

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Latar Belakang Pegadaian Syariah

1) Sejarah Singkat Pegadaian dan Perkembangannya

Kegiatan gadai pada sejarah peradaban manusia sudah terjadi di negara Cina pada tahun 3000 silam yang lalu. Sedangkan di benua Eropa dan kawasan laut tengah, gadai sudah dilaksanakan pada zaman Romawi. Awalnya bentuk gadai yang dilembagakan “pegadaian” secara formal berkembang di Italia yang kemudian dipraktekan di wilayah Eropa lainnya seperti di Inggris dan Belanda. Belanda yang datang ke Indonesia membawa konsep gadai melalui “Vareenigde Oos Compagine” (VOC). Sejarah lembaga gadai/pegadaian di Indonesia dimulai sejak tahun 1746 saat kedatangan Gubernur Jendral Vareenigde Oos Compagine (VOC) Van Imhoff.

VOC sebagai salah satu maskapai perdagangan dari Belanda yang datang ke Indonesia didirikan sebagai bentuk usaha untuk memperlancar kegiatan ekonomi Belanda. Untuk itu Gubernur Jenderal Van Imhoffmen dirikan “Bank Van Leening”

di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746 dengan tujuan sebagai lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Melalui surat keputusan tertanggal 28 Agustus 1746 dengan modal awal sebesar 7.500.000 yang terdiri dari 2/3 modal milik VOC dan sisanya dari swasta. Ketika VOC bubar tahun 1800 maka usaha pegadaian diambil alih oleh Pemerintah Hindia Belanda. Pada masa pemerintahan Daendels, peraturan gadainya dirubah kembali yaitu tentang peraturan tentang barang yang dapat diterima sebagai jaminan gadai seperti perhiasan dan lain-lain.⁵⁰

Kedatangan Inggris di Indonesia setelah mengalahkan Belanda, kemudian mengambil alih kekuasaan jajahan Belanda di Indonesia (1811-1816) termasuk Bank Van Leening dan menggantinya dengan “Licentie Stelsel”. Aturan pun diubah yaitu setiap orang boleh mendirikan usaha unit gadai, namun dengan syarat harus adanya ijin dari pemerintah daerah setempat. Di bawah kekuasaan Raffles, ijin dikeluarkan kepada perorangan, khususnya keturunan Cina. Pembubaran Bank Van Leening sebagai monopoli gadai membuat masyarakat Indonesia diberi

⁵⁰ O Rahmat Hidayat, Sejarah Statistik Ekonomi Indonesia, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005, hlm. 102.

kebebasan untuk mendirikan usaha pegadaian asalkan adanya lisensi dari pemerintah daerah setempat yang dibentuk oleh Inggris. Hal ini menimbulkan dampak negatif dengan munculnya lintah darat atau rentenir (Woeker) yang dapat menyengsarakan masyarakat Indonesia saat itu.

Sehingga diganti dengan sistem penyewaan atau “Pahstelsel” pada tahun 1814 di mana campur tangan langsung oleh pejabat lebih terasa. Pada saat Belanda datang kembali ke Indonesia pada tahun 1816 Bank Van Leening dengan sistem dan konsep gadai tersebut dilanjutkan dan dipertahankan. Pada tahun 1816 seluruh wilayah Jawa dan Madura telah memiliki pegadaian, kecuali Kesultanan Yogyakarta dan Kesultanan Surakarta, di mana sistem penyewaan yang menjadi hak prerogatif kelompok bangsawan tetap berlaku, monopoli pegadaian tidak dikembangkan ke pulau lain sampai tahun 1921. Namun pemegang hak pegadaian ternyata dapat melakukan penyelewengan dalam menjalankan bisnisnya dengan mengambil keuntungan yang sebesar-besarnya dari hasil barang yang digadaikan oleh masyarakat. Dengan menetapkan bunga yang begitu besar sehingga tidak memungkinkan penggadai mengambil kembali

barangnya, Jika barang jaminan disita, maka bentuk penyitaannya menjadi hak milik kolonial Belanda, sehingga pada tahun 1870 nama Pegadaian dirubah lagi pada menjadi Licentie Stelsel, dan pada tahun 1880, diganti namanya menjadi “Pachstelsel” kembali. Pada tahun 1901, berdasarkan keputusan pemerintah Hindia Belanda no 131 tanggal 12 Maret 1901 mendirikan rumah gadai pemerintah di Sukabumi Jawa Barat pada tanggal 1 April 1901 dengan nama “Jawatan Pegadaian”.

Selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai Hari Ulang Tahun Pegadaian. Hal itu sebagaimana diatur dalam staatsblad tahun 1901 No 131 Isi dari KUHP-nya ketika itu adalah: Sejak saat itu di Sudarsono, Kitab Undang- Undang Hukum Pidana, Jakarta: Aditya, 2002, hlm. 110 bagian Sukabumi kepada siapapun tidak diperkenankan untuk memberi gadai atau dalam bentuk jual beli dengan hak membeli kembali, meminjamkan uang tidak melebihi 100 (seratus) golden. Dengan hukuman tergantung kepada kebangsaan para pelanggar yang diancam dalam Pasal 337 KUHP bagi orang-orang Eropa dan Pasal 339 KUHP bagi orang Pribumi. Pada mulanya Jawatan Pegadaian Negara melakukan upaya khusus untuk menumpas segala macam praktek pinjam-

meminjam yang tidak diinginkan. Artinya, yang dirugikan masyarakat, misalnya suku bunga yang tinggi, lelang yang diatur, barang gadaian yang tidak terawat. Dengan cara ini akhirnya mosi percaya dari masyarakat dapat ditegakkan.

Pengawasan langsung oleh pemerintah diberlakukan di seluruh Jawa dan Madura pada tahun 1904. Seiring perjalanan waktu, pegadaian milik pemerintah semakin berkembang dengan baik sehingga pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan peraturan monopoli. Sanksi terhadap pelanggaran peraturan monopoli pun diatur oleh pihak pemerintah Hindia Belanda dalam kitab Undang-undang Hukum Pidana yang tercantum dalam Pasal 509 dan Staatsblad No. 266 tahun 1930. Pada masa pendudukan Jepang, tidak banyak perubahan yang terjadi pada kebijakan maupun Struktur Organisasi Jawatan Pegadaian, hanya saja Gedung Kantor Pusat yang semula di Jalan Kramat Raya 162 dipindahkan ke Jalan Kramat Raya 132. Jawatan Pegadaian atau “Sitji Eigeikyuku” dalam bahasa Jepang dipimpin oleh warga Jepang yaitu “Ohno-San” dengan wakilnya orang pribumi yang bernama M Saubari.

Setelah Indonesia merdeka pada tahun 1945, rumah gadai yang merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan bukan bank

ini di kuasai pemerintah Republik Indonesia. Namun Kantor Jawatan Pegadaian sempat pindah ke Karang Anyar (Kebumen) dan ke Magelang karena situasi perang Agresi militer Belanda yang kian terus memanas. Jawatan Pegadaian pada tanggal 1 Januari 1967 dijadikan perusahaan Negara (PN) dan berada dalam lingkup Departemen Keuangan Pemerintah RI berdasarkan peraturan No. 176 tahun 1961. Kemudian berdasarkan PP.No.7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN), selanjutnya berdasarkan PP.No.10/1990 (yang diperbaharui dengan PP.No.103/2000) berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (PERUM). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2011 tanggal 13 Desember 2011, bentuk badan hukum Pegadaian berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).

2) **Visi dan Misi**

1. Visi Pegadaian Syariah

Menjadi The Valuable Company di Indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan umum masyarakat.⁵¹

2. Misi Pegadaian Syariah

⁵¹ Pegadaian Syariah Cabang Plaju

- a. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh stakeholder dengan mengembangkan bisnis inti.
- b. Membangun bisnis yang beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposi nilai nasabah dan stakeholder.
- c. Memberikan service excellence dengan fokus nasabah :
 - i. Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
 - ii. Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
 - iii. Praktik manajemen resiko yang kokoh
 - iv. SDM yang profesional berbudaya kinerja yang baik

3) Struktur Organisasi

Pegadaian syariah cabang plaju hanya memiliki tiga pegawai, dengan struktur sebagai berikut :

Tabel 4.1 Struktur Organisasi

Pengelola Unit	Kasir	Satpam
Wilda Putri	Agus Dwi Santoso	Muslimin

4) Letak Pegadaian Syariah Cabang Plaju Kota Palembang

Pegadaian Syariah Cabang Plaju Kota Palembang berada di Jalan Ahmad Yani Seberang Ulu II. disebelah Universitas Muhammadiyah Palembang. kantornya cukup strategis di pinggir jalan besar dan dari depan jalan sudah terlihat adanya tulisan Pegadaian Syariah.

B. Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju Kota Palembang

Adapun dari hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi pemasaran produk Pegadaian Syariah berdasarkan hasil wawancara kepada Pengelola Unit Pegadaian Syariah di Plaju tanggal 12 Mei 2021 di sampaikan bahwa strategi pemasaran yang digunakan di Pegadaian Syariah Cabang Plaju dalam memasarkan produk yakni sebagai berikut:⁵²

⁵² Wawancara Dengan Wilda Putri, S.E selaku Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Cabang Plaju, Pada Tanggal 27 Mei 2021 Pukul 09.40 Via WhatsApp.

1. Sosialisasi kepada masyarakat.

Pegadaian Syariah Cabang Plaju dalam upaya mengenalkan produk pegadaian syariah dengan bersosialisasi kepada masyarakat. Hal ini disebabkan masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui tentang produk pegadaian syariah. Selama ini masyarakat hanya mengetahui sebatas pegadaian konvensional. Maka dari itu, Pegadaian Syariah Cabang Plaju aktif dalam bermedia sosial untuk mensosialisasikannya kepada masyarakat yang luas.

2. Mengenali pelanggan Pegadaian.

Dengan menggunakan strategi pemasaran metode pendekatan apa yang menjadi keinginan nasabah, yakni nasabah menginginkan pendanaan dengan proses mudah dan cepat. Pegadaian merupakan perusahaan jasa, dimana pelayanan merupakan hal yang sangat penting. Para nasabah akan merasa senang dengan memperoleh pelayanan yang baik pada saat bertransaksi di pegadaian. Dan tidak menutup kemungkinan untuk kembali lagi, bahkan para nasabah akan merekomendasikan kepada calon nasabah lain untuk memakai jasa pegadaian jika mereka puas terhadap pelayanan yang

diberikan oleh pegadaian. Pemasaran dalam suatu perusahaan menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan konsumen dalam jangka panjang sebagai kunci untuk memperoleh profit.

3. Pegadaian Syariah Cabang Plaju menawarkan beragam produk.

Sebagai pembeda dari produk yang ada di pegadaian konvensional. Dalam persyaratan barang gadai atau marhun, Pegadaian Syariah Cabang Plaju memberikan kebebasan nasabah dengan dapat memberikan barang jaminan, artinya barang jaminan tidak hanya berupa perhiasan emas, namun dapat berupa barang lainnya seperti hp, kendaraan bermotor atau alat elektronik lainnya.

- a. Mengoptimalkan taksiran Besarnya marhun bih atau uang pinjaman. Dihitung berdasarkan nilai taksiran, yaitu sebesar 90% dari taksiran marhun. Nilai taksiran ditetapkan berdasarkan harga pasar barang. Berbeda dengan pegadaian konvensional yang memberikan penawaran uang pinjaman yang dihitung mulai 86% sampai 90% dari taksiran sesuai dengan golongan

marhun.

- b. Memberikan biaya yang lebih murah. Target sasaran dari Pegadaian Syariah Cabang Plaju adalah masyarakat menengah kebawah yang membutuhkan dana cepat dan mudah untuk memenuhi kebutuhan mereka ditengah pandemi COVID-19 ini. Maka dari itu Pegadaian Syariah Cabang Plaju memberikan harga yang relatif terjangkau.

C. Strategi Untuk Menarik Calon Nasabah

Biaya administrasi yang harus dibayar nasabah berdasarkan besarnya jumlah pinjaman atau marhun bih. Pinjaman di pegadaian mulai dari Rp 50.000 sampai Rp 1.000.000.000. Untuk golongan A yaitu pinjaman berkisar antara Rp 50.000 sampai Rp 500.000 dikenakan biaya administrasi sebesar Rp 2.000. Golongan B1 yaitu jumlah pinjaman lebih dari Rp 500.000 sampai Rp 1.000.000 biaya administrasi sebesar Rp 8.000. Golongan B2 yaitu jumlah pinjaman lebih dari Rp 1.000.000 sampai Rp 2.500.000 dikenakan biaya Rp 15.000. Golongan D yaitu pinjaman lebih dari Rp 20.000.000 sampai Rp 1.000.000.000 dikenakan biaya Rp 70.000.000.

Adapun pembayaran biaya administrasi dilakukan

langsung pada saat transaksi. Pegadaian Syariah selain memberikan biaya yang relatif murah pada biaya administrasi juga memberikan biaya yang murah pada biaya ijarah atau biaya pemeliharaan marhun. Berikut tarif ijarah berdasarkan jenis golongan. Diatas merupakan perhitungan tarif ijarah berdasarkan jenis marhun atau barang gadai menurut golongan dari besarnya marhun bih atau jumlah pinjaman.⁵³

Adapun pembayaran biaya administrasi dilakukan langsung pada saat transaksi. Pegadaian Syariah selain memberikan biaya yang relatif murah pada biaya administrasi juga memberikan biaya yang murah pada biaya ijarah atau biaya pemeliharaan marhun. Berikut tarif ijarah berdasarkan jenis golongan. Diatas merupakan perhitungan tarif ijarah berdasarkan jenis marhun atau barang gadai menurut golongan dari besarnya marhun bih atau jumlah pinjaman.⁵⁴

⁵³ Wawancara Dengan Pak Dwi Selaku Kasir Di Pegadaian Syariah Cabang Plaju, Pada Tanggal 26-27 Mei 2021 Via WhatsApp

⁵⁴

Tabel 4.2 Data Tarif Ijazah Berdasarkan Golongan

NO	Golongan	Jumlah Pinjaman
1	A	Rp. 50.000 – Rp. 500.000
2	B	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
3	C	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000

Golongan A tidak ada perbedaan tarif ijarah antara marhun emas dan selain emas, yaitu dikenakan tarif ijarah sebesar 0,45% dari jumlah taksiran. Golongan B sampai C, jika marhun berupa emas, maka tarif ijarah sebesar 0,71% dari jumlah taksiran. Apabila marhun selain emas maka tarif ijarah sebesar 0,72% dari jumlah taksiran. Sedangkan untuk golongan D, yaitu jumlah pinjaman atau marhun biih antara Rp 20.000.001 - Rp 1.000.000.000, apabila marhun berupa emas, biaya ijarah sebesar 0,62% dari nilai taksiran, jika non-emas maka tarif ijarah sebesar 0,65% dari nilai taksiran. Biaya ijarah meliputi biaya pemakaian ruang dan biaya pemeliharaan marhun.

Pegadaian konvensional memberikan tarif pembiayaan yang berbeda dari Pegadaian Syariah. Perbedaan biaya antara pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional, bahwa pegadaian syariah memberikan biaya ijarah yang lebih ringan dari pegadaian konvensional. Besarnya biaya administrasi dan tarif

ijarah telah ditentukan oleh kantor pusat PT Pegadaian (Persero) yang berlaku di seluruh pegadaian, termasuk Pegadaian Syariah Cabang Plaju. Besarnya biaya pemeliharaan dihitung berdasarkan perekonomian menengah, maka strategi yang digunakan adalah untuk menarik minat nasabah yaitu dengan menawarkan harga yang lebih murah.

D. Strategi dalam Bidang Promosi (Promotion)

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenalkan oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Plaju dalam memasarkan produknya dengan cara:

1. Melalui periklanan (advertising), yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam iklan majalah, spanduk, brosur, dan souvenir.

2. Melalui publisitas yaitu promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan para calon nasabah melalui media sosial yang diadakan di masing-masing unit pegadaian.
3. Melalui penjualan pribadi (personal selling), yaitu promosi yang dilakukan langsung oleh karyawan atau bahkan dari para nasabah. Promosi yang lebih dikenal dengan mulut ke mulut ini adalah promosi yang paling efektif. Contohnya ketika saya ingin melakukan penelitian di pegadaian diwajibkan untuk membuka tabungan emas.

Adapun Pola gerak online yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Plaju yakni dengan mengedukasi warga secara luas dengan diadakan nya event sharing session dengan mengundang beberapa ahli dan influencer tujuan nya untuk memboomingkan kegiatan tersebut. Manajemen sistem pemasaran online nya yakni dengan menyebarkan informasi produk nya dengan melalui email dan no handphone nasabahnya, melakukan riset keyword, ini yang tak kalah pentingnya yaitu mengaktifkan media sosial dengan contect marketing. Lalu manajemen operasionalnya lebih ditekan kan guna membantu pencapaian

tujuan dan meningkatkan produktivitas dari perusahaan tersebut. Adapun strategi manajemen operasional yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Plaju yakni konten strategi, rancangan proses, inovasi, penggunaan data, kolaborasi antar departemen, mengelola SDM, kontrol produksi dan analisis inventaris.

E. Strategi dalam Bidang Tempat (Place)

Mengenai saluran distribusi Pegadaian Syariah sedang membuka UPC (Unit Pelayanan Cabang) kecil agar mudah dijangkau oleh nasabah yang membutuhkan dana cepat untuk kebutuhan produktif maupun konsumtif. Adapun lokasi Pegadaian Syariah Cabang Plaju yang berada di Jl Ahmad Yani, Plaju Sebrang Universitas Muhammadiyah Palembang merupakan salah satu strategi yang diterapkan untuk mempermudah akses bagi para nasabah. Strategi Pemasaran produk yang diterapkan harus sesuai dengan prinsip strategi pemasaran yang dianjurkan dalam islam. Adapun implementasi Strategi Pemasaran yang diterapkan di Pegadaian Syariah Cabang Plaju yaitu :

1. Prinsip Fathanah dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju Fathanah diartikan sebagai kemampuan intelektual yaitu cerdas, kreatif, berani, percaya diri, dan

bijaksana. Adapun Strategi Pemasaran yang diterapkan di Pegadaian Syariah Cabang Plaju telah menerapkan prinsip fathanah, hal ini dapat dilihat dari adanya diferensiasi produk. Artinya Pegadaian Syariah Cabang Plaju memiliki kreatifitas dalam memasarkan produknya, yaitu dengan memiliki perbedaan dari para pesaingnya pada produk yang ditawarkan. Prinsip fathanah juga dapat dilihat dari keberanian Pegadaian Syariah Cabang Plaju yang berani memberikan harga terjangkau dari lembaga pesaing lainnya seperti Bank konvensional dan lain sebagainya. Prinsip ini juga termasuk menerapkan adanya prinsip tolong menolong dengan tidak mengambil keuntungan yang besar.

2. Prinsip Al-ikhshan dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju Al-ikhshan artinya melakukan yang terbaik, prinsip ini juga diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Plaju dengan menggunakan pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Setiap muslim harus memiliki komitmen untuk berbuat sesuatu yang berbobot, yang berkualitas, terbaik dalam segala sesuatu yang dikerjakan, apalagi untuk kepentingan umat peningkatan kualitas kinerja tanpa henti,

sering dengan bertambahnya pengetahuan, pengalaman, waktu dan sumber daya lainnya. Kemampuan menghasilkan kerja terbaik akan mendorong kemajuan perusahaan, mampu meningkatkan daya saing dan menjamin berkelanjutan perusahaan dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

3. Prinsip Amanah dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju merupakan salah satu prinsip pegadaian. Dalam strategi untuk memasarkan produk nya, pegadaian harus memiliki sifat amanah atau dapat dipercaya. Hal ini dikarenakan nasabah akan menitipkan barang gadainya sampai barang tersebut diambil kembali oleh nasabah, sehingga barang tersebut harus terjamin keamanannya. Amanah dapat diartikan sebagai bentuk perilaku seseorang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang menjadi tugas urusannya, orang yang semacam ini memiliki kredibilitas tertentu sesuai dengan tingkat kemampuannya memenuhi kepercayaan dan tanggung jawab yang dipikulnya.
4. Prinsip Shiddiq dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju Prinsip kejujuran diterapkan dalam strategi

pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju dalam bentuk sosialisasi kepada nasabah yang sesuai dengan kebenaran atau tidak mengada-ada atau mengandung unsur penipuan. Shiddiq diartikan sebagai kejujuran dan kebenaran. Kebenaran dan kejujuran adalah kunci menjalankan aktivitas dan fungsi masing- masing orang. Kebenaran dan kejujuran akan mendorong orang tahan uji, ikhlas, serta memiliki keseimbangan antara kecerdasan religius, kecerdasan pikir dan kecerdasan emosional. Agama islam telah menjelaskan dasar hukum serta tata cara tentang bermuamalah khususnya dalam hal ini adalah gadai atau rahn, yaitu melalui ayat-ayat Al-Quran dan hadist. Salah satunya yaitu berlaku jujur.

5. Prinsip Al-itqan dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju memiliki sikap profesional. Dalam penerapannya dalam strategi pemasaran, sikap ini dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Cabang Plaju. Dengan sikap profesional orang akan mampu membuat rancangan, mengelola dan mengorganisir secara teratur dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan ini tidak mungkin mampu dilakukan oleh orang-orang yang tidak profesional. Sikap

profesional juga diterapkan dalam mengenali pelanggan atau nasabah.

6. Prinsip Tabligh dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju. Sifat tabligh ialah komunikatif. Prinsip ini dapat dilihat pada strategi yang diterapkan yaitu membangun komunikasi pada pelanggan atau nasabah. Pegadaian memiliki sifat tabligh, akan menyampaikan pesan dengan benar melalui tutur kata yang menyenangkan dan lemah lembut. Dalam dunia bisnis, ia harus mampu mengomunikasikan visi dan misinnya dengan benar kepada stakeholdernya, mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya tanpa berbohong dan tidak menipu pelanggan.

Dari beberapa strategi yang digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Plaju sebagaimana disebutkan di atas, bahwa Pegadaian Syariah Cabang Plaju telah menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan ajaran islam. Hal ini dapat dibuktikan bahwa strategi pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju memiliki nilai dan etika yang telah Rasulullah saw ajarkan yaitu amanah, jujur dan bertanggung jawab, serta tidak mengandung nilai-nilai yang bertentangan dengan ajaran islam

seperti halnya riba, gharar, judi dan lain sebagainya yang diharamkan dalam hukum islam. Satu contoh kasus misalnya dalam menawarkan harga, Pegadaian Syariah Cabang Plaju memang benar-benar memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pegadaian konvensional atau lembaga yang menawarkan pembiayaan lainnya. Hal ini membuktikan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Plaju memiliki nilai kejujuran yang memang seharusnya dimiliki oleh lembaga berprinsip syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran produk ar-rahnyang diterapkan di Pegadaian Syariah Kendal telah menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran islam. Dalam pepatah mengatakan pembeli adalah raja, memang benar adanya. Maksud dari pepatah tersebut adalah bahwa pembeli, konsumen atau nasabah adalah segalanya. Mengenali pelanggan akan membantu dalam mengetahui keinginan atau kebutuhan nasabah. Strategi pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Plaju dimulai dengan sosialisasi kepada masyarakat. Dalam rangka mengenalkan produk-produk di pegadaian melalui media sosial termasuk cara mempromosikan produk Pegadaian Syariah Cabang Plaju. Cara ini termasuk cara

yang efektif, karena dengan cara ini pegadaian dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat sekaligus sebagai media promosi produk pegadaian yang bertujuan untuk lebih dikenal masyarakat luas sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Plaju.

Dari hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang dan Kasir Pegadaian Syariah Cabang Plaju, bahwa nasabah yang datang untuk menggadaikan mempunyai kebutuhan pinjaman dana dan berkeinginan untuk dilayani dengan baik. Maka dari itu, pegadaian mencoba mewujudkannya dengan memberikan pelayanan yang baik. Tujuannya agar nasabah memperoleh kepuasan sehingga akan kembali lagi ke pegadaian. Hal serupa juga diungkapkan oleh pengelola unit Pegadaian Syariah Cabang Plaju yang mengatakan bahwa pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan nasabah, dan tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut memberikan rekomendasi kepada calon nasabah lain untuk bertransaksi di pegadaian. Beberapa nasabah juga mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk bertransaksi di Pegadaian Syariah Cabang Plaju karena pelayanannya. Ada juga yang mengungkapkan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Plaju menawarkan biaya yang

rendah, maka dari itu mereka memilih di pegadaian. Cara atau strategi pemasaran yang di terapkan di Pegadaian Syariah Cabang Plaju cukup efektif, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah nasabah dan pendaatan dari Pegadaian Syariah pada tahun 2018 sampai tahun 2020 sebagai berikut :⁵⁵

Tabel 4.3 Jumlah Nasabah dan Pendataan dari
Pegadaian Syariah pada Tahun 2018 Sampai Tahun 2020

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2018	10,64 Juta
2	2019	13,86 Juta
3	2020	16.93 Juta

Tabel 4.4 Jumlah Nasabah dan Pendataan dari
Pegadaian Syariah pada Tahun 2018 Sampai Tahun 2020

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2018	12,7 Triliun
2	2019	65,32 Triliun
3	2020	71,47 Triliun

Sebagai lembaga keuangan syariah, Pegadaian Syariah Cabang Plaju juga harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan teori bahwa marketing syariah mempunyai

⁵⁵ www.pegadaian.co.id

karakteristik yang berbeda, yaitu: (rabbaniiyyah), etis (akhlaqiiyyah), realistis (al-waqiiyyah), humanistis (insaniyyah). Gadai syariah atau rahn juga memiliki acuan yaitu Fatwa DSN MUI no.25 tentang rahn yang memiliki beberapa ketentuan sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Berdasarkan hasil observasi di Pegadaian Syariah Cabang Plaju, peneliti menemukan adanya kesesuaian antara Fatwa DSN MUI no.25 dan teori pemasaran dalam islam dengan praktik yang dijalankan di Pegadaian Syariah Cabang Plaju. Diantaranya yaitu Pegadaian Syariah Cabang Plaju telah memberikan biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun yang tidak ditentukan dari jumlah pinjaman.

Sebagai lembaga keuangan non-bank, Pegadaian Syariah Cabang Plaju harus terus berupaya untuk menyediakan produk dan jasa yang lengkap dengan mengembangkan produk-produk yang ada. Untuk mencapai sasaran tersebut Pegadaian Syariah Cabang Plaju bertekad untuk menyediakan layanan dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan peraturan pemerintah serta tuntunan syariah islam.