitip, bahwa uangnya tidak akan hilang jika peminjam gagal memenuhi janjinya karena suatu asset atau barang (*marrhun*) yang dipegang oleh perusahaan.
- 3) Jika *rahn* diterapkan dalam mekanisme pegadaian, ada beberapa barang yang justru membantu kita yang kesulitan finansial (Hariani, 2020).

8. Perbedaan Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional

Perbedaan Akad Kredit Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional adalah:

- 1) *Rahn* dalam hukum Islam dilakukan dengan suka rela atas dasar tolong menolong tanpa mencari keuntungan, sedangkan gadai menurut hukum perdata selain prinsip tolong menolong juga menarik keuntungan dengan cara menarik bunga atas sewa modal yang ditetapkan.
- 2) Dalam hukum perdata, hak gadai berlaku terhadap benda yang bergerak, sedangkan menurut hukum Islam *rahn* berlaku pada seluruh harta benda, baik harta yang bergerak maupun yang tidak bergerak. Dalam hukum perdata, jaminan positif dengan benda tidak bergerak seperti tanah, kapal laut, dan pesawat udara disebut dengan hak tanggungan, sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 4 Tahun 1996 (Suryati, 2021).

Perbedaan yang mendasar dari teknik yang harus dibayar oleh pegadaian syariah dan pegadaian konvensional, yaitu:

- 1) Pada pegadaian konvensional, jumlah tambahan yang harus dibayar nasabah disebut sewa modal, yang dihitung dari pinjaman.

- 2) Pegadaian konvensional hanya melaksanakan akad perjanjian utang piutang dengan jaminan barang bergerak, dimana dalam pandangan hukum konvensional, adanya jaminan dalam gadai bersifat *accessoris*, sehingga pegadaian konvensional tidak dapat melakukan penahanan barang jaminan. Berbeda dengan pegadaian syariah, mensyaratkan secara mutlak keberadaan barang jaminan untuk membenarkan penarikan biaya penitipan.
- 3) Biaya administrasi pegadaian konvensional dihitung secara presentase berdasarkan barang, sedangkan biaya administrasi pada pegadaian syariah menurut ketentuan berdasarkan jenis barang.
- 4) Pegadaian konvensional jika waktu pengembalian melebihi kesepakatan, maka barangnya akan dilelang kepada masyarakat. Sedangkan pada pegadaian syariah apabila jangka waktu pengembalian melebihi perjanjian, barang dijual kepada masyarakat.
- 5) Pegadaian konvensional jika uang kelebihan dalam setahun tidak di ambil maka jumlah tersebut menjadi milik pegadaian, sedangkan pada pegadaian syariah jika uang dalam setahun tidak diambil maka diserahkan kepada lembaga ZIS (zakat, infak, shadaqoh) (Rosdiana, 2022).

C. Gadai Emas Syariah

1. Pengertian Gadai Emas Syariah

Gadai Emas Syariah adalah pemberian pinjaman secara syariah dengan agunan emas berupa emas perhiasan atau emas batangan dan berlian yang dikaitkan dengan emas sebagai sistem gadai bagi seluruh golongan nasabah untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif mereka (Aisy, 2022).

Gadai emas mempunyai ciri khas dibandingkan dengan barang gadai lainnya. Emas merupakan salah satu logam mulia yang bernilai tinggi dan harga yang relatif stabil, bahkan selalu mengalami

perkembangan prositif setiap tahunnya. Emas juga merupakan salah satu barang atau harta yang dapat dimiliki oleh siapa saja, apalagi emas dalam bentuk perhiasan (Hariani, 2020). Ketika seseorang membutuhkan uang, ia dapat dengan mudah menggadaikan perhiasannya di pegadaian atau bank syariah. Begitu ia bisa melunasi utangnya, ia akan bisa mendapatkan kembali perhiasannya. Artinya seseorang dengan mudah mendapatkan uang tanpa harus menjual emas atau perhiasan yang dimilikinya.

2. Fatwa DSN MUI tentang gadai Emas (Rahn)

a. Fatwa No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn

Adapun isi dari Fatwa DSN-MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 adalah sebagai berikut:

Pertama: Hukum

Bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut.

Kedua: Ketentuan Umum

- 1) *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua utang *rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
- 2) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin*, pada prinsipnya, *marhum* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* kecuali seizin *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhm* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
- 3) Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahin*.
- 4) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.

5) Penjualan *marhun*

- a. Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi hutangnya.
- b. Apabila *rahin* tetap tidak dapat melunasi hutangnya, maka *marhun* dijual paksa melalui lelang sesuai syariah.
- c. Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.
- d. Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.

Ditetapkan: Jakarta, 12 Rabiul Akhir 1432 H/26 Juni 2002 M.

b. Fatwa No.26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas

Pertama:

- 1) *Rahn* emas dibolehkan berdasarkan prinsip *rahn*
- 2) Ongkos dan biaya penyimpanan (*marhun*) ditanggung oleh pegadai (*rahin*)
- 3) Biaya penyimpanan barang (*marhun*) dilakukan berdasarkan akad ijarah.

Kedua:

Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika dikemudian hari ternyata terdapat keliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan: Jakarta, 14 Muharram 1432 H/28 Maret 2002 M
(Rosdiana, 2022).

3. Rukun Gadai Emas Syariah

Rukun Gadai Emas Syariah antara lain:

- a. Orang yang menggadaikan (*rahin*)
Berakal, baligh, dapat dipercaya, dewasa, dan memiliki barang yang akan digadaikan.
- b. Orang yang menerima gadai (*murtahin*)

Suatu lembaga, bank, atau orang yang dipercaya *rahin* untuk mendapatkan modal menggunakan barang yang dijadikan agunan.

c. Barang yang akan digadaikan (*marhun*)

Barang yang dianggap mampu dijadikan jaminan *rahin* untuk memperoleh pinjaman atau hutang.

d. Utang (*marhun bih*)

Sejumlah dana yang diberikan *murtahin* kepada *rahin* berdasarkan taksiran harta benda yang digadaikan.

e. Sighat, ijab dan qabul

Perjanjian antara *rahin* dan *murtahin* untuk melakukan transaksi gadai.

4. Persyaratan Pengajuan Gadai Emas

- a. Fotocopy KTP, atau identitas resmi lainnya.
- b. Membawa *marhun* (barang jaminan) berupa emas perhiasan, emas batangan, atau berlian
- c. Menandatangani Surat Bukti Rahin (SBR)

5. Tata Cara Pengajuan Gadai Emas

- a. Siapkan syarat dan ketentuan yang diperlukan untuk pengajuan pembiayaan *rahna*
- b. Nasabah datang ke outlet atau cabang Pegadaian Syariah dengan membawa *Marhun* (barang jaminan berupa emas)
- c. *Marhun* dari nasabah selanjutnya akan ditaksir harganya oleh penaksir atau petugas Pegadaian Syariah
- d. *Marhun Bih* akan langsung diterima nasabah secara tunai maupun non tunai.

D. Minat Konsumen

1. Pengertian Minat Konsumen

Menurut Mowen dalam Oliver (2006) minat beli muncul dari proses belajar dan berpikir untuk membentuk persepsi. Kemudian minat beli akan motivasi yang terus menerus tersimpan dalam benak nasabah dan menjadi keinginan yang kuat pada akhirnya memenuhi kebutuhan hingga kepuasannya (Andespa, 2017).

Menurut Assael (2001) minat konsumen adalah mengacu pada kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan terkait, yang diukur dengan kemungkinan konsumen membeli merek tersebut (Hamdani, 2021).

Menurut Achiffman dan Kanuk (2007) perilaku konsumen adalah studi tentang proses yang terjadi ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau menghentikan penggunaan produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi keinginan tertentu (Mashur, 2016). Dari pengertian di atas menurut beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah perasaan tertarik terhadap suatu hal tanpa adanya suruhan dari orang lain, minat beli ini merupakan proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen yang menghubungkan dengan keinginan atau kebutuhan sehari-hari.

2. Minat Konsumen Menurut Perspektif Islam

Islam menginginkan manusia untuk mencapai dan memelihara kebahagiaannya. Model konsumsi saat ini lebih menekankan pada kepuasan keinginan material dibandingkan aspek kebutuhan yang lainnya. Perilaku konsumwn muslim berdasarkan persyaratan Al-Quran dan Hadits harus didasarkan pada rasionalitas yang sempurna dan menggabungkan keyakinan akan kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini. Karena rasionalitas konsumsi berpihak pada individualisme dan kepentingan pribadi, keseimbangan umum tidak dapat dicapai. Yang terjadi adalah munculnya berbagai kesenjangan antar faktor sosial ekonomi yang berbeda. Pemenuhan kebutuhan, bukan kepuasan atau

keinginan merupakan tujuan dari kegiatan ekonomi Islam dan upaya untuk mencapai tujuan tersebut merupakan bagian dari kewajiban dalam beragama (*maslahah*).

3. Perilaku Daya Beli Konsumen Menurut Pandangan Islam

Islam mengatur segala tingkah manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup. Begitu pula dalam hal konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia melakukan aktivitas konsumsi yang bermanfaat bagi kehidupannya. Islam telah mengatur kehidupan manusia melalui Al-Quran dan Hadits agar manusia terhindar dari sifat-sifat tercela akibat perilaku konsumsinya.

Ayat yang menjelaskan tentang diperbolehkannya jual beli dan melarang riba terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَفْهَمُ كَمَا إِلَّا يَفْهَمُونَ لَا الرَّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ
الرَّبَا وَحَرَّمَ اللَّهُ وَأَحَلَّ ۖ الرَّبَا مِثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ ۖ الْمَسَّ
عَادَ وَمَنْ ۖ اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَا فَلَهُ فَاَنْتَهَى رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةً جَاءَهُ فَمَنْ ۖ
خَالِدُونَ فِيهَا هُمْ ۖ النَّارِ أَصْحَابُ فَأُولَئِكَ

Artinya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (Al-Baqarah: 275)

Di era globalisasi dan pasar bebas seperti saat ini, berbagai macam barang dan jasa dengan ratusan merek membanjiri pasar Indonesia. Persaingan antar merek setiap akan semakin sengit untuk merebut hati konsumen. Bagi konsumen, pasar menawarkan berbagai macam pilihan

produk dan merek. Konsumen bebas memilih dan memutuskan berbagai produk dan merek yang akan mereka beli. Konsumen akan menggunakan banyak kriteria yang berbeda-beda untuk membeli produk dan merek tertentu, seperti membeli produk berdasarkan kebutuhan, selera, dan daya belinya, konsumen akan tentu memilih produk yang berkualitas lebih baik dan harga yang lebih murah. Dengan demikian perilaku konsumen dalam Islam digerakkan oleh motif pemenuhan kebutuhan (*need*) untuk mencapai masalah maksimum (*maximum masalah*).

Hal ini berbeda dengan pandangan perilaku konsumsi dalam ekonomi konvensional yang cenderung untuk memaksimalkan kepuasan-kepuasan (*utility*) ini, maka terlebih dahulu perlu dipahami perbedaan antara kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*).

a. Kebutuhan dan keinginan

Kebutuhan (*need*) ini terkait dengan segala sesuatu yang perlu dipenuhi agar objek dapat berfungsi dengan sempurna. Kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia dapat berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia dibandingkan makhluk hidup lainnya. Keinginan (*want*) mengacu pada hasrat atau harapan seseorang yang jika dipuaskan belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia atau barang. Keinginan manusia didorong oleh sesuatu kekuatan dari dalam diri manusia (*inner power*), yang disebut dengan hawa nafsu (*nafs*) yang bersifat individual dan seringkali tidak selalu sesuai dengan rasionalitas Islam. Sifat keinginan manusia berbeda-beda sehingga keinginan manusia satu dengan lainnya berbeda-beda juga.

b. Masalah dan utility

Islam mengakui masalah masih mempunyai ruang subjektivitas, namun setidaknya dapat dikatakan bahwa konsep masalah lebih obyektif dibandingkan dengan konsep utility, karena beberapa alasan sebagai berikut:

- 1) Masalah relatif lebih obyektif karena didasarkan pada pertimbangan yang obyektif (kriteria kehalalan dan kebaikan) untuk dapat memutuskan apakah suatu benda ekonomi mempunyai masalah atau tidak. Misalnya minuman keras (*kamr*) bagi umat Islam haram karena dilarang agama, karena madaratnya lebih besar dari masalahnya, yaitu dapat membahayakan akal (kesehatan). Sementara itu, dalam konsep utility, minuman keras juga mempunyai utilitas (manfaat) walaupun hanya bersifat relatif, tergantung keadaan masing-masing individu.
- 2) Masalah individu relatif konsisten dengan masalah sosial, sedangkan utilitas sosial tidak. Misalnya, minuman keras sebuah kenyamanan bagi individu yang menikmatinya namun tidak memiliki utilitas sosial.

c. Prefensi konsumsi islam

Adapun prefensi konsumsi dan pemenuhan kebutuhan manusia sebagai berikut:

- 1) Mengutamakan akhirat dibandingkan dunia
- 2) Konsisten dalam mengutamakan pemuasan kebutuhan
- 3) Memperhatikan etika dan norma

d. Etika konsumsi islam

Perilaku konsumen dalam islam selain berpedoman pada prinsip dasar rasionalitas dan perilaku konsumsi seperti yang telah dijelaskan diatas, juga harus memperhatikan etika dan norma dalam konsumen Islam Standar etika konsumsi islam ini bersumber dari Al-quran dan as-Sunnah. Al-quran juga menggunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan yaitu *khayr* (keadilan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui), dan *taqwa* (ketaqwaan) (Nugroho, 2019).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) karena informasi dan data yang diperlukan didapatkan dari lapangan penelitian. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dengan peneliti ikut serta secara langsung di lapangan, mencatat dengan tepat apa yang terjadi, membuat analisis reflektif terhadap dokumen yang ditemukan di lapangan dan menyusun laporan secara terperinci. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Mamik, 2015).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung pada bulan April 2023 hingga selesai. Lokasi yang akan dijadikan tempat untuk penelitian adalah Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto yang beralamat di Windusara, Karangklesem, Kec. Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas. Jawa Tengah 53144.

C. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu pimpinan dan para karyawan yang ada di Pegadaian Syariah yang menjadi sumber informasi akurat tentang kondisi dan kejadian di lokasi penelitian.

b. Ojek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu analisis strategi pemasaran produk gadai emas (*rahn*) dalam upaya menarik minat nasabah di pegadaian syariah.

c. Sumber Data

1) Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Mamik, 2015). Data primer dapat diperoleh dengan cara observasi atau wawancara dengan para karyawan yang berada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Mamik, 2015). Data sekunder dapat diperoleh melalui kajian teori, data jumlah nasabah yang menggunakan produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto. Sehubungan dengan data penelitian diperoleh atau diambil dari buku dan jurnal, serta dokumen lain yang mendukung data primer.

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Mamik, 2015). Untuk mendapatkan informasi yang akurat dan kebenaran ilmiah yang bersifat obyektif, rasional dan mudah dipahami, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, tujuan dan perasaan (Mamik, 2015). Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan ketika

penelitian tentang perilaku manusia, proses kerja, dan fenomena alam. Dalam hal ini penelitian melakukan penelitian secara langsung melalui kunjungan kepada para pegawai yang berada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2018). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengetahui hal-hal apa yang perlu diselidiki dan ketika peneliti ingin mendapatkan informasi yang lebih rinci tentang responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya lebih sedikit. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara terstruktur kepada para pegawai yang berada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2018). Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data seperti data tertulis yang berisi informasi dan penjelasan yang sesuai dengan masalah peneliti. Dalam hal ini peneliti menggunakan alat-alat bantu seperti handphone, perekam audio, perekam video, dan pengambilan foto yang dapat digunakan untuk dokumentasi penelitian.

E. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, keabsahan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode triangulasi. Tujuan dari triangulasi adalah mengecek sebuah kebenaran dari data yang didapatkan kemudian membandingkan dengan data yang didapat dari sumber lain dari pada melakukan penelitian di lapangan dengan waktu yang berbeda. Dengan membandingkan hasil

diantara dua penelitian atau lebih dan menggunakan teknik berbeda merupakan salah satu cara melakukan triangulasi. Triangulasi adalah teknik keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data itu (Mamik, 2015).

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi.

1) Triangulasi sumber

Melakukan pengecekan data informasi dari berbagai sumber hasil wawancara, arsip, dan dokumen.

2) Triangulasi Teknik

Dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data kepada sumber yang sama.

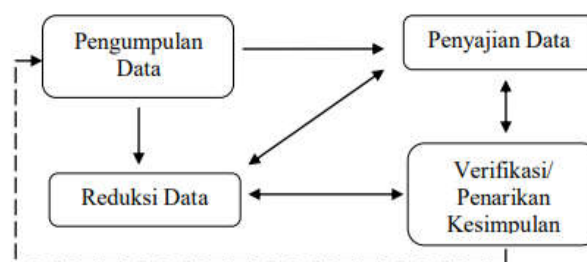
3) Triangulasi Waktu

Data didapatkan dengan teknik wawancara, observasi dilakukan pada pagi, siang maupun sore.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan lanjut hingga akhir. Analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis data model Miles Huberman, yang meliputi Reduksi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (Sugiyono, 2018).

Gambar 3. 1
Model Interaktif Teknik Analisa Data



Sumber: Data Olahan 2023

Adapun model interaktif yang dimaksud sebagai berikut :

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

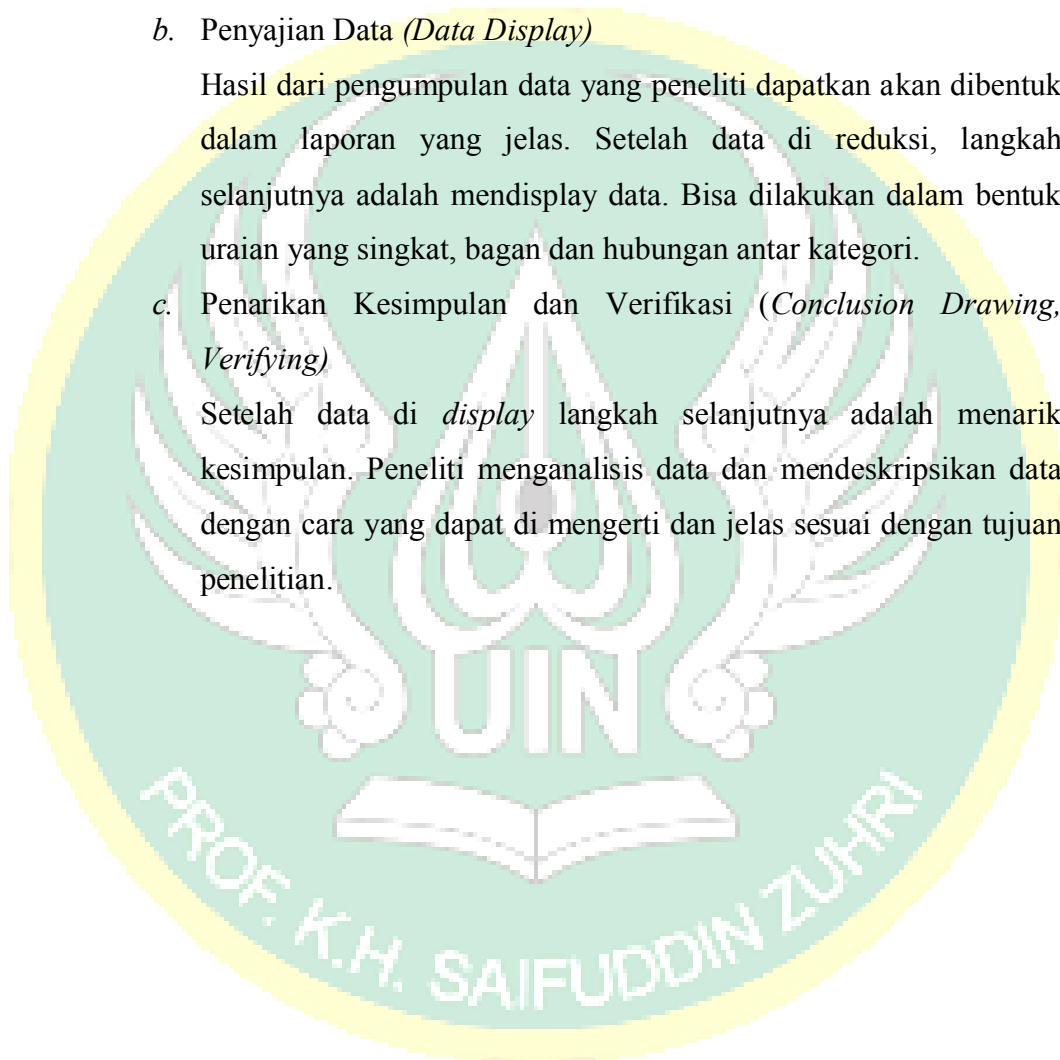
Reduksi data adalah proses pemilihan, penyesuaian, dan penyederhanaan data yang diperoleh di lapangan. Reduksi data dilakukan selama penelitian berlangsung di lapangan hingga penyusunan laporan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Hasil dari pengumpulan data yang peneliti dapatkan akan dibentuk dalam laporan yang jelas. Setelah data di reduksi, langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Bisa dilakukan dalam bentuk uraian yang singkat, bagan dan hubungan antar kategori.

c. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing, Verifying*)

Setelah data di *display* langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan. Peneliti menganalisis data dan mendeskripsikan data dengan cara yang dapat di mengerti dan jelas sesuai dengan tujuan penelitian.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

1. Sejarah PT. Pegadaian Cabang pasar Wage Purwokerto

Berdirinya Pegadaian Syariah di latarbelakangi oleh keinginan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam untuk menerapkan syariat Islam dalam kehidupannya, termasuk dalam bidang gadai. Masyarakat mengharapkan transaksi gadai dapat memenuhi prinsip syariah, terlebih didukung oleh kebijakan pemerintah dalam mengembangkan lembaga keuangan berbasis syariah. Awal berdirinya Pegadaian Syariah pada bulan Januari tahun 2003 pertama kali Pegadaian Syariah di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS). Hingga saat ini sudah terdapat 611 outlet diseluruh Indonesia, yang terdiri dari 528 kantor unit dari 83 cabang (Wibowo, 2019).

PT. Pegadaian Syariah Pasar Wage merupakan gabungan barang jaminan yang sebagian besar merupakan jaminan perhiasan atau emas. Pegadaian Syariah menerapkan syariat islam, hal ini berdampak pada perilaku kerja karyawan, mulai dari satpam, staf hingga manajernya, mereka mulai belajar langsung tentang peraturan syariah walaupun prosedurnya sama dengan gadai konvensional, dalam hal ini mereka harus melakukan upaya sosialisasi sistem syariah kepada masyarakat, jangan sampai mereka beralih ke lembaga lain karena perubahan sistem, terutama kepada bagi mereka yang menggunakan jasa pegadaian. PT. Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage saat ini menaungi 5 Unit Pegadaian Syariah (UPS), antara lain: UPS Ajibarang, UPS Jenderal Soedirman, UPS Kalierang Bumiayu, UPS Sangkal Putung, UPS Senopati. Kantor Pegadaian Syariah Pasar Wage memiliki halaman parkir yang cukup luas, brankas dengan pengamanan yang berlapis, gudang barang agunan dengan kapasitas 10 unit, gudang sepeda motor dengan kapasitas 30 unit, dan memiliki pegawai berjumlah 11 orang yang terdiri dari deputi bisnis kantor area Purwokerto, pimpinan kantor cabang Purwokerto, bagian

Frontliner yang terdiri dari penaksir, penyimpan agunan dan kasir, bagian *bussines process outsorching* yang terdiri dari *relation office* (RO), sales professional (SP), dan mikro, bagian keamanan dan *cleaning service*.

2. Visi dan Misi Pegadaian Ssyariah Pasar Wage Purwokerto

a. Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasisgadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

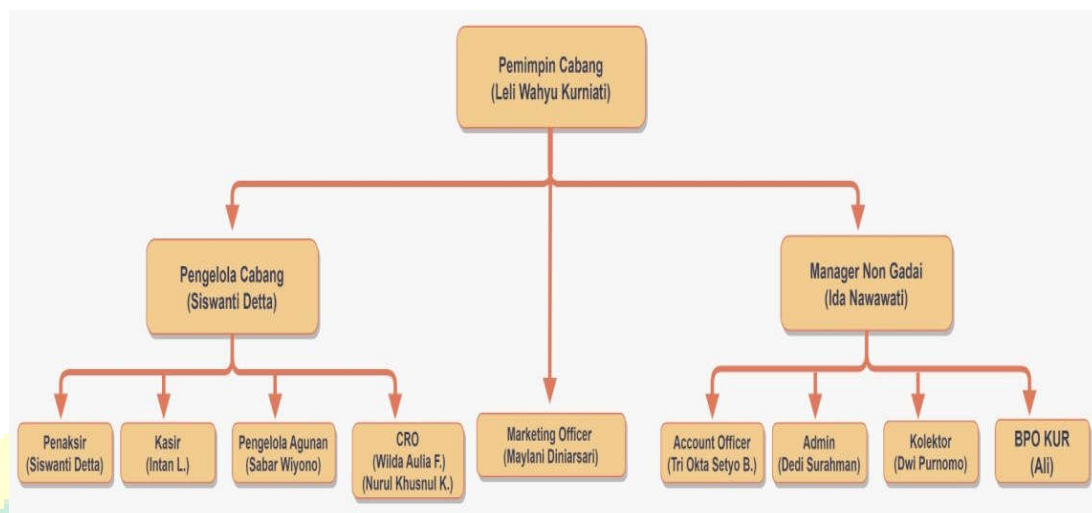
b. Misi

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

3. Sturuktur Organisasi Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto 2023

Susunan struktur organisasi dalam suatu perusahaan sangatlah penting, karena dalam struktur kita dapat mengetahui tugas dari masing-masing jabatan. Setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi untuk mencapai setiap target yang menjadi tujuan perusahaan tersebut tidak terkecuali Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto. Pegadaian syariah Pasar Wage Purwokerto mempunyai struktur organisasi yang melibatkan seluruh SDM yang akan akan bertanggung jawab atas tugas dan kewajibannya masing-masing, berperan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto



Sumber : Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

Struktur organisasi Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto terdiri dari:

1. Pimpinan Cabang (Leli Wahyu Kurniati)

Tugas dari pimpinan cabang yaitu sebagai berikut:

- a) Mengelolarencana kerja anggota berdasarkan arefensi yang telah ditetapkan.
- b) Merencanakan, mengatur, melaksanakan dan mengendalikan operasionalgadai emas, mengatur penugasan, mengelola agunan yang bermasalah (taksiran bernilai tinggi, rusak dan palsu), memantau aset agunan, mpengelolaan modal kerja, melakukanpemasaran dan jaminan pelayanan pelanggan, serta pengendalian fasilitas dan infrastruktur.
- c) Mengkoordinasikan melaksanakan tugas kerja bawahan.
- d) Membimbing bawahan dalam rangka pembangunan pengamanan.
- e) Mengatur pengaturan bisnis dan kantor cabang pegadaian syariah dan ups (Runiawati, 2018).

2. Pengelola Cabang (Siswanti Delta)

Tugas dari pengelola cabang adalah sebagai berikut:

- a) Mengkoordinasikan, melaksanakan dan memantau kegiatan operasional perusahaan.
- b) Mengelola masalah jaminan dan jaminan setelah habis masa berlakunya
- c) Melaksanakan pemeriksaan dan pengawasan sesuai rencana terhadap aset agunan yang masuk
- d) Mengkoordinasikan dan mengawasi pengelolaan administrasi sarana, prasarana kegiatan, keamanan, ketertiban dan kebersihan dengan membuat laporan kegiatan operasional perusahaan sarana dan prasarana, keamanan, ketertiban dan kebersihan secara pembuatan laporan kegiatan operasional perusahaan
- e) Merencanakan dan menyiapkan jaminan yang akan disimpan untuk tujuan keamanan
- f) Melakukan penaksiran barang jaminan untuk mengetahui mutu dan nilai barang serta bukti kepemilikan serta menentukan golongan taksiran dan uang jaminan
 - a. Penaksir (Siswanti Detta)

Penaksir bertanggung jawab mengevaluasi barang jaminan untuk menentukan kualitas dan nilai aset sesuai peraturan yang berlaku untuk mencapai taksiran dan jumlah pinjaman yang wajar.
 - b. Kasir (Intan L)

Kasir bertanggung jawab menerima, menyimpan dan mendistribusikan serta membeli barang sesuai dengan peraturan yang berlaku untuk menjamin kelancaran operasional kantor.
 - c. Pengelola Agunan (Sabar Wiyono)

Pengelola agunan bertugas sebagai berikut:

 - 1) Melakukan pemeriksaan keadaan gudang penyimpanan barang gadai.
 - 2) Menerima barang gadai dari petugas yang berwenang.
 - 3) Merawat barang gadai dan gudang penyimpanan agar dalam keadaan baik dan aman.

- 4) Melakukan pengelompokan barang gadai sesuai dengan waktu peminjaman.
 - 5) Melakukan pencatatan mutasi penerimaan atau pengeluaran semua barang gadai yang menjadi tanggung jawabnya.
- d. CRO atau Customer Relationship Officer (Wilda Aulia F dan Nurul Khusnul K)

CRO bertugas untuk menyampaikan informasi, menerima komplain, melakukan follow up ke nasabah, dan menjaga standarisasi layanan sert amendata nasabah

3. Marketing Officer (Maulani Diniarsari)

Marketing Officer bertanggung jawab untuk mengembangkan rencana dan program kegiatan pemasaran produk yang akan disampaikan ke pasaran dengan merencanakan kampanye oggline atau online, bekerjasama dengan tim untuk mendukung kelancaran rencana operasional, denga melakukan sosialisasi produk atau layanan kepada konsumen, dengan berkolaborasi secara aktif degan pihak terkait untuk meningkatkan pejualan produk.

4. Manager Non Gadai (Ida Nawawati)

a. Account Officer (Tri Okta Setyo B)

Bertugas melakukan pengelolaan produk dan kredit. Seperti menawarkan dan memnerikan produk uang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

b. Admin (Dedi Surahman)

Bertugas melaksanakan dan membantu memonitoring, mengevaluasi kegiatan kehumasan dan protokoler dengan menyusun laporan.

c. Kolektor (Dwi Purnomo)

Bertugas melakukan pengecekan terhadap nasabah yang mengalami angsurn tidak tepat waktu dalam pembayaran yang telah disepakati, membuat dan mengirimkan surat penagihan kepada pihak kreditur.

d. BPO KUR (Ali)

Bertugas menganalisa pasar yang menjadi target sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku dan mampu melakukan riset dalam menentukan pemberian kredit, menguasai digitalisasi dalam proses penyebarluaskan produk, menerima dan bertanggung jawab atas kelengkapan dokumen yang diberikan oleh nasabah serta memastikan sudah benar dan lengkapnya.

4. Produk-produk Pegadaian Syariah

a. *Rahn* (gadai syariah)

Rahn adalah produk yang memberikan solusi pencairan cepat pinjaman tunai. Pinjaman bisa didapatkan mulai dari Rp.50.000 sampai dengan 1M dengan jangka waktu pinjaman maksimal 40 hari. Nasabah yang ingin meminjam uang dengan produk ini hanya perlu membawa barang jaminan (agunan) berupa perhiasan emas, bpkp, dan barang berharga lainnya. Persyaratan yang perlu dibawa hanya melampirkan fotocopy kartu identitas resmi (KTP) dan menyerahkan barang jaminan.

Persyaratan pengajuan pembiayaan produk rahn sebagai berikut:

1. Fotocopy KTP atau kartu identitas resmi lainnya
2. Memiliki marhum (barang jaminan)
3. Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli
4. Nasabah menandatangani Surat Bukti Rahn (SBR)

b. Amanah

Produk ini lebih diperuntukan kepada nasabah (karyawan tetap/pengusaha mikro) yang ingin memiliki kendaraan pribadi secara syariah, kendaraan impian dapat diangsur dengan prinsip syariah dan melalui proses pembiayaan yang mudah.

Keunggulannya yaitu prosedur pengajuan mudah dan cepat. Dengan jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan. Bagi nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan ini, pihak nasabah harus membayar uang muka

minimal sebesar 10% untuk kendaraan bermotor dan 20% untuk kendaraan bermobil.

Persyaratan pengajuan pembiayaan produk Amanah sebagai berikut:

1. Pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun.
2. Melampirkan kelengkapan fotocopy KTP (suami/istri), fotocopy SK Pengangkatan sebagai pegawai/karyawan tetap, rekomendasi atasan langsung, slip gaji 2 bulan terakhir.
3. Mengisi dan menandatangani form aplikasi Amanah.
4. Membayar uang muka yang disepakati minimal 10% untuk motor dan 20% untuk mobil.

c. Arrum BPKB

Arrum BPKB dari pegadaian syariah adalah jenis pembiayaan pegadaian syariah yang diperuntukan kepada nasabah berupa pembiayaan syariah untuk usaha mikro dan menengah (UMKM) dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor atau memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB kendaraan.

Persyaratan pengajuan pembiayaan produk Arrum BPKB sebagai berikut:

1. Memiliki usaha mikro yang memenuhi kriteria kelayakan serta berjalan lebih dari satu tahun dan menjalankan usahanya secara sah dengan syariat Islam dan perundang-undangan RI.
2. Fotocopy KTP, Kartu Keluarga, dan Surat Nikah dengan menunjukkan aslinya.
3. Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB asli, fotovopy STNK, dan faktur pembelian).

d. Arrum Haji

Arrum haji adalah produk dari pegadaian yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan prosesi haji secara syariah dengan jaminan emas atau tabungan emas, proses yang mudah dan cepat serta aman.

Persyaratan pengajuan pembiayaan Arrum Haji sebagai berikut:

1. Memenuhi syarat sebagai pendaftar haji
2. Fotocopy KTP dan Kartu Keluarga
3. Jaminan emas batangan minimal 3,5 gram atau emas perhiasan berkadar minimal 70% dengan berat sekitar 7 gram.

e. Tabungan Emas

Tabungan emas adalah produk pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

Persyaratan pengajuan pembiayaan produk Tabungan Emas:

1. Membawa identitas diri (KTP, SIM, Paspor).
2. Mengisi formulir pembukaan tabungan emas serta membayar Adm sebesar Rp.50.000 dan membayar biaya pengelolaan rekening sebesar Rp.30.000 perbulan.
3. Memebrikan emas batangan dengan berat minimal 0,01 gram atau senilai dengan 5000an.
4. Saldo minimal rekening adlah 0,1 gram.

f. Mulia

Produk mulia ini adalah produk yang diperuntukan kepada masyarakat yang ingin melakukan penjualan emas batangan secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki

rumah idaman serta kendaraan pribadi. Investasi ini dapat dilakukan dalam jangka waktu pendek atau panjang.

Persyaratan pengajuan pembiayaan Produk Mulia sebagai berikut:

1. Menyerahkan fotocopy KTP
2. Menyerahkan fotocopy KK bagi perseorangan
3. Menyerahkan fotocopy NPWP (Nilai Pokok Wajib Pajak) dan fotocopy Ad/ART (Dasar/Anggaran Rumah Tangga) bagi yang mengajukan atas nama badan usaha
4. Mengisi formulir persetujuan pembiayaan mulia dan menandatangani
5. Menyerahkan uang muka sesuai dengan kesepakatan
6. Menandatangani akad

5. Persamaan dan Perbedaan Antara Pegadaian Syariah Dengan Pegadaian Konvensional

a. Persamaan pegadaian konvensional dengan pegadaian syariah

Persamaan antara pegadaian syariah dengan konvensional terletak pada jangka waktu jatuh temponya yaitu sama dengan jangka waktu 120 hari. Jika setelah 120 hari nasabah tidak dapat melunasi hutangnya, maka barang jaminan akan dilelang. Apabila sudah jatuh tempo, tetapi nasabah belum bisa melunasinya, maka bisa diperpanjang dan membayar ijarah dan administrasi. Pada saat lelang, harga barang jaminan akan mengikuti harga setempat dan uang pelelangan akan digunakan untuk membayar hutang nasabah, tetapi jika tidak di ambil oleh nasabah akan disalurkan ke ZIS (zakat, infak sadaqah) sedangkan pada pegadaian konvensional uang kelebihan yang tidak diambil akan menjadi milik pegadaian, dan apabila hasil dari lelang tersebut ternyata kurang untuk membayar hutang, maka nasabah diharuskan membayar sisa hutang tersebut (Febri Gunawan, 2022).

b. Perbedaan Pegadaian Konvensional dengan Pegadaian Syariah

Tabel 4.1

Perbedaan Pegadaian Konvensional dengan Pegadaian Syariah

No	Gadai Konvensional	Gadai Syariah
1	Landasan hukum Kitab Undang-Undang Hukum Perdata khususnya pada pasal 1150 KUHP pasal 1160	Landasan hukum Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang <i>rahn</i> dan Fatwa DSN-MUI No.26/DSN-MUI/III/2002 tentang <i>rahn</i> emas
2	Pelaksanaan gadai hanya terdapat satu perjanjian kredit sebab perjanjian gadai hanya merupakan suatu perjanjian <i>accessoir</i> (perjanjian tambahan) dimana kedudukan perjanjian pokok lebih tinggi di bandingkan dengan perjanjian tambahan	Pelaksanaan gadai terdapat dua akad yaitu akad <i>rahn</i> (gadai syariah) dan akad <i>ijarah</i> (jasa sewa tempat penitipan dan penyimpanan barang jaminan) dimana kedudukan dua akad tersebut sejajar dan merupakan akad yang penting dalam gadai syariah.
3	Pemberi keuntungan dari nasabah kepada pegadaian berupa sewa modal yang ditentukan berdasarkan besarnya nilai pinjaman yang diminta oleh nasabah	Pemberi keuntungan dari nasabah kepada pegadaian tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, gadai syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh DSN, yaitu memberlakukan biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai

		barang bukan dari jumlah pinjaman.
4	Kelebihan uang hasil lelang yang tidak diambil oleh nasabah dalam jangka waktu 1 tahun sejak tanggal pelelangan barang jaminan akan menjadi milik perusahaan	Kelebihan uang hasil lelang akan diberikan kepada Badan Amil Zakat (BAZ) atau Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang terakreditasi
5	Diawasi oleh Kementerian BUMN	Diawasi oleh Badan Pegawai Syariah (BPS) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
6	Biaya administrasi menurut presentase berdasarkan golongan barang	Biaya administrasi menurut ketentuan berdasarkan golongan barang
7	Sewa modal berdasarkan pinjaman	Jasa simpanan berdasarkan nilai taksiran
8	Apabila pengembalian melebihi perjanjian, barang dilelang kepada masyarakat	Apabila pengembalian melebihi perjanjian, barang dijual kepada masyarakat

Sumber : Febri Gunawan 2022

B. Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Rahn*) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto.

Setiap perusahaan atau lembaga keuangan dalam memasarkan produknya tidak lepas dari penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat konsumen dalam menggunakan produknya. Oleh karenanya lembaga keuangan saat ini harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang kreatif untuk

menarik minat nasabah dalam menggunakan produknya yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto telah beroperasi berdasarkan hukum syariah sejak didirikan dan mengidentifikasi target pasarnya. Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto tidak mengkhususkan pada kalangan masyarakat tertentu saja, namun semua kalangan masyarakat dapat memanfaatkan produk gadai emas ini. Pengguna produk gadai emas ini adalah nasabah yang membutuhkan uang secara cepat dengan proses pencairan yang cepat dan aman. Oleh karena itu, dalam memasarkan suatu produk diperlukan suatu strategi pemasaran agar nasabah mengetahui dan semakin tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto memiliki strategi pemasaran yang efektif seperti menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Dalam bauran pemasaran, Pegadaian Syariah menggunakan elemen 7P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang/SDM (*people*) dan bukti fisik (*physical evidence*).

1. Strategi Produk (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Kotler dan Armstrong (2000) ketika merencanakan penawaran produk ke pasar, pemasar harus memikirkan melalui tingkat produk ketika merencanakan penawaran pasar. Tingkat produk meliputi manfaat inti dengan kata lain pelayanan atau manfaat inti yang sebenarnya dibeli oleh pelanggan, dari produk dasar yaitu para pemasar harus mengubah manfaat inti menjadi produk umum yaitu versi dasar dari produk tersebut, produk yang diharapkan (Mohamad, 2021). Teori tersebut menunjukkan bahwa strategi produk gadai emas yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto ini sudah baik, karena produknya fleksibel, dan dilihat dari sisi syariah produk gadai emas (*rahn*) ini merupakan produk halal yang memiliki mutu dan kualitas yang

baik, dimana produk ini dapat memberi solusi bagi masyarakat dalam masalah ekonomi.

Pegadaian Syariah hadir dengan produk unggulan mereka yaitu rahn atau gadai syariah. Berdasarkan hasil wawancara, Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto produk *rahn* merupakan produk yang berbasis syariah sehingga dijamin halal, kualitas baik dengan mengutamakan keunggulan produk mereka. Produk gadai emas (*rahn*) ini memang menjadi produk yang paling banyak dicari oleh nasabah. Untuk produk *rahn* ini, prosedur dan proses pengajuannya sangat mudah dan cepat. Bisa dilunasi dan diambil sewaktu-waktu, dan apabila sudah jatuh tempo tetapi nasabah belum bisa melunasi, dapat diperpanjang dengan cara membayar ijarah (biaya sewa/upah). Pinjaman dalam bentuk uang bisa diambil secara tunai ataupun dapat di transfer ke rekening nasabah, nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan produk rahn ini tidak perlu membuka rekening. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada marketing officer Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto yaitu:

“Produk gadai emas di pegadaian ini dapat digunakan oleh semua kalangan yang membutuhkan pinjaman secara cepat mba, apalagi prosesnya yang cepat cepat dan mudah hanya membutuhkan waktu 15 menit saja nasabah sudah bisa menerima uangnya, lah nantinya uang tersebut bisa diambil secara tunai atau bisa transfer. Syarat untuk mendapatkan pembiayaan gadai emas itu nasabah hanya membawa identitas resmi seperti ktp atau yang lainnya terus nasabah membawa barang agunan berupa emas perhiasan, batangan, dan bisa juga berlian. Dari segi keamanan di pegadaian kami sudah terjamin aman karena diawasi oleh OJK dibandingkan menggadaikan di toko emas”.

Menurut wawancara yang saya dapatkan, bahwa nasabah harus pintar-pintar memilih tempat yang tentunya aman dan diawasi oleh Lembaga Keuangan. Pembiayaan produk gadai emas yang ditawarkan di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto ini sudah baik, karena produknya fleksibel, dari sudut pandang syariah, produk gadai emas ini merupakan produk yang berkualitas halal, memiliki mutu dan kualitas yang baik dengan mengutamakan keunggulan produk, dimana produk ini dapat memberikan solusi kepada nasabah untuk mengatasi permasalahan keuangannya. Barang

gadai dapat diambil sewaktu-waktu dan dapat diperpanjang apabila nasabah tidak mampu membayar atau melunasi hutangnya, serta proses pinjaman tidak perlu membuka rekening sehingga hal tersebut dirasa cukup fleksibel untuk nasabah melakukan pembiayaan gadai emas.

2. Strategi Harga (*price*)

Harga sangat penting dalam pemasaran, karena harga merupakan menentukan laku atau tidaknya suatu barang. Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto memberikan harga yang tidak terlalu tinggi maupun rendah, sehingga harga yang diberikan dapat dijangkau oleh nasabah. Menurut Sunyoto (2012), harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu barang tertentu, harga dapat ditetapkan oleh perusahaan dengan berbagai cara (Salsabila, 2023). Dengan adanya teori di atas menunjukkan bahwa harga pada produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto sudah cukup baik, dengan memberikan harga yang tidak terlalu rendah dan tidak terlalu tinggi kepada nasabah.

Untuk pinjaman produk gadai emas (*rahn*) ini mulai dari Rp.50.000 sampai dengan 1 Miliar. Dengan *Mu'nah* (biaya penitipan) per 10 hari yaitu 0,47% - 0,73%, dan Administrasi (*Mu'nah Akad*) mulai dari Rp.2000 sampai dengan Rp.150.000 sesuai besar kecilnya dana yang akan dipinjam oleh nasabah, dan jangka waktu peminjaman 120 hari (4 bulan).

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada Ibu Asih selaku nasabah gadai emas atau *rahn* Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto mengatakan:

“Menurut saya si harga produk gadai emas disini masih terbilang standar mba, kita cukup disuruh membayar biaya sewa dan biaya administrasi mulai dari Rp.2000 sampai dengan Rp.150.000 sesuai dengan jumlah pinjaman yang dipinjam mba”

Yang perlu dilengkapi dalam strategi harga adalah menentukan harga berdasarkan positioning calon pembeli dan metode pembayaran yang bisa dilakukan, apalagi di era modern seperti sekarang ini sudah banyak menggunakan metode pembayaran selain tunai atau transfer bank. Harga yang ditetapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

sudah baik, karena menetapkan harga yang sesuai yaitu dengan harga yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah, sehingga harga yang diberikan dapat dijangkau oleh nasabah.

Tabel 4. 2
Sistem Gadai Emas di PT. Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage
Purwokerto

Gadai Emas Syariah	
Uang Pinjaman (Marhun Bih)	Rp.50.000,- hingga diatas 1M
Mu'nah per 10 hari	0,47% - 0,73%
Administrasi (Mu'nah Akad)	Rp.2000,- s/d Rp.125.000
Jangka Waktu Peminjaman	120 hari atau 4 bulan

Sumber: PT. Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

3. Strategi Tempat (*place*)

Menurut Lupiyoadi (2001) tempat merupakan gabungan antara lokasi dengan keputusan saluran distribusi, hal ini berkaitan dengan cara penyajian produk kepada konsumen, yang berkaitan dengan bagaimana suatu produk diperkenalkan kepada konsumen, dimana lokasi yang strategis mengacu pada tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya (Salsabila, 2023). Dengan adanya teori tersebut menunjukkan bahwa strategi tempat Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto sudah tepat, dengan memilih lokasi yang berada dipusat kota dan berada ditempat yang strategis yang dapat dijangkau dan dicari dengan mudah oleh nasabah.

Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto terletak di samping jalan raya dan letaknya ditengah pusat kota yang berada disekitaran pusat perbelanjaan, dan toko-toko lainnya. Untuk penentuan lokasi Pegadaian syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto sudah cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, yaitu di jalan Windusara, Karangklesem, Kec. Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas. Jawa Tengah.

Lokasi Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto mudah dijangkau yang membuat masyarakat ingin mengambil pembiayaan produk gadai emas tidak mengalami kesulitan dalam menemukan letak kantornya. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada Ibu Fika selaku nasabah *rahn* Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto yaitu:

“Lokasi tempat Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto saya rasa sudah sangat strategis mba, terletak di pusat kota Andhang Pangrenan yang tentunya mayoritas masyarakat sudah tau jadi mudah dicari, terletak sekitar toko juga salah satunya tempat perbelanjaan toko Shinta yang dimana pegadaian ini terletak di jalan besar yang membuat tempat ini mudah di cari oleh nasabah, terus sekarang kan udah ada aplikasi Google Maps buat cari lokasi di handphone, jadi lebih memudahkan nasabah buat mencari”.

Menurut peneliti, jika dilihat dari segi lokasi Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto memang terletak dipusat kota dan mempunyai letak yang strategis yaitu tempat yang mudah dijangkau dan mudah dilihat oleh nasabah, dengan begitu nasabah tidak akan kesulitan untuk menemukan dan mendatangi kantor tersebut. Keunggulan dari lokasi Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto adalah berada ditengah-tengah pusat kota perdagangan dan perbelanjaan atau lebih tepatnya berada di pusat kota Purwokerto yang mayoritasnya perdagangan dan pelaku UMKM.

4. Strategi Promosi (*promotion*)

Menurut Kolter dan Keller (2009), promosi penjualan adalah bentuk unik dari hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan periklanan pribadi yang digunakan oleh perusahaan untuk inisiatif periklanan dan pemasaran mereka (Salsabila, 2023). Teori tersebut menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto sudah tepat, dengan pembuatan iklan yang dipasarkan lewat media sosial, apalagi di era modern seperti sekarang banyak masyarakat yang sudah menggunakan teknologi seperti handphone, dengan promosi iklan tersebut bertujuan untuk meningkatkan minat nasabah pada produk gadai emas yang berada di Pegadaian Syariah.

Berdasarkan hasil wawancara kepada marketing officer Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto, mengatakan bahwa strategi promosi yang dilakukan yaitu melalui beberapa media sosial khususnya di era digital, saat ini banyak masyarakat yang menggunakan alat teknologi seperti handphone dengan seperti membuat video promosi menarik, dan membuat promo-promo untuk produk Pegadaian Syariah sendiri. Selain itu melakukan promosi di media sosial, Pegadaian Syariah Pasar Wage Purwokerto juga rutin membagikan brosur promosi kepada masyarakat dan mengadakan open booth di beberapa event agar masyarakat lebih mengenalnya, melakukan pengenalan produk pada instansi-isntansi seperti di kelurahan dll untuk menyampaikan keunggulan produk, selain itu juga memperkenalkan produk gadai emas (rahn) ini dari mulut ke mulut.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada marketing officer Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto yaitu:

“Kami melakukan promosi salah satunya membuat iklan yang nantinya akan disebar lewat media sosial mba, masyarakat di zaman sekarang pasti sudah banyak yang menggunakan handphone, yang nantinya itu bertujuan untuk mengenalkan produk gadai emas melalui sosial media seperti whatsapp, instagram, facebook, dan setiap minggunya pasti kita membuat video iklan untuk di upload ke instagram. Terus kami juga melakukan pemasaran dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh seluruh karyawan. Kami juga sering ikut serta dalam event-event tertentu untuk melakukan open booth, terus kami juga mendatangi pasar-pasar yang mayoritasnya itu ibu-ibu, dan mendatangi instansi-instansi seperti kelurahan untuk memperkenalkan produk kami, kami juga sering melakukan bagi brosur untuk para semua calon nasabah dan kami juga meninggalkan nomor hp di brosur tersebut, jika nasabah tertarik bisa langsung menghubungi nomer yang tertera saja”.

Strategi promosi yang dilakukan oleh Pegadaian syariah Cabang Pasar Wage bertujuan untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk Pegadaian Syariah khususnya produk gadai emas ini, dengan cara menyampaikan keunggulan produknya secara transparan yaitu rinci dan jujur, tanpa adanya unsur melebih-lebihkan.

5. Strategi SDM (*people*)

Memberikan informasi dan pengetahuan kepada pegawai dengan melakukan literasi antar kantor dengan tujuan memberikan informasi dan pengetahuan kepada para pegawai Pegadaian Syariah. Dalam proses pelayanan kepada nasabah, karyawan harus berpenampilan menarik dan sopan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada Ibu Titi selaku nasabah *rahn* Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto yaitu:

“Saya rasa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Pegadaian sini sudah cukup memuaskan mba. Waktu pertama masuk kita sudah disambut oleh satpam yang ramah dan selalu sigap membantu nasabah, karyawan yang lain juga sudah cukup ramah ketika kita kebingungan saat ingin melakukan pembiayaan, penanganannya cepat terus juga karyawan menjelaskan secara rinci prosedur tentang gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto”.

Faktor SDM mempunyai pengaruh yang besar terhadap berkembang atau tidaknya suatu perusahaan. Faktor ini memegang peranan penting dalam berkembangnya atau menurunnya suatu perusahaan. Karena orang memegang peranan yang sangat penting dalam perusahaan jasa ketika mereka terlibat langsung dalam menyampaikan produk ke nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh pihak Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto sudah cukup baik dan memuaskan, karyawan selalu ramah kepada nasabah, selain itu juga cepat dan tanggap dalam melayani nasabah, selalu meningkatkan pelayanan agar semakin baik dan dapat memuaskan nasabah sehingga membangkitkan minat dan loyalitas nasabah dalam menggunakan produk gadai emas ini.

6. Strategi Proses (*process*)

Proses menyatukan seluruh aktivitas yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah untuk melayani nasabah dalam transaksi pembiayaan gadai emas. Berdasarkan hasil wawancara kepada marketing officer, proses pembiayaan produk gadai emas relatif cepat dan mudah, hanya membutuhkan waktu 15 menit saja nasabah sudah bisa mendapatkan pinjaman uang. Nasabah yang ingin melakukan pembiayaan gadai emas (*rahn*) ini cukup membawa kartu

identitas diri resmi dan barang jaminan, setelah itu nasabah mengajukan pinjaman yang dibutuhkannya. Selanjutnya pihak Pegadaian Syariah akan menaksir agunan yang dibawa oleh nasabah dan menanyakan jumlah pembiayaan yang diminta. Setelah kedua belah pihak sepakat dan semuanya telah sesuai maka nasabah akan menerima pinjaman secara tunai. Dengan proses yang tidak memakan banyak dan mudah produk gadai emas (rahn) ini mempunyai daya tarik tersendiri.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada marketing officer Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto yaitu:

“Pembiayaan gadai emas disini dilakukan secara cepat dan mudah, nasabah hanya diperlukan membawa kartu identitas diri resmi dan membawa barang agunan seperti emas perhiasan, emas batangan, dan perhiasan. Setelah syarat yang dibawa nasabah sudah terpenuhi nasabah akan mengisi formulir dulu, jika semua sudah selesai dan sesuai maka akan langsung diproses transaksinya, cukup memerlukan waktu 15 menit saja”.

Proses dalam pengajuan produk gadai emas pada Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto sangat mudah dan cepat, nasabah hanya perlu membawa kartu identitas diri resmi seperti KTP, dan barang agunan berupa emas perhiasan, emas batangan atau berlian. Setelah ini nasabah mengisi formulir pengajuan, barang jaminan akan ditaksir oleh penaksir, apabila barang jaminan sudah sesuai maka nasabah sudah bisa menerima pinjaman dalam bentuk uang tunai.

7. Strategi Sarana Fisik (*physical edvence*)

Menurut Widjajanta (2009) mengatakan bahwa sarana fisik adalah fitur tidak berwujud dari suatu layanan yang menghalangi calon nasabah untuk mengevaluasi produk sebelum mencobanya (Zakharia, 2022). Teori diatas bisa dikatakan bahwa sarana fisik dapat menimbulkan resiko lingkungan bagi penyedia jasa dengan calon konsumen. Sarana fisik Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto diharapkan dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi nasabah.

Dengan strategi sarana fisik di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto diharapkan dapat memberikan kenyamanan bagi nasabah. Dengan

kantor yang terbilang cukup luas dan tempat parkir luas. Ruangan yang bernuasa warna putih hijau, dan ada sedikit warna coklat, full AC, tersedia wifi dan terdapat 2 deret tempat duduk untuk nasabah yang mengantri. Kebersihan serta kerapihan kantor selalu terjaga, dan terdapat satpam yang siap siaga membantu nasabah.

Gambar 4. 2
Tempat Pelayanan Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto



Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto yaitu:

“Eee.. yang diperlukan disini adalah bagaimana membuat nasabah itu merasa nyaman ketika datang ke pegadaian syariah ini, jika nasabah nyaman pastinya akan membuat nasabah ingin datang kembali dan menggunakan produknya kembali”

Fasilitas yang dimiliki Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto diharapkan dapat memberikan kenyamanan kepada nasabah dengan menyediakan ruang pelayanan yang cukup luas dan tempat parkir yang cukup yang luas, serta karyawan yang selalu siap siaga membantu nasabah, hal ini akan menarik minat nasabah untuk kembali lagi. Dengan menyediakan ruang fasilitas termasuk seluruh aspek fasilitas fisik dari organisasi jasa termasuk atribut eksterior dan interior serta hal berwujud lainnya.

Gambar 4. 3
Tempat Parkir Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto



Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Minat Nasabah Produk Gadai Emas (*Rahn*)

Menurut Keller (2008), minat konsumen adalah seberapa besar kemungkinan mereka membeli suatu merek atau kemampuan konsumen untuk beralih dari satu merek ke merek lainnya (Kurniawan, 2020).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto dengan Ibu Fika selaku nasabah produk gadai emas mengenai kepuasan nasabah, sebagai berikut:

“Faktor yang mempengaruhi minat nasabah itu menurut saya ya dari diri kita sendiri mba dari kebutuhan ekonomi, kalo kita lagi nggak punya duit terus kita cuma punya emas buat digadaikan, ya saya gadaikan mba karena saya butuh pinjaman duit buat kebutuhan sehari-hari, nah dari situ merasa tertarik buat menggunakan produk itu contohnya gadai emas ini sendiri”.

Dari wawancara tersebut dapat dilihat bahwa faktor peningkatan minat nasabah pada produk gadai emas yaitu salah satunya adanya kebutuhan ekonomi, kebutuhan ekonomi itulah yang menjadikan nasabah tertarik ingin menggunakan produk tersebut, nasabah yang butuh uang dengan cepat dan hanya mempunyai jaminan emas pastinya akan menimbulkan daya tarik untuk menggunakan produk gadai emas.

Adapun wawancara dengan ibu Asih selaku nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto:

“Faktor yang mempengaruhi minat nasabah mungkin dengan kepuasan pelanggan ya mba, kalo nasabah merasa puas pasti nanti nasabah akan minat dan balik lagi menggunakan produknya, saya sendiri sudah merasa cukup puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto dan lingkungannya juga membuat nasabah merasa nyaman, pelayanan dalam menangani nasabah yang membutuhkan dana dilakukan dengan cepat, proses dan pelayanannya sudah cukup memuaskan, tidak lama”.

Selanjutnya wawancara dengan ibu Kusmiati selaku nasabah produk gadai emas, beliau menjelaskan:

“Kalo menurut saya sendiri faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk ini bisa dilihat dari harganya kali ya mba, harga produk gadai emas disini saya rasa sudah cukup standar tidak kemahalan dan tidak kemurahan, cukup membayar biaya sewa dan administrasi saja, hal itu yang membuat nasabah minat untuk menggunakannya”

Sesuai dengan penjelasan di atas bahwa adanya faktor yang mempengaruhi minat nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto karena adanya dorongan dari diri sendiri, kebutuhan ekonomi atau perbedaan ekonomi dengan adanya kebutuhan dari para nasabah yang menjadikan nasabah minat dan ingin menggunakan produk tersebut, selain itu juga minat muncul dari kepuasan pelanggan, mutu pelayanan dan harga dari produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto. Hal tersebut yang menjadikan timbulnya minat nasabah pada produk gadai emas.

D. Kendala dan Upaya yang dihadapi dalam Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Rahn*) yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

Berdasarkan hasil wawancara, Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto mengatakan bahwa kendala saat ini yang dihadapi yaitu:

a. Persaingan produk dengan perusahaan lain

Sudah banyak lembaga keuangan syariah di Purwokerto yang menggunakan produk gadai emas. Hal tersebut menyebabkan persaingan yang ketat antara perusahaan lain untuk menarik masyarakat di sekitarnya.

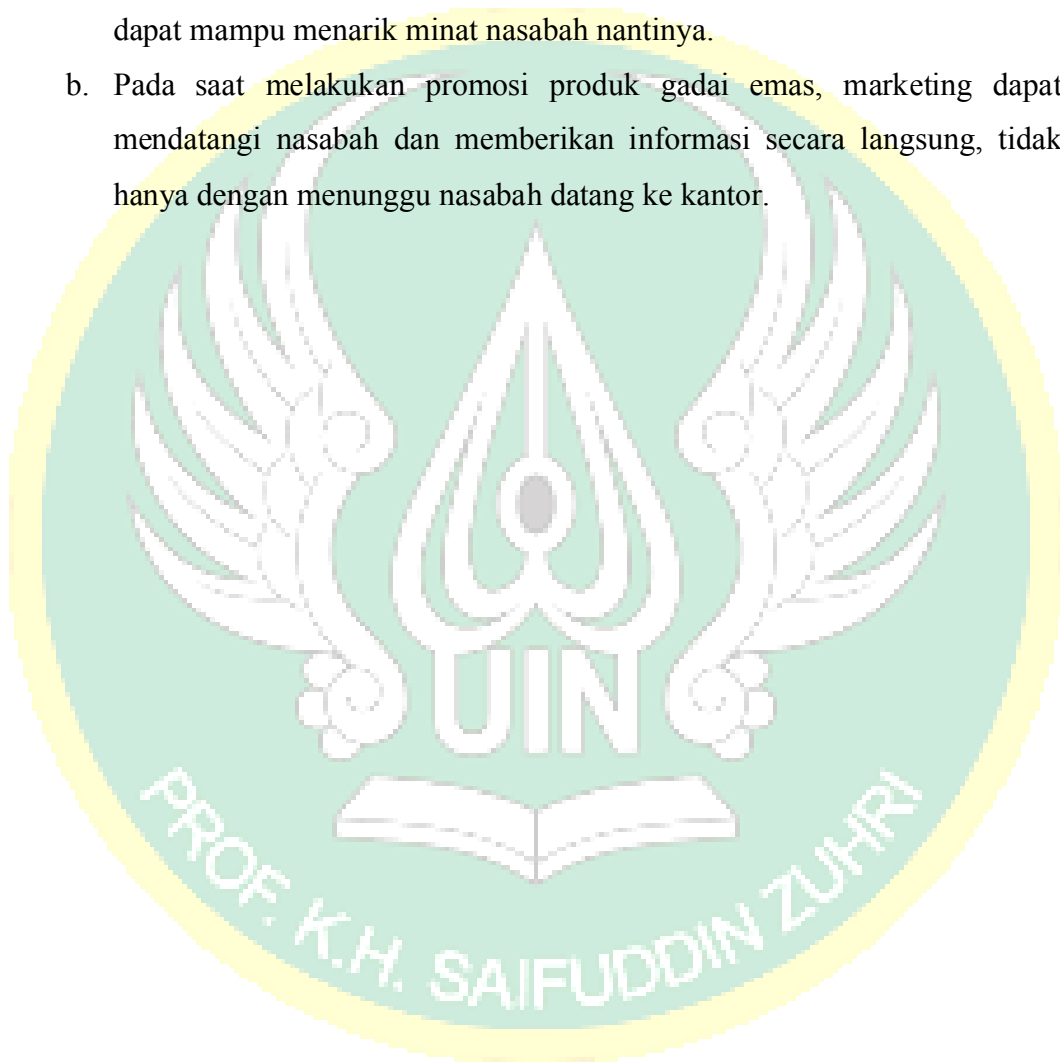
b. Kurangnya pengetahuan masyarakat

Kurangnya promosi dari pihak Pegadaian Syariah Cabang pasar Wage Purwokerto menyebabkan masyarakat tidak mendapatkan informasi mengenai keunggulan dari produk gadai emas.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam dunia bisnis memang terdapat pesaing. Seperti halnya toko emas dan lembaga keuangan lainnya, namun di Pegadaian Syariah produk gadai emas ini diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang sudah dipastikan keamanannya terjamin. Dalam pemasaran suatu perusahaan tentu akan menemui kendala dalam memasarkan produknya. Suatu kendala akan menjadi hambatan tercapainya tujuan yang diinginkan suatu perusahaan. Kendala yang dihadapi adalah adanya persaingan produk, sebuah fenomena yang tidak dapat dihindari dalam dunia lembaga keuangan. Namun berdasarkan hasil wawancara, nasabah memilih produk gadai emas di pegadaian Syariah karena sudah pasti aman karena diawasi oleh OJK, prosesnya yang cepat dan harganya yang masih terjangkau oleh masyarakat. Dengan demikian mereka merasa puas dalam memilih produk gadai emas ini, karena syarat penggunaan produk gadai emas sangat mudah dan cepat. Nasabah hanya cukup membawa KTP dan barang jaminan, setelah nasabah membawa semua persyaratan tersebut maka karyawan Pegadaian Syariah akan langsung memprosesnya. Setelah kedua belah pihak sepakat, maka nasabah sudah bisa langsung .

Terkait kendala diatas maka pihak Pegadaian Syariah memberikan solusi yaitu sebagai berikut:

- a. Marketing harus terus memperbarui strategi pemasaram yang akan diterapkan nantinya dengan tujuan gar nasabah dapat mengetahui keunggulan produk gadai emas di Pegadaian tersebut. Dengan menambahkan strategi branding dan online marketing, yang diharapkan dapat mampu menarik minat nasabah nantinya.
- b. Pada saat melakukan promosi produk gadai emas, marketing dapat mendatangi nasabah dan memberikan informasi secara langsung, tidak hanya dengan menunggu nasabah datang ke kantor.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian diatas yang telah peneliti lakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Strategi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto menggunakan strategi bauran 7P diataranya ada produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), sarana fisik (*physical evidence*). Selain itu juga melakukan open booth pada event-event tertentu yang diselenggarakan oleh pihak Pegadaian untuk mempromosikan keunggulan dari produknya yaitu gadai emas (*rahn*) dengan cara melakukan kegiatan sosialisasi ke masyarakat, acara di luarahan, pengajian bahkan saat kegiatan olahraga. Dari strategi 7P tersebut yang menarik minat nasabah untuk mengambil produk gadai emas (*rahn*) yaitu dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi proses dan strategi orang.

Faktor yang mempengaruhi minat nasabah adalah adanya dorongan dari diri sendiri, kebutuhan ekonomi dan perbedaan ekonomi, kepuasan pelanggan, mutu pelayanan, dan harga dari produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto. Kendala dan upaya yang di hadapi oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage sendiri yaitu adanya persaingan produk dengan perusahaan lain dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk gadai emas yang berada di Pegadaian Syariaiah.

Upaya yang dilakukan dengan cara meng-upgrade strategi pemasaran yang akan dilakukan nantinya dengan tujuan agar nasabah semakin mudah mengetahui keunggulan dari produk gadai emas (*rahn*) ini dan marketing dapat mendatangi nasabah untuk memberikan informasi secara langsung.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto agar dapat terus meng-upgrade strategi pemasaran yang dilakukan, khususnya pada promosi. Agar nantinya semakin banyak masyarakat yang mengetahui produk yang ada di Pegadaian Syariah. Dalam penerapan mendorong minat nasabah perlu dilakukan dengan mendengarkan masukan-masukan yang diberikan oleh nasabah sebagai upaya membangun hubungan silaturahmi antara Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto dengan para nasabahnya. Hal ini dapat menciptakan kesan positif sekaligus bagian dari sosialisasi pemahaman, pengetahuan dan pengenalan produk. Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto diharapkan bisa menerapkan semua sistem syariah yang berlaku berdasarkan Fatwa DSN MUI, dengan begitu bisa semakin meningkatkan kualitasnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan kedepannya dapat lebih elih dan update dengan kondisi yang ada dalam menentukan dan juga mengambil permasalahan yang akan diteliti. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan cara menganalisis strategi pemasaran dengan berbagai metode, bukan hanya dengan bauran pemasaran 7P saja serta meneliti setiap indikatornya yang telah ditemukan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

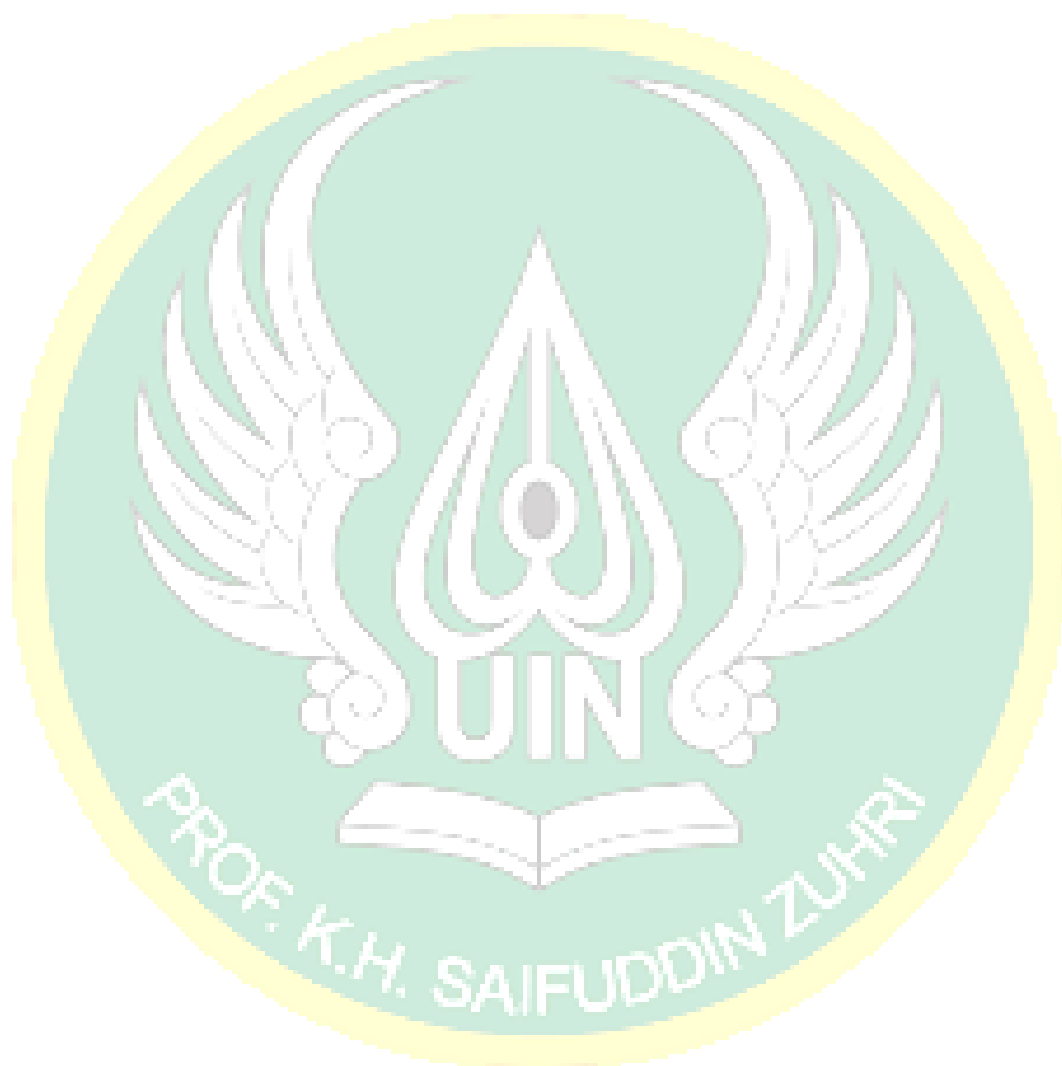
- Aisy, N. R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk, Lingkungan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto. *Skripsi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*
- Andespa, R. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2, 1.
- Annas Khasbulloh, T. A. (2018). Strategi Pemasaran. *Kewirausahaan Strategi Pemasaran*.
- Ariati, R. (2020). Pengaruh Produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Cabang Banjarbaru Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mendaftar Haji.
- Diana Sari, R. R. (2021). *Dasar Pemasaran Syariah*. Orange, Kaeks, Ekonomi Syariah.
- Dr. H. Mashur Razak, S. M. (2016). Perilaku Konsumen . *Makasar, Alauddin University Press*.
- Dr. Marissa Grace H. F. dkk (2022). Strategi Pemasaran, Konsep, Teori dan Implementasi. *Banten, Pascal Books*.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konserp, dn Strategi pemasaran Syari'ah. *Jurnal Salimiyah*, 1, 2.
- Febri Gunawan, R. S. (2022). Studi Komparatif Antara Gadai Konvensional dan Gadai Syariah (rahn). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2, 1.
- Gista Zulaika Prasta, I. H. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai (Studi Kasus PT. Pegadaian Syariah Cabang Landungsari. *Journal Of Islamic Economics Development and Innovation (IJIEDI)*, 1, 2.

- Hamdani, A. N. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia Sudirman KC Tulungagung. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Jeffry Tarantang, M. A. (2019). *Regulasi dan Implementasi Pegadaian Syariah di Indonesia*. Banguntapan Bantul Yogyakarta.
- Khaerul Aqbar, A. M. (2021). Tabungan Emas Dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Pinrang). *Jurnal Bidang Hukum Islam*, 1, 4.
- KN, Maria. Ulfa. (2019). Analisis Kewenangan Gadai Syariah Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/PJOk.05/2016 Tentang Usaha Pegadaian. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Memberli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya.
- Kurniawati, E. T. (2018). Analisis Pengaruh Transaksi Gadai Emas Terhadap Tingkat Keuntungan Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika Bisnis*, 4(1).
- Laila Maghrifah, R. N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(1).
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Masrom. (2019). Strategi Pemasaran Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Ende). *Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram*.
- Muhammad Syahid Zakharia, A. E. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7p) terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Ayam Lodho Pak Yusuf Plosokandang. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(5).

- Muhlis Rasit, N. K. (2021). *Pegadaian Syariah. Diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIn Antasari Banjarmasin.*
- Muhlisoh, L. (2019). *Analisis Produk Pembiayaan Arrum BPKB Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Bagi Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza. Skripsi IAIN Palu.*
- Nugroho, S. (2019). *Perilaku Kosnumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen.* Jakarta: PrenadaMedia.
- Nuroh Yuniwati, E. D. (2021). *Penerapan Akad Rahn Pada Pegadaian Syariah. Jurnal Perbankan Syariah An-Nisbah, 2(2).*
- Prawira, I. A. (2018). *Analisis Hukum Terhadap Produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah. Jurnal Az Zarqa, 10, 1.*
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Purnama Putra, M. W. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah.* Depok: Rajawali Pers.
- Purnamasari, S. (2018). *Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Usahan Penjualan Jasa Produk (Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Banjarmasin). Jurnal Studi Ekonomi, 9(1).*
- R. Anisya Dwi Septiani, W. D. (2022). *Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Baca. Jurnal Perseda, 2.*
- Rasyid Abi Sandi, N. A. (2023). *Strategi Bauran Pemasaran 4P Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam, 11, 1.*

- Riska Salsabila, C. B. (2023). Analisis Strategi marketing Mix Dalam Perspektif Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Jasa dan Produk. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 4(1).
- Roni Mohamad, E. R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2(1).
- Rosdiana. (2022). Analiis Strategi Pemasaran Produk gadai Emas (rahn) di Pegadaian Syariah (studi Pada Pegadaian Syariah Unit Kota Beureunuen). *Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Runiawati, D. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus di Unit Pegadaian Syariaiah Pekalipan Cirebon). *Skripsi Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon*.
- Siela, H. K. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Silviana, D. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.
- Suryati, N. S. (2021). Komparasi Pegadaian Syariah Dengan Pegadaian Konvensional Berdasarkan Hukum Indonesia. *Jurnal Cakrawala Hukum*, 23(2).
- Syaeifudin, S. L. (2022). *Sejarah Pemasaran & Strategi bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Istana Agency
- Tulasmı, T. M. (2020). Peran Pegadaian Syariah Dalam Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Uniyanti. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Alauddin Makasar). *Skripsi UIN Alauddin Makasar*.
- Wibowo, W. A. (2019). Pegadaian Syariah. *Jurnal Pegadaian Syariah*.

Yuyun Juwita Lestari, I. H. (2021). Dasar Hukum Pegadaian Syariah Dalam fatwa DSN-MUI. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)*, 5(2).





Lampiran 1

Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Upaya Marik Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

Pertanyaan untuk Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

1. Strategi pemasaran seperti apa yang sudah diterapkan oleh Pegadaian Syariah Pasar Wage dalam upaya menarik minat nasabah?
2. Apakah strategi pemasaran yang digunakan oleh Pegadaian Syariah pasar Wage sudah dilakukan semuanya?
3. Apabila strategi pemasaran sudah dilakukan, tetapi jumlah nasabah produk gadai emas (*rahn*) belum menunjukkan peningkatan secara signifikan, apa yang akan dilakukan?
4. Bagaimana hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi gadai emas?
5. Apakah ada kendala pada strategi pemasaran yang dilakukan? Dan upaya apa yang akan dilakukan oleh perusahaan?
6. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah pada produk gadai emas ini?

Pertanyaan untuk Marketing Officer Pegadaian Syariah Purwokereto Cabang Pasar Wage

1. Bagaimana alur dari datangnya berkas hingga persetujuan gadai emas (*rahn*) dan apa saja yang perlu dipertimbangkan?
2. Syarat apa saja yang harus dipenuhi oleh calon nasabah untuk menjalankan produk gadai emas (*rahn*)?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh Pegadaian Syariah Pasar Wage?

4. Apakah ruang lingkup promosi produk gadai emas (*rahn*) hanya di sekitar Karangklesem atau ke daerah lain?
5. Strategi promosi seperti apa yang dilakukan, agar dapat menarik minat nasabah?
6. bagaimana strategi proses pada produk gadai emas yang ada di Pegadaian ini?
7. Kendala seperti apa dalam melakukan strategi pemasaran produk gadai emas dan upaya apa yang akan dilakukan oleh perusahaan?

Pertanyaan untuk nasabah Pegadaian Syariah Purwokerto Cabang Pasar Wage

1. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah produk gadai emas (*rahn*) di Pegadaian Syariah Pasar Wage?
2. Apa alasan anda memilih menjadi nasabah produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah Pasar Wage?
3. Darimana anda mengetahui produk gadai emas (*rahn*) di Pegadaian Syariah Pasar Wage?
4. Apakah produk gadai emas (*rahn*) yang ada di Pegadaian Syariah Pasar Wage sangat membantu anda dalam memperoleh dana dengan cepat?
5. Apakah harga yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah sudah sesuai dengan kemampuan masyarakat?
6. Apakah pelayanan yang di lakukan di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto sudah dilaksanakan dengan baik?

Lampiran 2

Hasil Wawancara

Hari/Tanggal : **Senin, 18 September 2023**

Narasumber : **Ibu Wahyu Kurniati**

Jabatan : **Pemimpin Cabang**

1. Strategi pemasaran seperti apa yang sudah diterapkan oleh Pegadaian Syariah Pasar Wage dalam upaya menarik minat nasabah?

“untuk strategi pemasaran yang perusahaan kami lakukan itu banyak mba, tapi lebih condong menggunakan strategi pemasaran bauran marketing mix 7P. Yang meliputi strategi produk, harga, tempat, promosi, SDM atau orang, proses, dan sarana fisik”.

2. Apakah strategi pemasaran yang digunakan oleh Pegadaian Syariah pasar Wage sudah dilakukan semuanya?

“sudah semua, dengan menerapkan bauran pemasaran 7P saya rasa sudah sangat efektif. Untuk strategi produk kita mengenalkan keunggulan dari produk yang kami miliki khususnya gadai emas dengan mempromosikan kepada nasabah, harga yang kami tawarkan juga sudah sangat terjangkau oleh masyarakat dan pastinya sudah aman karena diawasi oleh OJK, selanjutnya untuk tempat perusahaan kami berada dipusat kota Purwokerto yaitu Andhang Pangrenan yang pastinya nasabah sudah pasti tau tempat tersebut dan dengan kami memilih lokasi disini karena strategis dan mudah dicari oleh nasabah, untuk promosi yang dilakukan ya seperti sebar brosur dan melakukan open booth, pelayanan yang kami berikan diharapkan sudah memuaskan dan memberi kenyamanan kepada nasabah, proses dari produk gada emas sendiri itu terbilang cepat dan mudah hanya membutuhkan waktu sekitar 15 menit, dan sarana fisik yang ada di perusahaan kami sudah sangat layak dengan parkir yang cukup luas, tempat pelayanan juga sudah cukup luas serta karyawan yang selalu ramah dan sigap menanggapi nasabah”.

3. Apabila strategi pemasaran sudah dilakukan, tetapi jumlah nasabah produk gadai emas (*rahn*) belum menunjukkan peningkatan secara signifikan, apa yang akan dilakukan?

“yang akan kami lakukan yaitu akan meng-upgrade strategi pemasaran, bisa ditambah dengan menggunakan strategi branding, melakukan promo terhadap produk yang ada di Pegadaian ini, dan membuat iklan yang lebih menarik agar nantinya nasabah juga tertarik”.

4. Bagaimana hak dan kewajiban nasabah dalam transaksi gadai emas?

“hak dan kewajiban yang harus nasabah lakukan itu ya pada saat nasabah akan melakukan pembiayaan gadai emas, nasabah wajib membawa kartu identitas diri resmi seperti KTP atau yang lainnya, membawa barang jaminan berupa emas perhiasan, emas batangan, atau berlian. Setelah itu nanti barang jamaninan akan ditaksir dulu oleh penaksir, apabila sudah mendapatkan kesepakatan keduabelah pihak, nasabah sudah bisa mendapatkan pinjaman uang, tetapi nasabah juga wajib untuk membayar hutang dengan jangka waktu yang sudah diberikan dan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak”.

- i. Apakah ada kendala pada strategi pemasaran yang dilakukan, dan upaya apa yang dilakukan oleh perusahaan?

“kendalanya yaitu ya adanya persaingan produk dengan perusahaan lain, terus kurangnya pengetahuan masyarakat juga bisa menjadi kendala mba, upaya yang kami lakukan adalah meningkatkan strategi pemasaran serta pelayanan kepada calon nasabah”.

Lampiran 3

Hasil Wawancara

Hari/Tanggal : **Senin, 18 September 2023**

Narasumber : **Mba Maylani Diniarti**

Jabatan : **Marketing Officer**

1. Apa keunggulan dari produk gadai emas itu sendiri?

“produk gadai itu kan produk yang paling unggul disini di antara produk yang lainnya ya, keunggulan dari produk gadai emas dapat digunakan oleh semua kalangan yang membutuhkan pinjaman secara cepat, apalagi prosesnya yang cepat dan mudah hanya membutuhkan waktu 15 menit saja nasabah sudah bisa menerima uangnya, lah nantinya uang tersebut bisa diambil secara tunai atau bisa transfer. Untuk pinjaman itu berjangka waktu selama 120 hari atau 4 bulan, tetapi jika nasabah belum mampu melunasi hutangnya bisa di perpanjang, proses pinjaman tanpa harus membuka rekening. Syarat untuk mendapatkan pembiayaan gadai emas itu nasabah hanya mmbawa identitaas resmi seperti ktp atau yang lainnya, terus nasabah membawa barang agunan berupa emas perhiasan, emas batangan, dan berlian. Dari segi keamanan di pegadaian kami sudah terjamin aman karena diawasi oleh OJK dibandingkan nasabah mengadaikan di toko emas”.

2. Syarat apa saja yang harus dipenuhi oleh calon nasabah untuk menjalankan produk gadai emas (*rahn*)?

“Syarat yang harus dipenuhi oleh nasabah ialah nasabah wajib membawa KTP dan barang jaminan berupa emas perhiasan, emas batangan atau berlian. Jika nasabah sudah membawa syarat yang ditetapkan oleh Pegadaian dengan lengkap maka nantinya akan langsung diproses”.

3. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh Pegadaian Syariah Pasar Wage?

“strategi pemasaran yang kita lakukan salah satunya itu menggunakan strategi pemasaran bauran marketing mix 7P, yaitu ada strategi produk

yang dimana keunggulan dari produk gadai emas sendiri itu dapat digunakan oleh semua kalangan orang yang membutuhkan pinjaman secara cepat, apalagi prosesnya yang cepat dan mudah hanya membutuhkan waktu 15 menit saja, strategi harga kita sudah menerapkan harga yang sesuai dengan standar masyarakat, strategi tempat yaitu tempat kami terletak di pusat kota yang saya rasa itu sudah cukup strategis ya mba karena mudah dicari, strategi promosi kita biasanya melakukan promosi dengan bagi brosur, terus bikin iklan yang nantinya akan dibagikan ke media sosial, lalu kita juga ada open booth, mendatangi pasar, terus kami juga mendatangi instansi kekeluargaan, strategi SDM kami menerapkan agar karyawan disini ramah terhadap nasabah, strategi proses untuk proses itu cepat ya, syaratnya juga nasabah hanya perlu membawa ktp, barang jaminan berupa emas, dan sarana fisik disini saya rasa sudah cukup memuaskan ya mba, dari parkir yang cukup luas, lalu tempat pelayanan yang nyaman, dilengkapi ac juga.. Dengan menggunakan strategi tersebut diharapkan dapat menarik nasabah untuk menggunakan produk yang ada di Pegadaian khususnya produk gadai emas”

4. Apakah ruang lingkup promosi produk gadai emas (*rahn*) hanya di sekitar Karangklesem atau ke daerah lain?

“kami tidak hanya melakukan promosi di sekitaran Karangklesem saja, tetapi kami melakukan promosi di seluruh area Purwokerto. Agar nantinya nasabah yang datang tidak hanya sekitar Karangklesem saja, tetapi seluruh area Purwokerto. Dan menjadikan nasabah juga tau akan keberadaan Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto yang berada di Karangklesem, Purwokerto Selatan lebih tepatnya selatan Andhang Pangrenan”.

5. Strategi promosi seperti apa yang dilakukan, agar dapat menarik minat nasabah?

“Kami melakukan promosi salah satunya membuat iklan yang nantinya akan disebar lewat media sosial mba, masyarakat di zaman sekarang

pasti sudah banyak yang menggunakan handphone, yang nantinya itu bertujuan untuk mengenalkan produk gadai emas melalui sosial media seperti whatsapp, instagram, facebook, dan setiap minggunya pasti kita membuat vidio iklan untuk di upload ke instagram. Terus kami juga melakukan pemasaran dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh seluruh karyawan. Kami juga sering ikut serta dalam event-event tertentu untuk melakukan open booth, terus kami juga mendatangi pasar-pasar yang mayoritasnya itu ibu-ibu, dan mendatangi instansi-instansi seperti kelurahan untuk memperkenalkan produk kami, kami juga sering melakukan bagi brosur untuk para semua calon nasabah dan kami juga meninggalkan nomor hp di brosur tersebut, jika nasabah tertarik bisa langsung menghubungi nomer yang tertera saja”.

6. Bagaimana strategi proses pada produk gadai emas yang ada di Pegadaian ini?

“Pembiayaan gadai emas disini dilakukan secara cepat dan mudah mba, nasabah hanya diperlukan membawa kartu identitas diri resmi dan membawa barang agunan seperti emas perhiasan, emas batangan, dan berlian. Setelah syarat yang dibawa nasabah sudah terpenuhi nantinya nasabah di arahkan untuk mengisi formulir terlebih dahulu, jika semua sudah selesai dan sesuai akan langsung dirproses transaksinya, prosesnya cukup memerlukan waktu 15 menit saja mba”.

7. Kendala seperti apa dalam melakukan strategi pemasaran produk gadai emas dan upaya apa yang akan dilakukan oleh perusahaan?

“kendalanya yaitu adanya persaingan produk dengan perusahaan lain dan kurangnya pengetahuan masyarakat. Upaya yang dilakukan adalah meningkatkan dan meng-upragde strategi pemasaran dengan mempromosikan keunggulan produknya, serta pelayanan kepada calon nasabah”.

Lampiran 4

Hasil Wawancara

Hari/Tanggal : **Senin, 18 September 2023**

Narasumber : **Ibu Asih**

Jabatan : **Nasabah Produk Gadai Emas**

2. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?

“sudah sekitaran 1 tahun saya menjadi nasabah produk gadai emas ini”

3. Apa alasan anda memilih menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah ini?

“alasan saya memilih menggunakan produk emas karena memperoleh pinjaman uang secara cepat, hanya membawa KTP dan barang jaminan emas sudah bisa mendapatkan pinjaman uang”

4. Darimana anda mengetahui produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?

“saya mengetahui produk gadai emas ini dari brosur yang diberikan oleh salah satu karyawan disini, lalu saya tertarik ingin melakukan pembiayaan gadai emas disini”

5. Apakah produk gadai emas dapat membantu anda dalam memperoleh pinjaman dana dengan cepat?

“betul, prosesnya terbilang cepat yang terpenting sudah membawa syarat yang sudah ditentukan”

6. Apakah harga yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah sudah sesuai dengan kemampuan masyarakat?

“menurut saya si harga biaya sewa produk gadai emas disini masih terbilang standar, kita cukup membayar biaya sewa dan biaya administrasi mulai dari Rp.2000 sampai dengan Rp.150.000 sesuai dengan jumlah pinjaman yang dipinjam mba”

7. Apakah pelayanan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto sudah dilaksanakan dengan baik?

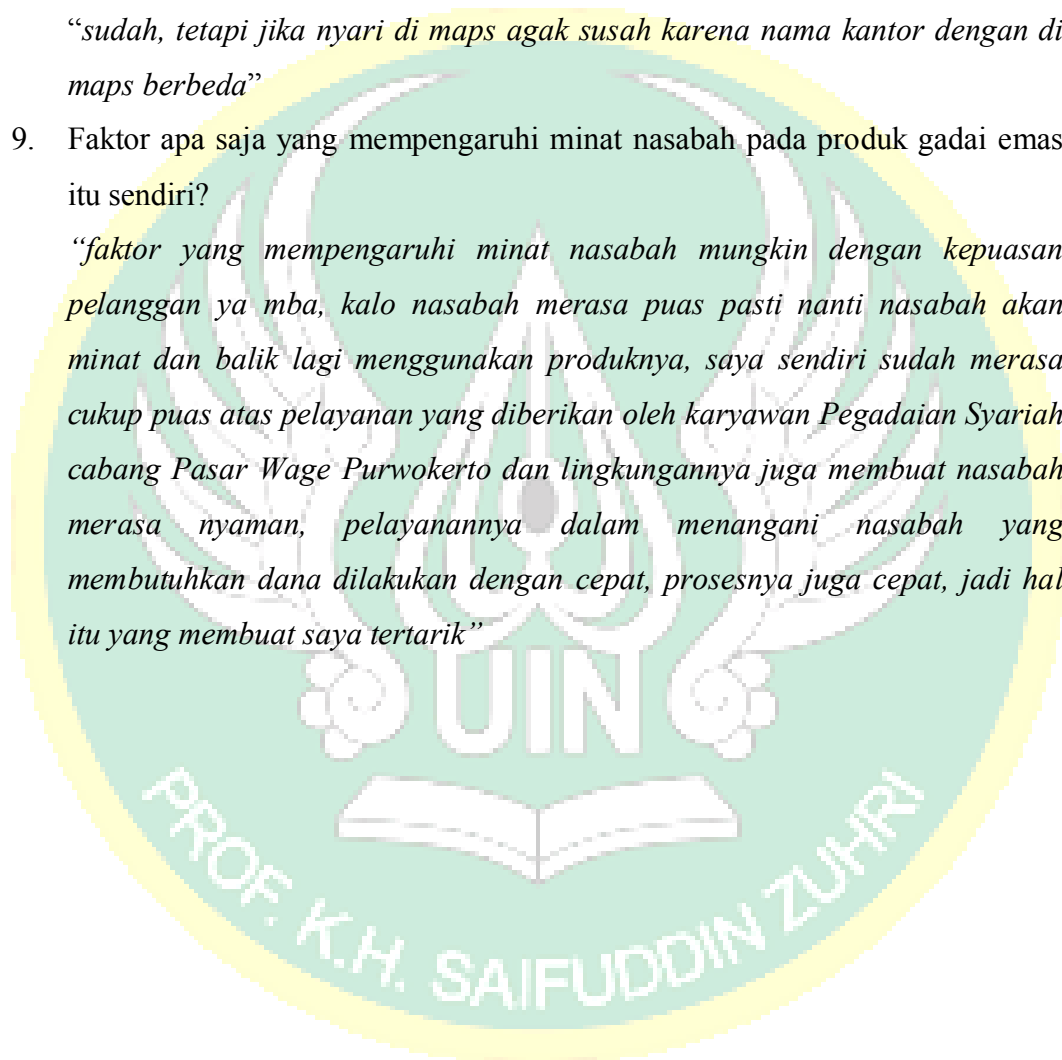
“saya rasa pelayanan disini sudah cukup baik, karyawan yang ramah dan tanggap kepada nasabah. Lalu prosesnya yang cepat dan mudah”.

8. Menurut anda apakah lokasi tempat Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage sudah strategis?

“sudah, tetapi jika nyari di maps agak susah karena nama kantor dengan di maps berbeda”

9. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah pada produk gadai emas itu sendiri?

“faktor yang mempengaruhi minat nasabah mungkin dengan kepuasan pelanggan ya mba, kalo nasabah merasa puas pasti nanti nasabah akan minat dan balik lagi menggunakan produknya, saya sendiri sudah merasa cukup puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Pegadaian Syariah cabang Pasar Wage Purwokerto dan lingkungannya juga membuat nasabah merasa nyaman, pelayanannya dalam menangani nasabah yang membutuhkan dana dilakukan dengan cepat, prosesnya juga cepat, jadi hal itu yang membuat saya tertarik”



Lampiran 5

Hasil Wawancara

Hari/Tanggal : 19 September 2023

Narasumber : Ibu Sasmini

Jabatan : Nasabah Produk Gadai Emas

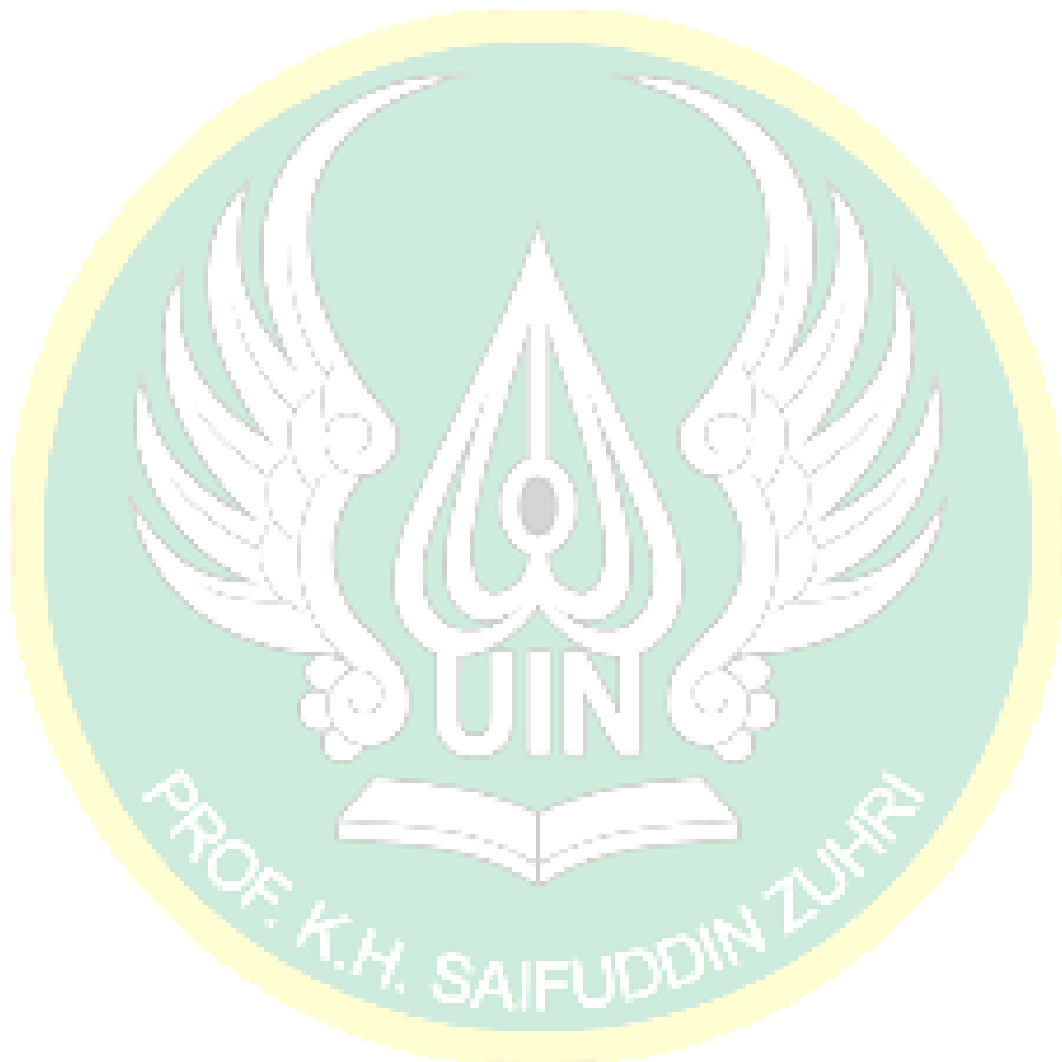
1. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?
“sejak 2 tahun”
2. Apa alasan anda memilih menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah ini?
“karena barang jaminannya yang berupa emas, sehingga saya bisa menggadaikan emas saya untuk meminjam uang ke Pegadaian. Syaratnya juga tidak ribet”
3. Darimana anda mengetahui produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?
“saya mengetahui produk gadai emas dari tetangga saya yang menggunakan produk gadai emas di Pegadaian ini, sehingga saya tertarik untuk meminjam dana dengan barang jaminan emas”.
4. Apakah produk gadai emas dapat membantu anda dalam memperoleh pinjaman dana dengan cepat?
“cepat, makanya saya tertarik”
5. Apakah harga yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah sudah sesuai dengan kemampuan masyarakat?
“menurut saya sudah sesuai untuk semua kalangan masyarakat, apalagi jika belum mampu melunasi hutangnya bisa di perpanjang”
6. Apakah pelayanan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto sudah dilaksanakan dengan baik?
“sudah, karyawannya ramah semua”

7. Menurut anda apakah lokasi tempat Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage sudah strategis?

“sudah, mudah dicari dan dekat dengan rumah saya”

8. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah pada produk gadai emas itu sendiri?

“apa si ya mba, karena butuh aja si”



Lampiran 6

Hasil Wawancara

Hari/Tanggal : 19 September 2023

Narasumber : Ibu Fika

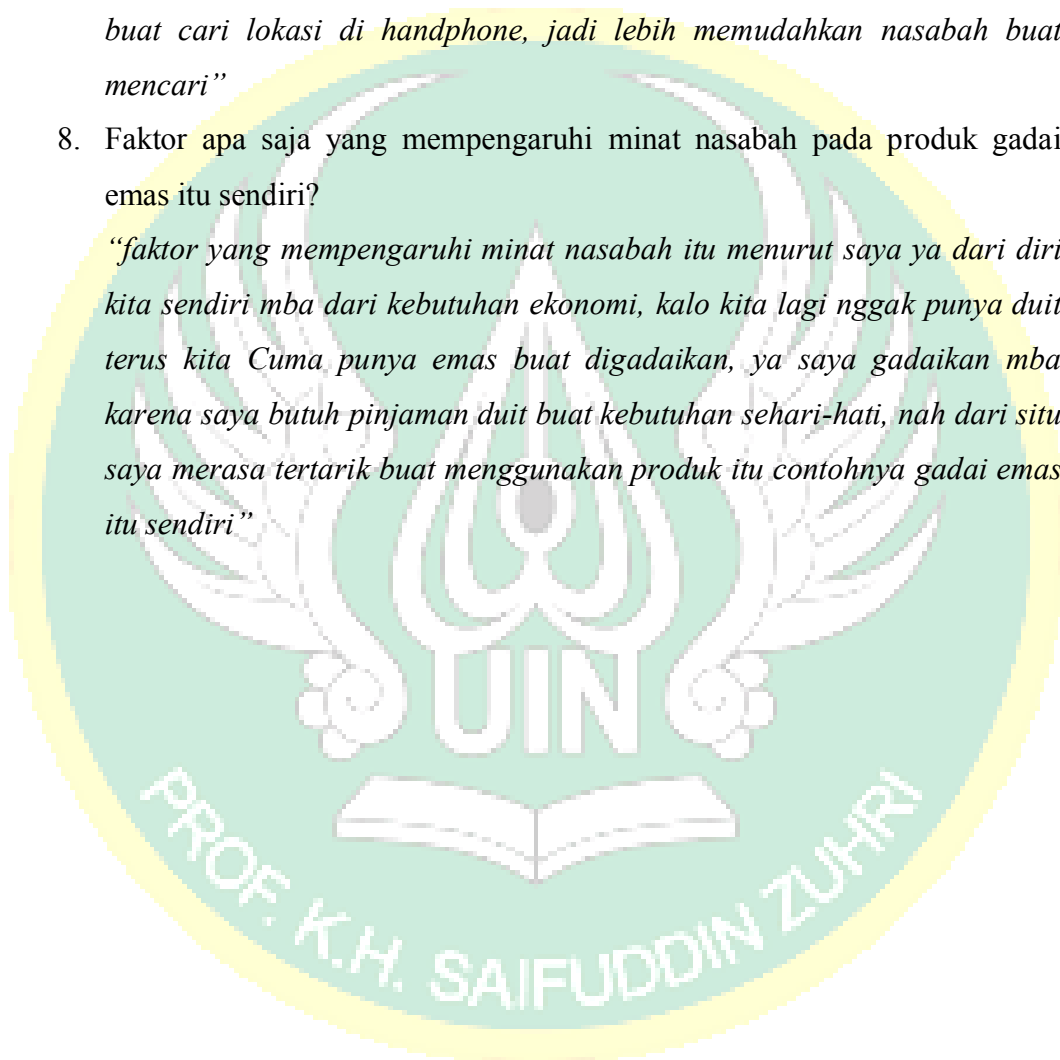
Jabatan : Nasabah Produk Gadai Emas

1. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?
“sekitar 1 tahunan”
2. Apa alasan anda memilih menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah ini?
“saya melihat di brosur dan iklan yang terus muncul di beranda hp saya, saya juga lagi butuh uang secara mendesak jadi saya tertarik meminjam uang dengan jaminan emas, prosesnya juga cepat”
3. Darimana anda mengetahui produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?
“dari brosur dan iklan yang dipasarkan di media sosial”
4. Apakah produk gadai emas dapat membantu anda dalam memperoleh pinjaman dana dengan cepat?
“iya, hanya membawa syarat yang ditentukan sudah bisa dapat pinjaman dana”
5. Apakah harga yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah sudah sesuai dengan kemampuan masyarakat?
“menurut saya sudah, hanya membayar administrasi dan biaya sewa. Jika nasabah belum bisa melunasi hutangnya bisa diperpanjang”
6. Apakah pelayanan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto dilaksanakan dengan baik?
“pelayanannya baik prosesnya juga cepat, karyawan yang selalu ramah”
7. Menurut anda apakah lokasi tempat Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage sudah strategis?

“lokasi tempat Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto saya rasa sudah sangat strategis mba, terletak dipusat kota Andhang Pangrenan yang tentunya mayoritas masyarakat sudah tau jadi mudah dicari, terletak di sekitar toko juga salah satunya toko Shinta yang dimana pegadaian ini terletak dijalan besar yang membuat tempat ini mudah dicari oleh nasabah, terus sekarang kan udah ada aplikasi Google Maps buat cari lokasi di handphone, jadi lebih memudahkan nasabah buat mencari”

8. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah pada produk gadai emas itu sendiri?

“faktor yang mempengaruhi minat nasabah itu menurut saya ya dari diri kita sendiri mba dari kebutuhan ekonomi, kalo kita lagi nggak punya duit terus kita Cuma punya emas buat digadaikan, ya saya gadaikan mba karena saya butuh pinjaman duit buat kebutuhan sehari-hati, nah dari situ saya merasa tertarik buat menggunakan produk itu contohnya gadai emas itu sendiri”



Lampiran 7

Hasil Wawancara

Hari/Tanggal : 21 September

Narasumber : Ibu Titi

Jabatan : Nasabah Produk Gadai Emas

1. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?
“kalo saya nasabah baru, ya kisaran sudah 5 bulan ini”
2. Apa alasan anda memilih menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah ini?
“jaminan yang sudah pasti saya punya yaitu emas, prosesnya yang cepat dan mudah. Syaratnya hanya membawa KTP dan emas”
3. Darimana anda mengetahui produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?
“saudara saya yang kebutuhan juga menjadi nasabah disini, lalu saya juga liat di instagram”
4. Apakah produk gadai emas dapat membantu anda dalam memperoleh pinjaman dana dengan cepat?
“yang terpenting sudah membawa syarat yang ditentukan biar nantinya dapat diproses dengan cepat”
5. Apakah harga yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage sudah sesuai dengan kemampuan masyarakat?
“sudah, harga yang tidak terlalu tinggi dan Pegadaian ini diawasi oleh OJK jadi saya merasa aman atas barang jaminan saya”
6. Apakah pelayanan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage sudah dilaksanakan dengan baik?
“pelayanan yang diberikan oleh karyawan sudah sangat memuaskan. Saat pertama masuk sudah disambut oleh satpam yang ramah dan selalu sigap membantu nasabah, setelah itu karyawan yang lain juga

sangat ramah ketika nasabah kebingungan dan menanganinya dengan cepat, serta menjelaskan secara rinci prosedur tentang gadai emas itu sendiri”

7. Menurut anda apakah lokasi tempat Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto suda strategis?

“lokasinya berada di pusat kota, mudah di cari. Jadi menurut saya sudah strategis”

8. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah pada produk gadai emas itu sendiri?

“faktor yang mempengaruhi minat itu menurut saya dari kebutuhan ekonomi”



Lampiran 8

Hasil Wawancara

Hari/Tanggal : 22 September

Narasumber : Ibu Kusmiati

Jabatan : Nasabah Produk Gadai Emas

1. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?
“sudah 4 bulan saya menjadi nasabah gadai emas”
2. Apa alasan anda memilih menjadi nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah ini?
“proses untuk mendapat pinjaman cepat, ibu rumah tangga seperti saya memilih untuk menjadikan emas sebagai barang jaminan”
3. Darimana anda mengetahui produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto?
“dari brosur yang disebar”
4. Apakah produk gadai emas dapat membantu anda dalam memperoleh pinjaman dana dengan cepat?
“iya dapat mba”
5. Apakah harga yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage sudah sesuai dengan kemampuan masyarakat?
“sudah, cukup membayar administrasi dan biaya sewa. Besar kecilnya biasa sewa ditentukan oleh jumlah pinjaman yang dipinjam”
6. Apakah pelayanan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage sudah dilaksanakan dengan baik?
“pelayanannya yang cepat, karyawannya juga ramah jika nasabah kebingungan langsung sigap membantu”
7. Menurut anda apakah lokasi tempat Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto suda strategis?
“sudah, Pegadaian ini termasuk terletak di pusat kota”

8. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah pada produk gadai emas itu sendiri?

“kalo menurut saya sendiri faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk ini bisa dilihat dari harganya kali ya mba, harga produk gadai emas disini saya rasa sudah cukup standar tidak kemahalan dan tidak kemurahan, cukup membayar biaya sewa dan administrasi saja”



Lampiran 9

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 3725/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/7/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Arinda Pasha Nur Salsabila
NIM : 1917202101
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (rahn)
Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian
Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Cabang
Pasar Wage)

Pada tanggal 10 Agustus 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 14 Agustus 2023
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 10

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 2934/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : ARINDA PASHA NUR. S

NIM : 1917202101

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 16 Juni 2023 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **85 / A-**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 19 Juni 2023
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 11

KARTU BIMBINGAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53125
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : ARINDA PASHA NUR SALSABILA
NIM : 1917202101
Prodi/semester : Perbankan Syariah / 8
Dosen Pembimbing : Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
Judul Skripsi : Strategi Penawaran Produk Gada Emas (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Perbankan Syariah

No	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
			Pembimbing	Mahasiswa
1	Senin, 12 Juni 2023	Bimbingan lbrn, tata penulisan		
2	Jumat, 16 Juni 2023	Bimbingan revisi lbrn, data narasabah		
3	Jumat, 23 Juni 2023	Bimbingan revisi fajan putata.		
4	Senin, 3 Juli 2023	Bimbingan revisi deunisi operasional, salamalika pabatasan		
5	Kamis, 6 Juli 2023	Acc Proposal		

*) diisi pokok-pokok bimbingan,
**) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 6 Juli 2023
Pembimbing,

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 198810032019031016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53125
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Arinda Pasha Nur Salsabila
NIM : 1917202101
Prodi/semester : Perbankan Syariah / 9
Dosen Pembimbing : Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Gada Emas (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Perbankan Syariah Cabang Pasar Wage Purwokerto

No	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
			Pembimbing	Mahasiswa
1	Senin, 4 September	Bab 1. 2. 3		
2	Jumat, 8 September	Revisi Bab 4		
3	Senin, 25 September	Revisi Bab 4.5		
4	Senin, 2 Oktober	Revisi penulisan		
5	Selasa, 3 Oktober	Acc Usan Munasqasah		

*) diisi pokok-pokok bimbingan,
**) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 03 Oktober 2023
Pembimbing,

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 198810032019031016

Lampiran 12

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan Marketing Officer



Wawancara dengan nasabah



Ruang Pelayanan Nasabah



Tampak depan Pegadaian Syariah Cabang Pasar Wage



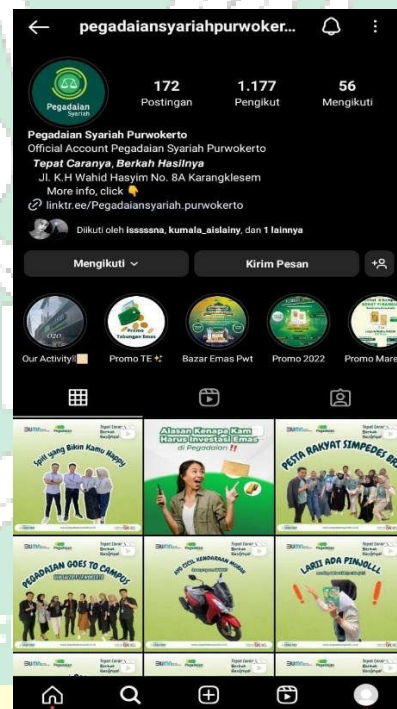
*Kantor Pegadaian Syariah
Cabang pasar Wage Purwokerto*



Parkiran motor



Parkiran mobil



*Instagram Pegadaian Syariah
Cabang Pasar Wage Purwokerto*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

Nama : Arinda Pasha Pasha Nur Salsabila
 NIM : 19172021
 Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 02 Desember 2001
 Alamat : Karangsoka RT 002/RW 002
 Nama Orang Tua
 a. Ayah : Solichun
 b. Ibu : Lutfika Lara Prihatin

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

1. TK/PAUD : TK Aisyah Bojongsari
2. SD/MI : SD N Karangsoka
3. SMP/MTS : SMP N 1 Kembaran
4. SMA/MA : MAN 1 Banyumas

Pengalaman Organisasi

1. Anggota Rohis MAN 1 Banyumas
2. Anggota Remaja Masjid Desa Karangsoka
3. Panitia UKM Olahraga UIN Prof. K,H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Purwokerto, 23 Oktober 2023



Arinda Pasha Nur Salsabila

