

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK-PRODUK GADAI SYARIAH GUNA
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT PEGADAIAN
CABANG PEGADAIAN SYARIAH SETIA BUDI**

Jl. Setia Budi No. 94

SKRIPSI MINOR

Oleh

DIANA LOEMONGGA SIREGAR

NIM. 0504162133



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

2019 M/1440 H

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK-PRODUK GADAI SYARIAH GUNA
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT PEGADAIAN
CABANG PEGADAIAN SYARIAH SETIA BUDI**

SKRIPSI MINOR

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

Oleh :

DIANA LOEMONGGA SIREGAR
NIM. 0504162133



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

MEDAN

2019 M/1440 H

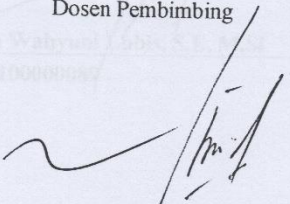
LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI PEMASARAN PRODUK-PRODUK GADAI SYARIAH
GUNA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA
PT PEGADAIAN CABANG PEGADAIAN SYARIAH
SETIABUDI

Oleh :

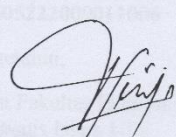
DIANA LOEMONGGA SIREGAR
NIM. 0504162133

Menyetujui

Dosen Pembimbing


Arnida Wahyuni Lubis, S.E., M.Si
NIB.1100000089

Ketua Program Studi
D-III Perbankan Syariah


Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, LC., MA
NIP.196506282003021001

LEMBAR PENGESAHAN

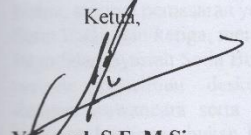
Skripsi minor ini berjudul **“Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadaai Syariah Guna Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi.”** telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada tanggal 24 Mei 2019.

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

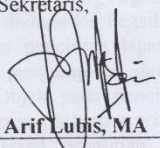
Medan, 24 Mei 2019

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

Ketua,

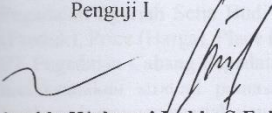

Yusrizal, S.E, M.Si
NIP.197505222009011006

Sekretaris,

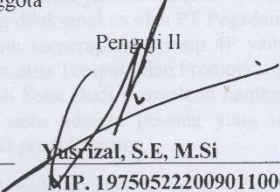

Fauzi Arif Lubis, MA
NIP. 198412242015031004

Anggota

Penguji I


Arnida Wahyuni Lubis, S.E, M.Si
NIB. 1100000089

Penguji II


Yusrizal, S.E, M.Si
NIP. 197505222009011006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam UIN
Sumatera Utara



DR. Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

IKHTISAR

Penelitian ini berjudul: **“Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Guna Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi”** pembimbing skripsi **Arnida Wahyuni Lubis S.E, M.Si.**

Pegadaian syariah termasuk lembaga keuangan bukan bank yang hadir di Indonesia dalam bentuk kerjasama bank syariah dengan Perum Pegadaian, kemudian membentuk Unit Layanan Gadai Syariah di beberapa kota di Indonesia. Produk-produk gadai syariah yaitu Rahn, Rahn Hasan, Rahn Tasjily Tanah, ArRum Emas, ArRum Haji, Mulia, ArRum BPKB, Amanah. Strategi pemasaran adalah suatu rencana terpadu untuk memasarkan suatu barang dagangan ke tengah masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk pertama, mengetahui berapa jumlah nasabah pada tahun 2016, 2017 dan 2018 yang menggunakan produk EmasKu; kedua, strategi pemasaran yang dilakukan PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi; dan ketiga, mengetahui hambatan yang dialami PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi. Penelitian merupakan penelitian lapangan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara serta mengumpulkan data. Objek pada penelitian adalah lembaga keuangan bukan bank yaitu Pegadaian dengan sistem syariah yakni PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah nasabah pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi yang memakai produk EmasKu pada tahun 2016, 2017, 2018 berjumlah 8 nasabah, 35 nasabah dan 25 nasabah, walaupun demikian jumlah nasabah setiap tahunnya tetap meningkat, strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi antara lain menerapkan prinsip 4P yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Distribusi atau Tempat), dan Promotion (Promosi), PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi mengalami hambatan dalam melaksanakan strategi pemasarannya yaitu adanya pesaing yang merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki produk serupa.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, produk gadai syariah

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobilalamin saya ucapkan kepada Allah SWT Rabbul izzati yang sampai saat ini tetap berikan kejutan-kejutan kehidupan yang tidak disangka, dan hanya kepada-Nya lah kita,

menundukkan hati dengan mengokohkan keimanan dalam keridhoan-Nya, karena berkat Rahmat dan Rahim-Nya pula “SKRIPSI MINOR’ yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK-PRODUK GADAI SYARIAH GUNA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT PEGADAIAN CABANG PEADAIAN SYARIAH SETIA BUDI”** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SW karena atas perjuangan beliau kita dapat menjalankan kehidupan yang lebih bermartabat dengan kemajuan ilmu pengetahuan yang didasarkan pada Iman dan Islam. Penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan beriring do’a kepada semua pihak yang telah membantu demi kelancaran penulisan ini secara khusus penulis sampaikan terimakasih kepada:

1. Pemilik semesta alam dan segala isinya Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kemudahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Serta junjungan umat Islam Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menjadi inspirasi bagi kehidupan umat Islam.

2. Kedua orangtua tercinta Ibunda Molfina dan Ayahanda Badiaraja Siregar yang telah memberikan kasih sayang, do'a dan semangat kepada penulis.
3. Keluarga Besar Opung Jalan Rantang dan Keluarga Besar Kakek Marelan yang selalu memberikan inspirasi dan motivasi selama ini.
4. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, LC, MA, selaku Ketua Program Studi D-III Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Ibu Arnida Wahyuni Lubis S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi Minor yang telah sabar memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi minor ini.
8. Pimpinan Cabang PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi Bapak Sentot Sunarso S.E yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan kegiatan magang di PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi.
9. Seluruh karyawan PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Pak Paisal, Kak Munawwarah, Kak Fitri serta Kak Susi yang membantu penulis dalam melakukan kegiatan magang.
10. Seluruh teman-teman dari "Burhan Squad", Andreas, Agus, Edward, Amon, Bryan, Harold, Theresia, Chyntia, Sonia, Yola, Margareth yang telah saling menyemangati sejak penulis berstatus siswa SMA sampai dengan saat ini.

11. Seluruh teman-teman dari “Blackpoint.INA” Kak Saras, Kak Tarcy, Kak Rina, Kak Sahara, Nike, Ika, Nabila, Taufik dan Anan yang telah memberikan semangat dan menghibur penulis di saat kesulitan.
12. Seluruh keluarga organisasi FoSSEI Sumbagut, KSPMS GOLDEN, HMP-DIII Perbankan Syariah yang selalu memberikan motivasi selama melaksanakan perkuliahan
13. Sahabat saya , Anisya, Nurainun, Siti, Ira Ris, Izzati, Ruslaini, Ivo, Azzura, Ira Pur. Terimakasih telah sama-sama berjuang hingga detik ini.

Medan, 7 Mei 2019

DIANA LOEMONGGA SIREGAR
NIM. 050416218

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
IKHTISAR	iii
KATA PENGANTAR.....	viv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. PERUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	7
D. METODE PENELITIAN	8
E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	10
BAB II.....	11
KONSEP UMUM STRATEGI PEMASARAN DAN GADAI SYARIAH.....	11
A. Strategi Pemasaran	11
B. Gadai Syariah.....	23
BAB III	34
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	34
A. SEJARAH PEGADAIAN SYARIAH	34
B. VISI DAN MISI PERUSAHAAN.....	36
C. BUDAYA PERUSAHAAN	37
D. STRUKTUR PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI	40
E. JUMLAH PEKAWAI PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI...	41
F. PRODUK-PRODUK PADA PEGADAIAN	43
BAB IV.....	46
Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
A. Hasil Penelitian.....	46

B. Pembahasan Hasil Penelitian	50
BAB V	55
PENUTUP	55
A. KESIMPULAN.....	55
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
1. Tabel Jumlah Nasabah.....	3
2. Tabel Penetapan Biaya Ijarah.....	5

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
1. Logo Pegadaian.....	36

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia tergolong sangat cepat. Dikarenakan, sebagian masyarakat sudah mulai sadar terhadap pentingnya menghindari riba seperti yang ada di bank.¹ Pegadaian syariah termasuk lembaga keuangan bukan bank yang hadir di Indonesia dalam bentuk kerjasama bank syariah dengan Perum Pegadaian, kemudian membentuk Unit Layanan Gadai Syariah di beberapa kota di Indonesia. Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, gadai syariah (Rahn) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (Rahin) sebagai barang jaminan (marhun) atas utang/pinjaman (Marhun bih) yang diterimanya. Marhun tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau menerima gadai (Murtahin) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.²

PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi diresmikan pada 25 Juli 2010. PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi beralamat di Jalan Setia Budi, Medan No. 94. Kantor ini memiliki 3 lantai, pada lantai 1 adalah ruang kerja pegawai dan pimpinan cabang, pada lantai 2 adalah ruangan ibadah, dan lantai 3 adalah gudang berkas-berkas lama. PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi memiliki 11 orang pegawai dan 4 Unit Pegadaian Syariah di beberapa wilayah. Kantor ini juga berlokasi di daerah padat penduduk

¹Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi* (Medan: Febi Press, 2016), hal.211

²Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hal. 3

yang memiliki beragam kepercayaan. Banyak nasabah non-muslim yang menggunakan produk-produk gadai syariah yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi Medan.

Pengertian strategi menurut Lawrence R, Jauch dan Williem F. Glueck, strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan³ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan ke tengah masyarakat.⁴ Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu rencana terpadu untuk memasarkan suatu barang dagangan ke tengah masyarakat.⁵

PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi memiliki beragam produk gadai syariah, seperti rahn (gadai) dan ArRum Emas, syarat kedua produk ini yaitu, nasabah membawa identitas serta barang jaminan; ArRum haji dengan syarat, nasabah membawa identitas, membawa surat Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPIH), membawa surat Pendaftaran Pergi Haji (PPH), buku tabungan dan jaminan emas senilai Rp 7.000.000; ArRum BPKB memiliki syarat yaitu, nasabah memiliki usaha tetap minimal sudah 1 tahun, membawa identitas, kartu keluarga, dokumen Surat Izin Usaha, STNK, BKP

³Sunarji Harahap, *Pengantar Manajemen*, (Medan: Febi UIN-SU Press, 2016), hal. 148

⁴Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 1997), hal. 404

⁵Salling dkk, *Pengantar Bisnis* (Medan: Madenatera, 2017), hal. 181

asli, serta faktur pembelian; Produk amanah memiliki syarat yaitu, untuk pegawai tetap sudah bekerja minimal 2 tahun dan untuk pengusaha mikro usaha sudah berjalan minimal 1 tahun serta membawa dokumen seperti Kartu Identitas, Kartu Keluarga, Surat Izin Usaha (bagi pengusaha mikro), serta Rekening Tagihan Listrik/PBB/Telepon; serta tabungan emas memiliki syarat, nasabah membawa kartu identitas dan uang tunai Rp 50.000 sebagai saldo awal tabungan.

⁶ Produk dan layanan pencairan kredit pada kantor pegadaian syariah pada umum hanya menggunakan produk dan layanan rahn dan ijarah saja. Dalam Pedoman Operasional Gadai Syariah (POGS) Perum Pegadaian, pada dasarnya dapat melayani produk dan jasa antara lain pemberian pinjaman atau pembiayaan, penaksiran nilai barang, penitipan barang dan gerai emas.⁷

1.2 Tabel Jumlah Nasabah Tahun 2016-2018

a. 2016

Produk	Jumlah Nasabah	Pendapatan
Rahn	36.014	125.519.800.000
Amanah	17	213.800.000
ArRum	116	2.134.310.000
ArRum Haji	18	450.000.000
EmasKu	8	4.433.650
Mulia Baru	120	966.626.910
Total	36.293	129.288.970.560

b. Tahun 2017

⁶Munawwarah S.E, Pegawai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Medan, 4 April 2019

⁷Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafik Offset, 2008), hal. 68

Produk	Jumlah Nasabah	Pendapatan
Rahn	38.172	135.150.930.000
Amanah	175	3.328.900.000
ArRum	56	724.920.000
ArRum Emas Baru	108	1.841.350.000
ArRum Haji	182	4.550.000.000
EmasKu	35	40.617.000
Mulia Baru	122	672.460.798
Rahn Flexi	32	280.210.000
Total	38.882	146.589.387.798

c. Tahun 2018

Produk	Jumlah Nasabah	Pendapatan
Rahn	36.691	136.168.360.000
Amanah	1.758	35.286.300.000
ArRum	185	5.258.2000
ArRum Emas Baru	200	3.170.740.000
ArRum Haji	183	4.575.000.000
EmasKu	25	16.350.800
Emas Ultimate Syariah	3	7.127.000
Hasan	649	214.470.000
Mulia Baru	101	630.242.634
Mulia Ultimate Syariah	84	544.200.478
Rahn Flexi	88	1.007.100.000
Rahn Tasjily Tanah	5	535.000.000
Total	39.972	185.862.797.534

Sumber: Outlet PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi

Fenomena yang saya teliti bahwa pada tahun 2016, nasabah yang memakai produk Emasku berjumlah 8 nasabah dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 35 nasabah, kemudian pada tahun 2018 nasabah yang memakai produk Emasku mengalami penurunan menjadi 25 nasabah. Akibatnya, nasabah di PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi berjumlah sedikit yang memakai produk EmasKu sehingga dari sisi produk EmasKu memperoleh keuntungan yang sedikit. Tetapi, PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi tetap mengalami kenaikan jumlah nasabah. Pada

tahun 2016 jumlah nasabah sebanyak 36.293, pada tahun 2017 jumlah nasabah sebanyak 38.882 dan pada tahun 2018 jumlah nasabah sebanyak 39.972. Target nasabah setiap tahun nya harus mengalami kenaikan 1.000 nasabah. Akibat kenaikan jumlah nasabah dapat memperoleh pendapatan PT Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

1.3 Tabel Penetapan Biaya Ijarah

Marhun Bih	Tarif Ijarah		
	Emas	Elektronik	Kendaraan
Golongan A: 50.000-500.000	45	45	45
Golongan B: 550.000-5.000.000	71	72	73
Golongan C: 5.100.000-20.000.000	71	72	73
Golongan D: >20.100.000	62	65	75

Fenomena selanjutnya yang saya teliti bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kenaikan jumlah nasabah adalah strategi pemasaran yang baik. PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi menerapkan strategi pemasaran seperti dalam bidang produk yaitu melakukan cross-selling. Cross-Selling yang adalah menawarkan kepada nasabah untuk memakai produk yang berbeda dari sebelumnya, dalam bidang harga seperti memberikan cash-back kepada nasabah serta biaya ijarah atau biaya sewa yang murah, dalam bidang distribusi atau tempat yaitu PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah memiliki Unit Pelayanan Syariah di beberapa wilayah seperti Paya Geuli, Asrama, Binjai

dan Tandem. Serta dalam bidang promosi yaitu dengan cara literasi. Literasi yang dilakukan seperti sosialisasi kepada masyarakat.⁸ Akibat dari fenomena tersebut, jumlah nasabah dan pendapatan yang diperoleh PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi mengalami kenaikan setiap tahun nya dari tahun 2016, 2017 dan 2018.

Munawwarah S.E mengatakan, hambatan yang dialami yaitu banyak nya pesaing disekitar wilayah PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah yang memiliki produk serupa seperti Bank Syariah Mandiri KCP Ringroad, Bank Aceh dan Bank Danamon Solusi Emas Syariah Setia Budi yang memiliki produk Tabungan Emas atau Investasi Emas⁹. Fenomena selanjutnya menunjukkan bahwa PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi memiliki banyak pesaing yang menawarkan produk Tabungan Emas atau Investasi Emas. Akibatnya, perusahaan harus melaksanakan strategi pemasaran yang baik dan tepat agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain seperti strategi bauran pemasaran dengan prinsip 4P yaitu Product (produk), Price (harga), Promotion (promosi) dan Place (tempat).

Berdasarkan uraian tersebut, maka pembahasan ini layak untuk diangkat dan dikaji melalui penelitian dengan topik strategi pemasaran yang

⁸Munawwarah S.E, Pegawai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Medan, 4 April 2019

⁹Munawwarah S.E, Pegawai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Medan, 6 April 2019

berjudul **“Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Guna Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi Jl. Setia Budi No.94”**

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa pembahasan skripsi berkaitan dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi Jl. Setia Budi No.94 terhadap peningkatan jumlah nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah setiap tahun nya yang dihitung mulai dari tahun 2016 sampai tahun 2018. Sehingga dapat menimbulkan pertanyaan:

1. Berapakah jumlah nasabah pada tahun 2016, 2017 dan 2018 yang menabung dengan produk EmasKu?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi?
3. Adakah hambatan yang dialami oleh PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi dalam meningkatkan jumlah nasabah

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan:

1. Mengetahui seberapa besar peningkatan jumlah nasabah terhitung dari tahun 2016, 2017 dan 2018.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi guna meningkatkan jumlah nasabah.

3. Mengetahui hambatan yang di alami oleh PT Pegadaian Cabang Syariah Setia Budi dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Manfaat:

1. Bagi Peneliti

Selain dari syarat untuk menyelesaikan pendidikan, peneliti juga dapat memahami bagaimana strategi pemasaran tersebut.

2. Bagi Akademisi

Bagi pihak akademisi, dapat menambah pengetahuan tentang pegadaian syariah.

3. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan pegadaian syariah, dapat mengetahui strategi pemasaran yang baik dan tepat sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk lebih baik kedepannya.

4. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat lebih mengetahui tentang pegadaian syariah sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan sebelum melakukan kegiatan gadai.

D. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian pustaka dan penelitian lapangan. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan kualitatif. Dimana pendekatan kualitatif adalah metode yang memfokuskan pada fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Metode

ini lebih menekankan pada penelitian yang bersifat memberikan gambaran yang sesuai fakta dilapangan.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengertian data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari sumbernya seperti wawancara. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti berdasarkan berbagai sumber yang telah ada seperti jurnal, buku dan laporan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara untuk mendapatkan data yang dibutuhkan penelitian. Teknik yang digunakan penulis, yaitu:

a. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan cara berhadapan langsung dengan narasumber Dokumentasi

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung kepada objek penelitian.

4. Teknik Pengolahan Data

Agar memudahkan dalam mengelompokkan data, ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh peneliti. Hal-hal tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memeriksa data yang terkumpul.
2. Mengelompokkan data yang sudah terkumpul.
3. Memasukkan data yang telah dikelompokkan ke dalam tabel.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Pokok pembahasan yang akan diuraikan ke dalam Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

BAB I Pedahuluan, terdiri atas Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II Landasan Teoritis, terdiri atas penjelasan pembahasan ataupun hal yang berkaitan dengan penelitian dan akan diuraikan secara jelas.

BAB III Tinjauan Umum Perusahaan, terdiri atas penjelasan gambaran umum perusahaan, sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi dan produk-produk yang ditawarkan.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, terdiri atas hasil penelitian mengenai strategi pemasaran yang di gunakan Pegadaian Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah.

BAB V Penutup, terdiri atas kesimpulan dan saran dari skripsi ini.

BAB II

KONSEP UMUM STRATEGI PEMASARAN DAN GADAI SYARIAH

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Dalam mengelola atau mengatur perusahaan, perlu dilakukan perencanaan strategi yang matang.¹⁰ Strategi menurut Kamus Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu cara atau siasat perang atau .¹¹ Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.¹² Menurut Lawrenc R, Jauch dan William F. Glueck, strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengatikan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Sedangkan pengertian strategi menurut Alfred D. Chandler Jr, strategi adalah Penentuan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan penerapan serangkaian tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut”.¹³

Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa Strategi adalah suatu cara ataupun rancangan yang disatukan secara menyeluruh dan

¹⁰Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2012), hal. 3

¹¹Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 1997), hal. 501

¹²Salling dkk, *Pengantar Bisnis*, (Medan: Madenatera, 2017) hal. 181

¹³Sunarji Harahap, *Pengantar Manajemen*, (Medan: FEBI UIN-SUPress, 2016), hal. 148-

terpadu untuk penentuan tujuan jangka panjang agar tujuan utama perusahaan dapat dicapai

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan ke tengah masyarakat.¹⁴ Pemasaran menurut Stanton adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.¹⁵ Pemasaran adalah suatu kegiatan pertukaran untuk memuaskan serta memenuhi kebutuhan, keinginan konsumen. Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan, maka dari itu seorang pemasar diharapkan mampu untuk membuat strategi dengan tujuan apa yang diharapkan perusahaan dapat tercapai.¹⁶ Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk.¹⁷

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa konsep pemasaran terdiri atas permintaan, keinginan, kebutuhan, produk dan pertukaran.

¹⁴*Ibid.*, Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, hal.566

¹⁵*Ibid.*, Seling, *Pengantar Bisnis*, hal.181

¹⁶Nel Arianty dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Medan: Perdana Publishing, 2017) hal. 4-5

¹⁷*Ibid.*,

a. Kebutuhan

Kebutuhan adalah sesuatu yang diperlukan manusia untuk menjalani kehidupannya dengan aman dan sejahtera.

b. Keinginan

Keinginan adalah hasrat manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Manusia mempunyai keinginan yang tidak terbatas sedangkan sumber daya yang ada tidak dapat memenuhi keinginan tersebut.

c. Permintaan

Permintaan adalah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dan ia mampu untuk membeli barang atau jasa tersebut.

d. Produk

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi.¹⁸

e. Pertukaran

Pertukaran akan terjadi apabila adanya dua orang atau lebih yang saling membutuhkan dan saat mereka berunding, akan menghasilkan suatu keputusan.

Pemasaran memiliki tujuan, yaitu:

1. Masyarakat mengetahui produk yang di pasarkan.

¹⁸*Ibid.*, Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, hal. 571

2. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail mengenai produk tersebut.
3. Dapat memahami keinginan konsumen.
4. Dapat meningkatkan penjualan produk.
5. Dapat meningkat pendapatan atau keuntungan pada perusahaan
6. Mendapatkan konsumen baru

Pengertian strategi pemasaran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan serta distribusi. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.¹⁹ Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang disatukan menyeluruh dan terpadu dibidang pemasaran agar tercapainya tujuan perusahaan dalam memasarkan produk-produk nya.

Strategi pemasaran harus menganalisis keunggulan dan kelemahan perusahaan serta kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Selain itu harus dievaluasi kembali apakah strategi yang dijalankan sudah

¹⁹Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009), hal.168

tepat atau masih harus mengalami perubahan agar tercapainya tujuan perusahaan yang semakin baik.

2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan dari variabel pemasaran yang dapat digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran.²⁰ Bauran pemasaran terdiri dari 4 komponen yaitu:

- a. Produk, sesuatu baik berupa barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.
- b. Harga, sejumlah uang yang digunakan konsumen untuk membeli produk yang telah ditawarkan.
- c. Tempat, lokasi perusahaan untuk memproduksi dan menjual produk kepada konsumen.
- d. Promosi, kegiatan perusahaan untuk mengenalkan atau menginformasikan produk yang telah dihasilkan kepada masyarakat atau calon konsumen.

1) Strategi Produk

Setiap perusahaan jika ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan, perlu mengadakan perubahan produk agar menjadi lebih baik, sehingga dapat memberikan daya tarik yang lebih besar terhadap konsumen.

Dalam rangka inilah maka setiap perusahaan selalu menetapkan, menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Kegiatan

²⁰Ibid.,hal.92

pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan berupa tingkat laba.²¹

Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.²²

Menurut H. Djaslim Saladin, SE pengertian produk adalah:

- a) Pengertian sempit, produk adalah sekumpulan sifat fisik dan kimia yang berwujud yang dihimpun dalam suatu bentuk serupa dan yang telah dikenal.
- b) Pengertian luas, produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud dan tidak berwujud yang didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
- c) Secara umum, produk diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen, baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

Menurut definisi diatas, produk adalah segala sesuatu yang berwujud (barang) ataupun tidak berwujud (jasa) yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

²¹*Ibid.*, Assaur, *Manajemen Pemasaran*, hal.197

²²*Ibid.*, Arianty, *Manajemen Pemasaran*, hal.94

Produk dapat diklasifikasikan menjadi:²³

- a. Berdasarkan aspek wujud: Barang dan jasa
- b. Berdasarkan aspek daya tahan: Barang tidak tahan lama dan barang tahan lama.
- c. Berdasarkan tujuan konsumsi: Barang kebutuhan sehari-hari dan barang belanja

2) Strategi Harga

Harga merupakan unsur penting dalam bauran pemasaran karena harga dapat mempengaruhi tingkat pendapatan perusahaan serta dapat mempengaruhi penjualan produk yang di hasilkan.

Harga adalah sesuatu yang harus diberikan kepada konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi harga suatu barang:²⁴

- a) Tingkat penghasilan konsumen
- b) Kepribadian dari individu konsumen
- c) Desakan waktu yang dialami oleh konsumen
- d) Besarnya pengeluaran yang harus dikeluarkan konsumen.

²³*Ibid.*, hal.96-98

²⁴*Ibid.*, hal. 129-130

Peranan harga dalam pengambilan keputusan konsumen:

- a) Sebagai alokasi yakni harga membantu para konsumen dalam memutuskan untuk memperoleh manfaat yang diharapkan berdasarkan kemampuan daya beli.
- b) Sebagai informasi yaitu fungsi harga sebagai panduan untuk konsumen dalam melihat kualitas dari suatu produk.

Macam-macam harga:

- a) Harga subjektif
- b) Harga objektif
- c) Harga pokok
- d) Harga jual
- e) Harga pemerintah
- f) Harga bebas
- g) Harga pabrik, dan lain-lain

Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Peranan penetapan harga untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar. Faktor yang mempengaruhi penetapan harga²⁵:

²⁵ *Ibid.*, Assauri, *Manajemen Pemasaran*, hal.223-224

a) Secara langsung

Berupa harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah.

b) Secara tidak langsung

Berupa harga produk sejenis yang dijual pesaing, hubungan antara serta potongan harga untuk distributor dan konsumen.

Adapun tujuan dan pengaruh penetapan harga sebagai berikut.²⁶

Tujuan penetapan harga antara lain:

- a) Mencapai penghasilan atas investasi
- b) Kestabilan harga
- c) Mempertahankan atau meningkatkan bagianya dalam pasar
- d) Menghadapi atau mencegah persaingan
- e) Meningkatkan laba

Pengaruh dalam Penetapan harga:

- a) Strategi perusahaan dan strategi pemasaran
- b) Karakteristik pasar sasaran
- c) Karakteristik produk
- d) Karakteristik pesaing

²⁶*Ibid.*, Arniaty, *Manajemen Pemasaran*, hal.133

3. Strategi Distribusi

Setiap perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran di bidang pemasaran, harus melakukan penyaluran. Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian, pengiriman produk ketangan konsumen.

Kebijakan penyaluran merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup penentuan saluran pemasaran dan distribusi fisik. Kedua faktor ini mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan penyaluran dan sekaligus keberhasilan pemasaran produk perusahaan. Efektivitas kegunaan saluran distribusi diperlukan untuk menjamin tersedianya produk di setiap mata rantai saluran tersebut.²⁷

Michael J.Etzel menyatakan saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Suhardi Sigit menyatakan saluran distribusi adalah perantara, para pembeli, dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan milik sejak dari produsen hingga sampai ketangan konsumen. Saluran distribusi diperlukan karena melihat kesenjangan antara produsen dengan konsumen, kesenjangan tersebut adalah:²⁸

- a. Kesenjangan geografis adalah kesenjangan yang berasal dari tempat pemusatan produksi serta lokasi konsumen.

²⁷*Ibid.*, Assauri, *Pengantar Manajemen*, hal. 233-234

²⁸*Ibid.*, Arnianty, *Pengantar Manajemen*, hal.151-153

- b. Kesenjangan waktu adalah kesenjangan yang dapat terjadi saat pembelian dilakukan pada waktu tertentu, sementara produksi masih berjalan.
- c. Kesenjangan kuantitas adalah kesenjangan terjadi disebabkan barang dapat diproduksi secara ekonomis oleh produsen yang berbeda dengan kuantitas yang diinginkan.
- d. Kesenjangan bermacam-macam adalah produsen menghasilkan produk yang spesialis, sedangkan konsumen menginginkan produk yang bermacam-macam.
- e. Kesenjangan komunikasi dan informasi terjadi disaat konsumen tidak mengetahui dimana produk itu di dapat dan pada saat yang sama konsumen membutuhkan produk tersebut.

Sistem distribusi terbagi menjadi 3 bagian²⁹:

- a. Distribusi langsung

Kegiatan menyalurkan barang dan jasa dengan tidak menggunakan saluran distribusi. Contoh: Penyaluran hasil pertanian oleh petani ke pasar langsung.

- b. Distribusi tidak langsung

Kegiatan menyalurkan barang dan jasa melalui perantara pihak lain. Contoh: Agen, makelar, took atau pengecer.

²⁹*Ibid.*,

c. Distribusi semi langsung

Penyampaian barang dari produsen kepada konsumen melalui perantara tetapi perantara masih milik produsen sendiri.

4. Strategi Promosi

Suatu produk sebegus apapun, semenarik apa pun jika tidak diketahui masyarakat, tidak ada yang akan membeli produk tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan promosi. Promosi adalah kegiatan mengenalkan, memnginformasi suatu produk barang atau jasa kepada masyarakat luas.

Tujuan utama promosi:

- a. Menginformasikan produk kepada masyarakat
- b. Membujuk calon konsumen
- c. Mengingatkan konsumen tentang produk yang dipasarkan

Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan bauran promosi, terdiri dari hubungan masyarakat, pemasaran langsung, penjualan perseorangan, promosi penjualan dan publisitas. Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon konsumen agar melakukan pembelian produk yang pasarkan.³⁰

³⁰*Ibid.*, Assauri, *Pengantar Manajemen*, hal. 265

Penjualan perseorangan adalah promosi yang dilakukan secara langsung atau tatap muka antara penjual dengan calon konsumen. Publisitas adalah promosi yang dilakukan dengan menggunakan media komunikasi untuk khalayak ramai dalam waktu tertentu. Promosi penjualan biasanya berisikan tentang macam-macam insentif dan bersifat jangka pendek dengan tujuan konsumen membeli produk sesegera mungkin. Promosi penjualan dapat dilakukan dengan mengadakan pameran disuatu event tertentu dengan tujuan agar promosi penjualan lebih efektif. Hubungan masyarakat adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara perusahaan dan masyarakat. Pemasaran langsung merupakan sistem pemasaran yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan dengan tujuan agar konsumen merespon.³¹

B. Gadai Syariah

1. Pengertian Gadai Syariah

Allah SWT telah menjadikan setiap manusia untuk berhajat kepada yang lain, agar mereka tolong-menolong, tukar-menukar keperluan dalam segala urusan kepentingan hidup, baik dengan cara jual-beli, sewa-menyewa, bercocok tanam, atau perusahaan yang lain-lain, baik untuk diri sendiri

³¹*Ibid.*, Arianty, *Manajemen Pemasaran*, hal, 179-190

maupun kemaslahatan umum. Dengan cara demikian, kehidupan masyarakat menjadi teratur, serta pertalian saudara menjadi teguh.³²

Pegadaian menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150 disebutkan gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang berutang atau oleh seseorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didulukan.³³ Pegadaian adalah suatu bentuk badan usaha yang memberikan pinjaman kepada nasabah dengan meminta jaminan.³⁴ Barang jaminan berupa barang yang dapat dijual seperti, perhiasan, emas, alat transportasi ataupun hanya BPKB saja, serta sertifikat tanah.

Dalam istilah bahasa Arab, gadai diistilahkan dengan Rahn dan dapat juga dinamai Al-Habsu. Secara etimologi arti rahn adalah tetap dan tahan lama, sedangkan al-habsu berarti penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat dijadikan sebagai pembayaran atas barang tersebut.

³²Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru, 1990), cet. 23, hal. 262

³³Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*, (Jakarta: Kencana, 2016) hal. 399

³⁴Rusdarti dan Kusmuriyanti, *Ekonomi: Fenomena di sekitar kita*, (Semarang: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2012), hal. 213

Pegadaian Syariah dalam istilah fiqih disebut rahn.³⁵ Menurut ulama Hanabilah dalam kitab al-Mugni karangan Ibnu Qudamah, pengertian al-rah adalah suatu benda yang dijadikan kepercayaan suatu utang dipenuhi dari harganya, bila yang berutang tidak sanggup membayar hutangnya. Rahn yaitu penguasaan barang milik peminjam oleh pemberi pinjaman sebagai jaminan.³⁶ Rahn sama artinya dengan borg, yakni sesuatu yang digadaikan oleh orang yang berutang dan sewaktu-waktu bisa disita apabila pihak yang berutang tidak bisa membayar.³⁷ Rahn atau gadai adalah kegiatan dimana seseorang yang ingin berutang harus memberikan jaminan berupa barang yang dapat dijual, jika orang yang berutang tidak mampu membayar, maka barang tersebut akan dilelang untuk menutupi utangnya dan jika ada kelebihan, maka akan dikembalikan kepada orang tersebut. Akad yang digunakan adalah akan Rahn dan akad Ijarah.

2. Landasan Hukum Gadai Syariah

Payung hukun gadai syariah dalam hal pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegang pada Fatwa DSN MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang rahn yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn diperbolehkan.³⁸

³⁵Ahmad Rodoni, *Asuransi dan Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015) hal.57-59

³⁶Mardani, *Hukum Bisnis Islam*, (Jakarta: Kencana Predana Media, 2013) hal.202

³⁷Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2015) hal.102

³⁸*Ibid.*, Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*, hal.401

Firman Allah SWT:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedangkan kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh orang yang berpiutang). (QS. Al-Baqarah:283)

Syaikh Muhammad 'Ali al-Sayis berpendapat, bahwa ayat 283 surat Al-Baqarah di atas adalah petunjuk untuk seseorang yang hendak melakukan transaksi utang piutang yang memakai jangka waktu dengan orang lain, dengan cara menjaminkan sebuah barang kepada orang yang berpiutang.³⁹ Pada penjelasan ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa jika kamu dalam perjalanan dan terjadi hutang-piutang sampai batas waktu tertentu, dan tidak ada orang yang menuliskan transaksi tersebut, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang oleh pemberi pinjaman. Ayat ini dijadikan sebagai dalil yang menunjukkan bahwa jaminan harus merupakan sesuatu yang dapat dipegang. Sebagaimana yang menjadi pendapat Imam asy-Syafi'i dan Jumhur Ulama. Dan ulama yang lain menjadikan ayat tersebut sebagai dalil bahwa barang jaminan itu harus berada ditangan orang yang memberikan gadai.⁴⁰

³⁹*Ibid.*, Rodoni, *Asuransi dan Pegadaian Syariah*, hal.62

⁴⁰Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin ishaq Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, jilid 1 (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004), hal. 569

Dari Aisyah ra. ia berkata:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا إِلَى أَجَلٍ فَرَهَنَهُ دِرْعَهُ

Artinya: “Rasulullah saw. pernah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan cara menanggukkan pembayarannya, lalu beliau menyerahkan baju besi beliau sebagai jaminan”⁴¹

Dari hadis diatas, dijelaskan bahwa diperbolehkan melakukan jual beli dengan orang yahudi dan pembayaran transaksi tersebut dengan menjaminkan suatu barang.

Dari Abu Hurairah ra, Rasulullah SAW bersabda:

الظَّهْرُ يُرْكَبُ إِذَا كَانَ مَرْهُونًا وَلَبَنُ الدَّارِ يُشْرَبُ إِذَا كَانَ مَرْهُونًا وَعَلَى الَّذِي يَرْكَبُ

وَيُشْرَبُ نَفَقَتُهُ

Artinya: Binatang tunggangan boleh ditunggangi sebagai imbalan atas nafkahnya (makanannya) bila sedang digadaikan, dan susu binatang yang diperah boleh diminum sebagai imbalan atas makanannya bila sedang

⁴¹ Muhammad Wasitho, "Hukum Pegadaian dalam fiqih Islam"

<http://abufawaz.wordpress.com/2011/07/29/hukum-pegadaian-dalam-fiqih-islam/> (26 Maret 2019) h.1 diakses pada 27 Maret 2019 pukul 19:50 WIB

digadaikan. Orang yang menunggangi dan meminum susu berkewajiban untuk memberi makanan.”(Hr. Bukhori, no.2512)⁴²

Dari hadis diatas, dijelaskan barang yang menjadi jaminan atas piutang, dapat dimanfaatkan oleh orang yang memberikan utang, asalkan barang jaminan tersebut tidak mengalami kerusakan

Jumhur ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal dimaksud, berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad saw. yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari orang Yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi dari contoh Nabi Muhammad saw. tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad saw. yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad saw. kepada mereka.⁴³

3. Rukun dan Syarat Gadai Syariah

Dalam Islam, segala kegiatan akan dianggap sah apabila sudah memenuhi rukun dan syarat. Adapun rukun dan syarat gadai syariah sebagai berikut⁴⁴:

⁴² *Ibid.*,

⁴³ *Ibid.*, Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hal.8

⁴⁴ *Ibid.*, Rodoni, *Asuransi dan Pegadaian Syariah*, hal.71

a. **Rukun Gadai Syariah**

Dalam fiqih empat mazhab diungkapkan rukun gadai sebagai berikut:

- 1) Orang yang berakad, Rahin (orang yang berutang) dan Murtahin (orang yang memberikan utang).
- 2) Sighat (Ijab Qabul)
- 3) Barang jaminan
- 4) Pinjaman

b. **Syarat Gadai Syariah**

Selain rukun yang harus terpenuhi dalam transaksi gadai, maka dipersyaratkan sebagai berikut:

- 1) Akad tidak mengandung syarat bathil
- 2) Pinjaman (Marhun Bih) merupakan hak yang wajib. dikembalikann kepada peminjam dan bisa dilunasi dengan barang yang digadaikan.
- 3) Barang jaminan (Marhun). Barang jaminan dapat dijual dan nilainya sah penuh dari rahin dan tidak terkait dengan hak orang lain.
- 4) Rahin dibebani jasa manajemen atas barang berupa asuransi, biaya penyimpanan, biaya keamanan, dan biaya pengelolaan serta administrasi.

4. **Persamaan dan Perbedaan Gadai Konvensional dengan Gadai Syariah**

Adapun persamaan dan perbedaan gadai konvensional dengan gadai syariah antara lain:⁴⁵

⁴⁵*Ibid.*, hal.64

a. Persamaan

- 1) Hak gadai berlaku atas pinjaman uang.
- 2) Adanya agunan sebagai jaminan uang.
- 3) Tidak boleh mengambil manfaat barang yang digadaikan.
- 4) Apa bila batas waktu pinjaman uang telah habis, barang yang digadaikan boleh dijual atau dilelang.
- 5) Uang hasil lelang dipergunakan untuk membayar utang nasabah.

b. Perbedaan

- 1) Pegadaian syariah dilakukan secara suka rela atau tolong menolong dan menarik keuntungan dari biaya jasa penitipan, sedangkan pegadaian konvensional menurut hukum perdata, selain berprinsip tolong menolong juga menarik keuntungan dengan bunga.
- 2) Dalam gadai syariah barang yang dapat dijadikan jaminan adalah barang bergerak maupun barang tidak bergerak, sedangkan gadai konvensional menurut hukum perdata, barang yang dapat dijadikan pinjaman hanya barang bergerak.
- 3) Pada gadai syariah biaya administrasi ditetapkan berdasarkan golongan, sedangkan pada gadai konvensional biaya administrasi ditetapkan menurut presentasi barang.
- 4) Pada gadai syariah, uang kelebihan lelang jika tidak diambil oleh nasabah dalam kurun 1 tahun, uang tersebut akan dimasukan ke dana zakat. Sedangkan gadai konvensional, uang kelebihan lelang akan menjadi milik perusahaan.

5. Produk dan Jasa Pegadaian Syariah

Produk dan jasa pencairan kredit pada kantor Pegadaian syariah pada umumnya hanya menggunakan produk dan jasa rahn dan ijarah saja. Padahal, sebuah lembaga pegadaian yang ideal tidak hanya melayani dua model jasa. Dalam Pedoman Operasional Gadai Syariah (POGS), Perum Pegadaian pada dasarnya menawarkan jasa kepada warga masyarakat dalam berapa bentuk sebagai berikut:⁴⁶

a. Pemberian Pinjaman

Produk dimaksud, mensyaratkan pemberian pinjaman dengan penyerahan harta benda sebagai jaminan dan besarnya uang pinjaman ditentukan oleh barang jaminan. Atau juga memiliki nama lain seperti Rahn, Rahn Hassan, Arrum Emas, Rahn Flexi, Rahn Tasjily Tanah.

b. Penaksiran Nilai Harga Benda

Jasa dimaksud, diberikan kepada warga masyarakat yang menginginkan kualitas harta benda seperti emas, perak, dan berlian. Jasa ini diberikan karena pegadaian syariah mempunyai alat penaksir yang akurat.

c. Penitipan Barang Berupa Sewa

Pegadaian Syariah berarti menerima titipan barang dari masyarakat berupa surat berharga berdasarkan alasan faktor keamanan dan alasan lainnya. Usaha ini dapat dijalankan karena pegadaian syariah memiliki tempat atau gudang penyimpanan yang memadai.

⁴⁶*Ibid.*, Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016) hal. 67

d. Gold Counter

Jasa penyediaan fasilitas berupa tempat penjualan emas yang berkualitas eksekutif dan aman yang disediakan oleh pegadaian syariah.

Seiring perkembangan zaman, Pegadaian Syariah menerbitkan produk pembiayaan untuk nasabah yang membutuhkan dana untuk membeli kendaraan umum (Amanah), untuk berangkat haji (ArRum Haji) serta sebagai melayani nasabah yang ingin memiliki emas batangan dengan cara cicilan (Mulia) dan nasabah yang ingin berinvestasi emas atau dengan nama lain (EmasKu).

6. Hambatan yang dialami Pegadaian Syariah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, hambatan adalah halangan atau rintangan yang dialami dalam mencapai suatu tujuan.⁴⁷

Adapun hambatan yang dialami Pegadaian Syariah antara lain:

- a. Belum ada undang-undang atau kebijakan pemerintah, yang mengatur tentang pegadian syariah sehingga pengembangan pegadaian syariah belum cukup optimal selama ini.
- b. Adanya masyarakat yang membuka gadai swasta dengan memberikan kemudahan untuk semua jenis produk gadai seperti pinjaman ataupun pembiayaan yang illegal seperti rentenir dan keberadaannya terus berkembang.

⁴⁷*Ibid.*, Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 1997), hal. 217

- c. Adanya lembaga keuangan syariah yang menjadi pesaing Pegadaian Syariah dengan cara menerbitkan produk yang sama dengan Pegadaian Syariah. Seperti produk Gadai Emas, Investasi Emas dan sebagainya.
- d. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap gadai syariah, serta masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa gadai syariah sama dengan gadai biasa yang menggunakan sistem bunga.⁴⁸

⁴⁸ Almira Nur Aulia dkk, “Dinamika Perkembangan Pegadaian Syariah di Indonesia”, *Studi Ekonomi Islam* (2016): 31

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. SEJARAH PEGADAIAN SYARIAH

1. Pendirian Pegadaian Syariah

PT Pegadaian (Persero) didirikan dengan Akta Perseroan Terbatas Perusahaan Perseroan (Persero) PT Pegadaian No. 01 tanggal 1 April 2012, dibuat dihadapan Nanda Fauz Iwan, SH, MKn, Notaris di Jakarta Selatan (Akta No. 01), yang telah (i) Mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. AHU-0029230.AH.01.01 tanggal 4 April 2012; (ii) Didaftarkan di dalam register pada Kantor Pengadilan Negeri Jakarta Selatan NO .AHU-0029230. AH.01.09 Tahun 2012 tanggal 04 April 2012.⁴⁹ PT Bank Muamalat Indonesia, merupakan salah satu perbankan syariah pertama di Indonesia, beraliansi dengan Perum Pegadaian yaitu melahirkan Unit Layanan Gadai Syariah yang kini menjadi Cabang Pegadaian Syariah.

Fungsi operasional pegadaian syariah dijalankan oleh kantor-kantor cabang pegadaian syariah atau unit pelayanan syariah. Pegadaian syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika. Menyusul kemudian pendirian Pegadaian Syariah di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta pada tahun 2003. Di tahun yang sama

⁴⁹ SOP PT Pegadaian Syariah

pula, 4 kantor cabang pegadaian di Aceh dikonversi menjadi pegadaian syariah.⁵⁰



3.1 Logo Pegadaian Syariah

NO	Kantor	Alamat
1	Unit Pelayanan Syariah Asrama	Jl. Asrama No.185 G, Medan
2	Unit Pelayanan Syariah Paya Geuli	Jl. Medan Binjai Km 10.5, Deli Serdang
3	Unit Pelayanan Syariah Binjai	Jl. T.Amir Hamzah Komplek Ruko Surya Permai, Binjai
4	Unit Pelayanan Syariah Tandem	Jl. T.Amir Hamzah No.692 B, Binjai

3.1 Jumlah Outlet Unit Pelayanan Syariah Pegadaian Syariah

Cabang Setia Budi Medan

Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan, diresmikan pada tanggal 25 Juli 2010. Pada saat ini PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi memiliki pimpinan cabang sementara bernama Syamsul Bahri.

⁵⁰*Ibid.*, Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*, hal.406

Dan saat ini, Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi sudah memiliki 4 outlet unit cabang pegadaian syariah.

B. VISI DAN MISI PERUSAHAAN

1. Visi Pegadaian Syariah

Sebagai satu-satunya lembaga yang sejak dulu konsisten dan setia pada pemberdayaan ekonomi rakyat kecil dan akan terus mendampingi nasabahnya sampai masyarakat tersebut memperoleh derajat kehidupan yang sejahtera, maka Pegadaian ke depan akan tetap memperkuat positioning tersebut, yaitu memberi solusi keuangan bagi siapa saja yang membutuhkan dana cepat (instant cash). Selanjutnya dengan landscape bisnis yang berubah akibat lingkungan yang diperkirakan akan menjadi turbulent, Pegadaian ke depan harus tetap tumbuh, berkembang, auditable, Good Corporate Governance (GCG), dipercaya sebagai tempat yang aman berinvestasi, tingkat DER terkendali, dan taat peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu paradigma pengelolaan perusahaan harus diubah melalui peninjauan kembali visi perusahaan.

Atas dasar pemahaman tersebut, maka Pegadaian ke depan harus menjadi badan usaha yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif dengan tetap mempertahankan karakteristik bisnisnya, yaitu memberikan pinjaman secara cepat dan aman, sehingga Pegadaian harus tetap menjadi lembaga paling dipercaya oleh masyarakat yang membutuhkan solusi keuangan. Guna memberikan inspirasi dan membangkitkan spirit “bertempur” kepada seluruh karyawan perusahaan untuk memajukan perusahaan dalam

lingkungan persaingan bisnis yang akan berlangsung super ketat, maka dirumuskan visi Pegadaian ke depan sebagai berikut:

”Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader, dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.”⁵¹

2. Misi Pegadaian Syariah

Misi pegadaian adalah:

1. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.
2. Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan
3. Memberikan service excellence dengan focus nasabah melalui :
 - a. Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital.
 - b. Teknologi informasi yang handal dan mutakhir.
 - c. Praktek manajemen risiko yang kokoh.
 - d. SDM yang profesional berbudaya kinerja baik

C. BUDAYA PERUSAHAAN

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi perusahaan, Pegadaian telah mengimplementasikan tata nilai dengan nama **INTAN** sebagai acuan dalam meningkatkan nilai-nilai budaya perusahaan yang harus dihayati dan dijalankan

⁵¹SOP PT Pegadaian

secara konsisten dalam keseharian oleh seluruh jajaran insan Pegadaian. Pegadaian berkomitmen untuk menerapkan tata nilai **INTAN** yang diterjemahkan ke dalam 10 Perilaku Utama sebagai berikut: ⁵²

- **Inovatif**
 - Berinisiatif, kreatif, produktif, dan adaptif
 - Benorientasi pada solusi bisnis
- **Nilai Moral Tinggi**
 - Taat beribadah
 - Jujur dan berpikir positif
- **Terampil**
 - Kompeten di bidang tugasnya
 - Selalu mengembangkan diri
- **Adi Layanan**
 - Peka dan cepat tanggap
 - Empatik, santun dan ramah

⁵²*Ibid.*,

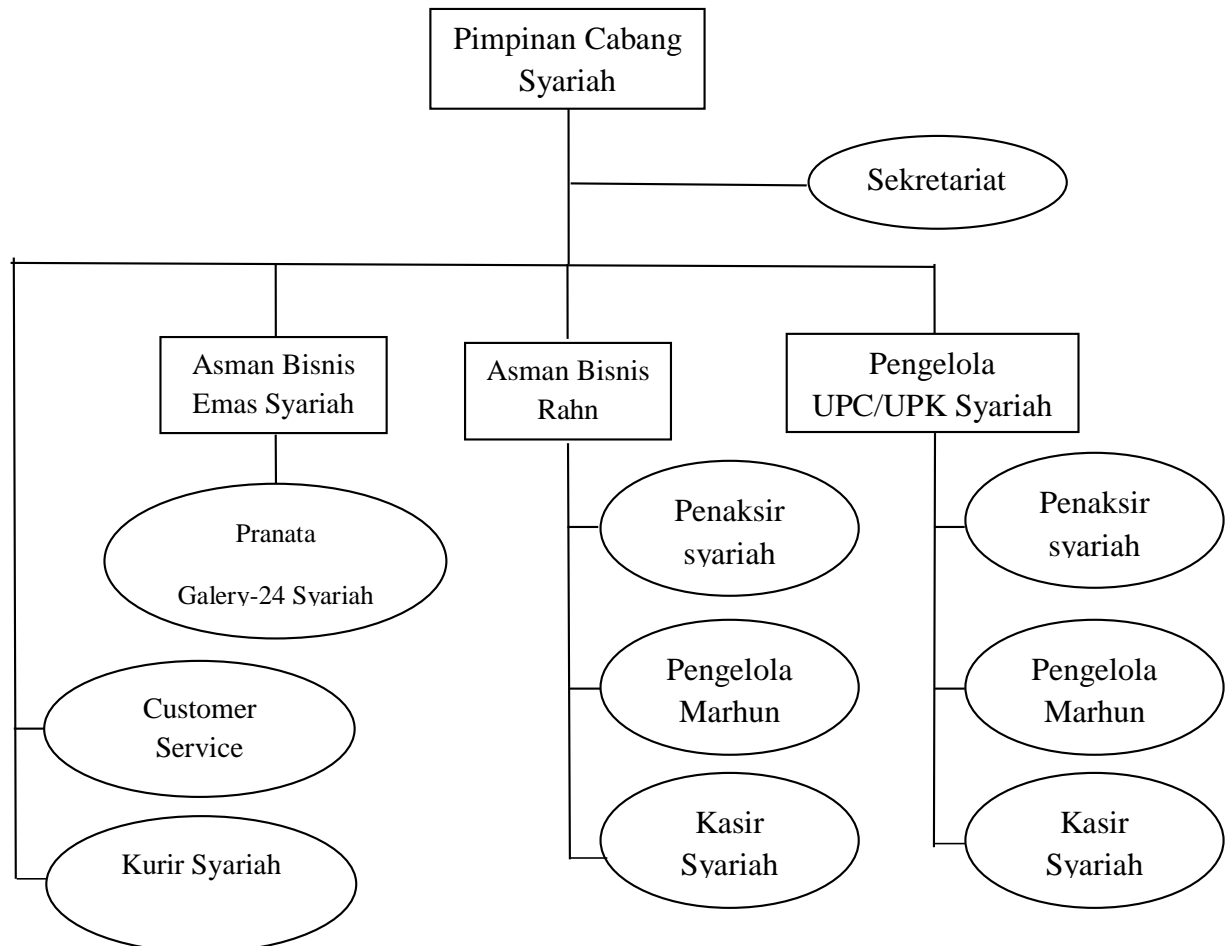
- Nuansa Citra
 - Bangga sebagai insan Pegadaian
 - Bertanggung jawab atas aset dan reputasi perusahaan

Penjabaran 10 perilaku utama INTAN yang menjadi pegangan bagi seluruh jajaran insan Pegadaian dalam menjalankan bisnis dan organisasi, adalah sebagai berikut :

- a. Makna Inovatif: Selalu melakukan penyempurnaan yang mempunyai nilai tambah berkelanjutan
- b. Makna Nilai Moral Tinggi: Memahami, mematuhi, dan mengamalkan ajaran agama masing-masing serta etika perusahaan
- c. Makna Terampil: Melaksanakan tugas secara professional.
- d. Makna Adi Layanan: Memberikan layanan yang cepat, aman dan nyaman untuk kepuasan pelanggan
- e. Makna Nuansa Citra: Senantiasa peduli dan menjaga nama baik serta reputasi perusahaan.

D. STRUKTUR PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI

3.2 Struktur Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi



Dalam rangka mewujudkan perusahaan sebagai badan usaha yang dinamis, berdaya guna serta efisien dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, telah diberlakukan struktur organisasi berbasis kompetensi yang berlaku mulai 1 Juli 2002 (SK Direksi No. 1000/KP.400324/2002 tanggal 17 Juni 2002) dan mulai tanggal 28 April 2004 telah disempurnakan (SK Direksi No. 1095/SDM.200322/2004 tanggal 28 April 2004) dan peraturan direksi No. 6322/SDM.200322/2010 tanggal 10 Desember 2010, Peraturan Direksi No. 2081/SDM.200322/2011 tanggal 11 Juli 2011 setelah beberapa kali mengalami

perubahan dengan perubahan terakhir berdasarkan peraturan Direksi N0. 27 tahun 2014 tanggal 25 April 2014, dengan bagan organisasi seperti diatas.⁵³

E. JUMLAH PEGAWAI PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI

PT. Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi memiliki jumlah pegawai sebanyak 11 pegawai. Jumlah tersebut sudah termasuk kedalam pegawai yang ditugaskan di beberapa unit, seperti:⁵⁴

1. Unit Pegadaian Syariah Asrama
2. Unit Pegadaian Syariah Paya Geuli
3. Unit Pegadaian Binjai
4. Unit Pegadaian Tandem

Berikut rincian pegawai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi:

1. 1 (Satu) orang Pimpinan Cabang
2. 1 (Satu) orang Penaksir
3. 1 (Satu) orang Pengelola Agunan
4. 4 (Empat) orang Pengelola Unit
5. 5 (Lima) orang Kasir

⁵³*Ibid.*,

⁵⁴*Ibid.*,

3.3 Fungsi Jabatan

JABATAN	FUNGSI JABATAN
Asman Bisnis Rahn	Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi penetapan taksiran marhun, penetapan besaran marhun bih, keuangan, serta administrasi bisnis rahn sesuai dengan kewenangannya.
Asman Bisnis Emas Syariah	Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional bisnis emas di kantor cabang syariah sesuai kewenangannya.
Pengelola UPC/UPK Syariah	Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional, administrasi dan keuangan kantor unit pelayanan cabang syariah.
Penaksir syariah	Melaksanakan kegiatan penaksiran marhun sesuai dengan kewenangannya secara cepat, tepat dan akurat.
Pengelola Marhun	Mengelola penyimpanan marhun (baik emas, perhiasan atau marhun lain) serta dokumen lainnya dengan cara menerima menyimpan merawat dan mengeluarkan serta mengadministrasikannya sesuai dengan kewenangan dan peraturan yg berlaku .
Pranata galery-24 syariah	Melaksanakan kegiatan operasional, pengadministrasian, pengembangan usaha, serta penjualan Logam Mulia dan bisnis emas lainnya pada Galery-24.
Kasir syariah	Melakukan pekerjaan penerimaan dan pembayaran uang serta melaksanakan tugas administrasi keuangan di kantor cabang syariah/upc syariah, sesuai dengan kewenangan nya.
Kurir syariah	Membawa & mengantarkan marhun atau aset perusahaan, misalnya modal kerja dari satu unit kerja ke unit kerja lainnya
Asman Bisnis Rahn	Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi penetapan taksiran marhun, penetapan besaran marhun bih, keuangan, serta administrasi bisnis rahn sesuai dengan kewenangannya.
Asman Bisnis Emas Syariah	Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional bisnis emas di kantor cabang syariah sesuai kewenangannya.
Pengelola UPC/UPK Syariah	Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional, administrasi dan keuangan kantor unit pelayanan cabang syariah.
Penaksir syariah	Melaksanakan kegiatan penaksiran marhun sesuai dengan kewenangannya secara cepat, tepat dan akurat.
Pengelola Marhun	Mengelola penyimpanan marhun (baik emas, perhiasan atau marhun lain) serta dokumen lainnya dengan cara menerima menyimpan merawat dan mengeluarkan serta mengadministrasikannya sesuai dengan kewenangan dan peraturan yg berlaku .
Pranata galery-24 syariah	Melaksanakan kegiatan operasional, pengadministrasian, pengembangan usaha, serta penjualan Logam Mulia dan bisnis emas lainnya pada Galery-24.

F. PRODUK-PRODUK PADA PEGADAIAN

a. Gadai Emas

Syarat Gadai Emas:

1. Fotocopy KTP/SIM/Passport
2. Barang Agunan

b. Gadai Ar-Rum Emas

Syarat Gadai Ar-Rum Emas:

Persyaratan sama seperti Gadai Emas.

Keunggulan:

1. Proses transaksi berprinsip syariah sesuai fatwa 92/DSN-MUI/IV2014
2. Pinjaman berjangka waktu fleksibel mulai 12,18, 24, dan 36 bulan
3. Pinjaman mulai Rp 1.000.000 (Satu Juta Rupiah) sampai Rp 500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah)
4. Proses cepat tanpa survei
5. Perlindungan atas resiko kehilangan/kerusakan
6. Pegadaian mengenakan biaya pemeliharaan (Mu'nah)

c. Ar-Rum Haji

Syarat Ar-Rum Haji:

1. Fotocopy KTP/SIM/Passport
2. Surat BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji)
3. Surat (PPH) Pendaftaran Pergi Haji
4. Buku Tabungan
5. Perhiasan Emas/Emas Logam Mulia senilai 7 Juta (kurang-lebih 15gr)

Keunggulan:

1. Persyaratan Ringan
 2. Pinjaman dapat diangsur 12,18, 24 sampai dengan 60 bulan, sesuai kemampuan
 3. Biaya pemeliharaan barang jaminan (Mu'nah) terjangkau
 4. Jaminan aman tersimpan di Pegadaian
 5. Nomor porsi haji
- d. Ar-Rum BPKB

Syarat Ar-Rum BPKB:

1. Memiliki usaha dan memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 (satu) tahun atau lebih
2. Fotocopy KTP/SIM/Passport
3. Fotocopy Kartu Keluarga
4. Menyerahkan dokumen yang diperlukan.
 - 1) Surat Keterangan Usaha
 - 2) BPKB Asli
 - 3) Fotocopy STNK dan faktur pembelian

Keunggulan:

1. Proses transaksi berprinsip syariah sesuai fatwa MUI.
2. Proses pembiayaan dilayani di lebih dari 600 outlet Pegadaian Syariah.
3. Pembayaran angsuran dapat dilakukan diseluruh outlet Pegdaian Syariah.
4. Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24 dan 36 bulan serta dapat dilunasi sewaktu-waktu.

5. Pegadaian syariah mengenakan biaya pemeliharaan (Mu'nah).
6. Prosedur pelayanan sederhana, cepat, dan mudah.
7. Pegadaian hanya menyimpan BPKB, kendaraan tetap dapat digunakan nasabah.

e. Pegadaian Amanah

Syarat Pegadaian Amanah:

Pegawai Tetap:

1. Karyawan tetap masa kerja minimal 2 tahun.
2. Usia Minimal 21 tahun, sisa masa kerja 1 tahun sebelum pensiun.
3. Usia saat jatuh tempo maksimal 70 tahun.
4. Kendaraan digunakan di wilayah pemohon.

Pengusaha Mikro:

1. Kendaraan digunakan di wilayah pemohon
2. Memiliki usaha produktif yang sah dan berjalan minimal 1 tahun dan memiliki tempat tinggal tetap.

Menyerahkan dokumen:

1. Fotocopy KTP/SIM/Passport dan Ffotocopy Kartu Keluarga
2. Fotocopy Surat Izin Usaha dan fotocopy Rekening Tagihan Telepon/Listrik/PBB Terakhir.

f. Tabungan Emas

Syarat Pembukaan Tabungan Emas:

1. Fotocopy KTP/SIM/Passport
2. Uang Rp. 60.000,00,- sebagai saldo awal

G. *Amanah*

Syarat:

1. Pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun
2. Fotokopi KTP (suami atau istri)
3. Fotokopi Kartu Keluarga
4. Fotokopi SK pengangkatan sebagai pegawai atau karyawan tetap, Rekomendasi atasan langsung
5. Slip gaji 2 bulan terakhir
6. Mengisi dan menandatangani form aplikasi Amanah
7. Membayar uang muka yang disepakati (minimal 20%)
8. Menandatangani akad Amanah.

F. *Rahn Tasjily Tanah*

Syarat:

1. Fotokopi KTP
2. Sertifikat Tanah atas Hak Milik
3. IMB jika di atasnya terdapat bangunan
4. Fotokopi slip pembayaran PBB terakhir
5. Tanah adalah tanah yang produktif

BAB IV
Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

I. Jumlah Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia

Budi Yang Menabung Dengan Produk EmasKu

Berikut jumlah nasabah pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi.

4.1 Tabel Jumlah Nasabah Tahun 2016, 2017 dan 2018

a. 2016

Produk	Jumlah Nasabah	Pendapatan
Rahn	36.014	125.519.800.000
Amanah	17	213.800.000
ArRum	116	2.134.310.000
ArRum Haji	18	450.000.000
EmasKu	8	4.433.650
Mulia Baru	120	966.626.910
Total	36.293	129.288.970.560

b. Tahun 2017

Produk	Jumlah Nasabah	Pendapatan
Rahn	38.172	135.150.930.000
Amanah	175	3.328.900.000
ArRum	56	724.920.000
ArRum Emas Baru	108	1.841.350.000
ArRum Haji	182	4.550.000.000
EmasKu	35	40.617.000
Mulia Baru	122	672.460.798
Rahn Flexi	32	280.210.000
Total	38.882	146.589.387.798

c. Tahun 2018

Produk	Jumlah Nasabah	Pendapatan
Rahn	36.691	136.168.360.000
Amanah	1.758	35.286.300.000
ArRum	185	5.258.200.000
ArRum Emas Baru	200	3.170.740.000
ArRum Haji	183	4.575.000.000
EmasKu	25	16.350.800
Emas Ultimate Syariah	3	7.127.000
Hasan	649	214.470.000
Mulia Baru	101	630.242.634
Mulia Ultimate Syariah	84	544.200.478
Rahn Flexi	88	1.007.100.000
Rahn Tasjily Tanah	5	535.000.000
Total	39.972	185.862.797.534

Sumber: Outlet PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi

Fenomena yang saya teliti pada tahun 2016, nasabah yang memakai produk Emasku berjumlah 8 nasabah dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 35 nasabah, kemudian pada tahun 2018 nasabah yang memakai produk Emasku mengalami penurunan menjadi 25 nasabah.

II. Strategi Pemasaran Pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi

Setiap perusahaan yang menyediakan jasa ataupun memproduksi produk, harus memiliki strategi pemasaran yang tepat. Sehingga, sasaran yang ditentukan perusahaan dapat tercapai. Fenomena selanjutnya PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi melaksanakan strategi pemasaran yang meliputi 4 unsur bauran pemasaran, yaitu:

1. **Strategi Pemasaran dalam Bidang Produk**

Strategi produk yang dilakukan oleh PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi dengan cara Cross-Selling⁵⁵. Cross-Selling adalah kegiatan menawarkan kepada nasabah untuk memakai produk yang berbeda dari sebelumnya.

2. **Strategi Pemasaran Bidang Harga**

PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi melakukan strategi pemasaran bidang harga dengan cara memberikan Cash-Back kepada nasabah yang ingin membuka Tabungan Emas. Serta memiliki biaya ijarah atau biaya sewa yang murah.

3. **Strategi Pemasaran Bidang Distribusi (Tempat)**

PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi melakukan strategi pemasaran pada bidang distribusi (tempat) yaitu dengan memiliki 4 Unit Pegadaian Syariah yang juga memasarkan produk-produk gadai syariah PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah. 4 Unit Pegadaian Syariah tersebut, antara lain:

⁵⁵Munawwarah S.E, Pegawai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Medan, 4 April 2019

4.2 Tabel Jumlah Unit Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi

No	Kantor	Alamat
1	Unit Pegadaian Syariah Asrama	Jl. Asrama No.185 G, Medan
2	Unit Pegadaian Syariah Paya Geuli	Jl. Medan Binjai Km 10.5, Deli Serdang
3	Unit Pegadaian Syariah Binjai	Jl. T.Amir Hamzah Komplek Ruko Surya Permai, Binjai
4	Unit Pegadaian Syariah Tandem	Jl. T.Amir Hamzah No.692 B, Binjai

Sumber: Wawancara oleh Munawwarah S.E, Pegawai PT Pegadaian

Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Medan, 4 April 2019

4. Strategi Pemasaran Bidang Promosi

PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi melakukan strategi pemasaran bidang promosi dengan cara literasi. Literasi yang dilakukan seperti sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk-produk gadai syariah.

III. Hambatan-Hambatan Yang Dialami PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah

Setiap perusahaan pasti memiliki hambatan dalam mencapai tujuan perusahaan salah satu nya adalah pesaing. Hambatan yang dialami PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah yaitu banyak nya pesaing disekitar wilayah perusahaan yang memiliki produk serupa seperti Bank Syariah Mandiri KCP Ringroad, Bank Aceh dan Bank Danamon Solusi Emas

Syariah Setia Budi yang memiliki produk Tabungan Emas atau Investasi Emas⁵⁶

B. Pembahasan Hasil Penelitian

I. Jumlah Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi Yang Menabung Dengan Produk EmasKu

Dari hasil penelitian, jumlah nasabah pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi menunjukkan bahwa pada tahun 2016, nasabah yang memakai produk Emasku berjumlah 8 nasabah dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 35 nasabah, kemudian pada tahun 2018 nasabah yang memakai produk Emasku mengalami penurunan menjadi 25 nasabah. Akibatnya, nasabah di PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi berjumlah sedikit yang memakai produk EmasKu sehingga dari sisi produk EmasKu memperoleh keuntungan yang sedikit. Tetapi, PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah mengalami kenaikan jumlah nasabah dan pendapatan pada setiap tahun nya dengan target nasabah harus mengalami kenaikan 1.000 nasabah.

II. Strategi Pemasaran Pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi

1. Strategi Pemasaran dalam Bidang Produk

Strategi produk yang dilakukan oleh PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi dengan cara Cross-Selling. Cross-Selling

⁵⁶Munawwarah S.E, Pegawai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Medan, 4 April 2019

adalah kegiatan menawarkan kepada nasabah untuk menggunakan? produk gadai syariah yang berbeda dari sebelumnya. produk-produk gadai syariah yang ditawarkan, seperti:

- a. *Rahn* atau Gadai Syariah merupakan salah satu produk yang menjadikan suatu barang sebagai jaminan untuk mendapatkan pinjaman.
- b. *Rahn Hasan*, merupakan produk Gadai Syariah yang ditawarkan kepada nasabah baru. Perbedaan nya dari *Rahn* adalah maksimal pinjaman yang diberikan kepada nasabah berjumlah Rp 500.000
- c. *Rahn Tasjily* Tanah merupakan produk Gadai Syariah yang dimana nasabah ingin menjadikan surat tanah sebagai barang jaminan pinjaman..
- d. *ArRum* Emas merupakan pembiayaan kepada nasabah yang membutuhkan modal usaha dengan menggunkan emas sebagai jaminan.
- e. *ArRum* Haji merupakan pembiayaan kepada nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji. Setelah melengkapi beberapa persyaratan, nasabah sudah mendapatkan porsi haji.
- f. *Mulia* merupakan layanan penjualan emas secara tunai dan angsuran kepada masyarakat. Tetapi, sudah ada kebijakan baru tentang *Mulia* yaitu jika nasabah ingin membeli emas secara tunai, harus melakukannya di Galeri 24 atau Pegadaian Utama. Pegadaian Cabang hanya melayani pembelian emas secara angsuran kepada nasabah.

- g. *ArRum* BPKB merupakan pembiayaan kepada nasabah yang membutuhkan modal usaha dengan menjadikan BPKB kendaraan sebagai barang jaminan.
- h. *Amanah* merupakan pembiayaan kepada nasabah yang ingin memiliki kendaraan bermotor ataupun mobil

Dengan adanya produk-produk gadai syariah PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi diharapkan dapat menambah minat masyarakat terhadap Pegadaian Syariah dikarenakan masyarakat dapat memilih produk yang mereka inginkan dengan syarat yang mudah.

2. Strategi Pemasaran Bidang Harga

PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi melakukan strategi pemasaran bidang harga dengan cara memberikan Cash-Back kepada nasabah yang ingin membuka Tabungan Emas. Serta memiliki biaya ijarah atau biaya sewa yang murah.⁵⁷ Perhitungan biaya ijarah untuk per10 hari sudah ditetapkan oleh PT Pegadaian Pusat sebagai berikut: Marhun Bih (Taksiran):10.000 X Tarif Ijarah.

⁵⁷Munawwarah S.E, Pegawai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Medan, 4 April 2019

4.1 Tabel Penetapan Tarif Ijarah

Marhun Bih	Tarif Ijarah		
	Emas	Elektronik	Kendaraan
Golongan A: 50.000-500.000	45	45	45
Golongan B: 550.000-5.000.000	71	72	73
Golongan C: 5.100.000-20.000.000	71	72	73
Golongan D: >20.100.000	62	65	75

Contoh kasus: Taksiran emas Rp 7.570.852 (Gol.C) : $\text{Rp}10.000 \times 71 = \text{Rp}7.641$.

Keterangan:

- a) Tarif ijarah dihitung berdasarkan nilai taksiran barang tertentu.
- b) Biaya ijarah dihitung kelipatan 10 hari hari.
- c) Tarif ijarah dapat berubah sesuai kebijakan PT Pegadaian.

3. Strategi Pemasaran Bidang Distribusi

PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi memiliki 4 Unit Pegadaian Syariah di beberapa wilayah yang juga memasarkan produk-produk gadai syariah PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah⁵⁸. Dengan adanya Unit Pegadaian Syariah dapat membantu PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi dalam memperkenalkan produk-produk gadai yang dimiliki dan masyarakat

⁵⁸Munawwarah S.E, Pegawai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Medan, 4 April 2019

mendapat kemudahan dalam menemukan Pegadaian Syariah di wilayah terdekat.

4. Strategi Pemasaran Bidang Promosi

PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi melakukan strategi pemasaran bidang promosi dengan cara literasi seperti sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk-produk yang dimiliki PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi. Dengan adanya sosialisai kepada masyarakat, dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk-produk yang gadai syariah pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi.

III. Hambatan-Hambatan Yang Dialami PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi

Hambatan yang dialami PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah yaitu banyak nya pesaing disekitar wilayah perusahaan yang memiliki produk serupa. Dengan adanya pesaing, PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah harus melaksanakan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan tentang Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadaai Syariah Pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada tahun 2016, nasabah yang memakai produk EmasKu berjumlah 8 nasabah dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 35 nasabah, kemudian pada tahun 2018 nasabah yang memakai produk EmasKu mengalami penurunan menjadi 25 nasabah. Akibatnya, nasabah di PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi berjumlah sedikit yang memakai produk EmasKu sehingga dari sisi produk EmasKu memperoleh keuntungan yang sedikit. Walaupun demikian, PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi Medan tetap mengalami kenaikan jumlah nasabah setiap tahunnya.
2. PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi menerapkan bauran strategi pemasaran dengan menerapkan 4 prinsip seperti Produk, Harga, Distribusi atau Tempat dan Promosi. Dalam bidang produk seperti melakukan Cross-Selling, dalam bidang Harga seperti memberikan Cash-Back kepada nasabah dan biaya ijarah atau biaya sewa yang murah, dalam bidang Distribusi atau Tempat PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi memiliki 4 Unit Pegadaian Syariah di beberapa wilayah, dan dalam bidang promosi melakukan Literasi seperti

sosialisasi kepada masyarakat. Akibatnya, PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi mengalami kenaikan jumlah nasabah dan pendapatan. Pendapatan pada tahun 2016 berjumlah Rp 129.288.970.560, tahun 2017 berjumlah Rp 146.589.387.798 dan tahun 2018 berjumlah Rp 185.862.797.534.

3. PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi mengalami beberapa hambatan dalam melaksanakan strategi pemasarannya. Hambatan tersebut berupa ada nya Lembaga Keuangan disekitar wilayah PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi memiliki produk yang serupa. Lembaga keuangan tersebut antara lain Bank Syariah Mandiri KCP Ringroad, Bank Aceh dan Bank Danamon Solusi Emas Syariah Setia Budi yang memiliki produk Tabungan Emas atau Investasi Emas seperti PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi. Akibatnya, perusahaan harus melaksanakan strategi pemasaran yang baik dan tepat sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

B. Saran

1. Harus lebih memperkenalkan kepada masyarakat tentang produk EmasKu.
2. Dalam melaksanakan strategi pemasaran PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia budi harus melaksanakan strategi pemasaran yang berbeda dari sebelumnya seperti melaksanakan strategi pemasaran 7P yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), Promotion (Promosi), People (Sumber daya manusia), Process (Proses), Physical Evidence (Bukti Fisik).

3. Dalam menghadapi pesaing, PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah harus melaksanakan strategi pemasaran yang berbeda dari perusahaan pesaing, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk-produk gadai syariah di PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi.
4. Diharapkan agar lebih teliti dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan.
5. Mahasiswa yang akan melakukan penelitian, disarankan mengetahui terlebih dahulu tentang hal yang akan diteliti secara umum.
6. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan kepada peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Zainuddin, Hukum Gadai Syariah, Jakarta: Sinar Grafika, 2016
- Alu Syaikh bin ishaq Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman, Tafsir Ibnu Katsir, jilid 1, Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004
- Assauri Sofjan, Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009
- Harahap Sunarji, Pengantar Manajemen, Medan: Febi UIN-SU Press, 2016
- Janwari Yadi, Lembaga Keuangan Syariah, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2015
- Kamisa, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Surabaya: Kartika, 1997
- Kasmir, Manajemen Perbankan, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2012
- Mardani, Hukum Bisnis Islam, Jakarta: Kencana Predana Media, 2013
- Nel Arianty dkk, Manajemen Pemasaran, Medan: Perdana Publishing, 2017
- Rasjid Sulaiman, Fiqh Islam (Bandung: Sinar Baru, 1990), cet.23, hal.262
- Rodoni Ahmad, Asuransi dan Pegadaian Syariah, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015
- Rusdarti dan Kusmuriyanti, Ekonomi: Fenomena di sekitar kita, Semarang: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2012
- Salling dkk, Pengantar Bisnis (Medan: Madenatera, 2017), hal.181
- Soemitra Andri, Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank, (Jakarta: Kencana, 2016) hal. 399
- Tarigan Akmal Azhari, Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi, Medan: Febi Press, 2016
- Wasitho Muhammad, "Hukum Pegadaian dalam fiqh Islam"

<http://abufawaz.wordpress.com/2011/07/29-hukum-الرهن-في-الفقه-الإسلامي-pegadaian-dalam-fiqih-islam/> (26 Maret 2019) h.1 diakses pada 27 Maret 2019 pukul 19:50 WIB

Wawancara Munawwarah S.E, Pegawai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Medan, 4 April 2019

**Hal: Laporan Isi Wawancara Sebagai Bahan Pelengkap Data Informasi
Skripsi Kualitatif Jenis Penelitian Studi Kasus**

Skripsi atas nama: Diana Loemongga Siregar

Nim: 0504162133

**Judul Skripsi: “Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Guna
Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian
Syariah Setia Budi”**

Lokasi: PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi di Jalan Setia Budi
No.94 Kelurahan Tanjung Rejo Kecamatan Medan Sunggal

Wawancara dengan : Ibu Munawwarah S.E selaku Pegawai PT Pegadaian Cabang
Pegadaian Syariah Setia Budi.

Pada Tanggal 4 April 2019 Pukul 10.00 WIB-11.00WIB

1. Kapanakah PT Pegadaian Cabang Pegadaian Setia Budi di resmikan?

Jawaban: “ PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi di resmikan
pada tanggal 25 Juli 2010”

2. Produk apa sajakah yang ditawarkan kepada nasabah pada saat itu?

Jawaban: “Hanya ada tiga produk pada saat itu yaitu Rahn, ArRum dan
Mulia. Sekarang, produk-produk gadai syariah sudah berkembang. Seperti
ArRum Haji, Rahn Tasjily Tanah, Tabungan Emas, Pembiayaan amanah,
dan lain-lain.”

3. Berapakah jumlah nasabah dari tahun 2016, 2017 dan 2018?

Jawaban: “Dapat dilihat di sistem”

4. Berapakah target nasabah yang harus dicapai PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi setiap tahun nya?

Jawaban: “Harus mengalami kenaikan 1000 nasabah”

5. Bagaimana strategi pemasaran yang dilaksanakan PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi?

Jawaban: “Strategi Pemasaran yang digunakan berdasarkan 4P, dalam bidang produk seperti melakukan Cross-Selling yaitu disaat melayani nasabah, nasabah juga ditawarkan untuk menggunakan produk yang lain. Dalam bidang harga seperti memberikan Cash-Back serta biaya ijarah yang murah kepada nasabah. Dalam bidang distribusi, PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi memiliki 4 kantor Unit Pegadaian Syariah di beberapa wilayah. Dan terakhir dalam bidang promosi seperti melakukan sosialisasi kepada masyarakat, serta menyebarkan brosur tentang produk-produk gadai syariah”.

6. Adakah hambatan-hambatan yang dialami dalam melaksanakan pemasaran?

Jawaban: “Hambatan yang dialami adalah adanya pesaing. Pesaing berupa lembaga keuangan syariah diwilayah terdekat dengan PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi seperti Bank Syariah Mandiri KCP RingRoad, Bank Aceh dan Bank Danamon Solusi Emas Syariah Setia Budi yang

memiliki produk serupa dengan PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi yaitu tabungan emas.

7. Bagaimana perhitungan biaya ijarah atau biaya sewa pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah?

Jawaban: "Cara perhitungan biaya ijarah atau biaya sewa berdasarkan harga taksiran barang. Untuk ketentuan golongan dapat dilihat di SOP, rumus perhitungan biaya ijarah Taksiran Emas : $10.000 \times \text{Tarif ijarah}$

8. Siapakah Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi pada waktu pertama diresmikan?

Jawaban: Bapak Syamsul Bahri pada saat itu menjabat sebagai pimpinan cabang sementara dan hanya 6 bulan.

9. Berapa jangka waktu gadai?

Jawaban: 120 hari atau 4 bulan

10. Apakah keunggulan Pegadaian Syariah?

Jawaban: Mu'nah lebih murah yaitu dengan jangka waktu 10 hari.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Diana Loemongga Siregar merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Badiaraja Siregar dan Ibu Molfina yang lahir pada tanggal 1 Mei 1998 di medan dan bertempat tinggal Jl. Permai 12 No.9 Medan.

Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Perguruan Panca Budi Medan pada tahun 2010, melanjutkan SMP di SMP Kartika I-2 Medan sampai tahun 2013 dan menyelesaikan SMA di SMA Kartika I-2 Medan pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara dari tahun 2016 sampai dengan 2019.

Penulis juga mengikuti kegiatan organisasi yakni: merupakan anggota KSEI IQEB UINSU, anggota staff Divisi Manajer Education and Development pada KSPMS GOLDEN UINSU, anggota staff divisi Informasi dan Komunikasi FoSSEI Sumbagut masa amana 2017-2018 dan 2018-2019 dan Ketua Bidang Informasi dan Komunikasi HMP D-III Perbankan Syariah. Menjadi anggota sebuah Event Organizer yaitu Blackpoint.INA yang telah menyelenggarakan 4 event Kpop di Medan.