

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARI'AH DALAM  
MENARIK MINAT NASABAH UNIT GADAI SYARI'AH PADA PT.  
PEGADAIAN SYARI'AH PLAJU (Studi Kasus)**



**SKRIPSI SARJANA S1**  
**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat**  
**Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**OLEH:**  
**NOVITA SARI**  
**642017015**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**  
**2021**

## HALAMAN PENGANTAR SKRIPSI

**Hal : Pengantar Skripsi**

Kepada Yth  
Bapak Dekan  
Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Palembang

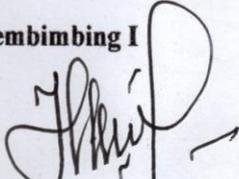
Assalammu'alaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi berjudul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARI'AH DALAM MENARIK MINAT NASABAH UNIT GADAI SYARI'AH PADA PT. PEGADAIAN SYARI'AH PLAJU (Studi Kasus)", ditulis oleh saudara/i NOVITA SARI (642017015) telah dapat diajukan dalam sidang munaqasah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian terima kasih.

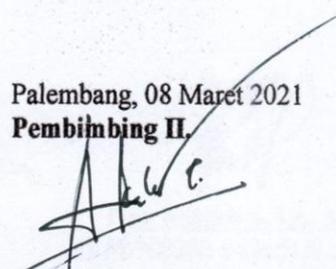
Wassalammu'alaikum. Wr. Wb.

**Pembimbing I**

  
**Dr. Hoirul Amri, M.E.Sy**  
NBM/NIDN: 1098817/ 0212056625

Palembang, 08 Maret 2021

**Pembimbing II.**

  
**Hendri Nur Alam, S.E., M.Si**  
NBM/NIDN: 1231101/0222108202

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARI'AH DALAM  
MENARIK MINAT NASABAH UNIT GADAI SYARI'AH PADA PT.  
PEGADAIAN SYARI'AH PLAJU(Studi Kasus)**

Yang ditulis oleh saudari NOVITA SARI, NIM 642017015

Telah di munaqosah dan dipertahankan  
Di depan panitia penguji skripsi  
Pada Tanggal 08 Maret 2021  
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat  
Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Palembang, 08 Maret 2021  
Universitas Muhammadiyah Palembang  
Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji Skripsi

Ketua

Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Pd.I  
NBM/NIDN: 895938/0206057201



Sekretaris

Helyadi, S.H., M.H  
NBM/NIDN: 995861/0218036801

Penguji I

Dr. H.Suroso PR, M.Pd.I  
NBM/NIDN: 701243/0215057004

Penguji II

Nur Azizah S.Ag., M.Pd.I  
NBM/NIDN: 949651/0221066701

Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum.  
NBM/NIDN: 731454/0215126904

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novita Sari

NIM : 642017015

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah dalam Menarik Minat Nasabah Unit Gadai Syari'ah Pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju (Studi Kasus).

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemaparan dan pemikiran asli dari saya sendiri, jika terdapat karya orang lain saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Palembang, 08 Maret 2021

Penulis,



Novita Sari

Nim : 642017015

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

“Hidup ini keras dan tidak mudah tapi aku jauh lebih keras dan tidak mudah menyerah”

“Berjuanglah untuk mendapatkan sesuatu, bukan menunggu untuk mendapatkannya “

**(Novita Sari)**

### **KUPERSEMBAHAN UNTUK :**

1. Untuk Bapak dan ibuku Tercinta
2. Kakak, ayuk, dan keponakanku
3. Sahabat dan teman seperjuanganku
4. Almamaterku (UMP)

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Assalammu'alaikum. Wr. Wb**

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT., karena rahmat- Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sebagai kelengkapan tugas dan memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan terutama disebabkan karena keterbatasan penulis sebagai manusia biasa. Tanpa adanya dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak tidaklah mungkin skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak dan Ibutercinta yang telah memberikan dorongankasih sayang dan kesabaran, yang selalu memotivasi dengan penuh keikhlasan membantu penulis baik moril maupun materiil, semoga Allah selalu memberikan rahmatperlindungan kepada keduanya dan selalu menyertakan do'a restu untuk keberhasilan ini.
2. Dr. H. Abid Djazuli, S.E.M.M Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag. M.Hum dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. M. Jauhari, S.E. M.SI. dan Rina Dwi Wulandari, S.E. M.SI kepala dan sekretaris Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Agama Islam.

5. Dr. Hoirul Amri. M.E. Sy. pembimbing I skripsi yang memberikan saran, pengarahan dan masukan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan maksimal sesuai yang diharapkan.
6. Hendri Nur Alam, S.E., M.SI. pembimbing II skripsi yang memberikan saran, pengarahan dan masukan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan maksimal sesuai yang diharapkan.
7. Pimpinan dan Bapak Ibu Dosen beserta staf akademik dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan ilmu guna mencerdaskan anak didiknya sehingga dapat terbentuknya mahasiswa yang unggul dan Islami.
8. Terima kasih kepada seluruh Pimpinan dan Karyawan Pegadaian Syari'ah Unit Plaju yang telah mengizinkan melakukan riset.
9. Terima kasih untuk kakak dan ayukku (Raden, Naim, Asnayati, Julia, Maryamah, Dewi, Yuli,) terima kasih untuk kasih sayang dan kesabaran kalian terhadap adik kalian yang masih seperti anak kecil ini.
10. Untuk orang yang selalu mendampingi penulis baik suka maupun duka serta memberikan semangat kepada penulis Ramanda Fertikal, terimakasih untuk waktu, tenaga dan sayangnya kepadapenulis.

11. Terimakasih juga untuk teman seperjuanganku dan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang mungkin terlewatkan oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang sudah diberikan. *Akhirul kalam* dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang seikhlas-ikhlasnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhirnya penulis hanya bisa berdoa dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca dan semoga amal baik mereka diterima oleh Allah SWT. Aamiin.

**Wassalammu'alaikum. Wr. Wb.**

Palembang,08 Maret 2021  
Penulis

**Novita Sari**  
642017015

## ABSTRAK

**Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah dalam Menarik Minat Nasabah Unit Gadai Syari'ah Pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju (studi kasus)" ini ditulis oleh Novita Sari, NIM: 642017015, sebagai pembimbing satu Dr. Hoirul Amri, M.E.Sy dan pembimbing dua Hendri Nur Alam, S.E., M.Si. tahun 2021. Metode penelitian adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengungkap gejala secara kontekstual melalui kumpulan data dan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrument kunci. Untuk mengetahui kumpulan data maka metode-metode yang diperlukan yaitu dengan menggunakan metode Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian melalui metode observasi seorang peneliti dapat mengamati gejala-gejala yang terjadi di lapangan. Metode Wawancara adalah proses diperoleh untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil tatap muka ataupun melalui telekomunikasi untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mengutip dokumen-dokumen yang ada dan dipandang sebagai relevan sesuai kondisi yang ada.

Perum pegadaian merupakan salah satu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kemasayarakat atas dasar hukum gadai. Dalam sistem pembiayaan itulah menyalurkan dana kemasayarakat perum pegadaian menerapkan strategi pegadaian. Pegadaian Syari'ah adalah pegadaian dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip Syari'ah. Strategi pemasaran produk gadai Syari'ah mampu menarik minat nasabah yang dilakukan oleh unit pegadaian Syari'ah Plaju Ahmad Yani, dengan menggunakan berbagai macam strategi yaitu: pertama, strategi dalam bidang produk, kedua strategi dalam bidang harga, ketiga strategi dalam bidang distribusi, dan terakhir strategi dalam bidang promosi. Dari hasil penelitian penulis, implementasi dari strategi pemasaran produk gadai Syari'ah dapat membantu dalam penambahan nasabah. Ini dapat dilihat dari terus meningkatnya jumlah nasabah, uang pinjaman/omzet dari jumlah barang jaminan yang di peroleh oleh Pegadaian Syari'ah cabang Plaju Ahmad Yani.

## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGANTAR SKRIPSI .....	ii
HALAMAN KEASLIAN TULISAN .....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN KATA PENGHANTAR.....	v
HALAMAN ABSTRAK .....	vii
HALAMAN GAMBAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
D. Kerangka Teori .....	10
E. Metode Penelitian .....	12
F. Sistematika Penulisan .....	14

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Gadai Syari'ah .....	16
1. Pengertian Gadai Syari'ah.....	17
2. Ketentuan Hukum Gadai Syari'ah.....	17
3. Rukun dan Syarat Gadai Syari'ah.....	21
4. Tujuan dan Manfaat Gadai Syari'ah.....	22
5. Perbandingan Antara Gadai Syari'an dan Konvensional.....	24
B. Strategi Pemasaran.....	24
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	25
2. Tujuan dan Fungsi Pemasaran.....	25
3. Segmenting, Targeting, dan Positioning.....	26
4. Bauran Pemasaran .....	28

5. Strategi Pemasaran Islam.....	32
C. Pendapat Ulama Tentang Gadai Syari'ah Logam Mulia Sistem Kredit .....	33
<b>BAB III GAMBARAN LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat Berdirinya Pegadaian Syari'ah .....	39
B. Visi dan Misi Pegadaian Syari'ah.....	40
C. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	41
D. Produk- produk yang dihasilkan Pegadaian Syari'ah .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah Yang Efektif dalam Menarik Minat Nasabah.....	47
B. Analisis Terhadap Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah Dalam Menarik Minat Nasabah .....	48
C. Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah Dapat Membantu dalam Penambahan Nasabah.....	52
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. KESIMPULAN .....	54
B. SARAN .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbandingan antara gadai Syari'ah dan gadai konvensional.....	24
Tabel 3.1 : Bagan Struktur Organisasi Pegadain Syari'ah.....	41

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam merupakan suatu sistem dan jalan hidup yang utuh dan terpadu. Islam memberikan panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan sektor bisnis dan transaksi keuangan. Hal ini terlihat dengan menggunakan sistem prinsip Syari'ah, karena diharapkan dengan menggunakan prinsip Syari'ah Islam dapat memberikan maslahat bagi umat manusia dan salah satu kelebihan dari lembaga keuangan Syari'ah adalah tidak boleh meminta kelebihan dari pokok pinjaman, karena hal yang demikian itu termasuk *Riba*.<sup>1</sup> Sebagaimana kita ketahui bahwa *Riba* dalam Islam itu sangatlah diharamkan. Perkembangan lembaga-lembaga keuangan Islam di Indonesia dapat dikategorikan cepat dan menjadi salah satu faktor tersebut adalah adanya keyakinan pada masyarakat Muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur *Riba* yang dilarang oleh agama Islam. Dalam al-quran surat Alb-Qarah Ayat 276 yang berbunyi:

The image shows a decorative header for a Quranic verse in Arabic calligraphy. The text reads: 'يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرِي الضَّعْفَةَ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ'. Below the text is a circular emblem containing the number '76', which corresponds to the verse number in the Quran.

*Artinya: Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.*

Dan Al-Quran Surat Ali Imran ayat 130 yang berbunyi:

The image shows a decorative header for a Quranic verse in Arabic calligraphy. The text reads: 'يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا الرِّبَا أَتَأْكُلُوا أضعفًا مضجعًا ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ'. Below the text is a circular emblem containing the number '130', which corresponds to the verse number in the Quran.

*Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung*

---

<sup>1</sup> Zainul Arifin, *Dasar Manajemen Perbankan Syari'ah*, (Malang: Alvabet, 2002) hal. 8

Namun hendaknya kita tidak mengabaikan salah satu lembaga lainnya ditengah perkembangan lembaga keuangan ini, lembaga keuangan ini adalah pegadaian. Perum pegadaian merupakan salah satu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kemasayarakat atas dasar hukum gadai. Dalam sistem pembiayaan itulah menyalurkan dana kemasayarakat perum pegadaian menerapkan strategi pegadaian. Strategi dalam kamus Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat perang. Istilah strategi berasal dari kata Yunani, *strategeta* (*stratus* : militer dan *ag* = memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar selalu dapat memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai rencana untuk pembagi dan pengguna kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi menurut Steiner dan Meiner, "Strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasinya secara cepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.<sup>2</sup> Strategi adalah komprehensif atau orientasi tindakan jangka pengalokasian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi ini menunjukkan arah tujuan jangka panjang organisasi dan cara pencapaiannya serta cara pengalokasian sumber daya atau lebih adalah rencana jangka panjang suatu perusahaan untuk

---

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Press, 2001) hal. 3

mencapai tujuan. Sedangkan Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. Didalamnya terdapat konsep yang ditawarkan seperti kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk-produk (barang, layanan, dan ide), biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan pasar dan para pemasar.

Menurut Philip Kotler, Pemasaran adalah bekerja dengan pasar untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan<sup>3</sup>. Menurut William J. Stanton mendefinisikan pemasaran dalam dua pengertian besar yaitu:

1. Dalam arti kemasyarakatan, pemasaran adalah setiap kegiatan tukar menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan masyarakat.
2. Dalam arti bisnis, pemasaran adalah sebuah system dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.

Dari beberapa pengertian diatas yang dikemukakan oleh para penulis, dapat gambaran bahwa strategi pemasaran pada hakikatnya merupakan serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Tujuan strategi pemasaran bukanlah hal sederhana dan sepihak untuk konsumen saja. Tetapi

---

<sup>3</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001 M) hal. 14

tujuan sebenarnya adalah demi kepentingan perusahaan juga. Konsumen yang puas karena kebutuhannya terpenuhi akan merupakan pelanggan yang menguntungkan perusahaan. Dengan kata lain, tujuan pemasaran adalah untuk memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan. Idealnya pemasaran harus menghasilkan pelanggan membeli yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa itu. Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat dikatakan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan. Jadi strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisis pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dan menciptakan suatu bauran masyarakat yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Sejak manusia berada di muka bumi produksi juga menyertainya. Menurut Adiwarmanto Karim sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam. Dalam bahasa Arab arti produksi adalah *al-Intaj* dari akar kata *Nataja* yang berarti mewujudkan atau mengadakan sesuatu atau pelayanan jasa yang jelas dengan menuntut adanya bantuan penggabungan unsur-unsur produksi yang terbingkai dalam waktu terbatas.<sup>4</sup>

Menurut M.N.Shiddiqi, sebagaimana dikutip oleh Rustam Effendi, produksi dalam Islam mempunyai beberapa tujuan yaitu, a) pemenuhan kebutuhan individu secara wajar, b) pemenuhan kebutuhan keluarga, c) bekal untuk generasi mendatang,

---

<sup>4</sup> Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007) hal. 102.

dan d) bantuan kepada masyarakat dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Ada beberapa prinsip produksi dalam Islam, ialah pertama memproduksi barang dan jasa, kedua mencegah kerusakan di bumi, ketiga ketersediaan sumber daya alam, keempat terjadinya keseimbangan antara aktivitas produksi untuk kehidupan dunia akhirat, dilandasi dengan akhlak dan moral dan lain sebagainya. Pegadaian menurut kitab UU Hukum Perdata pasal 1150 disebutkan<sup>5</sup> Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau orang lain atas namanya, dan memberikan kekuasaan kepada orang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang berpiutang lainnya dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya mana harus didahulukan. Pegadaian merupakan salah satu alat alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan rumit atau yang dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk mendapatkan kebutuhannya, baik secara produktif maupun konsumtif.<sup>5</sup>

Disamping itu pencairan dana terlihat cepat dan sangat mudah. Pegadaian Syari'ah adalah pegadaian dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip Syari'ah. Payung hukum Gadai Syari'ah dalam hal pemenuhan prinsip Syari'ah berpegang pada Fatwa DSN MUI No. 25/ DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 juni 2002 menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *Rahn* dibolehkan. Istilah *Rahn* dalam pengoperasiannya menggunakan dua metode yaitu *Ujrah* atau *Fee Based Income*, dan *Mudharabah* (bagi

---

<sup>5</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008 ) hal. 178.

hasil). Jenis barang yang diterima sebagai barang jaminan pada prinsipnya adalah barang bergerak.<sup>6</sup>

Keberadaan Pegadaaian Syari'ah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan Syari'ah. Disamping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip Syari'ah. Minat masyarakat untuk memanfaatkan jasa Pegadaian Syari'ah cukup besar. Pegadaian Syari'ah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga pegadaian Syari'ah tetap memperoleh keuntungan sebagaimana sudah diatur oleh Dewan Syari'ah Nasional, yang memberikan biaya pemeliharaan dari barang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang, bukan dari jumlah pinjaman. Pada umumnya masyarakat kurang memahami pemasaran, mereka melihat pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran ini mempunyai arti lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang sudah teratur jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, akan 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.<sup>7</sup>

Strategi pemasaran antar konvensional dengan yang sesuai Syari'ah tentulah berbeda prosesnya, akan tetapi mempunyai tujuan yang sama yaitu bagaimana meningkatkan jumlah nasabah. Maju atau mundurnya perusahaan dapat dilihat dari strategi pemasaran mereka yang berdampak pada meningkatnya minat nasabah sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam menggunakan produk jasa yang

---

<sup>6</sup> Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2004) hal. 10.

<sup>7</sup> Hermawan Kartajaya dan M.Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006) hal. 28.

dikeluarkan oleh perusahaan, atau dengan kata lain, dapat meningkatkan volume penjualan, sehingga pemasaran yang baik akan berdampak signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Seperti kita ketahui pengetahuan masyarakat tentang keberadaan Pegadaian Syari'ah sudah cukup baik. Karena Pegadaian Syari'ah saat ini tidak bisa terbilang baru dan kantor cabang Syari'ah-pun sudah lumayan banyak, berdasarkan pengamatan dilapangan pertumbuhan Pegadaian Syari'ah menunjukkan peningkatan yang pesat semenjak pertama kali didirikannya Pegadaian Syari'ah yang dioperasikan pada 04 Januari 2003 di Unit Layanan Gadai Syari'ah Cabang Dewi Sartika, Jakarta Timur, hingga saat ini 2020 sudah banyak Pegadaian Syari'ah yang didirikannya dalam waktu 17tahun. Sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh Pegadaian Syari'ah atas produk gadai Syari'ah sehingga tumbuh menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka pembahasan ini layak untuk diangkat dan dikaji melalui penelitian dengan topik strategi pemasaran, dan menuangkannya ke dalam bentuk skripsi dengan judul **''Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah Dalam Menarik Minat Nasabah Unit Gadai Syari'ah Pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju''**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan ditelitisebagai berikut :

1. Apakah strategi pemasaran produk Gadai Syari'ah dapat membantu dalam penambahan nasabah di Unit Pegadaian Syari'ah pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju ?

2. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat nasabah di Pegadaian Syari'ah pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju ?
3. Bagaimana strategi pemasaran produk Gadai Syari'ah mampu menarik minat nasabah di Unit Pegadaian Syariah pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat nasabah di Pegadaian Syari'ah pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju
- b. Untuk mengetahui Sejauh mana strategi pemasaran produk Gadai Syari'ah mampu menarik minat nasabah di Unit Pegadaian Syari'ah pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju
- c. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Gadai Syari'ah dapat membantu dalam penambahan nasabah di Unit Pegadaian pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju

#### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun Manfaat dari penelitian ini yaitu :

- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dibidang ekonomi dan dapat memberikan kontribusi pemikiran

dan pengembangan ilmu pengetahuan, umumnya pada Pegadaian Syari'ah dan khususnya pada Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syari'ah.

b. Manfaat Praktis

Dengan tersusun rapinya skripsi ini, diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat yaitu :

1) Bagi Peneliti

Dari Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dalam memahami tentang strategi pemasaran produk gadai Syari'ah dan Sejauh mana strategi pemasaran produk Gadai Syari'ah mampu menarik minat nasabah pada unit Pegadaian Syari'ah pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju

2) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat plaju khususnya dan masyarakat lainnya umumnya dalam hal strategi pemasaran produk Gadai Syari'ah mampu menarik minat nasabah.

3) Bagi Fakultas

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bacaan untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai strategi pemasaran produk Gadai Syari'ah mampu menarik minat nasabah dan dapat juga digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan penelitian lebih lanjut

#### D. Kerangka Teori

Gadai dalam fiqh disebut *Rahn*, yang menurut bahasa adalah nama barang yang dijadikan sebagai jaminan kepercayaan. Sedangkan menurut *Syara'* artinya menyandara sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, tetapi dapat diambil kembali sebagai tebusan. Menurut kitab Undang-undang Hukum Perdata pasal 1150, Gadai adalah suatu hak diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau orang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang 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 mana harus didahulukan.<sup>8</sup>

Sistem Gadai Syari'ah adalah sistem penyaluran pinjaman secara gadai yang didasarkan pada prinsip Syari'ah Islam dalam transaksi ekonomi, yaitu menghindari transaksi pinjaman uang yang mengandung unsur *Riba*. Strategi dalam kamus Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat perang : siasat atau akal untuk mencapai tujuann yang telah direncanakan. Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeta* (*stratus* : militer dan *ag* = memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar selalu dapat memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai rencana untuk pembagi dan pengguna

---

<sup>8</sup> Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesi, 2004) hal. 178

kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>9</sup>

Strategi menurut Steiner dan Meiner, "Strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasinya secara cepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai."<sup>10</sup> Dalam strategi pemasaran terdapat strategi acuan/bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang menetapkan komposisi terbaik dari ke-empat komponen pemasaran. Untuk mencapai sasaran pasar yang dituju maka ke-empat unsur tersebut adalah :

1. Strategi Produk, adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam waktu panjang.
2. Strategi Harga, adalah peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar yang tercermin dalam share pasar perusahaan, disamping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.
3. Strategi Distribusi, adalah usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dibidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran merupakan kegiatan menyampaikan produk sampai ketangan pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat.

---

<sup>9</sup> Indri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2015) hal. 150

<sup>10</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Pramedia Group, 2009) hal. 226

4. Strategi Promosi, adalah perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi.

## **E. Metode Penelitian**

Untuk mencapai sasaran yang tepat bagi peneliti, maka peneliti memakai metode peneliti sebagai berikut :

### **1. Jenis Penelitian**

#### **a. Penelitian Kualitatif**

Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan mengungkap gejala secara kontekstual melalui kumpulan data dan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci. Sesuai dengan ruang lingkup penelitian, maka untuk memperoleh data jumlah nasabah, penulis mengadakan penelitian kepusat referensi data di Pegadaian Syari'ah pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju.

### **2. Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **a. Data Primer,**

Data Primer merupakan informasi yang telah dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya, yaitu dari Pegadaian Syari'ah Plaju yang

berupa data tentang jumlah omzet/uang pinjaman, jumlah data nasabah, dan data jumlah barang jaminan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan, buku-buku, Marketing Syariah, dan mengatasi masalah Strategi Pemasaran Syari'ah. Atau dengan kata lain data Sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan pihak lain, jadi peneliti bertindak sebagai pemakai data.<sup>11</sup>

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data Menurut *Sugiono*(2013-224) adalah langkah paling strategis dalam penelitian atau alat bantu yang dipilih digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.<sup>12</sup> Ada beberapa teknik pengumpulan data ialah sebagai berikut :

a) Wawancara, adalah proses diperoleh untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil tatap muka ataupun melalui telekomunikasi, pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian.

---

<sup>11</sup> Annur Saipul, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Palembang: Noer Fikri Offset, 2005) hal. 96

<sup>12</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013) hal.25

- b) Observasi, adalah suatu kegiatan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Secara umum observasi berarti pengamatan atau penglihatan.
- c) Dokumentasi, adalah metode pengumpulan data kualitatif sejumlah fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, dan sebagainya.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini disusun dalam lima bab, dimana setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan merupakan uraian secara garis besar mengenai hal-hal pokok yang dibahas, guna mempermudah dalam memahami dan melihat hubungan suatu bab dengan yang lainnya, adapun pedoman yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah ‘‘Buku Pedoman Penulisan Skripsi’’ yang disusun oleh Tim Penulis Fakultas Agama Islam, di terbitkan oleh Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP). Uraian pada setiap bab adalah sebagai berikut :

**BAB I** : Berisikan pendahuluan dengan uraian mengungkapkan latar belakang masalah kajian skripsi ini, merumuskan rumusan masalah dan pembatasan masalah, menunjukkan tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, tinjauan pustaka, dan terakhir sistematika penulisan

- BAB II** : Berisikan tinjauan umum tentang Pegadaian Syari'ah, yang didalamnya menguraikan pengertian gadai Syari'ah, landasan hukum gadai Syari'ah, rukun gadai Syari'ah, syarat sah gadai Syari'ah, persamaan dan perbedaan antara gadai Syari'ah dengan gadai konvensional. Dan juga strategi pemasaran yang membahas tentang pengertian gadai Syari'ah, fungsi dan tujuan strategi pemasaran, segmenting, targeting, positioning, bauran pemasaran (*Marketing Mix*), dan yang terakhir strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat nasabah.
- BAB III** : Berisikan gambaran umum mengenai perusahaan pegadaian Syari'ah pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju yang berisikan tentang sejarah singkat dan perkembangan, visi dan misi, struktur organisasi, dan produk-produk yang dihasilkan.
- BAB IV** : Berisikan tentang studi kasus bagaimana strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat nasabah, dan sejauh mana strategi pemasaran produk gadai syariah pada PT. Pegadaian Syari'ah Plaju.
- Bab V** : Pada bab ini ialah bagian penutup yang berisikan tentang kesimpulan dan saran yang didapat dari penelitian tersebut yang dapat mendukung kesempurnaan skripsi ini kepada pihak yang terkait bagi masyarakat, bagi Pegadaian Syari'ah dan Pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim. *Ekonomi Mikro Islam*. Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta: 2007.
- Andri Soemitra. *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*. Penerbit Pramedia Group. Jakarta: 2009
- Burhan Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT. Raja Grafindo. Jakarta: 2010.
- Dahlan Siamat. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Penerbit Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta: 2004.
- Eko Suprayitno. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Penerbit UIN Malang Press. Malang: 2008.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Penerbit. Andi Press. Yogyakarta: 2001.
- Hamdi gustin. *Studi Kelayakan Bisnis Syari'ah*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Depok: 2017.
- Indri. *Hadis Ekonomi*, Penerbit Kencana, Jakarta: 2015.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta: 2001.
- Saipul Annur. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Penerbit Noer Fikri Offset. Palembang: 2005.
- Sugiono. *Metode penelitian Pendidikan*. Penerbit Alfabeta. Bandung: 2019
- Zainul Arifin. *Dasar Manajemen Perbankan Syari'ah*. Penerbit Alvabet. Jakarta: 2002.
- [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id).
- [www.Strategi Pemasaran.com](http://www.Strategi Pemasaran.com).
- [https:// www. Pegadaian. Co.id](https://www.Pegadaian.Co.id). Diakses pada tanggal 10 januari 2021.
- [https:// pengusaha Muslim. Com](https://pengusahaMuslim.Com). *Boleh Jual Beli Perhiasan Emas Secara Kredit*. Diakses pada tanggal 19 Februari 2021,
- [Https:// akurat. Co/rahmah/id](https://akurat.Co/rahmah/id). Id. *Hadis Nabi larangan riba bahaya sanksinya*. Diakses pada tanggal 20 Februari 2021.

Wawancara dengan ibu Wilda selaku penaksir pegadaian Syari'ah pada tanggal 12 januari 2021.

Wawancara dengan Bapak Duwi selaku kasir Pegadaian Syari'ah pada tanggal 12 januari 2021.