

STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK RAHN PT.BANK
ACEH SYARIAH CABANG S.PARMAN

SKRIPSI MINOR

Oleh:

FANY IRWOANA

NIM 54143022



PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2016/1438 H

**STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK RAHN PT.BANK
ACEH SYARIAH CABANG S.PARMAN**

SKRIPSI MINOR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Ahli Madya (D-III)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

OLEH:

FANY IRWOANA

NIM. 54143022



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2017M/1437H

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK RAHN PT.BANK
ACEH SYARIAH CABANG S.PARMAN (STUDI: KANTOR BANK ACEH
SYARIAH CABANG S.PARMAN)**

OLEH:

FANYIRWOANA

NIM. 54143022

Menyetujui

PEMBIMBING

Ketua Program D-III PS

Perbankan Syari'ah UIN-SU

YUSRIZAL SE,M.Si
NIP. 197505222009011006

ZUHRINALM. NAWAWI.MA
NIP. 197608182007101001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul “STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK RAHN PT.BANK ACEH SYARIAH CABANG S.PARMAN” Telah diuji dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, pada tanggal ...

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Perbankan Syari’ah FEBI UIN Sumatera Utara.

Medan, ...

Panitia Sidang Munaqasah Skripsi Minor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SU Medan

Ketua,

Sekretaris,

HendraHermain, SE,M.Pd
NIP.197305101998031003

Tri Indah FadhilaRahma, M,F.I
NIP.19910129261503200

Anggota

Penguji I,

Penguji II,

HendraHermain, SE,M.Pd
NIP.197305101998031003

YUSRIZAL SE,M.Si
NIP.197505222009011006

Mengetahui,
Dekan fakultas Ekonomi dan
Bisnis islam UIN Sumatera Utara

Dr.AndriSoemitra,MA
NIP.197605072006041002

IKHTISAR

Skripsi ini berjudul “STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK RAHN Pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman”. Produk Gadai merupakan tempat bagi konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminan. Produk Gadai merupakan salah satu alternatif pendanaan sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit atau yang tidak dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman. Konsep syariah ini merupakan pegadaian untuk menghindari rante atau riba. Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari bank yang digadaikan. Meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yang memerlukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang, bukan dari jumlah pinjaman untuk memasarkan produk tersebut, diperlukan strategi yaitu agar tujuan penjualan produk tersebut dapat berhasil. Berdasarkan analisis data, proses perencanaan strategi produk gadai emas (Rahn) Pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman yaitu dengan cara: *Pertama*, pemimpin kantor cabang harus memikirkan strategi promosi yang digunakan. Setelah itu pemimpin kantor cabang memerintahkan kepada petugas gadai untuk melakukan pengenalan produk gadai kepada nasabah dengan cara membuat satu tim untuk melakukan promosi di berbagai tempat. Implementasi promosi produk gadai emas yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman No.3-3A Medan Baru, yaitu dengan cara menawarkan atau menyebar brosur, door to door, mendatangi toko toko emas dan pasang spanduk. Menawarkan kepada masyarakat menengah kebawah terutama para pedagang, perumahan, pegawai, dan lain sebagainya, dengan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi juga ternyata dapat menarik minat nasabah.

KATA PENGANTAR



Assalamu' alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil 'alamin, Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat, karunia, dan hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi minor ini yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK RAHN (STUDI: BANK ACEH SYARIAH KANTOR CABANG S.PARMAN)”. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, keluarga, serta para sahabatnya yang telah menjadi jalan umatnya dalam menempuh keselamatan dan kebahagiaan di alam semesta ini dengan bergelimang ilmu pengetahuan.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Yang teristimewa kepada ayahanda Fadkhol Effendy dan Ibunda Lisnaini Simatupang, yang telah memberikan curahan kasih sayang dan do'a restu serta dukungannya baik moril maupun materil yang tak terhingga kepada penulis dan tidak lupa kepada adik dan saudara-saudaraku yang selalu menyemangati.
2. Bapak Zuhri M. Nawawi, MA, selaku Ketua Jurusan D-III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Hj. Yenny Samri Juliati Nst, MA., selaku Sekretaris Jurusan D-III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
4. Bapak Yusrizal, SE,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Deddy Nofendy (Pemimpin Kantor Cabang Bank Aceh Syariah S.Parman) dan Teuku Hayanuddin (Kepala Seksi Umum & SDI) Kantor Bank Aceh Cabang S.Parman yang telah membimbing penulis selama magang.
6. Pak Anwar Zainal dan Abang Nanda Zurialdi (Petugas Pembiayaan) yang telah memberikan kemudahan dalam memperoleh data dan wawancara mengenai Gadai Emas.

7. Seluruh Dosen-dosen Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam yang telah banyak memberikan pendidikan dan pengajarannya kepada penulis.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan yang setia menemaiku dalam suka dan duka dan saling memberi semangat satu sama lain (Maya Indriani, Mawarni, Ummi Syahidah Nst, Juwita Alweny Tanjung dan seluruh teman teman kelas C).
9. Sahabat-sahabat terbaikku Melisa Anggraini, Khairani Silvi, dan Feriansyah BB.
10. Muhammad Fajar SE yang telah menyemangatiku dan membantu selama pembuatan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan menambah khazanah ilmu pengetahuan, semoga Allah SWT melimpahkan hidayah-Nya, serta lindungannya kepada kita semua. Amin.

Medan, 2017

Penulis

Fany Irwoana

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
IKHTISAR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Metode Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORITIS

A. Strategi Pemasaran	7
1. Pengertian Strategi Pemasaran	7
B. Gadai Syariah	13
1. Pengertian Gadai Syariah (Rahn).....	13
2. Landasan Hukum Rahn	15
3. Rukun Gadai Syariah (Rahn)	16
4. Syarat Gadai Syariah (Rahn)	17
5. Persamaan dan Perbedaan Antara Gadai Syariah dan Gadai Konvensional	18

BAB III GAMBARAN UMUM BANK ACEH SYARIAH CABANG S.PARMAN

A. Sejarah Singkat Bank Aceh Syariah	21
B. Logo Bank Aceh.....	26
C. Visi, Misi & Motto	27
1. Visi	27
2. Misi.....	27
3. Motto	28
D. Produk & Service Syariah	29
1. Penghimpunan Dana	30
2. Penyaluran Dana	42
3. Layanan	49

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

A. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Syariah pada Bank Aceh Syariah.....	53
1. Strategi Promosi (Promotion).....	53
2. Strategi Harga (Price).....	54
3. Strategi Produk (Product).....	55
4. Strategi Distribusi(Place).....	56
B. Implementasi Promosi Produk Gadai Emas (Rahn) pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA.....	62
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	63
----------------------	-----------

RIWAYAT HIDUP	64
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
1. perbedaan teknis antara gadai syariah dan gadai konvensional...	19

DAFTAR GAMBAR

No.Gambar		Halaman
1.	Diagram peningkatan Gadai Emas Pada Produk Rahn pada Tahun 2015-2017.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Produk Gadai merupakan tempat bagi konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminan. Produk Gadai merupakan salah satu alternatif pendanaan sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit atau yang tidak dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman. Cukup dengan membawa-bawa barang jaminan yang bernilai ekonomis masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya, baik secara produktif maupun konsumtif.

Sekarang ini, selain terdapat pegadaian konvensional telah beroperasi pula pegadaian Syariah, yang memang didirikan oleh pegadaian. Perkembangan konsep syariah ini merupakan pegadaian untuk menghindari rante atau riba. Keberadaan pegadaian syariah pada awalnya didorong oleh perkembangannya dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan syariah. Disamping itu juga, dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip Syariah.

Implementasi operasional pegadaian syariah hampir mirip dengan pegadaian konvensional, pegadaian syariah juga menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan barang bergerak. Nasabah dapat memperoleh dana yang diperlukan dalam waktu yang relatif cepat. Pada tanggal 16 Juli 2008 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disahkan yang memberikan landasan hukum industri perbankan

Syariah nasional, dan diharapkan dapat mendorong perkembangan Bank Syariah yang selama lima tahun terakhir asetnya tumbuh lebih dari 65% pertahun namun pasarnya secara nasional masih dibawah 5%. Undang-undang ini mengatur secara khusus mengenai Perbankan Syariah, baik secara kelembagaan maupun kegiatan usaha.¹

Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari bank yang digadaikan. Meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yang memerlukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang, bukan dari jumlah pinjaman untuk memasarkan produk tersebut, diperlukan strategi yaitu agar tujuan penjualan produk tersebut dapat berhasil.

Pada umumnya masyarakat tidak memahami pemasaran, mereka melihat pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran ini mempunyai arti lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat dipasarkan seperti ide, kejadian, organisasi tempat dan kepribadian. Namun penting untuk ditekankan bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran, tetapi dengan pencarian peluang pasar.²

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:Kencana, 2009) h.65

² Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan kontrol*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 1997). Jilid I, h.18

Strategi pemasaran antara konvensional dengan yang sesuai syariah tentulah berbeda dalam prosesnya. Tetapi memiliki tujuan yang sama yaitu ;bagaimana meningkatkan jumlah nasabah. Maju mundurnya perusahaan dapat dilihat dari strategi pemasaran mereka yang berdampak pada meningkatnya minat nasabah, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam menggunakan produk jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan kata lain, dapat meningkatkan volume penjualan, sehingga pemasaran yang baik akan berdampak signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

Berdasarkan pengamatan di lapangan pertumbuhan pegadaian Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman menunjukkan peningkatan di tahun 2016 di bandingkan dengan tahun 2015 dari pertama berdirikannya gadai Syariah di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman. Salah satu contohnya, seperti kita ketahui pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah masih minim, karena pegadaian syariah terbilang masih baru, dan kantor cabang Syariahnya pun masih terbilang sedikit, tetapi pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan, sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh pegadaian syariah atas produk gadai syariah, sehingga tumbuh menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut. Dalam menarik minat nasabah memang tidak hanya dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang digunakan pegadaian syariah. Ada beberapa faktor lain yang mempengaruhinya seperti kebutuhan nasabah yang mendesak yang memerlukan proses pencairan dana yang cepat,

nasabah yang menginginkan transaksi gadai tanpa adanya unsur ribawi (bunga) di dalamnya, dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan suatu kajian mendalam untuk mengetahui strategi pemasaran gadai emas, maka penulis mencoba menelitinya dalam sebuah tugas akhir (TA) dengan judul “**Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Rahn PT.Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman**”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perencanaan strategi produk gadai emas (Ar-rahn) pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah di PT.Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses perencanaan strategi pemasaran produk gadai (ar-rahn) dalam menarik minat nasabah di PT.Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah pada produk rahn di PT.Bank Aceh Syariah Cabang S.parman

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian adalah:

1. Sebagai syarat untuk meraih gelar Ahli Madya Perbankan Syariah
2. Sebagai menambah khasanah keilmuan
3. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi dan perbandingan untuk penelitian yang sudah ada dan penelitian yang akan datang.

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Melalui metode deskriptif data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian diintegrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti.

2. Penelitian Lapangan

Yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan cara langsung terjun ke objek penelitian yang diteliti pada Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.

3. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

- a) Pengamatan (observasi), yakni melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti.
- b) Wawancara (interview), yakni melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang berwenang dalam perusahaan tersebut untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Berisikan tinjauan umum mengenai perusahaan Produk Gadai Syariah, yang didalamnya menguraikan pengertian gadai syariah, landasan hukum gadai syariah, rukun gadai syariah, syarat gadai syariah, persamaan dan perbedaan antara gadai syariah dengan gadai konvensional. Dan juga strategi pemasaran yang membahas tentang pengertian tentang strategi pemasaran, fungsi dan tujuan strategi pemasaran, segmenting, targeting, positioning, bauran pemasaran (Marketing Mix), dan yang terakhir strategi pemasaran yang ampuh dalam menarik minat nasabah.

Bab III Gambaran Umum Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman

Berisikan gambaran umum mengenai perusahaan Produk Gadai Syariah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman, yang berisikan tentang sejarah singkat dan perkembangan, visi dan misi, struktur organisasi, dan produk-produk yang dihasilkan.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan

Berisikan tentang tinjauan umum tentang Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas syariah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman. Implementasi Promosi Produk Gadai Syariah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman. Hambatan, Peluang dan

Tantangan Pemasaran Produk Emas Gadai Syariah pada Bank Aceh Syariah Cabang
S.Parman.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi pemasaran

a) Pengertian Strategi

Strategi dalam kamus Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat perang: Siasat atau akal untuk mencapai sesuatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan³

Sedangkan dalam istilah strategi berasal dari kata Yunani, strategate(stratos = militer dan ag = pemimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jendral. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, dimana jendral dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagi dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.⁴

Strategi adalah orientasi tindakan jangka waktu pengalokasian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi ini menunjukkan arah tujuan jangka panjang organisasi dan cara pencapaiannya, serta cara

³ Ali Muhammad, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta: Pustaka Amani, 1996), h. 462.

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (yogyakarta: Andi Press, 2001), cet. Ke 5 h. 3

mengalokasikan sumber daya. Dengan kata lain, strategi adalah rencana jangka panjang suatu instruksi atau perusahaan untuk mencapai tujuan.

b) Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial, di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain⁵. Dalam hal ini William J. Stanton mendefinisikan pemasaran dalam dua pengertian dasar yaitu:⁶

Pertama, dalam arti kemasyarakatan. Dalam hal ini, pemasaran adalah setiap kegiatan tukar menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia.

Kedua, dalam arti bisnis. Dalam hal ini, pemasaran adalah sebuah sistem dari keinginan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan, dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.

Konsep pemasaran berdasarkan definisi dari Philip Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk-produk

⁵ Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. INDEKS, 2003), Edisi Kesembilan Jilid I, h.6

⁶ William J. Stanton, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 34

yang bernilai dengan pihak lain. Didalamnya terdapat konsep yang ditawarkan seperti kebutuhan, keinginan dan permintaan, dan produk-produk (barang-barang, layanan, dan ide), *value* atau nilai, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan pasar dan para pemasar, serta prospek. Menurut Kotler, dasar pemikiran pemasaran bermula dari kebutuhan dan keinginan manusia. Kebutuhan manusia adalah tindakan beberapa kepuasan dasar. Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Permintaan adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.⁷

Menurut Kotler, dasar pemikiran pemasaran bermula dari kebutuhan dan keinginan manusia. Kebutuhan manusia adalah tindakan beberapa kepuasan dasar. Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Permintaan adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.

Kebutuhan dan keinginan seseorang akan terpuaskan, salah satunya dengan produk yang ditawarkan. Karena itu, produk atau penawaran dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu barang fisik, jasa, dan gagasan.

Konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar,

⁷ Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, h. 7

sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing.⁸

Jadi, pemasaran adalah suatu kegiatan ekonomi antara satu pihak dengan pihak lain yang didalamnya terjadi proses penciptaan, penawaran dan pertukaran suatu produk demi memenuhi kebutuhan dan keinginannya.⁹

Dalam konteks Syariah, M. Syakir Sula mendefinisikan pemasaran Syari'ah sebagai sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari satu inisiator kepada *stakeholders-nya*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.¹⁰

Syakir mengungkapkan definisi itu dengan merujuk pada definisi yang disepakati pakar marketing dunia. Kemudian mendasarkan pada kaidah fiqh dalam Islam , yaitu:¹¹

“ kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis (syarat- syarat) yang mereka buat, kecuali kesepakatan (syarat) yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”.“ pada dasarnya semua bentuk muamalah (bisnis) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

⁸ Philip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1994), Jilid 1,h. 2

⁹ Philip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1994), Jilid 1, h. 7-8

¹⁰ Hermawan dan M. Syakir, *Syariah Marketing*, h. 26-27

¹¹ A. Dzajuli dan Nurol Aen, *Ushul Fiqh Metodologi Hukum Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000),h. 53.

Sehingga menurut Syakir, kata kunci dalam definisi pemasaran syariah adalah bahwa dalam seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Karena itu Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan yang zalim dalam bisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.¹²

Jadi, Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan perkataan lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.¹³

Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli:

Menurut Tjiptono Strategi Pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan yang bersaing

¹² Hemawan Dan M. Syakir, *Syariah Marketing*, h. 27

¹³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran konsep, dasar dan strategi*, h.154.

yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar.

Menurut Guiltinan dan Paul Strategi Pemasaran merupakan pernyataan pokok yang berkenaan dengan dampak atau akibat yang diharapkan mencapai permintaan pada target pasar yang sudah ditentukan.

Menurut Philip Khotler Strategi Pemasaran merupakan pola pikir yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran.

Menurut Stanton Strategi Pemasaran merupakan suatu hal yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menetapkan harga suatu produk sampai memasarkan serta mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memberi kepuasan pembeli aktual dan potensial.¹⁴

Dalam merumuskan strategi pemasaran, perusahaan hendaknya menganalisis keadaan eksternal maupun internal dengan baik. Hal ini sangat penting karena tanpa analisis yang baik perusahaan tidak dapat

¹⁴ Bob Susanto, “ 4 Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli”, <http://www.seputarpengetahuan.com/2016/01/4-pengertian-strategi-pemasaran-menurut-para-ahli.html> (6 maret 2017).

mengambil tindakan yang tepat yang tepat untuk kepentingan perusahaan dimasa mendatang, analisis strategi memiliki kegunaan:

- a. Untuk mentukan misi dan tujuan perusahaan.
- b. Membantu upaya perusahaan dalam mencapai misi dan tujuan
- c. Untuk tindakan perbaikan dan penyesuaian bagi perusahaan dalam setiap situasi dan kondisi.

Semua analisis pemasaran strategi didasarkan pada lingkungan yang penuh dengan kompetisi, artinya jika perusahaan ingin memiliki keunggulan daya saing dibandingkan dengan perusahaan pesaing, maka perusahaan tersebut harus mampu untuk menyesuaikan diri dan beradaptasi dengan lingkungannya.¹⁵

B. Gadai Syariah

1. Pengertian Gadai Syariah (Rahn)

Gadai dalam bahasa arab disebut Rahn. Rahn menurut bahasa adalah: jaminan hutang, gadaian.¹⁶ Seperti juga dinamai Al-Habsu, artinya: Penahanan.¹⁷

Ar-Rahn adalah menahan salah satu harta milik sipeminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan

¹⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, h 6.

¹⁶ A. W. Munawir, *Kamus Al-Munawwir*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), Ed. II, h. 542

¹⁷ Ibid, h. 231

memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan piutang atau gadai.¹⁸

Sebagai kita ketahui dalam kitab undang-undang Hukum Pasal 1150 yang menyatakan bahwa: Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari orang-orang untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan.¹⁹

Gadai adalah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan utang, dengan adanya benda yang menjadi tanggungan itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.²⁰

Sedang menurut Hasbi Ash Shiddieqy rahn adalah akad yang objeknya menahan harga terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna dirinya.²¹

¹⁸ Syayid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, (Beirut: Darul-Kiab al-Arabi, 1987) cetakan. Ke-8, vol. III h. 169

¹⁹ *Kitab Undang-undang Hukum Perdata* (Burgelijk Wetboek), Penerjemah R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Ps. 1150

²⁰ Ahmad Azhar Basyir, *Riba, Utang-Piutang, dan Gadai*, (Bandung: Al-ma'rif, 1984), h. 86 -8

²¹ Hasbi Ash-Siddieqy, *Pengantar Fiqh Muaamalah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), h. 86 -6

Jadi, kesimpulannya bahwa rahn adalah menahan barang jaminan milik si peminjam (rahim), baik yang bersifat materi atau manfaat tertentu, sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang diterima tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan (murtahin) memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian hutangnya dari barang gadai tersebut apabila pihak yang menggadaikan tidak dapat membayar hutang tepat pada waktunya.

2. Landasan Hukum Rahn

a. Al-Qur'an

Berikut terdapat landasan hukum Rahn dalam Al-qur'an Surah Al-Baqarah ayat 283:

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

Artinya : Jika kamu dalam perjalanan (dan kamu melaksanakan muamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan (oleh yang mengutangkan), tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanah (utangnya) dan hendaknya ia bertakwa kepada Allah SWT, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa menyembunyikan nya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Q.S. Al-Baqarah (2):283).²²

Ayat tersebut secara eksplisit menyebutkan “barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan (oleh yang

²² Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Bumi Restu, 1974), h.49

mengutangkan)”. Dalam dunia finansial, barang tanggungan bisa dikenal sebagai jaminan (collateral) atau objek pegadaian.

b. Al-Hadist

حدثنا مسدد: حدثنا عبد الواحد: حدثنا الأعمش قل: تذاكرنا عند ابراهيم الرحمن والقبيل
في السلف فقال إبراهيم: حدثنا الأسود عن عائشة قالت
رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- اشترى طعاماً من يهودي إلى أجل ورهنه درعاً له من حديد

Artinya:

Meriwayatkan Musaddad: Meriwayatkan ‘Abdul Wahid: Dari al-A’masyi, dia berkata: Kami membicarakan masalah gadai dan memberi jaminan dalam jual-beli sistem salaf di samping Ibrahim. Maka Ibrahim berkata: “al-Aswad telah menceritakan kepada kami dari Aisyah ra bahwa Nabi SAW membeli makanan dari seorang Yahudi hingga waktu yang ditentukan (tidak tunai) dan menggadaikan baju besinya.”²³

Dari hadist diatas dapat dipahami bahwa bermuamalah dibenarkan juga dengan nonmuslim dan harus ada jaminan sebagai pegangan, sehingga terjadi ada kekhawatiran bagi yang memberi utang.

c. Ijtihad Ulama

Para ulama semuanya pendapat, bahwa perjanjian gadai hukumnya mubah (boleh). Namun ada yang berpegang kepada zakir ayat, yaitu gadai hanya diperbolehkan dalam keadaan berpergian saja, seperti paham yang dianut oleh Mazhab Zahiri, Mujahid dan al-Dhahak. Sedangkan Jumhur (kebanyakan Ulama) membolehkan gadai, baik dalam keadaan berpergian maupun tidak, seperti telah disebutkan dalam hadis

²³ Al-Mundziri, *Ringkasan Sahih Muslim*, (Bandung: Jabal, 2013, No.970, Cet.2) h.372

diatas.Jadi secara umum rahn boleh dilakukan, karena kegiatan tersebut pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW.

3. Rukun Gadai Syariah (Rahn)

Dalam menjalankan gadai syariah,gadai harus memenuhi rukun gadai syariah. Rukun rahn tersebut antara lain: Aqid, adalah pihak-pihak yang melakukan perjanjian (*shigat*). Aqid terdiri dari dua pihak yaitu: *Pertama,rahin* (yang menggadaikan), yaitu orang yang telah dewasa, berakal, bisa dipercaya, dan memiliki barang ya ng akan digadaikan.kedua, murtahin(yang menerima gadai), yaitu orang, bank, atau lembaga yang dipercaya oleh rahin untuk mendapatkan modal dengan jaminan barang (gadai). *Marhun* (barang yang digadaikan), yaitu barang yang digunakan rahin untuk dijadikan barang jaminan dalam mendapatkan uang. *Marhun bih* (utang), yaitu sejumlah dana yang diberikan murtahin kepada rahin atas dasar besarnya tafsiran marhun. *Shigat* (ijab dan qobul), yaitu sejumlah dana yang diberikan antara rahin dan murtahin dalam melakukan transaksi gadai.²⁴

4. Syarat Gadai Syariah (Rahn)

Dalam menjalankan transaksi rahn harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: Syarat Aqid, baik rahin dan murtahin adalah harus ahli tabarru' yaitu orang yang berakal, tidak boleh anak kecil, gila, bodoh,

²⁴ Al-Alamah Abi Bakri Al-Mashur Bissayyiri Al-Bakri, *Kitab Ia'Natut Tholibin*,(Beirut: Darul Fikr, 2004), Juz 3 h. 66.

dan orang yang terpaksa, serta tidak boleh seorang wali. *Marhun bih* (utang) syaratnya adalah jumlah atas marhun bih tersebut harus berdasarkan kesepakatan aqid. *Marhun* (barang) syaratnya adalah harus mendatangkan manfaat bagi murtahin dan bukan barang jaminan. *Shigat* (ijab dan qobul) syaratnya adalah shigat tidak boleh diselingi dengan ucapan yang lain selain ijab dan qobul dan diam terlalu lama pada waktu transaksi. Serta tidak boleh terkait oleh waktu.

5. Persamaan dan Perbedaan Antara Gadai Syariah dan Gadai Konvensional

Persamaan antara gadai syariah dengan gadai konvensional adalah jangka waktu jatuh tempo yaitu sama-sama 120 hari. Jika setelah 120 hari si peminjam tidak dapat membayar hutangnya, maka barang jaminan akan dijual atau dilelang. Tetapi nasabah diberi waktu tambahan selama 2 hari karena sebelum dilelang dibuat dahulu panitian lelang. Pada saat hari pelelangan, nasabah masih diberi kesempatan dan tambahan waktu selama 2 jam jika ingin menebus barang jaminannya. Jika tidak ditebus maka barang jaminan tersebut dilelang, uang pelelangan tersebut digunakan untuk membayar hutang rahin.

Jika hasil lelang tersebut mengalami kelebihan akan dikembalikan oleh nasabah, tetapi apabila uang kelebihan tersebut tidak diambil dalam waktu satu tahun, maka uang kelebihan tersebut akan dimasukan ke dalam dana ZIS (Zakat, Infak, Sadaqah) pegadaian syariah. Sedangkan

pegadaian konvensional uang kelebihan yang tidak diambil akan menjadi milik pegadaian. Apabila dari hasil lelang tersebut ternyata kurang untuk membayar hutang, maka nasabah diharuskan membayar sisa hutangnya. Sedangkan perbedaan mendasar antara gadai syariah dan konvensional adalah dalam pengenaan biayanya. Gadai konvensional memungut biaya dalam bentuk bunga yang bersifat akumulatif dan berlipat ganda²⁵

Sedangkan pada gadai syariah tidak berbentuk bunga, tetapi berupa biaya titipan, pemeliharaan, penjagaan, dan penaksiran. Untuk lebih jelasnya perbedaan teknis antara gadai syariah dan gadai konvensional akan disajikan pada tabel dibawah ini.²⁶

Tabel 1

No	Gadai Syariah	Gadai Konvensional
1	Biaya Administrasi berdasarkan golongan barang	Biaya administrasi berupa prosentase yang didasarkan pada golongan barang
2	Uang pinjaman (marhun bih) 90% dari nilai taksiran	Uang pinjaman (UP) untuk Gol A 92% dan Gol BCD 88-86%
3	Jasa simpanan dihitung dengan konstanta x taksiran	Sewa modal dihitung dengan: prosentase x uang pinjaman

²⁵ Sa'adah Faridatun, *Analisi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika*, Fakultas Syariah dan Hukum Uin Sumatera Utara Jakarta, 2011, h. 50

²⁶ Firdaus, *Mengatasi Masalah dengan Pegadaian Syariah*, h. 51

4	Kelebihan uang hasil dari penjualan barang yang tidak diambil oleh nasabah, diserahkan kepada lembaga ZIS	Kelebihan uang hasil lelang barang yang tidak diambil oleh nasabah menjadi milik pegadaian
---	---	--

Pada Fatwa DSN No. 25 tentang Rahn yaitu, Gadai Syariah sudah sesuai dengan fatwa tersebut dengan besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.²⁷

²⁷ Kamil Ahmad dan M. Fauzan, *Kitab Undang-Undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 545

BAB III

GAMBARAN UMUM BANK ACEH SYARIAH CABANG S.PARMAN

A. Sejarah Singkat Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah

Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 150 milyar.

Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNB tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 19 September 2016, Bank memiliki 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 85 Kantor Cabang Pembantu, 15 Kantor Kas, 13 Payment Point, 2 Mobil Kas Keliling, serta 201 Gerai ATM Bank Aceh.

Riwayat dan Perubahan Nama Serta Badan Hukum

- 19 Nopember 1958 : NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA)
- 6 Agustus 1973 : Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA)
- 5 Februari 1993 : PD. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PD. BPD IA)
- 7 Mei 1999 : PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, disingkat menjadi: PT. Bank BPD Aceh
- 29 September 2010 : PT. Bank Aceh
- 19 September 2016: PT. Bank Aceh Syariah

B. Logo Bank Aceh



Gambar 1

Terlihat dari **Gambar 1** bentuk dasar adalah sekuntum bunga Seulanga / Kenanga (*Cananga Odorata* / *Canangium Odoratum*) yang terkenal akan keharumannya, dengan model ukiran khas Aceh dengan 3 helai kelopak bunga yang

mewakili; manajemen Bank Aceh, pemegang saham dan masyarakat Aceh dengan warna: kuning kehijauan – hijau muda – hijau sedang sebagaimana warna bunga kenanga; melambangkan sebuah pertumbuhan dan kemakmuran serta kesejahteraan masyarakat Aceh yang holistik dan menggambarkan dari semangat manajemen dan karyawan untuk terus berusaha melakukan pengembangan bank, dengan

mengedepankan kemitraan sehingga mampu menjadi bank kepercayaan / kebanggaan masyarakat Aceh.

Bentuk elips seperti bulan sabit berwarna merah terbuka bagian atas dengan posisi miring adalah merupakan gambaran semangat Bank Aceh sebagai wadah lembaga keuangan/perbankan yang membuka peluang informasi dan menampung aspirasi nasabah sebagai mitra sesuai dengan dinamika dan perkembangan zaman dengan tidak meninggalkan identitas kedaerahan dan kaidah yang islami.



Letak logo diantara tulisan Bank dan Aceh menggambarkan logo sebagai mediator antara

Gambar 2

manajemen Bank Aceh dengan masyarakat Aceh, tulisan Bank menggunakan jenis huruf Friz Quardata Regular sedang tulisan Aceh menggunakan jenis huruf Friz Quardata Bold dengan maksud untuk lebih memperlihatkan nama Aceh. Warna hijau tua (lebih tua dari logo sebelumnya) dimaksudkan bahwa Bank Aceh sudah dewasa sehingga lebih matang dalam setiap merencanakan program perbankan.

C. Visi, Misi & Motto

1. Visi

Mewujudkan Bank Aceh menjadi bank yang terus sehat, tangguh,

handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat.

2. **Misi**

Membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada Karyawan.

3. **Motto / Corporate Image**

Kepercayaan dan Kemitraan.

“Kepercayaan” adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.

“Kemitraan” adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan motto tersebut, usaha PT. Bank Aceh diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank

umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah.

Dalam rangka mengemban visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat menganut, meyakini, mengamalkan dan melaksanakan nilai-nilai filosofis yang luhur yang terkandung dalam pilar dan perilaku budaya kerja, yaitu :

1. Bekerja adalah ibadah kepada Allah SWT dengan penuh keimanan dan ketaqwaan;
2. Profesionalisme dan integritas karyawan/manajemen;
3. Pengelolaan Bank secara Sehat dan Berdaya Saing Tinggi;
4. Kepuasan Nasabah yang tinggi;
5. Prestasi Kerja dan Kesejahteraan adalah Karunia Allah SWT.

Secara keseluruhan kegiatan usaha PT. Bank Aceh mencakup :

1. Kegiatan Penghimpunan Dana
2. Kegiatan Penyaluran Dana
3. Kegiatan Pelayanan Jasa Bank

D. Produk & Service Syariah

Selaras dengan teknologi informasi yang diterapkan dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan perkembangan terkini, PT. Bank Aceh Syariah

telah berupaya meningkatkan kualitas dan jenis produk/layanan sehingga diharapkan dapat menciptakan tingkat kepuasan dan loyalitas yang tinggi seluruh nasabahnya.

a) Penghimpunan Dana

1. Giro Wadi'ah

Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada Bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan media *Cheque* dan *Bilyet Giro*.

Persyaratan Perorangan

- Mengisi formulir pembukaan rekening
- Tidak termasuk dalam Daftar Hitam Bank Indonesia
- Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan foto copy bukti identitas
- N P W P
- Pas Foto Warna 3×4 = 2 Lembar
- Setoran awal Rp 1,000,000

Persyaratan Perusahaan

- Mengisi formulir pembukaan rekening
- Tidak termasuk dalam Daftar Hitam Bank Indonesia

- Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan foto copy bukti identitas
- N P W P
- Legalitas Pendirian dan Perubahan
- Izin Usaha : SIUP, TDP, SITU, SIUJK dan lainnya (jika dibutuhkan) yang masih berlaku
- Pas Foto Warna 3×4 = 2 Lembar
- Setoran awal Rp 1,000,000

Persyaratan Yayasan/Koperasi

- Mengisi formulir pembukaan rekening
- Tidak termasuk dalam Daftar Hitam Bank Indonesia
- Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan foto copy bukti identitas
- N P W P
- Legalitas Pendirian dan Perubahan
- Anggaran Dasar / ADRT
- Pas Foto Warna 3×4 = 2 Lembar
- Setoran awal Rp 1,000,000

Fasilitas

- Cheque dan Bilyet Giro

- Transaksi OnLine Cheque dan Bilyet Giro diseluruh PT. Bank Aceh
- Transaksi setor dan tarik tunai OnLine di seluruh PT. Bank Aceh

Keuntungan

- Aman dan terjamin
- Bebas biaya administrasi bulanan
- Diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah

2. Deposito Mudharabah

Investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan *akad Mudharabah Muthalaqah*, yaitu akad antara pihak pemilik dana (*Shahibul Maal*) dengan pengelola dana (*Mudharib*). Dalam hal ini Shahibul Maal (Nasabah) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad.

Persyaratan

- Mengisi formulir pembukaan rekening

- Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan foto copy bukti identitas

Fasilitas

- Bagi hasil dapat ditransfer ke rekening Tabungan atau Giro
- Jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan
- Pada saat jatuh tempo dapat diperpanjang secara otomatis (*Automatic Roll Over/ARO*)

Keuntungan

- Aman dan terjamin
- Bebas biaya administrasi bulanan
- Bagi hasil yang kompetitif
- Diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
- Dapat dijadikan jaminan pembiayaan

3. Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA iB)

- Tabungan SIMPEDA dapat dimiliki oleh siapa saja.
- Dengan setoran awal hanya sebesar Rp 10.000,- Anda telah menjadi nasabah Bank Aceh.

- Dapat disetor dan ditarik setiap hari kerja di seluruh kantor Bank Aceh.
- Jika Anda memakai ATM Bank Aceh, sudah tersedia gerai-gerai ATM Bank Aceh diseluruh Aceh, Medan dan didukung oleh jaringan ATM BERSAMA (Indonesia) dan MEPS (Malaysia), sehingga Anda bebas menarik uang tunai 24 jam sehari kapanpun Anda membutuhkannya.
- Dengan sistem bunga rata-rata harian yang kompetitif, Anda memiliki kesempatan untuk mendapatkan keuntungan bunga yang lebih besar.
- Dapat digunakan sebagai jaminan untuk mengajukan permohonan kredit.
- Bank memberikan bunga yang menarik.
- Penabung SIMPEDA berhak mendapatkan point undian Regional dan Nasional.

Persyaratan

- Foto kopi KTP 1 Lembar
- Mengisi Form Identitas Nasabah
- Setoran Awal Rp 10.000,

4. Tabungan Aneka Guna (TAG iB)

- Tabungan Aneka Guna (TAG) dapat dimiliki oleh siapa saja, dengan setoran awal hanya sebesar Rp 10.000,- Anda telah menjadi nasabah Bank Aceh.
- Dapat disetor dan ditarik setiap hari kerja di seluruh kantor Bank Aceh.
- Sudah tersedia 201 ATM Bank Aceh, sehingga Anda bebas menarik uang tunai 24 jam sehari kapanpun Anda membutuhkannya.
- Fasilitas ATM BERSAMA yang dimiliki oleh Bank Aceh memungkinkan Anda dapat melakukan transaksi melalui ATM di mana saja di dalam jaringan ATM BERSAMA, yang dapat ditandai dengan adanya logo ATM BERSAMA di ATM tersebut.
- Dengan sistem bunga rata-rata harian yang kompetitif, Anda memiliki kesempatan untuk mendapatkan keuntungan bunga yang lebih besar.
- Dapat digunakan sebagai jaminan untuk mengajukan permohonan kredit.
- Bank memberikan bunga yang menarik.

Persyaratan

- Foto kopi KTP 1 Lembar

- Mengisi Form Identitas Nasabah
- Setoran Awal Rp 10.000,-

5. Tabungan Haji Akbar iB

- Penabung mendapat Buku Tabungan sebagai bukti mutasi rekening.
- Bank akan membukukan seluruh transaksi baik yang mengenai penyetoran maupun pengambilan/pemindahbukuan uang oleh penabung maupun penerimaan atau pembayaran yang dilakukan Bank untuk kepentingan atau atas beban penabung.
- Tabungan Haji Bank Aceh tidak diberikan bunga dan dibebaskan dari seluruh biaya administrasi bank kecuali biaya penutupan rekening atas permintaan sendiri atau penabung menyatakan dirinya batal naik haji.
- Penabung yang batal karena penabung meninggal dunia sebelum terdaftar pada SISKOHAT, maka pewarisan hak atas tabungan diserahkan kepada ahli waris yang sah menurut hukum atau kepada pihak lain yang ditunjuk sesuai hukum.
- Penabung dapat didaftarkan ke Sistem SISKOHAT jika saldo sudah mencapai minimal Rp. 20.000.000,- (Dua puluh juta

rupiah) atau sesuai ketentuan pemerintah mengenai biaya minimal pendaftaran haji melalui SISKOHAT.

- Penyetoran dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang, Capem dan Kantor Kas setiap hari pada jam kerja.
- Penabung dapat meneruskan atau menutup tabungan atau memindahbukukan apabila terjadi kelebihan saldo atas BPIH tahun yang bersangkutan.

Persyaratan

- Tabungan ini adalah Tabungan Haji Bank Aceh.
- Penabung adalah ummat Islam (perorangan) yang berniat menunaikan ibadah haji
- Penabung harus menyerahkan fotocopy KTP/SIM/Identitas diri lainnya yang ditentukan Bank.
- Mengisi Formulir Data Nasabah Tabungan Aneka Guna Haji (TAG – ONH)
- Setoran awal tabungan haji minimal Rp. 500.000,- (lima ratus ribu rupiah) selanjutnya menjadi saldo minimum yang wajib dipelihara. Setoran berikutnya minimal Rp. 100.000,- (seratus ribu rupiah).

6. Tabungan Seulanga iB

1. Tabungan Seulanga iB adalah produk tabungan Bank Aceh.
2. Dengan tagline “Seutuhnya Melayani Nanggroe”.
3. Tabungan Seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah Progressive dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian).
4. Mendapat fasilitas ATM Seulanga (Fitur ATM Seulanga iB sama dengan ATM jenis Platinum)
5. Mendapat Fasilitas *Mobile Banking*
6. Dapat dijadikan sebagai jaminan kredit
7. Sebagai sarana pembayaran listrik, telepon, air dan telepon seluler
8. Pertanggungan asuransi jiwa sebesar Rp. 10.000.000,-. Biaya premi pertanggungan asuransi jiwa nasabah tabungan Seulanga iB ditanggung oleh Bank. Pengajuan Klaim dapat dilakukan paling lambat 9 (Sembilan) bulan sejak tertanggung meninggal dunia diajukan ke kantor Bank Aceh atau kantor perwakilan Jasa Raharja terdekat di Seluruh Indonesia.
9. Penabung berhak diikutsertakan dalam perebutan Hadiah Langsung Seulanga berdasarkan poin penabung.

Seputar Tabungan Seulanga iB

1. Pada saat mengajukan aplikasi pembukaan rekening tabungan Seulanga, penabung sekaligus mengajukan aplikasi fasilitas kartu ATM Seulanga.

2. Setoran awal pembukaan rekening tabungan sebulan sebesar Rp. 1.000.000,- (Satu Juta Rupiah) dan penyetoran selanjutnya sekurang-kurangnya Rp. 100.000,- (Seratus Ribu Rupiah)
3. Saldo Minimum Rp. 500.000,- (Lima Ratus Ribu Rupiah).
4. Penarikan tunai maksimal Rp. 20.000.000,- (Dua Puluh Juta Rupiah) per hari.
5. Transfer antar Bank dapat dilakukan maksimal Rp. 30.000.000,- (Tiga Puluh Juta Rupiah) per hari.
6. Nisbah hanya diberikan pada rekening tabungan dengan saldo Rp. 1.000.000,- (Satu Juta Rupiah) ke atas.
7. Biaya pengelolaan rekening tabungan bulanan Rp. 10.000,- (Sepuluh Ribu Rupiah).
8. Biaya pengelolaan kartu ATM Rp. 10.000,- (Sepuluh Ribu Rupiah).
9. Biaya penggantian kartu ATM Rp. 20.000,- (Dua Puluh Ribu Rupiah).

7. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus merupakan akronim dari fitrah dalam usaha syariah, yang bermakna bahwa dengan tabungan ini bank dan nasabah akan melakukan kerjasama secara syariah yang fitrah yang tentunya pada akhirnya akan membawa hasil yang halal, berkah, dan bertambah.

Penyetoran dan Penarikan

- Penyetoran dan Penarikan dapat dilakukan saat kas buka pada semua cabang Bank Aceh Syariah
- Setoran pertama minimal Rp. 20.000,-(dua puluh ribu rupiah) dan setoran selanjutnya sekurang-kurangnya Rp. 10.000,- (sepuluh ribu rupiah)
- Penarikan dapat dilakukan setiap hari kerja selama Kas Buka dengan saldo tersisa tersisa sekurang-kurangnya Rp. 10.000,- (sepuluh ribu rupiah)
- Penarikan dapat dilakukan di Kantor Pusat, Kantor Cabang, Cabang Pembantu, Kantor Kas Bank Aceh Syariah di seluruh Aceh
- Penarikan yang dilakukan oleh bukan penabung sendiri, harus dilengkapi dengan surat kuasa dari penabung dengan bermaterai secukupnya.

Penutupan Tabungan

- Penabung berhak setiap saat menutup rekening tabungannya selama kas buka pada cabang penerbit
- Penutupan secara otomatis karena saldo menjadi nihil akan dilakukan oleh Bank Aceh Syariah tanpa pemberitahuan kepada penabung.

8. Tabungan Sahara iB

Tabungan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang dikhususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah*, yaitu dana titipan murni Nasabah kepada Bank.

Persyaratan

- Mengisi formulir pembukaan rekening
- Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan foto copy bukti identitas
- Setoran awal Rp 500,000

Fasilitas

- Buku Tabungan
- Transaksi setor dan tarik tunai *OnLine* di seluruh PT. Bank Aceh Syariah
- OnLine dengan SISKOHAT Departemen Agama

9. TabunganKu iB.

TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di

Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Fitur Produk TabunganKu

1. Fitur *Standard (Mandatory)* adalah fitur produk TabunganKu yang harus diterapkan secara seragam oleh seluruh bank yang meluncurkan produk TabunganKu.
2. Fitur *Customized (Optional)* adalah fitur produk TabunganKu yang dapat dipilih untuk diterapkan oleh bank yang meluncurkan produk TabunganKu.

Syarat dan Ketentuan

1. Yang berhak menjadi penabung TabunganKu adalah semua lapisan masyarakat (WNI) secara perorangan.
2. Satu orang hanya memiliki 1 rekening untuk produk yang sama, kecuali bagi orangtua yang membuka rekening untuk anak yang masih di bawah umur dibawah perwalian sesuai Kartu Keluarga (KK) yang bersangkutan.
3. Tidak diperkenankan untuk rekening bersama dengan status “dan/atau.”
4. Sebagai bukti tabungan Bank akan memberikan buku TabunganKu atas nama penabung.

5. Layanan jasa perbankan lainnya dan biaya mengikuti ketentuan yang berlaku.
6. Mengisi formulir pembukaan rekening
7. Menyerahkan fotocopy identitas diri yang masih berlaku
8. Tanpa biaya administrasi bulanan
9. Setoran awal pembukaan rekening minimum Rp. 20.000,-
10. Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,-

b) Penyaluran Dana

1. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad Murabahah, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada seluruh anggota masyarakat dengan sistem jual beli. Dalam hal ini Nasabah sebagai pembeli dan Bank sebagai penjual, harga jual Bank adalah harga beli dari supplier ditambah keuntungan yang disepakati dan tercantum dalam akad.

Persyaratan Consumer Loan

- Mengisi formulir permohonan
- Pas Foto 3×4 = 3 Lembar (Suami/Istri yang sudah berkeluarga)

- Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan foto copy 2 lembar (Suami/Istri yang sudah berkeluarga)
- Daftar rincian gaji (foto copy 2 lembar)
- Surat kuasa pemotongan gaji (foto copy 2 lembar)
- K A R P E G (foto copy 2 lembar)
- T A S P E N (foto copy 2 lembar)
- Menunjukkan asli Surat Keterangan Pengangkatan Pegawai (80%, 100% & Terakhir) dan menyerahkan foto copy 2 lembar
- N P W P (Pembiayaan $\geq$ 100 Juta foto copy 2 lembar)
- Menunjukkan asli Kartu Keluarga dan menyerahkan foto copy 2 lembar
- Menunjukkan asli Surat Nikah dan menyerahkan foto copy 2 lembar
- Memiliki Buku Tabungan Firdaus (foto copy 2 lembar)
- Jaminan tambahan (Pembiayaan diatas batas maksimal)
- Tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia serta tidak tercatat sebagai nasabah pembiayaan macet/bermasalah

Persyaratan Swasta

- Surat Permohonan
- Mengisi formulir permohonan

- Pas Foto 3×4 = 3 Lembar (Suami/Istri yang sudah berkeluarga)
- Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan foto copy 2 lembar (Suami/Istri yang sudah berkeluarga)
- Izin Usaha : SIUP, TDP, SITU, SIUJK dan lainnya (jika dibutuhkan) yang masih berlaku
- Bukti Legalitas Jaminan (SHM/SHGB/BPKB/ Bilyet Deposito/dll)
- Laporan Keuangan Usaha 2 tahun terakhir
- Tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia serta tidak tercatat sebagai nasabah pembiayaan macet/bermasalah

Keuntungan

- Persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah
- Memberikan kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan
- Meningkatkan kualitas hidup Nasabah dengan sistem pembayaran angsuran melalui potong langsung atas gaji bulanan yang diterima setiap bulan

2. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad Musyarakah, yaitu kerja sama dari dua pihak atau lebih untuk menjalankan suatu usaha tertentu. Kedua pihak memberikan kontribusi dana dan keahlian, serta memperoleh bagi hasil keuntungan dan kerugian sesuai kesepakatan yang tercantum dalam akad.

Persyaratan

- Surat Permohonan
- Mengisi formulir permohonan
- Pas Foto 3×4 = 2 Lembar
- Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan foto copy bukti identitas
- N P W P
- Legalitas Pendirian dan Perubahan
- Izin Usaha : SIUP, TDP, SITU, SIUJK dan lainnya (jika dibutuhkan) yang masih berlaku
- Bukti Legalitas Jaminan (SHM/SHGB/BPKB/ Bilyet Deposito/dll)
- Laporan Keuangan 2 tahun terakhir
- Bukti Surat Perintah Kerja (SPK) khusus konstruksi dengan Pendanaan dari Pemerintah

- Tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia serta tidak tercatat sebagai nasabah pembiayaan macet/bermasalah

Peruntukan

- Perorangan (WNI) pemilik usaha dan badan usaha yang memiliki legalitas

Keuntungan

- Persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah
- Pembiayaan dapat diberikan untuk keperluan modal kerja dan atau investasi
- Mekanisme pengembalian yang fleksibel sesuai dengan realisasi usaha
- Bagi hasil berdasarkan perhitungan revenue sharing
- Dapat digunakan untuk pembiayaan modal kerja usaha dan proyek
- Jangka waktu disesuaikan dengan jadwal penyelesaian pekerjaan

3. Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah *akad* kerjasama antara bank selaku pemilik dana (*shahibul maal*) dengan nasabah selaku (*mudharib*) yang mempunyai keahlian atau ketrampilan untuk mengelola suatu usaha yang

produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati. Akad mudharabah digunakan oleh bank untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan permodalan bagi nasabah guna menjalankan usaha atau proyek dengan cara melakukan penyertaan modal bagi usaha atau proyek yang bersangkutan.

Rukun

- a. Orang yang berakad:
 - 1. Pemilik modal (*Shahibul Maal*)
 - 2. Pelaksana/usahawan (*Mudharib*)
- b. Modal (*Maal*)
- c. Proyek / Usaha
- d. Keuntungan
- e. *Ijab Qobul*

Syarat Umum

- a. Orang yang terikat dalam akad cakap hukum
- b. Syarat modal yang digunakan harus:
 - 1. Berbentuk uang (bukan barang)
 - 2. Jelas jumlahnya

- 3. tunai (bukan berbentuk hutang)
- 4. Langsung diserahkan kepada mudharib
- c. Pembagian keuntungan harus jelas, dan sesuai dengan nisbah yang disepakati

Syarat Khusus

- a. Permohonan Pembiayaan
- b. Data identitas diri/pribadi
- c. Data identitas perusahaan
- d. Proposal proyek yang dilaksanakan
- e. Garansi/jaminan

Modal / Harta

- a. Modal hanya diberikan untuk tujuan usaha yang sudah jelas dan disepakati bersama
- b. Modal harus berupa uang tunai, jelas jenis mata uangnya, dan jelas jumlahnya
- c. Modal diserahkan kepada mudharib seluruhnya (100%) lumpsum
- d. Jika modal diserahkan secara bertahap maka harus jelas tahapannya dan harus disepakati bersama

e. Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk study kelayakan (feasibility study) atau sejenisnya tidak termasuk dalam bagian dari modal. Pembayaran biaya-biaya tersebut ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak.

4. Pembiayaan Wakalah

5. Pembiayaan Ijarah.

c) Layanan

1. Rahn (Gadai Emas)

Rahn Gadai Emas Syariah atau disebut juga pembiayaan rahn pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad *Qardh*, *Rahn* dan *Ijarah*, yaitu penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima.

Persyaratan

- Mengisi formulir permohonan
- Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan foto copy bukti identitas
- Menyerahkan barang gadai berupa emas perhiasan atau lantakkan

- Tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia serta tidak tercatat sebagai nasabah pembiayaan macet/bermasalah

Peruntukan:

- Perorangan (WNI) pemilik usaha dan badan usaha yang memiliki legalitas

Keuntungan

- Proses menggadai yang sangat sederhana dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah
- Jangka waktu 3 bulan dan bisa diperpanjang
- Barang agunan aman karena diasuransikan

2. Bank Garansi Syariah

Bank Garansi merupakan salah produk jaminan pada Bank Aceh Syariah, yaitu Jaminan Pembayaran yang diberikan oleh Bank atas permintaan Nasabahnya, kepada pihak penerima jaminan dalam hal Nasabah yang dijamin tidak memenuhi kewajibannya kepada pihak penerima jaminan. Jaminan pembayaran yang berikan oleh Bank merupakan fasilitas non dana (*Non Funded Facility*) menggunakan *akad Kafalah bil Ujrah*.

Jenis Bank Garansi

- Garansi Penawaran (*Tender Guarantee / Bid Bond*)
- Garansi Pelaksanaan (*Performance Guarantee*)
- Garansi Uang Muka (*Advance Payment Bond*)
- Garansi Pemeliharaan (*Retention / Maintenance Bond*)

Persyaratan

- Surat Permohonan
- Legalitas Badan Hukum (PT, CV, Firma dll)
- Tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia serta tidak tercatat sebagai nasabah pembiayaan macet/bermasalah

Peruntukan

- Perorangan (WNI) pemilik usaha dan badan usaha yang memiliki legalitas
- Diberikan kepada pemborong atau kontraktor untuk mengerjakan proyek
- Diberikan untuk menjamin pembayaran (dapat berupa Standby L/C)

Keuntungan

- Proses cepat dan persyaratan mudah
- Fasilitas *Back to Back* asuransi

d) Lainnya

MEPS (*Malaysian Exchange Payment System*), Transfer, Kliring, RTGS, Inkaso, Penerimaan BPIH/SISKOHAT, Penerimaan Pajak, Jaminan Pelaksana, Jaminan Penawaran, Jaminan Uang Mukad, Referensi Bank, Layanan ATM, Layanan ATM Bersama, Pembayaran Telepon, Pembayaran Listrik, Pembayaran Tagihan Ponsel, Pengisian Pulsa Ponsel, Pembayaran Pensiun, Pengelolaan Dana kebajikan, Pengiriman uang ke Luar Negeri.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn)Syariahpada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman

1. Strategi Promosi (Promotion)

Strategi Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi Bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Strategi promosi Bank adalah strategi penutup dalam penawaran produk baru. Dengan Bank membuat promosi, masyarakat akan lebih mengenal produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Dengan logo dan motto yang bagus, dengan label yang menarik dan kemasan yang baik ini akan lebih cepat menarik perhatian masyarakat.²⁸

Strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah cabang S.Parman guna menarik perhatian minat masyarakat itu sendiri dengan cara memberitahukan kepada masyarakat secara langsung, selain itu juga dengan cara memberikan selebaran brosur tentang pemberitahuan produk gadai Syariah yang sekarang dipasarkan. Berikut prosedur pemasaran Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman:

²⁸ Kamsir, *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 156

Pertama, pemimpin kantor cabang memerintahkan kepada petugas gadai untuk melakukan pengenalan produk gadai kepada nasabah dengan cara membuat satu tim untuk melakukan promosi di berbagai tempat. Pihak bank juga melakukan promosi seperti membuka stan produk Gadai Syariah di berbagai tempat, agar Bank Aceh Syariah mampu bersaing dengan Bank pesaing yang juga mempunyai produk pembiayaan dan menarik nasabah baru. *Kedua*, Petugas Gadai Syariah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman juga melakukan promosi melalui marketing dengan cara door to door. Agar para calon nasabah dapat lebih memahami tentang produk Gadai Emas di Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman.

Periklan juga merupakan tempat promosi yang mudah dilihat oleh masyarakat, karena belum tentu masyarakat kebanyakan hanya mengetahui hanya dengan promosi yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah hanya dengan memperkenalkannya langsung kepada masyarakat. Untuk itu petugas marketing Bank Aceh Syariah cabang S.Parman membuat suatu brosur dan membagikannya kepada nasabah. Agar nasabah dapat membaca dan melihat apa saja yang tertera dalam brosur. Petugas Bank juga membuat suatu spanduk di depan tempat ruang tunggu nasabah agar nasabah Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman dapat melihat bahwasannya di bank tersebut terdapat produk Gadai Syariah.

2. Strategi Harga (Price)

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Strategi harga Bank adalah salah satu strategi yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, karena dalam memasarkan suatu produk kita harus tahu harga dari produk yang dipasarkan.²⁹ Maka dari itu, Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman dalam menentukan harga untuk produk barunya yaitu Gadai Syariah, dengan melihat persentase yang ada dipasaran. Saat ini pembiayaan gadai Syariah yang ada di Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman adalah gadai emas, karena emas adalah benda yang mudah digadaikan dan harganya tidak mudah jatuh.

Gadai Emas Syariah Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman adalah produk yang ditawarkan kepada masyarakat sekitar Bank, dengan harga yang mengikuti pasaran. Emas merupakan benda yang dijadikan agunan karena hampir semua masyarakat mempunyai emas dan harga emas dipasaranpun tidak mudah turun, maka inilah yang dilihat oleh Bank Aceh Syariah dalam membuat sebuah produk. Untuk itu, dalam menentukan harga Bank Aceh Syariah Cabang Syariah mempunyai tarif yang mengikuti peningkatan harga

²⁹ Kamsir, *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 136

emas dipasaran. Jadi, tarif harga yang diterapkan di Bank Aceh Syariah selalu berubah mengikuti harga pasaran tersebut.

3. Strategi Produk (Product)

Strategi produk adalah segala suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan. Pada saat ini Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman meluncurkan produk baru yaitu Gadai Syariah, gadai ini termasuk katagori pembiayaan. Gadai Syariah di Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman bertujuan untuk membantu masyarakat dalam membutuhkan dana dengan waktu yang singkat hanya dengan menjaminkan barang sebagai agunan. Dalam strategi produk Bank, dibutuhkan beberapa hal yang perlu dilakukan sebelum memasarkan produk tersebut kepada masyarakat, hal ini untuk mengembangkan produk yang akan dipasarkan.

Dalam penentuan Logo dan Motto, pemimpin Bank Aceh Kantor Cabang S.Parman harus terlebih dahulu untuk menentukan logo seperti apa yang tadinya akan menjadi logo dari produk tersebut dan logo itu harus bisa menarik perhatian masyarakat karena dengan logo masyarakat mudah untuk mengingat produk tersebut. Selain logo, motto juga dibutuhkan karena dengan kalimat-kalimat yang menarik memudahkan masyarakat tertarik untuk menggunakan produk tersebut dan kata-kata itu mudah diingat.

4. Strategi Distribusi(Place)

Penentuan lokasi suatu cabang Bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan Bank. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman berada didaerah yang komersil hal ini merupakan salah satu kekuatan yang mendukung Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman untuk dengan mudah memasarkan produk-produknya, karena Bank Aceh Syariah berada dilokasi yang padat akan penduduk ,dekat dengan perkantoran, pasar dan mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di lokasi tersebut.

B. Implementasi Promosi Produk Gadai Emas (Rahn) pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman

Implementasi promosi produk gadai emas yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman No.3-3A Medan Baru, yaitu dengan cara menawarkan atau menyebar brosur,door to door, mendatangi toko toko emas dan pasang spanduk. Menawarkan kepada masyarakat menengah kebawah terutama para pedagang, perumahan, pegawai, dan lain sebagainya, dengan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan srategi promosi juga ternyata dapat menarik minat nasabah, ini dibuktikan dengan peningkatan omzet pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman yang telah didirikan pada tahun 2015. Selain karena faktor strategi pemasaran yang digunakan, dapat pula terjadi karena musim pendaftaran ulang siswa sekolah atau biaya pendidikan sebagai salah satu pemicu utama meningkatnya omzet

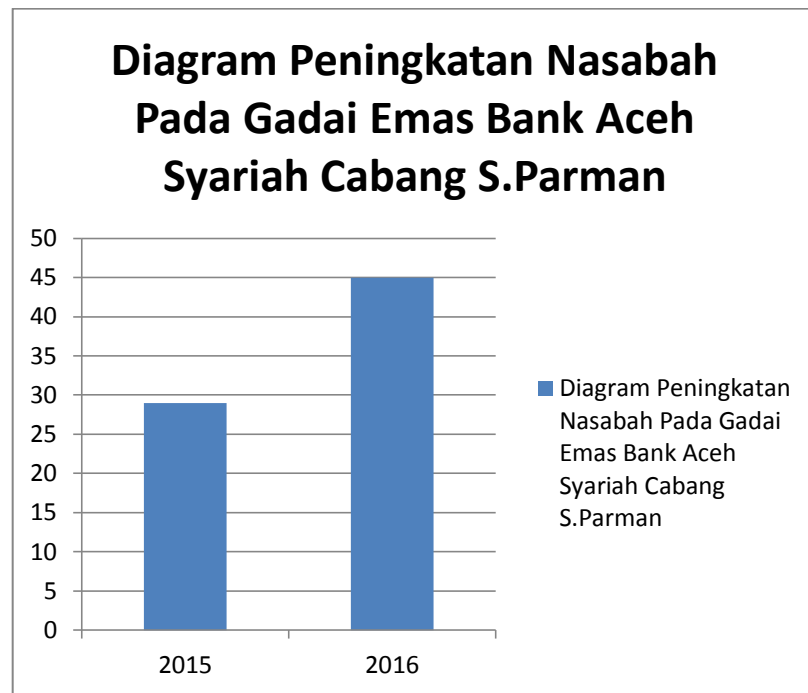
rahn, karena para ibu banyak yang membutuhkan uang secara cepat untuk dapat mendaftar ulang bagi mereka yang memiliki anak yang masih bersekolah dan mereka memilih untuk menggadaikan emasnya yang mereka milikinya.

Peningkatan omzet juga terjadi pada musim lebaran, pada saat menjelang lebaran masyarakat yang pulang kampung lebih memilih menggadaikan barang berharganya (emas) mereka, sebagai langkah untuk memperoleh keamanan terhadap barang yang ditinggalkan saat mereka pulang kampung. Karena manfaat dan kemudahan gadai emas di Bank Aceh Syariah ini terjamin aman, proses mudah dan cepat, biaya pemeliharaan yang kompotitif, dan terkoneksi dengan rekening tabungan. Dan persyaratannya itupun mudah hanya dengan kartu identitas asli maupun foto copy, dan jaminan berupa emas perhiasan atau lantakan.

Karakteristik produk gadai emas syariah Bank Aceh Syariah disini ialah: berdasarkan prinsip syariah dengan akad qard dalam rangka rahn dan akad ijarah, biaya administrasi dan asuransi barang jaminan dibayar pada saat pencairan, biaya pemeliharaan dihitung per 1 bulan dan dibayar pada saat pelunasan. Pencairan akan di masukkan langsung ke dalam tabungan.³⁰

Berikut diagram peningkatan Gadai Emas Pada Produk Rahn pada Tahun 2015-2017:

³⁰ Wawancara kepada petugas Gadai Emas di Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman tanggal 01-03-2017



Gambar 1

Berdasarkan gambar di atas dapat lihat peningkatan dari tahun 2015 hingga tahun 2016. Pada tahun 2015 sejak pertama kali pegadaian Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman di dirikan, terdapat 27 nasabah. Sedangkan pada tahun 2016 terjadi kenaikan nasabah sehingga mencapai 45 nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis data, proses perencanaan strategi produk gadai emas (Rahn) pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman yaitu dengan cara: *Pertama*, pemimpin kantor cabang harus memikirkan strategi promosi yang digunakan. Setelah itu pemimpin kantor cabang memerintahkan kepada petugas gadai untuk melakukan pengenalan produk gadai kepada nasabah dengan cara membuat satu tim untuk melakukan promosi di berbagai tempat. Pihak bank juga melakukan promosi seperti membuka stan produk Gadai Syariah di berbagai tempat, agar Bank Aceh Syariah mampu bersaing dengan Bank pesaing yang juga mempunyai produk pembiayaan dan menarik nasabah baru. *Kedua*, Petugas Gadai Syariah pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman juga melakukan promosi melalui marketing dengan cara door to door. Agar para calon nasabah dapat lebih memahami tentang produk Gadai Emas di Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman. *Ketiga*, iklan yang digunakan Bank Aceh Syariah seperti memasang Baliho, atau spanduk agar calon nasabah dapat melihat sekilas tentang pegadaian yang ada di Bank Aceh Syariah.
2. Implementasi promosi produk gadai emas yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah Kantor Cabang S.Parman No.3-3A Medan Baru, yaitu

dengan cara menawarkan atau menyebar brosur, door to door, mendatangi toko toko emas dan pasang spanduk. Menawarkan kepada masyarakat menengah kebawah terutama para pedagang, perumahan, pegawai, dan lain sebagainya, dengan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi juga ternyata dapat menarik minat nasabah.

B. Saran

1. Dalam kesimpulan di atas penulis mencoba untuk memberikan saran, bahwa hendaknya Produk Gadai Emas Syariah pada Bank Aceh Syariah dalam kemampuan Sumber Daya Manusia perlu lebih ditingkatkan lagi baik melalui pendidikan dan pelatihan yang diberikan serta penyelesaian calon karyawan baru dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan profesionalitas kerja pada produk Gadai Syariah.
2. Implementasi dalam menarik minat nasabah juga perlu dilakukan dengan mendengarkan masukan yang diberikan oleh para nasabah sebagai upaya untuk membangun hubungan kekerabatan silaturahmi antara pegadaian Syariah dengan para nasabahnya. Hal ini akan menciptakan kesan positif sekaligus bagian dari sosialisasi pemahaman, pengetahuan, dan pengenalan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:Kencana, 2009) h.65
- Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan kontrol*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 1997). Jilid I, h.18
- Ali Muhammad,*Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta: Pustaka Amani, 1996), h. 462.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (yogyakarta: Andi Press, 2001), cet. Ke 5 h. 3
- Kolter dan Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. INDEKS, 2003), Edisi Kesembilan Jilid I,h.6
- William J. Stanton,*Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 34
- Bob Susanto, “ 4 Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli”, <http://www.seputarpengetahuan.com/2016/01/4-pengertian-strategi-pemasaran-menurut-para-ahli.html> (6 maret 2017).
- A. W. Munawir, *Kamus Al-Munawwir*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), Ed. II, h. 542
- Syayid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, (Beirut: Darul-Kiab al-Arabi, 1987) cetakan. Ke-8, vol. III h. 169
- Kitab Undang-undang Hukum Perdata*(Burgelijk Wetboek), Penerjemah R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Ps. 1150
- Ahmad Azhar Basyir, *Riba, Utang-Piutang, dan Gadai*, (Bandung: Al-ma’rif, 1984), h. 86 -8

Hasbi Ash-Siddieqy, *Pengantar Fiqh Muaamalah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), h. 86 -6

Al-Mundziri, *Ringkasan Sahih Muslim*, (Bandung: Jabal, 2013, No.970, Cet.2) h.372

Al-Alamah Abi Bakri Al-Mashur Bissayyiri Al-Bakri, *Kitab Ia'Natut Tholibin*,(Beirut: Darul Fikr, 2004), Juz 3 h. 66.

Kamsir, *Pemasaran Bank*,(Jakarta; Kencana, 2004), h. 115-116.

Firdaus NH dkk, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), hal. 22

Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*,(Jakarta: Erlangga,2001), jilid I ed. Ke-8 h. 346

Syayid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, (Beirut: Darul-Kiab al-Arabi, 1987) cetakan. Ke-8, vol. III h. 169

W. Munawir, *Kamus Al-Munawwir*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), Ed. II, h. 542

Kitab Undang-undang Hukum Perdata(*Burgelijk Wetboek*), Penerjemah R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Ps. 1150

Ahmad Azhar Basyir, *Riba, Utang-Piutang, dan Gadai*, (Bandung: Al-ma'rif, 1984), h. 86 -8

Hasbi Ash-Siddieqy, *Pengantar Fiqh Muaamalah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), h. 86 -6

Al-Alamah Abi Bakri Al-Mashur Bissayyiri Al-Bakri, *Kitab Ia'Natut Tholibin*,(Beirut: Darul Fikr, 2004), Juz 3 h. 66.

Sa'adah Faridatun, *Analisi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika*,Fakultas Syariah dan Hukum Uin Sumatera Utara Jakarta, 2011, h. 50

Wawancara kepada petugas Gadai Emas di Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman tanggal 01-03-2017

Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, h. 7

Philip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1994), Jilid 1, h. 2

Hermawan dan M. Syakir, *Syariah Marketing*, h. 26-27

A.Dzajuli dan Nurol Aen, *Ushul Fiqh Metodologi Hukum Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), h. 53.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran konsep, dasar dan strategi*, h.154.

M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, h 6.

Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Bumi Restu, 1974), h.49

Ibid, hal. 231



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Wlilliem Iskandar Pasar V Medan Estate 20371
Telepon (061) 6615683-6622925 Faximili (061) 6615683
Website: www.febi.uinsu.ac.id

Nomor : B.352/EB.V.2/PP.00.9/02/2017
Lamp : -
Hal : **Mohon Izin Riset**

9 Februari 2017

Yth:
**PIMPINAN PT. BANK ACEH SYARIAH
CABANG S, PARMAN**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, sehubungan dengan penyelesaian skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, dengan ini kami tugaskan mahasiswa :

Nama : **FANY IRWOANA**
NIM : 54143022
Sem/ Jurusan : V (lima)/D-III Perbankan Syariah

untuk melaksanakan riset di **Instansi/ Lembaga** yang Bapak/Ibu Pimpin. Kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan Izin riset kepada mahasiswa tersebut, guna memperoleh data-data serta informasi yang berhubungan dengan Skripsinya dengan judul: **"Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Rahn PT, Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman"**

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam

an Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIP. 19760423 200312 1 002

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Belawan pada tanggal 29 Mei 1996, putri dari pasangan suami-istri, Fadkhol Effendy dan Lisnaini.S

Penulis Menyelesaikan pendidikan di tingkat SD di SD 105277 di Desa H.Perak pada Tahun 2007, tingkat SLTP di SMP Negeri 20 Medan pada tahun 2010, kemudian melanjutkan kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan mulai tahun 2014.

Pada masa menjadi mahasiswa, penulis mengikuti berbagai aktivitas kemahasiswaan/kepemukaan, antara lain seperti IQEB penulis menjabat sebagai sekertaris Srikandi pada tahun 2016. Penulis juga pernah mengikuti organisasi lain seperti PMI pada tahun 2014.