

**STUDI KOMPARASI STRATEGI PROMOSI PRODUK GADAI
EMAS PADA PEGADAIAN KONVENSIONAL DAN
PEGADAIAN SYARIAH**



Oleh:

Fitri Diana

NIM: 13190099

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam
(S.E.i)

PALEMBANG 2017

ABSTRAK

Pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah masih minim karena pegadaian syariah terbilang masih baru dan kantor cabang syariahnya pun masih terbilang sedikit, tetapi pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang pesat. Dalam menarik minat nasabah, terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhinya seperti kebutuhan yang mendesak yang memerlukan proses pencairan dana yang cepat, nasabah yang menginginkan transaksi gadai tanpa adanya unsur ribawi (bunga) didalamnya, dan lain sebagainya. Oleh karena itu peneliti melakukan studi komparasi strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian yang diambil dari data primer dan sekunder, yaitu data pokok yang diambil dengan menggunakan study lapangan dan diambil dari literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, lalu dikumpulkan menggunakan teknik koleksi atau dokumentasi. Setelah data terkumpul kemudian pada tahap berikutnya data di analisis dan pada akhirnya diambil suatu kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian ini Pegadaian Konvensional Cabang Kenten dalam mempromosikan produk menggunakan strategi pemasaran dan promosi melalui media cetak dan media elektronik serta melakukan program *door to door* dan melakukan seminar di kantor camat untuk mempromosikan produk-produk yang ada dipegadaian. Sedangkan pegadaian syariah simpang patal dalam mempromosikan produk gadai menggunakan strategi dalam bidang produk menjadi ARRUM (untuk usaha mikro kecil) dan strategi dalam bidang promosi seperti melalui periklanan, publisitas, penjualan pribadi dan menjadi sponsor dalam acara-acara tertentu.

Kata Kunci: Strategi Promosi Produk, gadai, kualitatif, wawancara.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

*“Sesudah Hujan Pasti Ada Pelangi, Sesudah Air Mata Yang Turun
Pasti Ada Tawa dan Kebahagiaan yang Mendatangi”*

*“Sholat, Sabar dan Tawakal adalah kunci kebahagiaan Dunia dan
Akhirat”*

PERSEMBAHAN:

*Dengan Mengucap Syukur Alhamdulillah, Aku Persembahkan
Karya Kecilku ini untuk orang-orang yang aku sayangi:*

- 1. Kedua orang Tuaku Tercinta Papa (Apendi, SE), dan Mama (Yunita). Sebagai Motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah mengenal lelah dan mendoakan aku, menyayangiku dan memberiku semangat, terima kasih atas semua pengorbanan dan kasabaran mengantarkan sampai kini.*
- 2. Saudara-saudaraku Apriyanti Raudo, Am. Keb, Mohammad Ferdiansyah, A.Md, dan Nabila Nailaturrahmah.*
- 3. Keluarga Besarku yang dengan ikhlas telah mendoakan kelancaran studi ini.*
- 4. Sahabatku yang selalu memberi semangat dan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini, Filza Izzati, Hidayatun, Gita Anjadi, Fadila, Hilda Sakina.*
- 5. Seluruh almamaterku*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT., karena atas Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya. Shalawat dan salam bagi junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat dan keluarga. Penyusun skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat dalam rangka mengakhiri studi tingkat sarjana (Strata I) pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Adapun judul skripsi ini adalah **Studi Komparasi Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional Dan Pegadaian Syariah.**

Dalam penyusunan skripsi ini banyak ditemukan kesulitan-kesulitan dan hambatan-hambatan. Namun berkat Hidayah Allah SWT., serta bantuan dari beberapa pihak segala kesulitan dan hambatan tersebut dapat diatasi, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu diucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, M.A., Ph. D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Dr. Maftukhatusholikhah, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah banyak memberikan motivasi dan dukungan semasa perkuliahan.

4. Ibu Dr. Maftukhatusholikhah, M.Ag, dan Ibu Lidia Desiana, SE,. M. Si, selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan mencurahkan tenaga serta pemikirannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap Dosen, Staf Administrasi dan Karyawan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
6. Bapak Muhlis selaku Kepala Cabang di Pegadaian Konvensional dan Bapak Akhmadi selaku Kepala Cabang di Pegadaian Syariah yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian dan kerjasamanya dalam penyelesaian tugas skripsi ini.
7. Keluarga tercinta, Ayahanda Apendi SE, Ibunda Yunita, Ayunda Apriyanti Raudo Am. Keb, Kakanda Mohammad Ferdiansyah, dan Adinda Nabila Nailaturrahmah serta keluarga besar yang selalu memberikan inspirasi dan motivasi serta do'anya kepadaku.
8. Sahabat-sahabat dan teman seperjuangan EKI 3 yang tersayang dan Rekan-rekan mahasiswa/i se-Almamater angkatan 2013 yang saya banggakan.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Akhir kata hanya kepada Allah penulis memanjatkan doa, semoga Allah SWT memberikan balasan berupa amal yang berlipat ganda kepada

mereka. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi orang lain dan sebagai bekal dan mendapatkan pahala di sisi-Nya Amin Ya Robb'alamin.

Wassalamualaikum warahmatullahi waabarakatuh.

Palembang, April 2017

Penulis,

Fitri Diana

NIM. 13190099

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Telaah Pustaka	9
F. Kerangka Teori.....	11
G. Metodologi Penelitian	12
H. Sistematika Penelitian	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pegadaian	16
B. Strategi Promosi Produk	19
1. Pengertian Strategi	19
2. Macam-macam Strategi.....	20
3. Promosi dan Produk	20
a. Pengertian Promosi	20
b. Pengertian Produk	21
c. Karakteristik Atribut Produk.....	22
C. Telaah Pustaka	23

BAB III GAMBARAN UMUM PEGADAIAN KONVENSIONAL DAN SYARIAH

A. Konvensional	32
1. Lokasi Penelitian	32
2. Sejarah Pegadaian	32
3. Visi dan Misi	34
4. Struktur Organisasi Pegadaian Cabang Kenten Palembang.....	35
5. Tugas dan Tanggung Jawab	35
B. Syariah	40
1. Lokasi Penelitian	40
2. Sejarah Pegadaian syariah	40
3. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah	42

4. Tugas dan Tanggung Jawab	43
-----------------------------------	----

BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

A. Strategi Pengembangan Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional Cabang Kenten.....	47
B. Strategi Pengembangan Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Simpang Patal.....	53
C. Analisis Komparasi Strategi Pengembangan Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional Kenten dan Pegadaian Syariah Simpang Patal.....	58

BAB V KESIMPULAN

BAB V KESIMPULAN	65
-------------------------------	-----------

A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

Daftar Tabel

1.1 Jumlah Konsumen Yang Menggadaikan Barang di Pegadaian Konvensional	5
1.2 Jumlah Konsumen Yang Menggadaikan Barang di Pegadaian Syariah.....	5
2.1 Barang Berharga Yang Sering Dijadikan Jaminan	18
2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	28

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan Islam di Indonesia dapat dikategorikan cepat dan yang menjadi salah satu faktor tersebut adalah adanya keyakinan pada masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam.

Pegadaian merupakan tempat bagi konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminannya. mengusung slogan “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”, perum pegadaian bahkan dinilai sebagai ekonomi kerakyatan.¹ Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa masyarakat kelas bawah pun bisa memanfaatkan jasa gadai dari perum pegadaian ini.

Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana.²

Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berpiutang atau oleh orang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan terhadap yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang-orang yang berpiutang

¹Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hlm. 153

²Muhammad Firdaus NH, dkk, *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), hlm. 13

lainnya, dengan kekecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan. Biaya-biaya mana yang harus didahulukan.³

Jenis barang berharga yang dijadikan jaminan oleh perum pegadaian yaitu Barang Elektronik (Televisi, Radio, Kulkas, dll), Kendaraan (Mobil, Motor, Sepeda), Perhiasan (Emas, Perak, Berlian).⁴ Produk gadai yang sering ditemui di perum pegadaian adalah Emas. Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat. Pinjaman gadai emas merupakan fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Jaminan emas yang diberikan disimpan dalam penguasaan atau pemeliharaan bank dan atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa.⁵ Dalam melaksanakan produk ini harus memperhatikan unsur-unsur kepercayaan, kesepakatan, jangka waktu, dan risiko.

Setiap perusahaan menjalankan strategi pemasaran, untuk memasarkan produk yang dihasilkan, sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarahkan kegiatan atau usaha pemasaran dan suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah, agar dapat mencapai

404 ³Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: kencana, 2009), hlm.

⁴Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm.237

402 ⁵Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: kencana, 2009), hlm.

tujuan yang diharapkan. ⁶ Jadi, dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, perusahaan harus lebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya dipasar.

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 jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan pasar.⁷

Pengujian empirik terhadap strategi pengembangan syariah di Indonesia dalam hubungannya dengan produk gadai emas, telah dilakukan oleh beberapa peneliti, misalnya Azis Ariyanto (2011), dari hasil penelitiannya masih sedikit sekali pemahaman masyarakat dan pengusaha mengenai produk pegadaian yang dikeluarkan oleh pihak lembaga keuangan bukan bank ini. Sehingga minimnya jumlah nasabah yang mengajukan permohonan pembiayaan tersebut.⁸ Dan Atep Misbahudin (2008), dari hasil penelitiannya diketahui bahwa strategi pemasaran produk gadai emas BPRS Al-Ma'soem cukup baik, ini dilihat dari pendapatan dan perkembangan nasabah yang meningkat, sehingga mempengaruhi pendapatan BPRS.⁹

Seperti yang kita ketahui, pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah masih minim karena pegadaian syariah terbilang masih

⁶Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep & Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 170

⁷Ibid., hlm. 199

⁸Azis Ariyanto, "Studi komparasi aplikasi gadai emas serta strategi pengembangan pada bank syariah dan perum pegadaian syariah", Jurnal, (Jakarta: fakultas syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2011)

⁹Atep Misbahudin, "Strategi pemasaran gadai emas (Rahn) pada BPRS PNM Al-Ma'soem dalam meningkatkan pendapatan Bank", Jurnal, (Jakarta: fakultas syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2008)

baru dan kantor cabang syariahnya pun masih terbilang sedikit, tetapi pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang pesat, sehingga penulis ingin mengetahui strategi pengembangan produk apa yang digunakan oleh pegadaian syariah atas produk gadai syariah sehingga menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut. Dalam menarik minat nasabah memang tidak hanya dipengaruhi oleh strategi pengembangan produk dan pemasaran yang digunakan oleh pegadaian syariah. Ada beberapa faktor lain yang mempengaruhinya seperti kebutuhan yang mendesak yang memerlukan proses pencairan dana yang cepat, nasabah yang menginginkan transaksi gadai tanpa adanya unsur ribawi (bunga) didalamnya, dan lain sebagainya.

Di Palembang sudah berkembang Pegadaian Syariah disamping Pegadaian Konvensional. Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional mempunyai banyak cabang di Palembang. Salah satunya adalah pegadaian Konvensional kenten sebagai Kantor Cabang Pembantu dan Pegadaian Syariah Simpang Patal adalah Kantor Cabang Pembantu Sementara. Masyarakat lebih mengenal pegadaian konvensional dari pada pegadaian syariah karena pegadaian konvensional telah berdiri lebih dulu dari pada pegadaian syariah. Dari kasat mata masyarakat lebih dominan menggadaikan barangnya di pegadaian konvensional dari pada pegadaian syariah tapi ada juga masyarakat yang lebih memilih menggadaikan barangnya di pegadaian syariah. Ada beberapa perbedaan antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah salah satunya dilihat dari jumlah konsumen yang

menggadaikan barang setiap bulannya. Dapat dilihat dari tabel jumlah konsumen dibawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah konsumen yang menggadaikan barang di pegadaian konvensional 2014-2015¹⁰

Gol	Wirausaha	Karyawan	Mahasiswa	IRT	Jumlah
A	2 / 3	7 / 10	2 / 2	2 / 4	13 / 19
B	12 / 20	87 / 113	6 / 4	40 / 56	145 / 193
C	5 / 6	18 / 32	- / 1	12 / 12	35 / 51
D	7 / 13	5 / 7	- / -	3 / 6	15 / 26
Jumlah	26 / 42	117 / 162	8 / 7	57 / 78	208 / 289
persentasi	10,0% /	53,0% /	3,0% /	26,0% /	100,0%
	22,0%	61,0%	4,0%	29,0%	

Tabel 1.2
Jumlah konsumen yang menggadaikan barang di pegadaian syariah 2014-2015¹¹

Gol	Wirausaha	Karyawan	Mahasiswa	IRT	Jumlah
A	- / 1	7 / 8	- / 2	1 / 4	8 / 15
B	10 / 20	68 / 89	13 / 10	31 / 54	122 / 173
C	6 / 7	20 / 34	- / -	11 / 11	37 / 52
D	2 / 9	6 / 6	- / -	4 / 6	12 / 21

¹⁰Dokumentasi. PT.Pegadaian Syariah (Persero), (Tanggal 2 Mei 2017)

¹¹Dokumentasi. PT.Pegadaian Syariah (Persero), (Tanggal 2 Mei 2017)

Jumlah	26 / 37	101 / 137	13 / 12	47 / 75	187 / 261
Persentasi	10.0% / 19,0%	51,0% / 55.0%	5,0% / 6,0%	24,0% / 30,0%	100,0%

Penulis mengambil objek penelitian di Pegadaian Syariah Simpang Patal karena Pegadaian Syariah ini berdekatan dengan Pegadaian Konvensional Kenten. Agar penulis lebih tepat untuk membandingkan kedua Pegadaian ini maka penulis mengambil objek penelitian di Pegadaian Konvensional Kenten dan Pegadaian Syariah Simpang Patal.

Berdasarkan uraian di atas, maka pembahasan ini layak untuk diangkat dan diuji melalui penelitian dengan topik perbedaan strategi promosi, dan menuangkan ke dalam bentuk proposal dengan judul **“STUDI KOMPARASI STRATEGI PROMOSI PRODUK GADAI EMAS PADA PEGADAIAN KONVENSIONAL DAN PEGADAIAN SYARIAH ”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional Kenten?
2. Bagaimana Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Simpang Patal?
3. Bagaimana Perbandingan Strategi Promosi Produk Gadai Antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah?

C. Tujuan dan Kegunaan penelitian

1. Tujuan penelitian

- a) Untuk Mengetahui Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional Kenten.
- b) Untuk Mengetahui Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Simpang Patal.
- c) Untuk Mengetahui Perbandingan Strategi Promosi Produk Gadai Antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah

2. Kegunaan penelitian

a) Kegunaan teoritis

Sebagai bahan rujukan mengenai studi komparasi strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

b) Teori secara praktis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan tambahan informasi bagi pegadaian terkait dengan studi komparasi strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis

- a) Untuk menambah pengetahuan tentang bidang pegadaian mengenai studi komparasi strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.
- b) Untuk melatih kemampuan penulis dalam melakukan penelitian.
- c) Untuk menerapkan ilmu secara teoritis dan menghubungkannya dengan data yang diperoleh.

2. Manfaat bagi pegadaian

Untuk memberikan masukan yang bermanfaat agar lebih mengetahui tentang studi komparasi strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah sehingga para nasabah dan karyawan lebih memahami.

3. Manfaat bagi Akademis

Menambah pengetahuan dalam studi komparasi strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah serta sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama pada masa yang akan datang.

E. Telaah Pustaka

Berikut ini peneliti akan memberikan contoh telaah pustaka dengan mengambil judul: “Studi Komparasi Strategi Promosi Produk Gadai Emas pada Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah” yaitu sejauh yang diketahui peneliti, peneliti tentang sistem gadai konvensional dan gadai syariah masih belum banyak dilakukan oleh peneliti ekonomi. Adapun penulis terdahulu untuk mengetahui lebih jelasnya mengenai deskripsi dari penelitian tersebut secara umum adalah sebagai berikut :

Azis Ariyanto (2011), berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “studi komparasi aplikasi gadai emas serta strategi pengembangan pada bank syariah dan perum pegadaian syariah”, skripsi terdahulu membahas tentang lembaga keuangan syariah yang sekarang banyak membuka produk gadai emas dalam transaksi bisnisnya karena disamping usahanya yang menguntungkan juga resikonya pun relatif kecil dikarenakan gadai emas memiliki potensi pengembangan bisnis yang cukup signifikan pada tahun belakangan ini ”¹²

Yulisma Dewi (2013), berpendapat bahwa dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Pengaruh nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah”, hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil pengujian persial

¹²Azis Ariyanto, ”Studi Komparasi Aplikasi Gadai Emas Serta Strategi Pengembangan Pada Bank Syariah dan Perum Pegadaian Syariah”, Jurnal, (Jakarta: fakultas syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2011)

menyimpulkan bahwa faktor nilai taksiran dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan faktor biaya-biaya dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah pengguna jasa pembiayaan gadai emas syariah.¹³

Atep Misbahudin (2008), berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran Gadai Emas (Rahn) Pada BPRS PNM Al-Ma’soem Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank”. Jurusan Muamalat Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 1429 H. 2008.¹⁴

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang mempunyai perbedaan-perbedaan walaupun sama-sama membahas tentang gadai. Perbedaan tersebut terletak pada permasalahan yang dikaji yaitu penelitian terdahulu membahas tentang strategi pengembangan pegadaian syariah dan penerapan akad ijarah (sewa) di pegadaian syariah sedangkan pada penelitian yang akan diteliti akan membahas tentang strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.

¹³Yulisma Dewi, “Pengaruh Nilai Taksiran, biaya-biaya, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah”, Jurnal, (2013)

¹⁴Atep Misbahudin, “strategi pemasaran gadai emas pada BPRS PNM Al-Ma’soem dalam meningkatkan pendapatan Bank”, Jurnal, (Jakarta: fakultas syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2008)

F. Kerangka Teori

Gadai dalam bahasa Arab disebut *Rahn*, *Rahn* menurut bahasa adalah Jaminan Hutang, gadaian, seperti juga dinamai *Al-Habsu*, artinya penahanan.¹⁵

Gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan dapat ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai.¹⁶

Gadai Emas Syariah adalah penggadaian atau penyerahan hak penguasaan secara fisik atas harta/barang berharga (berupa emas) dari nasabah (*arrahin*) kepada pegadaian syariah untuk dikelola dengan prinsip *ar-Rahnu* yaitu sebagai jaminan atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah/peminjaman tersebut. Biaya gadai di pegadaian syariah ini, perhitungan gadainya dihitung per 10 hari dalam masa pinjaman, sementara pada pegadaian konvensional dihitung per 15 hari masa pinjaman.¹⁷

Jadi, kesimpulannya bahwa *Rahn* Emas Syariah adalah menahan barang jaminan berupa barang berharga (emas) milik si peminjam, baik yang bersifat materi atau manfaat tertentu, sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang diterima tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan diperbolehkan jaminan untuk mengambil

¹⁵A.W. Munawir, *Kamus Al-Munawir* (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), ed.II, hlm 542

¹⁶Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: rajawali PERS, 2013), hlm.

kembali seluruh atau sebagian hutangnya dari barang gadai tersebut apabila pihak yang menggadaikannya tidak dapat membayar hutang tepat pada waktunya.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Disini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Kualitatif adalah keterkaitan spesifik pada studi hubungan sosial yang berhubungan dengan fakta dari pluralisasi dunia kehidupan. Metode ini diterapkan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian yang meliputi orang, lembaga berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya.¹⁸

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli.¹⁹ Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber tidak langsung yang biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.²⁰

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini yang merupakan sumber data yaitu hasil wawancara. Hasil wawancara bersama Pak Ahmadi di Pegadaian Syariah dan Pak Mulis di Pegadaian Konvensional.

¹⁸Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015) hlm. 81

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 225

²⁰*Ibid.*,

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah yang direncanakan berdasarkan pedoman atau daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan lebih dahulu. Semua pihak yang diwawancarai dalam hal ini responden yang telah diseleksi melalui metode sampling.²¹ Penulis mengadakan wawancara dengan para fungsionaris pegadaian Pak Mulis sebagai kepala cabang pegadaian konvensional dan Pak Ahmadi sebagai kepala cabang pegadaian syariah, yang dianggap berkompeten dengan masalah untuk memperoleh informasi mengenai strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.

b. Teknik Dokumentasi (study kepustakaan)

Studi dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadi.²² Teknik ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data yang ada, yang berkaitan dengan pembahasan melalui buku-buku, artikel, brosur, majalah, surat kabar, internet dan media lainnya yang berhubungan atau berkaitan dengan pegadaian.

4. Teknik Analisis Data

²¹Abdulrahman Fathoni, *Metode Penelitian*, <http://scholar.google.co.id/scholar.html>. (diakses, 31 Oktober 2016)

²²Abdulrahman Fathoni, *Metode Penelitian*, <http://scholar.google.co.id/scholar.html>. (diakses, 31 Oktober 2016)

Adapun dalam mengolah data penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif-analisis, yakni penelitian yang menggambarkan data dan informasi yang berlandaskan fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan²³ mengenai strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembuatan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Latar belakang penulisan proposal, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, kontribusi penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan bahasan permasalahan penelitian dan teori tersebut digunakan sebagai pendukung pemecahan permasalahan penelitian.

Bab III : Gambaran Umum

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum tentang pegadaian konvensional dan pegadaian syariah seperti sejarah visi misi dan fungsi dari pegadaian.

²³Randi Saputra, "Analisis Potensi Kendala Pengembangan Pegadaian Syariah Di Kota Medan", ipi381738.pdf/berita.html. (diakses, 12 Oktober 2016)

Bab IV : Hasil penelitian dan pembahasan

Bab ini membahas tentang hasil pengelolaan data dari instrumen penelitian mengenai variabel strategi promosi produk gadai emas antara pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.

Bab V : Kesimpulan

Bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan bahasan mengenai saran-saran yang dapat diimplementasikan sebagai kegunaan penelitian untuk pihak terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pegadaian

Pegadaian adalah sebuah BUMN sektor keuangan Indonesia yang bergerak pada tiga lini bisnis perusahaan yaitu pembiayaan, emas dan aneka jasa. Menurut kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150, gadai adalah hak yang diperoleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh seorang yang mempunyai utang atau oleh seorang lain atas nama orang yang mempunyai utang. Seorang yang berutang tersebut memberikan kekuasaan kepada orang berpiutang untuk menggunakan barang bergerak yang telah diserahkan untuk melunasi utang apabila pihak yang berutang tidak dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo.

Perusahaan umum pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti dimaksud dalam kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150.

Adapun jenis-jenis pegadaian yakni pegadaian konvensional dan syariah:

- a. Pegadaian konvensional merupakan suatu lembaga pemerintah yang memberikan uang pinjaman kepada nasabah atas dasar hukum gadai. Pegadaian konvensional ini sudah tersebar keseluruh pedesaan. Namun

pada jenis pegadaian ini masih menggunakan sistem pencatatan manual, menggunakan sistem bunga dan tarif jasa simpannya yang cukup besar.

- b. Pegadaian syariah merupakan lembaga keuangan/ davisasi dari bentuk pegadaian dengan memberikan uang pinjaman sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Banyak sekali keuntungan pegadaian syariah ini, antara lain: menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai syariat dan prinsip-prinsip Islam, tarif jasa simpan uang tidak terlalu besar, dan biaya administrasinya sangat kecil. Namun, pegadaian syariah ini masih menggunakan pencatatan yang manual.²⁴

Ada beberapa layanan yang diberikan oleh Pegadaian yaitu:

1. Pembiayaan

- a) KCA (Kredit Cepat Aman), kredit dengan sistem hukum gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah. Baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif, dengan jangka waktu kredit 4 bulan dan sistem bunga per 15 hari
- b) Kreasi (Kredit Angsuran Fidusia), kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk pengembangan usahan dengan sistem gadai dengan jaminan emas.

²⁴Latumaerissa R. Julius, *Bank Bank Lembaga Keuangan Syaiah*, (Jakarta: Salemba Empat 2013), hlm. 461

2. Emas

- a) MULIA (Murabahah Mulia untuk Investasi Abadi). Merupakan pemberian logam mulia untuk investasi secara tunai/ kredit. Berat per keping mulai 5gr, 10gr, 25gr, 50gr, sd 1000gr.
- b) Tabungan Emas, pemberian logam mulia dengan sistem tabungan kelipatan 0.01 gr.

Jenis barang berharga yang dapat diterima dan dapat dijadikan jaminan oleh perum pegadaian sebagai berikut:²⁵

Tabel 2.1

Jenis barang berharga yang dijadikan jaminan oleh Perum Pegadaian

No.	Jenis Barang	Pegadaian	
		Konvensional (dalam %)	Syariah (dalam %)
1.	Barang elektronik (Televisi, Radio, Kulkas, dll)	2%	6%
2.	Kendaraan (Mobil, Motor, Sepeda)	2%	3%
3.	Mesin-mesin (Mesin Jahit, Mesin Kapal Motor)	1%	1%
4.	Perhiasan (Emas, Perak, Berlian)	95%	90%

Sumber: Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: rajawali PERS, 2013)

²⁵Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: rajawali PERS, 2013), hlm.237

B. Strategi Promosi Produk

1. Pengertian strategi

Strategi adalah pola keputusan yang membentuk dan mengungkapkan tujuan maksud dan sasaran sebuah organisasi, menghasilkan kebijakan pokok dan rencana pencapaian sasaran, dan menentukan perusahaan dimana rencana organisasi itu akan dijalankan.²⁶

Menurut Antonio strategi pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetensi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kekuatan dan kelemahan perbankan syariah di Indonesia saat ini. Upaya tersebut dilakukan melalui peningkatan keahlian sumber daya manusia, penyempurnaan ketentuan, dan program sosialisasi.²⁷

Strategi adalah suatu perumusan alternatif dan menentukan pilihan tujuan/cara. Artinya, strategi yang baik harus dihasilkan dari proses memilih alternatif-alternatif yang ada (alternatif harus lebih dari satu). Seringkali alternatif yang tidak ikut terdokumentasikan dalam rumusan strategi, padahal strategi terpilih akan jauh lebih bermakna bila alternatif-alternatif yang tidak terpilih juga didokumentasikan untuk mempermudah

²⁶Eric Reidenbach dan M. Ray Grubbs, *Mengembangkan Produk Baru Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm. 226

²⁷Muhammaad Syafe'i Antoni, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktif*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 227

anggota-anggota organisasi (yang lain) menafsirkan rumusan strategi terpilih.²⁸

Dari definisi yang dikemukakan para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah cara-cara untuk mencapai suatu tujuan, tidak ada suatu tujuan yang dicapai tanpa strategi yang memadai.

2. Macam-macam Strategi

- a. Strategi produk adalah strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan suatu produk.
- b. Strategi harga adalah salah satu aspek penting dalam kegiatan penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.
- c. Strategi lokasi dan layout adalah penentuan lokasi beserta sarana dan prasarana sangat penting hal ini supaya mudah dijangkau oleh setiap masyarakat.²⁹

3. Promosi dan Produk

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah salah satu cara intensif, sebagian besar berjangka pendek yang dirancang untuk menstimulasi agar lebih cepat jumlah pembelian terhadap suatu produk.³⁰

²⁸Tedjo Tripomo dan Udan, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Rekayasa Seins, 2005), hlm.18

²⁹*Ibid*, hlm 228

³⁰Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 151

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.³¹

b. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.³²

Produk dalam arti sempit adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud yang dihimpun dalam suatu bentuk serupa dan yang telah dikenal. Dalam pengertian secara luas, produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud dan tidak berwujud yang

³¹*Ibid*, hlm. 154

³²Kotler dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 346

didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan yang diberikan konsumen dan pengecer yang dapat diterima konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen. Secara umumnya, produk itu diartikan secara ringkas sebagai segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik yang berwujud maupun tidak berwujud.³³

Berdasarkan definisi-definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa produk adalah salah satu variabel yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

c. **Karakteristik Atribut Produk**

1) Merek (*Branding*)

Merek (*Branding*) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjualan dan membedakan dari produk pesaing. Pemberian merek merupakan masalah pokok dalam strategi produk. Pemberian produk itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat produk itu berhasil atau gagal. Nama merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk.

³³Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 45

2) Pengemasan (*Packing*)

Pengemasan (*Packing*) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkusan suatu produk.

3) Kualitas Produk (*Product Quality*)

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “Total Quality Manajemen (TQM)”. Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai pelanggan.³⁴

C. Telaah Pustaka

Berikut ini peneliti akan memberikan contoh telaah pustaka dengan mengambil judul: “Studi Komparasi Strategi Pengembangan Produk Gadai Emas pada Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah” yaitu sejauh yang diketahui peneliti, peneliti tentang sistem gadai konvensional dan gadai syariah masih belum banyak dilakukan oleh peneliti ekonomi. Adapun penulis terdahulu untuk mengetahui lebih jelasnya mengenai deskripsi dari penelitian tersebut secara umum adalah sebagai berikut :

³⁴Kotler dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 354

Yulisma Dewi (2013), berpendapat bahwa dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Pengaruh nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah”, hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil pengujian persial menyimpulkan bahwa faktor nilai taksiran dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan faktor biaya-biaya dan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah pengguna jasa pembiayaan gadai emas syariah.

Neny Tri Handayani (2005), berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Pegadaian Syariah di Indonesia”, yaitu bahwa :

- a. Pegadaian syariah merupakan hasil rekonstruksi pegadaian konvensional yang bebas.
- b. Dalam operasional pegadaian syariah ada ketentuan-ketentuan yang sesuai syariah sehingga tidak terdapat pihak yang tidak dirugikan.
- c. Dalam mendirikan pegadaian syariah harus memperhatikan beberapa aspek antara lain: aspek legalitas, aspek permodalan, aspek sumber daya manusia, aspek kelembagaan, aspek sistem dan prosedur, dan aspek pengawasan.

Ahmad Rizki Ferdian (2007), berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Penerapan Akad *Ijaroh* (sewa) dalam gadai syariah (*rahn*) di pegadaian syariah cabang solo baru”, yaitu bahwa:

- a. Penerapan akad *ijaroh* (sewa) dalam gadai syariah di pegadaian syariah cabang solo baru sudah memenuhi prinsip-prinsip syariah islam hanya saja dalam pelaksanaan prinsip-prinsip tersebut belum dibarengi dengan ketentuan-ketentuan yang murni dari ajaran agama islam.
- b. Solusi yang diterapkan oleh pegadaian syariah cabang solo baru, apabila nasabahnya belum atau tidak mampu menebus barang yang digadaikannya adalah mengaambil beberapa solusi yaaitu gadai ulang, angsuran, tebus sebagian, penjualan/ lelang barang gadai.

Murni Yulianti, berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Manajemen Resiko Dan Aplikasinya Pada Pegadaian Syariah”. Program studi muamalat (ekonomi islam) Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Jakarta 2010. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa mekanisme risiko pada pegadaian syariah diawali dengan proses identifikasi jenis risiko, kemudian dipetakan menurut dampak yang ditimbulkan dari masing-masing risiko dan menentukan perlakuan terhadap risiko dengan menyusun strategi dalam pengendalian risiko.

Atep Misbahudin (2008), berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran Gadai Emas (*Rahn*) Pada BPRS PNM Al-Ma’soem Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank”. Jurusan Muamalat Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullaah

Jakarta 1429 H. 2008. Perbedaan skripsi ini dengan skripsi sebelumnya adalah skripsi terdahulu membahas dengan lebih menekankan kepada teknis organisasi bisnis dan pertumbuhan peningkatan pendapatan bank dalam pemasaran produk gadai emas, dengan menggunakan teknik strategi yang dijalankan. Sedangkan didalam skripsi ini menekankan tentang apa dan bagaimana strategi pengembangan produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.

Herfina (2010), berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Pengaruh produk gadai emas syariah pada bank BNI Syariah pusat terhadap peningkatan pendapatan Bank”. Perbedaan skripsi ini dengan skripsi sebelumnya adalah skripsi terdahulu membahas dengan lebih menekankan kepada peningkatan pendapatan bank dalam pemasaran produk gadai emas, dengan menggunakan teknik strategi yang dijalankan. Sedangkan didalam skripsi ini menekankan tentang apa dan bagaimana strategi pengembangan produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.

Azis Ariyanto (2011), berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “studi komparasi aplikasi gadai emas serta strategi pengembangan pada bank syariah dan perum pegadaian syariah ”

Nuraeni, Prodi. Perbankan Syariah, Jurusan Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2004. “Konsep dan Aplikasi gadai emas pada bank syariah (Studi kasus pada PT. Bank Danamon Syariah)”. hasil penelitian ini adalah mekanisme gadai emas syariah pada bank danamon syariah meliputi; barang jaminan yang dibawa nasabah akan

taksiran oleh spesialis gadai untuk mengetahui besar pinjaman dan biaya penitipan yang ditanggung nasabah. Biaya penitipan didasarkan pada nilai taksir marhun, yaitu 2,2% perbulan sebagai antisipasi terhadap risiko kerusakan dan kehilangan atas barang yang digadaikan.

Lastuti Abubakar, berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Pranata Gadai Sebagai Alternatif Pembiayaan Berbasis Kekuatan Sendiri (Gagasan Pembentukan UU Pergadaian)” berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa praktik pegadaian, khususnya gadai emas syariah bergeser menjadi investasi yang spekulatif. Oleh karena itu regulasi sangat diperlukan. Regulasi pergadaian di masa datang harus mampu menjadikan pranata gadai sebagai alternatif pembiayaan guna menggerakkan perekonomian.

Dewi Kartika, berpendapat dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cipulir”. Peranan perbankan syariah dalam perekonomian relatif masih sangat kecil, bila dibandingkan dengan perbankan syariah. Salah satu biro perjalanan strategi pemasaran produk gadai emas syariah tersebut adalah PT. Bank Syariah Mandiri. Dalam memasarkan program unggulannya ini, perusahaan merancang kegiatan strategi pemasarannya dengan menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari penjualan perorangan, yaitu dengan cara presentasi langsung dengan calon nasabah melalui tatap muka, promosi penjualan yaitu dengan cara melakukan pameran atau demonstrasi

dilingkungan masyarakat, periklanan yaitu melalui media spanduk dan brosur.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang mempunyai perbedaan-perbedaan walaupun sama-sama membahas tentang gadai. Perbedaan tersebut terletak pada permasalahan yang dikaji yaitu penelitian terdahulu membahas tentang strategi pengembangan pegadaian syariah dan penerapan akad ijarah (sewa) di pegadaian syariah sedangkan pada penelitian yang akan diteliti akan membahas tentang strategi pengembangan produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah.

Tabel 2.2

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Perbedaan
1.	Yulisma Dewi (2013)	Pengaruh taksiran, biaya-biaya, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah (Jurnal)	Peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Data primer diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuesioner serta hasil wawancara langsung dari narasumber.

2.	Ahmad Rizki Ferdian (2007)	Penerapan akad ijarah dalam gadai syariah di pegadaian syariah cabang solo baru. (Jurnal)	Peneliti ini lebih menekankan pada penerapan ijarah dan solusi yang diterapkan oleh pegadaian syariah cabang solo.
3.	Murni Yulianti (2006)	Manajemen resiko dan aplikasinya pada pegadaian syariah. (Jurnal)	Peneliti ini lebih menekankan pada mekanisme resiko pada pegadaian syariah dan menentukan perlakuan terhadap resiko dengan menyusun strategi dalam pengendalian resiko
4.	Atep Misbahudi n (2008)	Strategi pemasaran gadai emas pada BPRS PNM Al-Ma'soem dalam meningkatkan pendapatan Bank. (Jurnal)	Dalam penelitian ini diketahui bahwa strategi pemasaran produk gadai emas BPRS Al-Ma'soem cukup baik, ini dilihat dari pendapatan dan perkembangan nasabah yang meningkat, sehingga mempengaruhi pendapatan bank.
5.	Neny Tri Handayani (2005)	Strategi Pengembangan Pegadaian Syariah di Indonesia. (Jurnal)	Peneliti ini lebih menekankan pada Pegadaian syariah dan membahas beberapa aspek yang ada pada pegadaian

			syariah.
6.	Azis Ariyanto (2011)	Studi komparasi aplikasi gadai emas sarta strategi pengembangan pada bank syariah dan perum pegadaian syariah. (Jurnal)	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Yuridis Empiris, Objek yang teliti adalah perum pegadaian syariah dan Bank syariah.
7.	Nuraeni (2004)	Konsep dan aplikasi gadai emas pada bank syariah. (Jurnal)	Peneliti ini lebih menekankan pada konsep dan aplikasi gadai emas yang ada pada bank syariah (Bank Danamon)
8.	Lastuti Abubakar (2008)	Pranata gadai sebagai alternatif pembiayaan berbasis kekuatan sendiri (gagasan pembentukan UU pergadaian). (Jurnal)	Peneliti ini lebih menekankan pada praktik pegadaian, khususnya gadai emas syariah bergeser menjadi investasi yang spekulatif.
9.	Dewi Kartika (2005)	Strategi pemasaran produk gadai emas pada bank syariah mandiri kantor cabang cipulir. (Jurnal)	Penelitian ini lebih menekankan pada perancangan kegiatan strategi pemasarannya dgn menggunakan bauran pemasaran.
10.	Herfina (2010)	Pengaruh produk gadai emas syariah pada bank BNI Syariah pusat terhadap peningkatan pendapatan bank (jurnal)	Penelitian ini lebih menekankan pada peningkatan pentapatan bank dalam produk gadai syariah.

Dari uraian dan tabel di atas dapat penulis simpulkan bahwa dari beberapa jurnal atau penelitian terdahulu ada beberapa perbedaan dan persamaan antara jurnal dengan judul penulis “Studi Komparasi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah.

Perbedaan jurnal atau penelitian terdahulu dan judul penulis terletak pada:

1. Permasalahan yang dikaji dan dibahas dari masing-masing judul,
2. Metode yang digunakan di jurnal atau penelitian terdahulu dengan judul peneliti,
3. Objek di penelitian terdahulu dan penulis berbeda.

Persamaan jurnal atau penelitian terdahulu dan judul penulis terletak pada:

1. Membahas tentang gadai emas,
2. Membahas tentang pegadaian,
3. Objek penelitian dan pembahasan tentang Gadai.

BAB III

GAMBARAN UMUM PEGADAIAN KONVENSIONAL DAN PEGADAIAN SYARIAH

A. Konvensional

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini beralamat di Jl. M. P. Mangkunegara No. 70, Palembang, Sumatera Selatan. Alasan memilih lokasi ini karena Perum Pengadaian ini adalah termasuk salah satu cabang terbesar dari 6 perum pengadaian yang ada di kota Palembang dan semua data pelelangan barang jaminan yang ada pada UPC (Unit Pengadaian Cabang) di kumpulkan menjadi satu untuk dilakukan lelang pada Perum Pengadaian cabang Kenten.

2. Sejarah Pegadaian

Usaha gadai di Indonesia berawal dari berdirinya Bank Van Leening di zaman VOC yang bertugas memberikan pinjaman uang tunai kepada masyarakat dengan harta gerak. Dalam perkembangannya, sebagai bentuk usaha pegadaian banyak mengalami perubahan demikian pula dengan status pengelolaannya telah mengalami beberapa kali perubahan seiring dengan perubahan peraturan yang berlaku. Berdasarkan Staatblad 1901 No. 131 tanggal 12 Maret 1901, maka pada tanggal 1 April 1901

berdirilah kantor pegadaian yang berarti menjadi lembaga resmi pemerintah.³⁵

Selanjutnya berdasarkan peraturan pemerintah republik Indonesia tahun 1961 No.178, berubah lagi menjadi perusahaan negara pegadaian. Dalam perkembangannya, pada tahun 1969 keluarlah undang-undang republik Indonesia no. 9 tahun 1969 yang mengatur bentuk-bentuk usaha negara menjadi tiga bentuk perusahaan yaitu perusahaan jawatan (Perjan), perusahaan umum (Perum), dan perusahaan perseroan (Persero). Sejalan dengan ini, maka perusahaan negara pegadaian berubah lagi statusnya menjadi perusahaan jawatan (Perjan) pegadaian (Perum pegadaian no. 7 tanggal 11 maret 1969).³⁶

Sejak saat itu, kegiatan perusahaan terus berjalan dan aset atau kekayaannya pun bertambah. Namun seiring dengan perubahan zaman, pegadaian dihadapkan pada kebutuhan untuk berubah pula, dalam arti untuk lebih meningkatkan kinerjanya, tumbuh lebih besar lagi dan lebih profesional dalam memberikan keleluasaan pengelolaan bagi manajemen dalam mengembangkan usahanya, pemerintah meningkatkan status pegadaian dari perusahaan jawatan (perjan) menjadi perusahaan umum (perum) yang dituangkan dalam peraturan pemerintah no.10 April 1990. Perubahan ke Perjan ke Perum ini merupakan tonggak penting dalam pengelolaan pegadaian yang memungkinkan terciptanya pertumbuhan

³⁵Kasmir, Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya, (Jakarta: Rajawali PERS, 2013), hlm.

³⁶*Ibid*, hlm. 233

pegadaian yang bukan saja makin meningkatkan kredit yang disalurkan, nasabah yang dilayani pendapatan dan laba perusahaan.³⁷

3. Visi dan Misi

a. Visi

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

b. Misi

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastuktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh pegadaian dalam mempersiapkan dii menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.³⁸

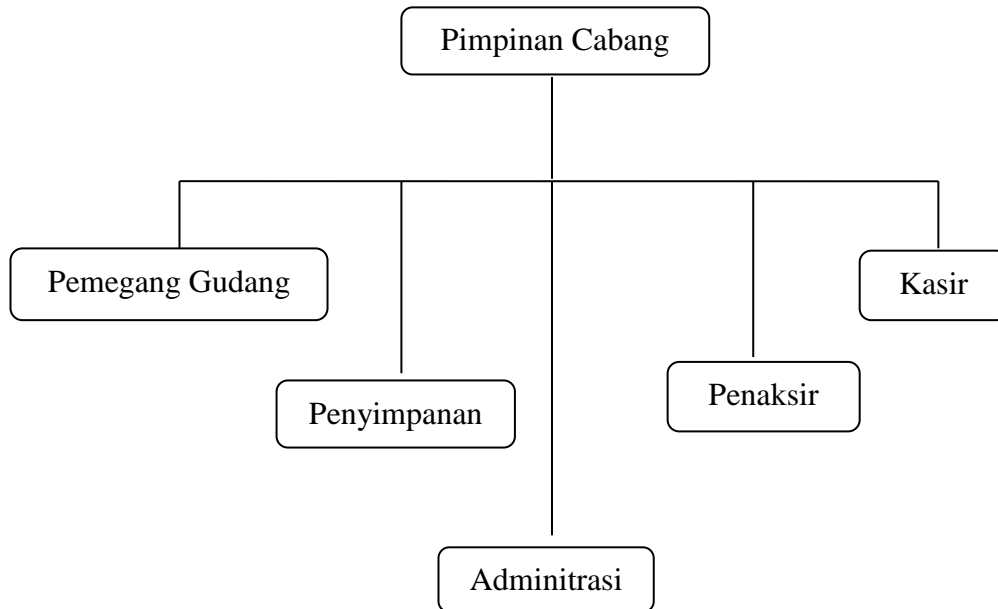
³⁷*Ibid*, hlm. 234

³⁸Dokumentasi. PT Pegadaian (Persero), (Tanggal 30 September 2016)

4. Struktur Organisasi Pengadaan Cabang Kenten Palembang

Gambar 3.1

Struktur Organisasi Pengadaan Cabang Kenten Palembang³⁹



5. Tugas dan Tanggung Jawab

a. Pimpinan cabang

Pimpinan cabang selaku penanggung jawab seluruh kegiatan operasional diperusahaan memegang peranan strategis dalam mengembangkan layanan serta kinerja perusahaan.

Tugas dan tanggung jawab pimpinan cabang yaitu :

- 1) Menyusun rencana kerja dan anggaran kantor cabang pengadaan berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.

³⁹Wawancara dengan Kakak Sunito sebagai Staff Administrasi (Tanggal 30 September 2016)

- 2) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan operasional pengadaian dan UPC (Unit Pengadaian Cabang)
- 3) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan perusahaan barang jaminan yang bermasalah.
- 4) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan pengelolaan modal kerja.
- 5) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan penggunaan sarana dan prasarana Kantor Cabang Pengadaian dan UPC
- 6) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan pemasaran dan pelayanan konsumen.
- 7) Mewakili kepentingan perusahaan baik ke dalam maupun berdasarkan kewenangan yang diberikan.⁴⁰

b. Penaksir

Bertugas menaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.

Tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk mengetahui mutu dan nilai barang serta bukti kepemilikannya

⁴⁰Dokumentasi. PT.Penggadaian (Persero), (Tanggal 30 September 2016)

dalam rangka menentukan dan menerapkan golongan taksiran dan uang pinjaman.

- 2) Membuat surat bukti gadai dan mendistribusikannya.
- 3) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang untuk mengetahui mutu dan nilai dalam menentukan harga dasar barang jaminan yang akan dilelang.
- 4) Merencanakan dan ,menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan guna keamanan.

c. Kasir

Kasir sebagai pemegang dan pengontrol uang kas masuk dan keluar serta tanggung jawabnya adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan *form* kepada nasabah yang akan mengajukan kredit kepada perusahaan.
- 2) Meminta nasabah untuk menunjukkan kartu identitas yang asli beserta fotocopy dan melakukan pengecekan kebenaran identitas tersebut.
- 3) Membantu nasabah dalam menghitung besarnya biaya yang harus dikeluarkan terhadap kredit yang akan dicairkan.
- 4) Mencetak dan member bukti pembayaran yang akan dilakukan nasabah.
- 5) Menghitung uang yang akan diterima dari nasabah dicocokkan dengan bukti pembayaran yang telah dicetak sebelumnya.

d. Penyimpanan

- 1) Secara berkala melakukan pemeriksaan keadaan gudang penyimpanan barang jaminan emas, agar tercipta keamanan dan keutuhan barang jaminan untuk serah terima jabatan.
- 2) Menerima barang jaminan emas perhiasan dari Asisten Pemimpin atau Pimpinan Cabang.
- 3) Mengeluarkan barang kjaminan emas dan perhiasan untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain.
- 4) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan, agar barang jaminan dalam keadaan baik dan aman.
- 5) Melakukan pencatatan mutasi penerimaan atau pengeluaran barang jaminan yang menjadi tanggung jawab.
- 6) Melakukan perhitungan barang jaminan menjadi tanggung jawabnya secara terprogram sehingga keakuran saldo buku gudang dapat dipertanggungjawabkan.

e. Pemegang Gudang

- 1) Menerima barang jaminan selain barang kantong dari Asisten Pimpinan atau Pimpinan Cabang Pengadaian.
- 2) Melakukan pengelompokan barang jaminan sesuai dengan rubik dan bulan pinjamannya, serta menyusunnya sesuai dengan urutan nomor SBR dan mengatur penyimpanannya.
- 3) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan barang jaminan baik dan aman.

- 4) Mengeluarkan barang jaminan dari gudang penyimpanan untuk keperluan penebusan pemeriksaan oleh atasan atau keperluan lain.
- 5) Melakukan pencatatan dan pengadministrasian mutasi (pengurangan/penambahan) barang jaminan yang menjadi tanggung jawabnya.

f. Adminitrasi

Adminitrasi sebagai pengatur semua berkas pelaporan cabang, bertanggung jawab terhadap jalannya proses pencairan kredit bersama dengan penaksir cabang.

Tugas dan tanggung jawab adminitrasi adalah sebagai berikut :

- 1) Mendukung tugas penaksir dalam hal penerimaan.
- 2) Mendukung kellancaran pelaksanaan operasional di kantor cabang pengadaian sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Melakukan verifikasi terhadap aplikasi yang diajukan oleh nasabah.
- 4) Memberitahukan kepada nasabah prosedur pengajuan kredit serta prosedur pelunasan kredit.
- 5) Melakukan pemantauan terhadap perubahan harga logam mulia bersama dengan penaksir cabang dan memberikan laporan kepada pimpinan cabang mengenai perubahan harga logam mulia setiap harinya.

- 6) Mencetak semua berkas kredit yang telah dicairkan serta memberikan laporan kepada pimpinan cabang.

B. Syariah

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini beralamat di Jl. R. Sukamto, 8 Ilir, Ilir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30163. Alasan memilih lokasi ini karena Perum Pengadaian Syariah ini adalah cabang pertama yang berdiri di kota Palembang dan semua barang jaminan yang ada pada UPC (Unit Pengadaian Cabang) Syariah di kumpulkan menjadi satu untuk dilakukan lelang pada Perum Pengadaian Syariah Cabang Simpang Patal Palembang.

2. Sejarah Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah adalah Unit Syariah dari PT Pegadaian. Pegadaian pada awalnya berkembang di Italia yang kemudian dipraktikkan diwilayah-wilayah eropa lainnya, seperti Inggris dan Belanda. Sistem gadai tersebut memasuki Indonesia dengan dibawa dan dikembangkan oleh orang Belanda melalui perusahaan dagang belanda bernama iverenigde oost indische compagnei (VOC) pada sekitar abad ke 19. Bentuk usaha pegadaian di Indonesia berawal dari bank van leening. R Lahirnya pegadaian syariah sebenarnya berawal dari hadirnya fatwa

MUI⁴¹ tanggal 16 desember 2003 mengenai bunga bank. Fatwa ini memperkuat terbitnya PP No.10/1990 yang menerangkan bahwa misi yang diemban oleh pegadain adalah untuk mencegah praktik Riba, dan misi ini tidak berubah hingga diterbitkannya PP No. 103/2000 yang dijadikan landasan kegiatan usaha perum pegadaian. Berkat rahmat Allah SWT dan setelah melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit layanan gadai syariah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.

Konsep operasi Pegadaian Syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu azaz rasionalitas, efesiensi dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai Islam. Fungsi operasi pegadaian syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor cabang pegadaian syariah atau unit layanan gadai syariah (ULGS) sebagai satu unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai Konvensional. Pegadaian syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nam unit gadai syariah (ILGS) cabang Dewi Sartika dibulan Januari 2000. Menyusul kemudian pendiri ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Masih ditahun yang sama pula, 4 kantor cabang pegadaian Aceh dikonversi menjadi pegadaia syariah.⁴²

⁴¹Midi “Pegadaian Syariah” http://PT.Pegadaian.syariah.co.id.sejarah_pegadaian_syariah (diakses 29 September 2016)

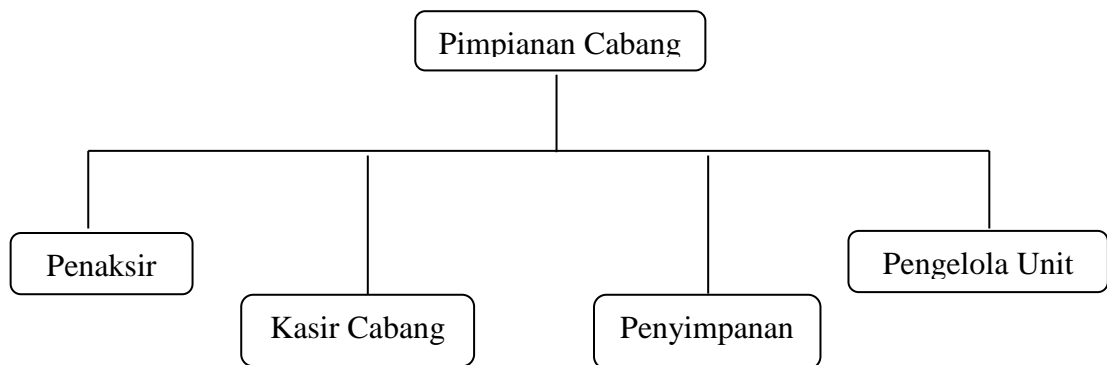
⁴²Dokumentasi.PT.Pegadaian Syariah pada tanggal 29 September 2016

3. Struktur Organisasi Pengadaian Syariah

Unit layanan gadai syariah merupakan suatu unit cabang dari perum pegadaian yang berada dibawah binaan devisi usaha lain, unit ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai secara konvensional. Dengan adanya pemisahan ini, maka konsekuensinya perlu dibentuk kantor cabang terpisah dan mandiri dari usaha gadai secara konvensional, namun masih dalam binaan pimpinan wilayah penggadaian sesuai dengan tempat kedudukan kantor cabang tersebut. Adapun struktur organisasi unit layanan gadai syariah sebagai berikut :

Gambar 3.2

Struktur Organisasi Pengadaian Syariah Cabang Simpang Patal⁴³



⁴³Wawancara Dengan Bapak Ahmadi Sebagai Pengelola Unit (Tanggal 30 September 2016)

4. Tugas dan Tanggung Jawab

a. Pimpinan cabang

Pimpinan cabang selaku penanggung jawab seluruh kegiatan operasional perusahaan memegang peran strategis dalam mengembangkan layanan serta kinerja perusahaan.

Tugas dan tanggung jawab pimpinan cabang sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan keseluruhan proses pemberian kredit kepada nasabah bersama penaksir sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Mengkoordinasikan pemberian layanan yang optimal kepada nasabah.
- 3) Melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap perencanaan dan pelaksanaan kegiatan, penilaian dan upaya tindak lanjut pelayanan terhadap nasabah.
- 4) Memfasilitasi pegawai untuk dapat mengembangkan kemampuan profesionalnya melalui berbagai kegiatan pengembangan profesi.
- 5) Melakukan pertanggung jawaban terhadap semua kredit yang telah diberikan kepada nasabah.
- 6) Mengkoordinasikan pegawai untuk mengontrol besarnya pemberian kredit terhadap nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 7) Melakukan pengecekan terhadap semua jenis barang jaminan yang disimpan serta memastikan bahwa barang yang dijaminkan nasabah disimpan dengan benar.

8) Mengadakan kerja sama dengan pihak luar, seperti instansi-instansi pemerintah, lembaga keuangan lainnya, perguruan tinggi dan lain-lain.

b. Penaksiran

Bertugas menaksir hutang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.

c. Kasir

Kasir sebagai pemegang dan pengontrol uang kas masuk dan keluar dan tanggung jawabnya sebagai berikut:

- 1) Memberikan form kepada nasabah yang akan mengajukan kredit kepada perusahaan.
- 2) Meminta nasabah untuk menunjukkan kartu identitas yang asli beserta copy dan melakukan pengecekan kebenaran identitas tersebut.
- 3) Membantu nasabah dalam menghitung besarnya biaya yang harus dikeluarkan terhadap kredit yang akan dicairkan.
- 4) Mencetak dan memberikan bukti pembayaran yang akan dilakukan nasabah.

Menghitung uang yang akan diterima dari nasabah dicocokkan dengan bukti pembayaran yang telah dicetak sebelumnya

d. Penyimpanan

- 1) Secara berkala melakukan pemeriksaan keadaan gudang penyimpanan barang jaminan emas, agar tercipta keamanan dan keutuhan barang jaminan untuk serah terima jabatan.
- 2) Menerima barang jaminan emas perhiasan dari Asisten Pemimpin atau Pimpinan Cabang.
- 3) Mengeluarkan barang kjaminan emas dan perhiasan untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain.
- 4) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan, agar barang jaminan dalam keadaan baik dan aman.
- 5) Melakukan pencatatan mutasi penerimaan atau pengeluaran barang jaminan yang menjadi tanggung jawab.
- 6) Melakukan perhitungan barang jaminan menjadi tanggung jawabnya secara terprogram sehingga keakuran saldo buku gudang dapat dipertanggungjawabkan.

e. Pengelola Unit

Pengelola unit selaku penanggung jawab seluruh kegiatan operasional di unit pegadaian syariah memegang peranan penting dalam mengembangkan layanan serta kinerja di unit kerjanya. Tugas dan tanggung jawab kepala unit adalah sebagai berikut: ⁴⁴

- 1) Melaksanakan keseluruhan proses pemberian kredit kepada nasabah di unit kerjanya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

⁴⁴Dokumentasi.PT.Pegadaian Syariah (Tanggal 29 september 2016).

- 2) Memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah.
- 3) Melakukan taksiran harga barang yang dijaminan nasabah sertamemberikan taksiran yang wajar terhadap barang jaminan tersebut agar kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan.
- 4) Melakukan survei tempat usaha nasabah yang mengajukan aplikasi pinjaman ARRUM, serta bertindak sebagai analis kredit dalam menentukan besarnya pinjaman yang bisa diberikan kepada nasabah.
- 5) Melakukan kontrol berkala terhadap barang jaminan nasabah yang akan memasuki tanggal jatuh tempo. Serta bertanggung jawab terhadap proses lelang barang jaminan yang tidak ditebus oleh nasabah.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional Cabang Kenten

Gadai dikalangan masyarakat bukan sesuatu yang asing lagi, masyarakat lebih memilih menggadaikan barang berharga dari pada menjualnya. Kebanyakan masyarakat menggadaikan perhiasan mereka seperti emas karena harga emas yang nilainya naik turun.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pimpinan di Pegadaian Konvensional di PT Pegadaian Konvensional Cabang Kenten pada tanggal 26 Januari 2017 jam 10.00 s/d selesai. Pegadaian Konvensional Cabang Kenten menggunakan beberapa strategi promosi produk gadai emas. Hal ini dapat dilihat dari petikan wawancara berikut ini:

“Strategi yang dilakukan untuk mengembangkan produk gadai emas di pegadaian konvensional cabang kenten ini dengan melakukan promosi-promosi seperti melalui periklanan seperti melalui media cetak, media elektronik, dan pegadaian juga melakukan program sendiri (door to door) dan juga melakukan publisitas”⁴⁵

Hal tersebut dideskripsikan sebagai berikut:

1. Iklan

Penggunaan promosi dengan iklan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Konvensional Cabang Kenten melalui berbagai media, diantaranya Media Cetak dan Media Elektronik, yaitu:

⁴⁵Hasil wawancara dengan Muhlis Pimpinan Cabang Konvensional Cabang Kenten pada Tanggal 26 Januari 2017

a) Media Cetak

Media cetak merupakan suatu cara atau sarana untuk memberikan informasi atau pengetahuan yang dapat diberikan secara detail. Iklan melalui media cetak dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya yaitu Brosur, Surat Kabar, Spanduk.

b) Media Elektronik

Strategi promosi menggunakan media elektronik merupakan bentuk sosialisasi atau kegiatan promosi melalui media yang dapat dilihat dan didengar oleh masyarakat. Melalui media elektronik PT. Pegadaian Konvensional Cabang Kenten melakukan promosi gadai emas melalui Radio, TV dan Internet.

c) PT. Pegadaian Konvensional Cabang Kenten juga melakukan program sendiri seperti *Door To Door*, SMLK, Seminar di Kantor Camat dan Lurah untuk memperkenalkan produk-produk pegadaian.

Dari data di atas maka dapat penulis jelaskan bahwa strategi promosi produk yang dilakukan oleh Pegadaian Cabang Kenten yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran dan promosi. Promosi yang dilakukan yaitu dengan iklan melalui Media Cetak dan Media Elektronik, Media Cetak seperti Brosur, Surat Kabar dan Spanduk yang dilakukan dilapangan dan dibagikan kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui informasi atau produk-produk yang ada di Pegadaian, sedangkan Media Elektronik seperti Radio, Televisi dan Internet yang dilakukan di beberapa stasiun televisi. Pegadaian Cabang Kenten juga melakukan program

sendiri seperti *Door To Door*, yang langsung turun kelapangan oleh staf atau pegawai Pegadaian untuk mempromosikan produk-produk yang ada di Pegadaian Cabang Kenten.

2. Publisitas

Publisitas merupakan sarana promosi yang dilakukan untuk mempengaruhi masyarakat, agar mengenal produk yang kita tawarkan. Promosi ini dapat dilakukan dengan cara menjadi sponsor dalam suatu acara yang dapat diliputi oleh wartawan televisi maupun koran dan kegiatan-kegiatan lainnya untuk memperkenalkan produk gadai PT. Pegadaian Konvensional kepada masyarakat.

Menurut saya publisitas adalah cara yang digunakan untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada nasabah dan untuk meningkatkan citra PT. Pegadaian Konvensional di depan calon nasabah atau nasabahnya dengan melakukan kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan sosial ataupun olahraga.

Masyarakat yang melakukan transaksi gadai di Pegadaian Konvensional Cabang Kenten relatif banyak. Hal ini dapat dilihat dari petikan wawancara berikut ini:

*“Jumlah konsumen yang menggadaikan barang perbulan rata-rata 400-600 per bulan untuk setiap barang baru yang digadaikan. Barang yang sering digadaikan itu rata-rata perhiasan seperti emas atau berlian, barang elektronik seperti laptop, handphone, dan kamera. Di Pegadaian ini banyak nasabah menggadaikan perhiasan atau emas karena nilai jual beli perhiasan yang cukup tinggi”*⁴⁶

⁴⁶Hasil wawancara dengan Muhlis Pimpinan Cabang Pegadaian Konvensional Kenten pada tanggal 26 Januari 2017

Harga taksiran gadai yang ditetapkan atau patokan awal berdasarkan dari pegadaian pusat. Hal ini dilihat dari petikan wawancara berikut ini :

*“Harga taksiran emas yang digadaikan di pegadaian konvensional cabang kenten ini ditentukan dari pegadaian pusat. Pemberian pinjaman dilihat dari harga dasar menurut besar pinjaman di sesuaikan dengan kadar emas yang di gadaikan”.*⁴⁷

Apabila nasabah belum bisa melunasi barang jaminan atau gadai akan memasuki tanggal jatuh tempo (4 bulan maksimal) maka pihak pegadaian berhak untuk melelang barang jaminan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dapat penulis jelaskan bahwa jumlah konsumen di Pegadaian Cabang Kenten adalah 400-600 nasabah per bulan untuk yang nasabah baru, untuk nasabah yang memperpanjang barang jaminan sekitar 300-400 nasabah per bulan. Dan harga gadai ditetapkan oleh Pegadaian Pusat, pinjaman yang diberikan Pegadaian berdasarkan besar pinjaman dan kadar emas yang digadaikan oleh nasabah.

Di pegadaian ada yang namanya Kredit Cepat Aman (KCA). Kredit Cepat Aman adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Untuk mendapatkan kredit nasabah hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, laptop, *handphone*, dan barang elektronik lainnya.

⁴⁷Hasil wawancara dengan Sunito Staff Administrasi di Pegadaian Konvensional Cabang Kenten pada tanggal 27 Januari 2017

Keunggulan dari KCA yaitu:⁴⁸

1. Layanan KCA tersedia lebih dari 4400 outlet pegadaian di seluruh indonesia.
2. Prosedur pengajuannya sangat mudah. Calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas dan barang-bervalue lainnya ke outlet Pegadaian.
3. Proses pinjaman sangat cepat, hanya membutuhkan waktu 15 menit.
4. Pinjaman mulai dari Rp. 50.000,- s.d Rp. 500.000.000,- atau lebih.
5. Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan cara membayar sewa modal saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman.
6. Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu.
7. Tanpa perlu buka rekening, dengan perhitungan sewa modal selama masa pinjaman.
8. Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai.

Persyaratan untuk menggadai yaitu:⁴⁹

1. Fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya.
2. Menyerahkan barang jaminan.
3. Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli
4. Nasabah menandatangani Surat Bukti Kredit (SBK)

⁴⁸Panduan Standar Operasional Pegadaian

⁴⁹Panduan Standar Operasional Pegadaian

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh PT. Pegadaian Konvensional Cabang Kenten. Hal ini dapat dilihat dari petikan wawancara berikut ini:

“Ada beberapa kendala yang kerap dihadapi di pegadaian konvensional kenten ini yaitu 1. Persaingan yang cukup ketat, 2. Harga emas dunia yang naik turun sehingga nasabah atau konsumen batal untuk menggadaikan barang, 3. Kendala yang sangat banyak dialami masyarakat adalah malu, tidak banyak nasabah masih malu untuk memasuki pegadaian dan tidak ingin tau bagaimana cara kerja pegadaian.”⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka penulis mengambil kesimpulan bahwasanya Pegadaian Cabang Kenten memberikan Kredit Cepat Aman (KCA) kepada nasabah. Kredit Cepat Aman adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan di atas, penulis menyimpulkan bahwa strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional yaitu promosi melalui periklanan dan publisitas. Jumlah nasabah yang menggadaikan barang perbulan rata-rata 400-600 untuk setiap pegadaian barang baru, sedangkan nasabah yang memperpanjang barang jaminan berjumlah 300-400 nasabah perbulan. Pada pegadaian cabang kenten memberikan kredit cepat aman kepada nasabah sebagai ssolusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman.

⁵⁰Hasil wawancara dengan Muhlis Pimpinan Cabang Pegadaian Konvensional Kenten pada tanggal 26 Januari 2017

B. Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Simpang Patal

Gadai syariah mulai beroperasi di Pegadaian Syariah Simpang Patal sejak bulan Agustus 2013 hingga sekarang. Perum Pegadaian merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang jasa keuangan non perbankan dengan kegiatan usaha utama menyalurkan kredit kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai. Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya baik produktif maupun konsumtif.

Ar-Rahn (gadai syariah) merupakan salah satu produk unggulan dari pegadaian syariah. Ar-Rahn dalam sistem pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan sistem gadai yang sesuai dengan syariah islam dengan agunan berupa emas, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor. Namun demikian, setiap usaha yang dilakukan oleh pegadaian syariah untuk memasarkan produknya dengan apa yang direncanakan merupakan bagian dari strategi pemasaran. Salah satu hal yang paling mendasar dan sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat nasabah sekaligus mempertahankan nasabah tersebut agar tetap setia dan loyal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pimpinan PT. Pegadaian Syariah Simpang Patal pada tanggal 23 Januari 2017 jam 10.00 s.d selesai. Dalam mempromosikan suatu produk PT. Pegadaian Syariah Simpang Patal menggunakan strategi pemasaran dan menyusun rencana pemasaran produk gadai syariah. Hal ini dapat dilihat dari petikan wawancara berikut ini:

“Pegadaian Syariah simpang patal ini menggunakan strategi pemasaran dan menyusun rencana pemasaran produk gadai syariah untuk calon nasabah dan memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya seperti kepada nasabah yang potensial yang memerlukan dana cepat untuk kebutuhan dagang, pendidikan, perumahan, kesehatan, dan konsumsi.”⁵¹

Untuk mencapai pasar sasaran tersebut strategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Simpang Patal meliputi dua bauran pemasaran, yaitu:

1. Strategi dalam bidang produk

Strategi produk yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Simpang Patal dalam upaya menarik minat nasabah adalah dengan cara sebagai berikut:

- a) Pengembangan produk menjadi ARRUM (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil). ARRUM adalah skim pembiayaan (jual beli) berprinsip syariah islam bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran dan agunan BPKB motor atau mobil.

⁵¹Hasil Wawancara dengan Akhmadi Pimpinan Pegadaian Syariah Simpang Patal pada tanggal 23 Januari 2017

b) Pengoptimalan taksiran, ini dilakukan dengan cara mengoptimalkan segi taksiran emas disesuaikan dengan HPS (Harga Pasar Setempat), keakuratan timbangan secara teratur dicek, alat uji berlian dan alat taksiran dicek secara teratur pula.

2. Strategi dalam Bidang Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Simpang Patal dalam memasarkan produk gadai syariah adalah dengan cara:

- a) Melalui Periklanan, yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam iklan majalah, spanduk, brosur, leaflet, souvenir, (seperti payung, celengan, kalender, dan lain-lain).
- b) Melalui Publisitas, yaitu promosi dengan yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan aman yaitu pada ulang tahun Perum Pegadaian mengadakan sunatan masal yang dananya diambil dari uang kelebihan yang tidak diambil dalam jangka waktu satu tahun.
- c) Melalui Penjualan Pribadi, yaitu promosi ini dilakukan oleh karyawan pegadaian syariah setempat dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah, mensosialisasikan produk gadai syariah kepada ibu-ibu pengajian dengan mendatangi pengajian ibu-ibu, serta kepada komunitas atau kantor dinas instansi dan perusahaan-perusahaan.

Jadi kesimpulannya, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Simpang Patal ada dua yaitu strategi dalam bidang produk, dan strategi dalam bidang promosi. Kedua strategi pemasaran ini diatur dalam pedoman operasional gadai syariah yang berlaku umum tetapi tergantung kondisi cabang yang berbeda-beda.

Masyarakat yang melakukan transaksi gadai di Pegadaian Syariah Simpang Patal relatif banyak. Hal ini dapat dilihat dari petikan wawancara berikut ini:

“Jumlah konsumen di Pegadaian Syariah Simpang Patal ini cukup banyak yaitu 400-500 nasabah per bulan yang menggadaikan barang dipegadaian. Kebanyakan nasabah menggadaikan perhiasan seperti emas, karena harga emas yang nilainya naik turun maka nasabah lebih memilih untuk menggadaikan emas dari pada menjualnya.”⁵²

Faktor yang mendorong Perum Pegadaian untuk meluncurkan produk *rahn* (Gadai Emas Syariah) ini tak lepas dari respon masyarakat terhadap sistem syariah yang semakin meningkat, sistem syariah ini banyak diminati karena terbukti bisa tertahan dari badai krisis moneter. Selain itu, dengan tidak adanya sistem bunga maka tidak ada lagi keraguan untuk memilih produk *rahn* gadai emas syariah ini. Diantara alasan mengapa perum pegadaian syariah mengeluarkan produk gadai emas syariah yaitu:

⁵²Hasil Wawancara dengan Akhmadi Pimpinan Pegadaian Simpang Patal pada tanggal 23 Januari 2017

- 1) Telah dikeluarkannya undang-undang serta fatwa yang menghalalkan praktek gadai emas;
- 2) Adanya dukungan dan keinginan yang sangat tinggi dari masyarakat Islam yang ingin bertransaksi secara islami tanpa adanya unsur riba, gharar, dan maysir;
- 3) Pegadaian usaha dimana perum pegadaian harus mampu menjawab tantangan supaya tidak ditinggalkan oleh para nasabah;
- 4) Produk gadai syariah sangat prospek banyak keunggulan dan keuntungan dalam perkembangan usahanya, diantaranya karena nilai emas yang antikrisis dan anti inflasi.

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

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan di atas, penulis menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian syariah simpang patal yaitu strategi dalam produk dan strategi dalam bidang promosi. Jumlah nasabah yang menggadaikan barang perbulan rata-rata 400-500 perbulan. Jenis barang yang sering digadaikan berupa perhiasan seperti emas. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan nasabah dan menawarkan produk serta layanan yang beragam berupa pembiayaan bagi para pengusaha mikro kecil dan dalam memasarkan produk

lebih mengutamakan pemeliharaan hubungan baik dengan nasabah agar tetap setia dan loyal.

C. Analisis Komparasi Strategi Promosi Produk Gadai Emas Antara Pegadaian Konvensional Kenten Dan Pegadaian Syariah Simpang Patal

Berdasarkan data yang telah diperoleh mengenai prosedural dan mekanisme gadai emas dari kedua Pegadaian tersebut, terdapat beberapa hal yang membedakan secara aplikatif antara Pegadaian Konvensional Kenten dan Pegadaian Syariah Simpang Patal

Praktik syariah di Pegadaian Syariah menggunakan akad *Qardhul Hasan* (bea administrasi, biaya surat hilang, biaya penjualan) dan *akad ijarah*, sedangkan di Pegadaian Konvensional menggunakan akad perjanjian yang dilakukan di awal akad. Untuk semua pemanfaatan dana pinjaman oleh nasabah, baik untuk keperluan yang sifatnya sosial (kebutuhan hidup sehari-hari, pendidikan, dan kesehatan) maupun yang sifatnya produktif atau penambahan modal (perdagangan, wiraswasta).

Pemilik modal harus berupaya memproduktifkan modalnya dan bagi yang tidak mampu menjalankan usaha atau untuk tujuan yang sifatnya prroduktif, maka Islam menyediakan bisnis alternatif dengan sistem bagi hasil.

Ada beberapa perbedaan antara gadai dengan *rahn* adalah:

1. *Rahn* dalam hukum Islam dilakukan secara sukarela atas dasar tolong-menolong tanpa mencari keuntungan, sedangkan gadai menurut hukum

perdata, disamping berprinsip tolong-menolong juga menarik keuntungan dengan cara menarik bunga atau sewa modal yang ditetapkan.

2. Dalam hukum perdata hak gadai hanya berlaku pada benda yang bergerak, sedangkan dalam hukum Islam, *rahn* berlaku pada seluruh harta, baik harta yang bergerak maupun yang tidak bergerak.
3. Dalam *rahn*, menurut hukum Islam tidak ada istilah bunga uang, tetapi biaya penitipan.
4. Gadai menurut hukum perdata, dilaksanakan melalui suatu lembaga yang di Indonesia disebut Perum Pegadaian, sedangkan *rahn* menurut hukum Islam dapat dilaksanakan tanpa melalui suatu lembaga.
5. Di Indonesia, penguasaan atas barang yang dijadikan jaminan dibedakan menjadi gadai dan *fidusia*. Gadai penguasaan atas barang yang dijadikan jaminan diberikan kepada penerima gadai dan hak milik atas barang yang dijadikan jaminan tetap pada pemberi gadai. Sedangkan fidusia, penguasaan atas barang yang dijadikan jaminan diberikan kepada pemberi gadai yang juga sebagai pemilik barang yang digadaikan.

1. Perbedaan Teknis Pelaksanaan

a. Mekanisme Pegadaian Konvensional

Dalam gadai, objek yang digunakan biasanya terjadi dari emas dan perhiasan lainnya. Meskipun perhiasan berlian kurang diminati oleh pegadaian, karena beberapa faktor dan prakteknya seperti penipuan. Jadi yang lebih diminati adalah emas, karena lebih mudah ditandai

keasliannya. Selain perhiasan, diterima pula kendaraan seperti mobil, motor, dll. Meskipun tetap yang disukai adalah emas.

Cara kerja pegadaian konvensional ini dengan cara: yaitu orang yang perlu uang datang ketempat pegadaian, mereka akan menyerahkan barang yang akan digadai, barang yang akan digadai ditaksir oleh petugas dan nilai taksirannya akan diberikan dalam bentuk uang. Sehingga orang yang memerlukan uang itu akan menerima sejumlah uang, sesuai dengan taksir barang yang digadaikan atau mereka biasanya menggadaikan barangnya selama 4,6 bulan sesuai dengan yang disepakati, tapi biasanya tidak lebih dari 1 tahun. Jadi biasanya kegunaan ini agak berbeda dengan bank yang bisa 2 atau 3 tahun, ini digunakan untuk kebutuhan mendesak. Layaknya pada lembaga keuangan lainnya, pegadaian pun mengenakan bunga untuk jasa yang dilakukannya.

Dari jumlah uang yang diberikan tersebut, maka pegadaian akan mengenakan jasa uang atau yang di lembaga disebut dengan bunga. Sehingga orang yang menggadaikan tadi akan membayar bunga dan pada saat jatuh tempo mereka akan membayar kembali barang tersebut, sehingga mereka memperoleh kembali barangnya, secara ringkas itu adalah cara kerja pegadaian konvensional.

b. Mekanisme Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah, proses pinjam-meminjamnya masih sama dengan pegadaian konvensional. Secara umum tidak ada perbedaan dari

sisi peminjam. Hanya saja bunga yang dikenakan pada pegadaian konvensional diganti dengan biaya penitipan pada pegadaian syariah.

Sedangkan pegadaian syariah mempunyai mekanisme yang sedikit berbeda, yaitu pegadaian konvensional menentukan bunga atau sewa modal berdasarkan jumlah pinjaman yang diajukan oleh nasabah, sedangkan pegadaian syariah menentukan besarnya pinjaman dan biaya pemeliharaan berdasarkan taksiran emas yang digadaikan. Taksiran emas yang diperhitungkan antara lain adalah karatase emas, volume serta berat emas yang digadaikan.

2. Perbandingan Perhitungan Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional

Aspek syariah tidak hanya menyentuh bagian operasionalnya saja, pembiayaan kegiatan dan pendanaan bagi nasabah, harus diperoleh dari sumber yang benar-benar terbebas dari unsur riba. Dalam hal ini, seluruh kegiatan Pegadaian Syariah termasuk dana yang kemudian disalurkan kepada nasabah, murni berasal dari modal sendiri ditambah dana pihak ketiga dari sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Pegadaian telah melakukan kerja sama dengan Bank Muamalat sebagai fundernya, kedepan Pegadaian juga akan melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan syariah lain untuk membeck up modal kerja. Dari uraian ini dapat dicermati perbedaan yang cukup mendasar dari teknik transaksi Pegadaian Syariah dibandingkan dengan Pegadaian Konvensional, yaitu di

Pegadaian Konvensional, tambahan yang harus dibayar oleh nasabah yang disebut sebagai sewa modal, dihitung dari nilai pinjaman.

Pegadaian konvensional hanya melakukan satu akad perjanjian yaitu, hutang piutang dengan jaminan barang bergerak yang jika ditinjau dari aspek hukum konvensional. Keberadaan barang jaminan dalam gadai bersifat *accessoir*, sehingga Pegadaian konvensional bisa tidak melakukan penahanan barang jaminan atau dengan kata lain melakukan praktik fidusia. Berbeda dengan Pegadaian Syariah yang mensyaratkan secara mutlak keberadaan barang jaminan untuk membenarkan penarikan bea jasa simpan.

Sedangkan kelebihan Gadai Konvensional dibandingkan dengan gadai syariah adalah:

- a. Masyarakat Indonesia lebih banyak mengenal Pegadaian Konvensional karena berkembang lebih dulu.
- b. Pegadaian konvensional sudah memasuki wilayah kecamatan.

Dan kelemahannya yaitu Pegadaian Konvensional hanya melakukan satu akad perjanjian, yaitu; hutang piutang dengan jaminan barang bergerak yang jika ditinjau dari aspek hukum konvensional, keberadaan barang jaminan dalam gadai bersifat *accessoir* (tambahan) sehingga pegadaian konvensional bisa tidak melakukan penahanan barang jaminan.

3. Informasi Masa Jatuh Tempo Kepada *Rahin* (Nasabah)

- a. Pegadaian Syariah Simpang Patal saat memberikan informasi masa jatuh tempo dilakukan 2 minggu sebelum dan 3 hari sesudah tanggal jatuh tempo.
- b. Pegadaian Cabang Kenten saat memberikan informasi masa jatuh tempo dilakukan 3-7 hari sebelum dan tepat pada saat tanggal jatuh tempo.

Dari data diatas dapat penulis jelaskan bahwa pada saat memberikan informasi masa jatuh tempo, Pegadaian Syariah Simpang Patal Palembang melakukan pemberitahuan sebelum masa jatuh tempo lebih cepat 7 hari dari Pegadaian Cabang Kenten Palembang. Sedangkan pada saat memberikan informasi sesudah jatuh tempo, Pegadaian Syariah Simpang Patal Palembang Lebih lama 3 hari dibandingkan dengan pemberitahuan informasi masa sesudah jatu tempo pada Pegadaian Konvensional Cabang Kenten Palembang.

Kelebihan yang ada pada Pegadaian Syariah Simpang Patal Palembang dapat dilihat dari pihak pegadaian, pegadaian melakukan konfirmasi sebelum tanggal jatuh tempo itu lebih cepat 7 hari dibandingkan dengan Pegadaian Konvensional. Sedangkan kekurangannya terletak pada saat memberitahukan informasi sesudah masa jatuh tempo. Pegadaian Syariah Simpang Patal ini lebih lama 3 hari dibandingkan dengan Pegadaian Cabang Kenten.

Kelebihan yang ada pada Pegadaian Cabang Kenten Palembang ini menurut penulis dapat dilihat dari cara pegadaian melakukan pemberitahuan informasi sesudah tanggal jatuh tempo yang dilakukan bertepatan dengan tanggal jatuh tempo. Sedangkan kekurangannya adalah Pegadaian Cabang Kenten Palembang ini melakukan pemberitahuan sebelum tanggal jatuh tempo itu lebih lama dari pada Pegadaian Syariah Simpang Patal. Dari data yang penulis jelaskan diatas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa semua cara yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Simpang Patal Palembang dan Pegadaian Cabang Kenten Palembang ini efektif untuk digunakan sesuai dengan peraturan dan kebijakan dari pihak pegadaian syariah dan pegadaian Konvensional itu sendiri.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Pada akhir pembahasan tentang “Studi Komparasi Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional Kenten dan Pegadaian Syariah Simpang Patal” maka dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan hasil analisis dari data-data yang telah diteliti dan terkumpul, penulis menyimpulkan bahwa Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional Kenten menggunakan strategi pemasaran dan promosi. Berbagai program yang dilakukan di Pegadaian Konvensional Kenten yaitu program sendiri seperti *door to door* dan seminar dikantor camat dan lurah tentang produk-produk pegadaian. Jumlah nasabah pada Pegadaian Konvensional Kenten berjumlah 400-600 nasabah perbulan untuk setiap barang baru yang digadaikan.
2. Berdasarkan hasil analisis dari data-data yang telah diteliti dan terkumpul, penulis menyimpulkan bahwa Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Simpang Patal menggunakan strategi pemasaran dan promosi. Pada Pegadaian Syariah hanya melakukan pemberian sosialisasi kepada masyarakat (khususnya untuk ibu-ibu pengajian) dan menjadi sponsor diacara-acara tertentu. Jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Simpang Patal 400-500 nasabah yang menggadaikan barang.
3. Perbandingan Strategi Promosi Produk Pada Pegadaian Konvensional Kenten dan Pegadaian Syariah Simpang Patal hanya terletak pada strategi

pemasaran dan promosi saja. Pada pegadaian konvensional menggunakan sistem *door to door* dan seminar ke kantor camat dan lurah tentang produk-produk pegadaian sedangkan pada pegadaian syariah menggunakan sistem sosialisasi pada masyarakat dan menjadi sponsor pada acara-acara tertentu.

B. Saran

1. Diharapkan pihak Pegadaian Cabang Kenten Palembang dan Syariah Cabang Simpang Patal lebih selektif dalam menerima barang gadai untuk menghindari resiko yang akan terjadi dikemudian hari.
2. Diharapkan PT. Pegadaian (Persero) tetap pada tujuannya yaitu membantu masyarakat golongan ekonomi lemah mengatasi kesulitan akan dana yang dibutuhkan, sehingga dapat mencegah dan menghindari golongan ekonomi lemah dari praktek lintah darat dan pegadaian gelap dengan bunga yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Antoni, Muhammad Syafe'i. Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik, Jakarta: Gema Insani. 2001.
- Ariyanto Azis. Studi komparasi aplikasi gadai emas serta pengembangan pada bank syariah dan perum pegadaian syariah. Jurnal, jakarta: fakultas syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2011.
- Armstrong dan Kotler. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga. 2001.
- Assuari Sofjan. *Manajemen pemasaran dasar konsep & strategi*, Jakarta: Rajawali Pers. 2011.
- Cross. Pengembangan Produk Perbankan, Bandung: PT. Alma'arif. 1994.
- Darmata, Swaestha, Basu dan Handoko Hani. Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPF. 1997
- Darmawi Herman. Manajemen Perbankan, Jakarta: Bumi Aksara. 2011
- Dewi Yulisma. Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-biaya, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah. Jurnal: Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syaarif Hidayatullah, 2013
- Firdaus NH Muhammad. *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*, Jakarta: Renaisan. 2005

Gunawan Imam. *Metode Penelitian Kualitatif dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara. 2015.

Julius R. Latumaerissa. *Bank dan Lembaga keuangan syariah*, Jakarta: Salemba Empat. 2013

Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Pers. 2013.

Kasmir. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana. 2010

Misbahudin Atep. Strategi pemasaran gadai emas pada BRPS PNM Al-Ma'soem dalam meningkatkan pendapatan Bank. Jurnal, jakarta: fakultas syariah dan hukun UIN Syarif Hidayatullah, 2008.

Munawir, A. W. *Kamus Al- Munawir*, Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.

Rambat, Lupiyoadi dan Hamdani A. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat. 2009

Reidenbach, Eric dan Grubbs, M. Ray. *Mengembangkan Produk Baru Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara. 1994

Saladin Djaslim. *Unsur-unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara. 2003

Soemitra Andri. *Bank dan lembaga keuangan lainnya*, Jakarta: Kencana. 2009

Subekti dan Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Pradnya Paramitaa. 2008

Sudarsono Heri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia.
2003

Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
2015

Udan dan Tripomo Tedjo. *Manajemen Strategi*, Bandung: Rekayasa Seins. 2005

Sumber Dari Internet:

Fathoni Abdulrahman. “Metode Penelitian”. Diakses dari
<http://scholar.google.co.id/scholar.html>. 2016

Pegadaian-cara melakukan gadai emas. Diakses dari
<http://Satulayanan.id/layanan/index/21/pegadaian-cara-melakukan-gadai-emas.html>. 2016

DOKUMENTASI











BIODATA PENULIS

I. DATA PRIBADI

Nama : Fitri Diana
Tempat/ Tanggal Lahir : Palembang, 12 April 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Anak Ke : 3 Dari 4 Bersaudara
Saudara Perempuan : Apriyaanti Raudo, Am. Keb, dan Nabila
Nailaturrahmah
Saudara Laki-laki : Mohammad Ferdiansyah Am.d
Alamat : Komp. Kenten Azhar Blok G3 no. 13 Palembang
No. Telepon : 082176197383



II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2001-2007 : SD Negeri 4 Kenten
2. 2007-2010 : SMP Negeri 41 Palembang
3. 2010-2013 : SMA Negeri 14 Palembang
4. 2013-2017 : Program Strata I UIN Raden Fatah Palembang

III. NAMA ORANG TUA

Nama Ayah : Apendi, SE
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil (PNS)
Tempat/ Tanggal Lahir : Karang Tanding, 10 Oktober 1962

Nama Ibu : Yunita
Pekerjaan : Ibu Rumah Tanggal (IRT)
Tempat/ Tanggal Lahir : Seleman, 12 Desember 1966