



**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARIAH DALAM  
MENARIK MINAT NASABAH DI BANK BRISYARIAH KANTOR  
CABANG PEMBANTU JAKARTA CILEDUG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi  
Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah**

**Disusun Oleh :**

**Nama : Muhamad Arifin**

**NPM : 2011570043**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

**2017 M / 1438 H**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Arifin  
NPM : 2011570043  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Fakultas : Agama Islam  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Menarik Minat Nasabah di Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, \_\_\_\_\_ 1438 H

08 Maret 2017 M

Yang menyatakan,

*Materai 6000*

Muhammad Arifin

## LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul : Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Menarik Minat Nasabah di Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug. Disusun oleh : Muhamad Arifin Nomor Pokok Mahasiswa : 2011570043. Telah diujikan pada hari / tanggal : Sabtu, 19 November 2016 telah diterima dan disahkan dalam sidang Skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu ( S1 ) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah.

### FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,

Rini Fatma Kartika, S. Ag., M.H.

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S. Ag., M.H.</u> Ketua	.....	.....
<u>Drs. Tajudin, MA</u> Sekretaris	.....	.....
<u>Dr. Sulaiman Jajuli, M.E.I</u> Dosen Pembimbing	.....	.....
<u>Drs. Zamris Habib, M.Si</u> Anggota Penguji I	.....	.....
<u>Dr. Oneng Nurul Bariyah, M.Ag</u> Anggota Penguji II	.....	.....

**Muhammad Arifin**  
**2011570043**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARIAH DALAM  
MENARIK MINAT NASABAH DI BANK BRISYARIAH KANTOR  
CABANG PEMBANTU JAKARTA CILEDUG.**

**xi + 65 halaman + 5 Tabel + 5 Lampiran**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana Strategi Pemasaran Produk Gadai syariah dalam Menarik Minat Nasabah. Penelitian ini dilakukan pada Gadai di Bank BRIsyariah Kantor Cabang Jakarta Ciledug. Objek penelitian ini adalah karyawan selaku penaksir gadai di Bank BRIsyariah Kantor Cabng Jakarta Ciledug. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan atau *Library Research* dan penelitian lapangan (*field research*). Studi penelitian yang dilakukan bersifat analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Bank BRIsyariah mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah uang pinjaman/omset yang diperoleh pada tahun 2011-2012.

## KATA PENGANTAR

*Bismillaahirrahmaanirrahim . . .*

Alhamdulillah, akhirnya dengan karunia dan hidayah-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul: “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Menarik Minat Nasabah di Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug”, dan dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan slam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia ke jalan yang diridhoi Allah SWT.

Skripsi ini dibuat dan diajukan kepada Fakultas Agama Islam Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Jakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan S1 (Strata 1). Penyelesaian skripsi ini bukan saja hasil usaha penulis soerang diri, melainkan banyak pihak yang memberikan bantuan baik moral maupun materil. Sekiranya patutlah bagi penulis untuk berterima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Kepada Ayahanda Sarmin dan Ibunda Muniroh tercinta yang telah memberikan kesempatan penulis menikmati dan mengenyam pendidikan sejak kecil hingga sekarang, dan karewna do’a keduanya pula semua dapat berjalan dengan baik.
2. Dekan Fakulktas Agama Islam beserta para stafnya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat belajar dan

menambah wawasan di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

3. Ketua Prodi Manajemen Perbankan Syariah, yang telah banyak membantu penulis saat menjalani masa perkuliahan hingga saat penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Sulaiman Jajuli, M.E.I, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan mencurahkan pikiran untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Pimpinan Perpustakaan FAI UMJ beserta stafnya, yang telah berkenan meminjamkan buku-buku perpustakaan kepada penulis.
6. Kepada para dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada penulis dengan penuh kesungguhan serta kesabaran.
7. Kakakku tercinta suwanto dan Siti Kholifah yang selalu memberikan support dan bantuan tanpa kenal bosan kepada penulis dalam menempuh proses pendidikan dan hal lainnya.
8. Sahabat-sahabatku Agung Gumilar, Abdul Hafis, Nova Ariandi, dan Seluruh kawan-kawan MPS C angkatan 2011 yang selalu memberikan support dalam menyelesaikan skripsi

Akhirnya, kepada Allah SWT jualah penulis serahkan segalanya serta panjatkan doa semoga amal kebajikan mereka dibalas oleh Allah SWT, serta diberikan pahala yang berlipat ganda sesuai amal perbuatannya. Penulis berharap

semoga skripsi yang mnasih jauh dari kata sempurna ini dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya dan seluruh masyarakat pada umumnya.

Jakarta, 08 Maret 2017

Muhammad Arifin

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PANITIA PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Perumusan Masalah .....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
F. Kajian Terdahulu .....	9
G. Sistematika Penulisan .....	11

### **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Definisi Gadai Syariah	13
B. Strategi Pemasaran	26

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Pengertian Metodologi Penelitian	38
B. Jenis Penelitian	38
C. Obyek dan Subyek Penelitian	39



D. Jenis dan Pengumpulan Data39

E. Teknik Pengolahan Data43

F. Teknik Analisis Data43

## **BAB VI HASIL PENELITIAN**

A. Sejarah Gadai Syariah Bank BRISyariah Kantor Cabang  
Pembantu Jakarta Ciledug45

B. Produk-produk yang dihasilkan46

C. Strategi dan Implementasi Pemasaran dalam Menarik  
Minat Nasabah49

D. Analisis Terhadap Strategi di Lingkungan Pemasaran Produk Gadai  
Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah50

E. Tantangan dan Peluang BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta  
Ciledug Dalam Menarik Minat Nasabah Gadai50

F. Analisis SWOT52

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan56

B. Saran57

## **DAFTAR PUSTAKA59**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Performa gadai KCP JKT Ciledug tahun 2011-2015.....	5
Tabel 2 Perbandingan Skripsi.....	10
Tabel 3 Perbedaan gadai Syariah dengan gadai Konvensional.....	11
Tabel 4 Alur informasi Format kualitatif.....	12
Tabel 5 Analisis SWOT.....	13

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sejarah dikenalnya asal mula kegiatan perbankan dimulai dari jasa penukaran uang. Oleh karena itu, Bank dikenal sebagai tempat menukar uang atau sebagai meja tempat menukar uang. Dalam sejarah para pedagang dari berbagai kerajaan melakukan transaksi dengan menukar uang, dimana penukaran uang dilakukan antara mata uang kerajaan yang satu dengan mata uang kerajaan yang lain.<sup>1</sup>

Dalam perkembangan selanjutnya, kegiatan operasional perbankan bertambah lagi menjadi tempat penitipan uang atau yang disebut sekarang ini sebagai kegiatan simpanan. Kemudian kegiatan perbankan berkembang dengan kegiatan pinjaman uang, yaitu dengan cara uang yang semula disimpan masyarakat oleh perbankan dipinjamkan kembali ke masyarakat yang membutuhkannya.

Atas dasar dorongan kebutuhan masyarakat terhadap layanan jasa Perbankan Syariah pertama berdiri pada tahun 1992. Semenjak itu, pemerintah Indonesia mulai memperkenalkan *Dual Banking System*. Komitmen pemerintah dalam usaha pengembangan perbankan Syariah baru mulai terasa sejak tahun 1998 yang memberikan kesempatan luas kepada Bank Syariah untuk berkembang tahun berikutnya kepada Bank Indonesia. Selain menganut strategi *market driven* dan *fair treatment*, pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia dilakukan dengan strategi pengembangan bertahap yang berkesinambungan yang sesuai dengan prinsip Syariah.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.15.

<sup>2</sup> Ascary, *Akad dan Produk Bank syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 203.

Bank berdasarkan prinsip Syariah atau Bank Syariah atau Bank Islam, seperti halnya Bank konvensional juga berfungsi sebagai suatu lembaga intermediasi (*Intermediary institution*), yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk pembiayaan.<sup>3</sup>

Pada tanggal 16 Juli 2008 UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disahkan yang memberikan landasan hukum industri Perbankan Syariah Nasional dan diharapkan mendorong perkembangan Bank Syariah yang selama lima tahun terakhir asetnya tumbuh lebih dari 65% per tahun namun pasarnya (*market share*) secara nasional masih dibawah 5%. Undang-undang ini mengatur secara khusus mengenai Perbankan syariah, baik secara kelembagaan maupun kegiatan usaha. Beberapa lembaga hukum baru diperkenalkan dalam UU No. 21 tahun 2008 antara lain yakni menyangkut pemisahan (*spin-off*) UUS baik secara sukarela maupun wajib dan Komite Perbankan Syariah.<sup>4</sup>

Untuk itu, Bank Syariah mencoba untuk membuat sebuah terobosan yang mungkin nantinya bisa menarik perhatian dan juga minat masyarakat untuk menggunakan jasa layanan tersebut. Banyak Bank Syariah mencoba untuk memberikan pelayanan yang membuat nasabahnya lebih terjamin dalam menginvestasikan dananya pada Bank Syariah dengan menggunakan produk-produk jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah salah satunya adalah Gadai, dimana gadai ini merupakan salah satu bentuk pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana cepat, guna memenuhi segala kebutuhannya. Salah satu Bank Syariah yang menggunakan produk gadai adalah Bank BRI Syariah. Gadai Syariah ini berdiri pada bulan November 2001.

---

<sup>3</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007) , hlm.1.

<sup>4</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm.65.

Meski para Bankir Syariah terus berupaya menciptakan produk-produk Syariah baru. Gadai Syariah tetap akan menjadi primadona bisnis perbankan syariah tahun 2016. Prediksi para Bankir, bisnis Gadai Syariah akan tumbuh minimal 20%. Wahyu Dwi Agung Direktur Utama MC Consulting, konsultan perbankan yang juga mantan ketua Asosiasi Bank Syariah Indonesia (Asbisindo) berkata, cerahnya bisnis Gadai Syariah ini juga tampak dari target-target bisnis yang ditetapkan Perbankan Syariah. Alat ukur lainnya adalah Agresivitas Perum Pegadaian dalam memperluas pasar Gadai Syariah.

Ada tiga keuntungan bagi bank syariah membuka layanan gadai dengan agunan emas. *Pertama*, produk ini menjangkau masyarakat luas. Banyak orang memiliki emas, mulai dari kalung, gelang, cincin dan seterusnya. *Kedua*, produk punya harga yang bagus. *Fee* atau upah yang dikutip bank lumayan bagus. *Ketiga*, produk emas cukup aman. Artinya, kalau dijual karena tidak ditebus oleh nasabah harganya masih terlampaui tinggi. Direktur Utama Bank BRI Syariah Muchammad Hadi Santoso mengatakan, gadai syariah berprospek cerah karena produk ini menambah pembiayaan mikro yang jarang disentuh oleh bank. Untuk memperluas pemasaran Gadai Syariah, Bank BRI Syariah akan memperbanyak cabang yang membuka layanan ini.<sup>5</sup>

Strategi yang sudah dilakukan Bank BRI Syariah telah mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah uang pinjaman atau omset, tetapi Bank BRISyariah juga tidak mampu mempertahankan peningkatan jumlah omset yang sudah didapat selama 2 tahun tersebut yaitu pada tahun 2011-2012, terbukti bahwa pada tahun 2013-2015 terus mengalami penurunan yang sangat signifikan.

---

<sup>5</sup> www. Kontan.co.id (Diakses pada tanggal 16 Juli 2015)

**Tabel 1.1**

**Performance Gadai KCP JKT Ciledug dari Tahun 2011 s/d 2015**

<b>Tahun</b>	<b>Pencairan</b>	<b>OS</b>	<b>Pend. Ujroh</b>	<b>Pend. Admin</b>	<b>Total Pendapatan</b>
2011	15.121.867.220	2.828.571.880	644.039.300	18.540.000	662.579.300
2012	15.611.842.200	5.234.406.900	644.039.300	19.387.500	663.800.850
2013	8.079.661.750	1.075.301.850	284.430.300	4.882.500	289.800.850
2014	1.129.630.900	337.451.000	38.989.950	3.190.000	42.179.950
2015	712.623.000	233.756.000	29.691.500	2.210.000	31.901.500
<b>Total</b>	<b>40.655.625.070</b>	<b>9.709.487.630</b>	<b>1.641.190.350</b>	<b>48.210.000</b>	<b>1.690.262.450</b>

Peningkatan omzet yang terjadi di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug selain karena faktor strategi pemasaran yang dilakukan dapat juga terjadi karena musim pendaftaran ulang siswa sekolah sebagai salah satu pemicu meningkatnya omzet *Rahn*, karena para orang tua banyak yang membutuhkan uang secara cepat untuk mendaftarkan ulang anak-anaknya dan mereka memilih untuk menggadaikan barang berharga miliknya. Sedangkan masalah yang dihadapi adalah penurunan omzet yang terjadi pada tahun 2013 s/d 2015 dikarenakan ditutup dan diberlakukannya peraturan baru oleh kantor pusat dan layanan gadai Bank BRISyariah iB oleh Bank Indonesia yang akan dilakukan konsolidasi internal terkait evaluasi Bank Indonesia. Bukan itu saja masalah yang dihadapi oleh Bank BRISyariah adapun masalah lainnya yang ditemukan adalah kurangnya SDM dalam memasarkan produk gadai sehingga terjadi penurunan omzet pada Gadai. PT. Bank BRISyariah akan melakukan *Product Review* untuk mempertajam keunggulan produk di BRISyariah. Hal ini sejalan dengan anjuran Bank Indonesia agar produk di BRISyariah semakin menarik tanpa meninggalkan nilai syariahnya. Ha ini merupakan langkah strategis

yang dilakukan oleh Bank BRISyariah seiring dengan penutupan layanan gadai terutama bagi nasabah dengan pinjaman di atas 50 juta. Bank BRISyariah memiliki produk Gadai Emas yang diperuntukan untuk pemenuhan kebutuhan yang mendesak dan keperluan modal usaha. Pihak Bank BRISyariah terus menerus akan melakukan review terhadap produk gadai BRISyariah iB ini dan akan melaporkan kembali ke Bank Indonesia agar produk yang baru bisa lebih memberi manfaat bagi nasabah sekaligus meningkatkan nilai-nilai syariah, sehingga unsur spekulasi dapat dihindari. Pada tahun 2014 – 2015 Gadai yang ada pada Bank BRISyariah KCP Jakarta Ciledug di freez atau ditutup oleh kantor pusat dan SDM atau penaksir gadai dikosongkan, hanya saja melayani proses perpanjangan atau pelunasan oleh penaksir Kantor cabang setempat, dan mulai awal bulan Desember 2015 Gadai di Bank BRISyariah KCP Jakarta Ciledug mulai dibuka kembali dengan produk yang baru yaitu QBE (Qardh Beragunan Emas) dan menerima pelayanan seperti biasa.<sup>6</sup> Hal tersebut diatas terjadi disebabkan oleh kurangnya SDM pada Bank.

Dalam mengembangkan usaha Gadai Syariah tersebut, dibutuhkan strategi dalam memperkenalkannya kepada masyarakat luas agar mereka tertarik untuk menggunakan jasa Gadai BRI Syariah dan bagaimana strategi pemasaran Gadai Syariah yang dilakukan di Bank BRI Syariah, maka penulis menuangkannya ke dalam bentuk skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Menarik Minat Nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Ibu Sulastri selaku Staff Pegadaian Syariah di Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug, Jakarta, 03 September 2015.

Untuk menjaga agar penulisan skripsi lebih terarah dan menghindari kemungkinan pembahasan yang menyimpang dari pokok permasalahan yang diteliti, serta sesuai dengan pokok permasalahan yang akan dibahas. Maka skripsi ini dibatasi pada masalah tentang strategi pemasaran. Gadai Syariah (*Rahn*) dalam menarik minat nasabah Bank BRI Syariah.

Atas dasar inilah, maka dicari jawaban atas dari masalah pokoknya yaitu strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah Bank BRI Syariah. Untuk menjawab persoalan pokok ini, perlu dirumuskan menjadi pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan omset Produk Gadai pada tahun 2013 s/d 2015
2. Kurangnya SDM untuk memasarkan Produk Gadai Bank BRISyariah

### **C. Pembatasan Masalah**

Peneliti tidak mengidentifikasi semua masalah yang diteliti dikarenakan adanya keterbatasan, waktu, tenaga, dan teori-teori lain sebagainya serta supaya penelitian yang sedang dilakukan ini tidak diteliti secara lebih mendalam. Untuk itulah peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran Produk Gadai Bank BRISyariah .
2. Produk-produk gadai Syariah yang dihasilkan di Bank BRI Syariah

### **D. Perumusan Masalah**

Dalam merealisasikan batasan masalah diatas, maka penulis mencoba merumuskan masalah dalam penulisan judul skripsi ini. Masalah yang akan dirumuskan adalah sebagai berikut:



1. Bagaimana strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah?
2. Apa tantangan dan peluang dalam menarik minat nasabah gadai di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada pokok permasalahan diatas, maka tujuan penelitian secara umum adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah gadai.
2. Untuk menganalisis tantangan dan peluang Bank BRI Syariah dalam menarik minat nasabah gadai di Bank BRI Syariah Cabang Jakarta Ciledug.

Selanjutnya dengan tercapainya tujuan tersebut diatas, diharapkan dari hasil penelitian ini dapat diperoleh manfaat antara lain adalah :

- a. Bagi akademisi, sebagai tambahan informasi dan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian lain yang juga meneliti tentang strategi pemasaran lembaga keuangan syariah serta produk-produknya yang sebelumnya lebih dahulu dikenal lembaga keuangan konvensional.
- b. Bagi praktisi, membantu untuk lebih meningkatkan pelayanan serta memperluas usaha ke berbagai daerah dalam rangka melayani masyarakat serta dapat menentukan strategi yang akan diambil dalam peningkatan pemasaran produk bank tersebut.
- c. Bagi masyarakat, dapat menambah wawasan dan pengetahuan, dalam hal ini dapat memberikan masukan tentang perbedaan gadai syariah dan gadai konvensional, serta memperoleh pengetahuan tentang gadai syariah yang merupakan salah satu produk yang ada pada perbankan syariah.

#### **F. Kajian Terdahulu**

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pemasaran pegadaian syariah yang telah dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan, penulis perlu melengkapi ataupun menyempurnakan penelitian ini dengan melakukan kajian terdahulu untuk penyelesaian penelitian penulis ini.

**Tabel 1.2**

<b>No</b>	<b>Nama Penulis</b>	<b>Judul</b>	<b>Metodologi</b>	<b>Pembahasan</b>
1	Ibnu Hamim	Strategi pemasaran pembiayaan musyarakah dalam upaya menarik minat nasabah	Deskriptif Kualitatif	Strategi pemasaran yang meliputi empat komponen yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi
2	Agus Solehudin	Analisa Pelaksanaan Gadai Syariah dalam Hukum Islam	Deskriptif Kualitatif	Gadai Emas Syariah serta akad yang digunakan saat proses pelaksanaan
3	Bagus Prasetyo	Pelaksanaan akad Ar-Rahn dan akad Ijarah di Pegadaian Syariah	Deskriptif Kualitatif	Gadai Emas Syariah serta akad yang digunakan saat proses pelaksanaan

4	Nurhasanah	Strategi pemasaran Produk Tabungan Mudharabah dalam menarik minat masyarakat	Deskriptif Kualitatif	Menerapkan perencanaan secara matang dan terarah
---	------------	--	-----------------------	--

Yang membedakan skripsi penulis dengan skripsi terdahulu adalah saat ini Bank BRISyariah telah memiliki 2 produk yang terdahulu yaitu gadai iB dan KLM, sedangkan sekarang telah diubah namanya menjadi produk QBE (Qardh Beragunan Emas) dan KLM (Kepemilikan Logam Mulia), yang mana produk sekarang hanya saja sebagai pengganti produk yang sebelumnya, dan penelitian yang terdahulu perhitungan terhadap jumlah nasabah, omset, dan barang jaminan dilakukan per catur wulan, sedangkan penulis melakukan perhitungan pertahun. Dalam penelitian ini penulis akan membahas strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya menarik minat nasabah. Seperti kita ketahui pengetahuan masyarakat tentang keberadaan gadai syariah masih minim, karena gadai syariah di BRISyariah terbilang masih baru, tetapi pertumbuhan gadai syariah menunjukkan peningkatan yang pesat sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran yang digunakan.<sup>7</sup>

## G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan mendapatkan gambaran mengenai pembahasan masalah yang sistematis dalam skripsi ini, maka penulis menyajikan ke dalam lima bab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, diantaranya sebagai berikut :

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bpk. Slamet Arifin *Selaku Penaksir Gadai di BRISyariah KCP Bintaro*, (Jakarta: 05 Agustus 2016).

BAB I Berisikan Pendahuluan dengan uraian mengungkapkan latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, kajian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II Berisikan Konsep Gadai dan Pemasaran, yang didalamnya menguraikan pengertian gadai syariah, landasan hukum gadai syariah, rukun gadai syariah, syarat gadai syariah, persamaan dan perbedaan antara gadai syariah dengan gadai konvensional. Dan juga strategi pemasaran membahas tentang pengertian strategi pemasaran, fungsi dan tujuan strategi pemasaran, segmenting, targeting, positioning, bauran pemasaran (marketing mix), dan yang terakhir strategi pemasaran dalam upaya menambah jumlah nasabah.

BAB III Gambaran umum gadai syariah pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciledug, yang berisikan tentang sejarah singkat dan perkembangan, visi dan misi, struktur organisasi, dan produk-produk yang dihasilkan.

BAB IV Berisikan tinjauan umum tentang bagaimana secara teoritis strategi pemasaran Internal dan eksternal gadai syariah, strategi Pemasaran Bank BRI Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai syariah, serta seberapa besar pengaruh strategi pemasaran Bank BRI Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai syariah.

BAB V Penutup, merupakan bab dimana penulis akan mengemukakan kesimpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya serta saran-saran yang mendukung kesempurnaan skripsi, serta akan dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran dari Bank BRI Syariah.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Definisi Gadai Syariah

##### 1. Pengertian Gadai Syariah (Rahn)

Transaksi hukum gadai dalam fikih Islam disebut *rahn*. *Rahn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan hutang.<sup>1</sup>

*Rahn* adalah perjanjian penyerahan barang yang digunakan sebagai agunan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan. Beberapa ualama mendefinisikan *rahn* sebagai harta yang boleh pemiliknya digunakan sebagai jaminan hutang yang bersifat mengikat. *Rahn* juga diartikan sebagai jaminan terhadap utang yang mungkin dijadikan sebagai pembayar kepada pemberi utang baik seluruhnya atau sebagian apabila pihak yang berhutang tidak mampu melunasinya.

Dalam fikihislam, *rahn* diperbolehkan berdasarkan al-Quran dan hadis Rasulullah SAW. *Rahn* atau jaminan itu dapat dijual atau dihargai apabila dalam waktu yang telah diperjanjikan oleh kedua belah pihak. Hak pemberi pinjaman akan muncul pada saat debitur tidak mampu melunasi kewajibannya. Akad rahn diperbolehkan karena banyak kemaslahatannya (faedah maupun manfaat) yang terkandung dalam rangka hubungan antar sesama manusia.<sup>2</sup>

Pegadaian menurut kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150 yang berbunyi:

Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau oleh seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara

---

<sup>1</sup> Rahmat Syafei, "Konsep Gadai; Ar-Rahn dalam Fikih Islam antara Nilaisoial dan nilai komersial" dalam Huzaimah T. Yanggo, *Problematika Hukum Islam Kontemporer III*, (Jakarta: Lembaga Studi Islam dan Kemasyarakatan, 1995), hlm.59.

<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP, 2013), hlm. 209-210.

didahulukan dari pada orang yang berpiutang lainnya. Dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didahulukan.<sup>3</sup>

Gadai (*rahn*) dalam istilah perbankan Indonesia disebut “agunan”. Agunan adalah barang jaminan atau barang yang dijaminkan.<sup>4</sup>

Selain pengertian gadai (*rahn*) yang dikemukakan di atas, ada beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ulama *fiqih* mengenai *rahn*, diantaranya sebagai berikut :

- a. Ulama Mazhab Hanafi mendefinisikan *rahn* dengan “menjadikan sesuatu (barang) sebagai jaminan terhadap hak (piutang) yang mungkin dijadikan sebagai pembayar hak (piutang) tersebut, baik seluruhnya maupun sebagiannya”.
- b. Ulama Mazhab Maliki mendefinisikan *rahn* sebagai “harta yang dijadikan pemiliknya sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat”.
- c. Ulama Mazhab Syafi’I dan Mazhab Hanbali mendefinisikan *rahn* dalam arti akad, yaitu “menjadikan materi (barang) sebagai jaminan utang, yang dapat dijadikan pembayar utang apabila orang yang berutang tidak dapat membayar utangnya itu”.<sup>5</sup>

## 2. Dasar Hukum Gadai Syariah (*Rahn*)

Ulama *fiqih* mengemukakan bahwa akad *rahn* diperbolehkan dalam islam berdasarkan al-Quran dan sunah Rasulullah SAW.

- a. Firman Allah SWT :

---

<sup>3</sup> R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata, (BurgerlijkWetboek)*, (Jakarta: Pradya Paramita, 1976), Ps.1150.

<sup>4</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (diterbitkan oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, 1988).

<sup>5</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah, Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Jakarta: PT. Jayakarta Agung Offset, 2010), hlm.328.

QS. Al-Baqarah (2) ayat 283 yang digunakan sebagai konsep dasar gadai adalah sebagai berikut :

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ أَمْنَتَهُ رُؤْيَا رَبِّهِ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ رِءُوسٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ



Artinya:

*“Jika kamu dalam perjalanan (dan kamu melaksanakan muamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan (oleh orang yang menggadaikan). Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanat (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah SWT Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya ia adalah orang yang hatinya kotor (berdosa). Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.* (QS. Al-Baqarah 2 : 283).

Ayat Al-quran diatas menyebutkan “barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan (oleh orang yang mengutangkan)”. Dalam dunia financial, barang tanggungan bisa dikenal sebagai jaminan (*Collateral*) atau objek pegadaian.

b. Hadis Nabi Muhammad SAW

Dasar hukum yang ke dua untuk dijadikan rujukan dalam membuat rumusan gadai syariah adalah hadis Nabi Muhammad SAW antara lain diungkapkan sebagai berikut :

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ  
دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Artinya :*Bahwa Rasulullah saw membeli makanan dari seorang yahudi dengan menjadikan baju besinya sebagai barang jaminan. (HR. al-Bukhari dan Muslim dari Aisyah binti Abu Bakar).*

لَا يَعْلَقُ الرَّهْنُ مِنْ صَاحِبِهِ الَّذِي رَهْنَهُ، لَهُ عُنْمُهُ وَعَلَيْهِ عُرْمُهُ

Artinya :*Pemilik harta yang diagunkan jangan dilarang memanfaatkan hartanya itu, karena segala hasil barang itu menjadi milik (pemilik)-nya dan segala kerugian barang itu menjadi tanggung jawab (pemilik)-nya. (HR. Asy-Syafi'I dan Ad-Daruquthni).*

Berdasarkan ayat al-Quran dan al-Hadist tersebut, ulama fiqih sepakat mengatakan bahwa akad rahn itu dibolehkan, karena banyak kemaslahatan (faedah dan manfaat) yang terkandung didalamnya dalam rangka hubungan antara sesama manusia.<sup>6</sup>

c. Fatwa Dewan Syariah Nasional

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) menjadi salah satu rujukan yang berkenaan gadai syariah, di antaranya dikemukakan sebagai berikut :

---

<sup>6</sup> Ibid, hlm.329.



- 1) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 25/DSN-MUI/III/2002, tentang *Rahn*
- 2) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 26/DSN-MUI/III/2002, tentang *Rahn Emas*
- 3) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 09/DSN-MUI/IV/2000, tentang Pembiayaan Ijarah
- 4) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 10/DSN-MUI/IV/2000, tentang *Wakalah*
- 5) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 43/DSN-MUI/III/2004, tentang Ganti Rugi<sup>7</sup>
- 6) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 68/DSN-MUI/III/2008, tentang *Rahn Tajily*

### 3. Rukun dan Syarat Gadai Syariah / *Rahn*

Pada umumnya aspek hukum keperdataan islam (*fiqh mu'amalah*) dalam hal transaksi baik dalam bentuk jual beli, sewa-menyewa, gadai maupun yang semacamnya mempersyaratkan rukun dan syarat sah termasuk dalam transaksi gadai. Demikian juga hak dan kewajiban bagi pihak-pihak yang melakukan transaksi gadai. Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

#### a. Rukun gadai

Transaksi *rahn* antar nasabah dengan bank syariah / lembaga keuangan syariah akan sah apabila memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan sesuai syariah islam.

##### 1) Rahin (Nasabah)

Nasabah harus cakap bertindak hukum, baligh, dan berakal.

---

<sup>7</sup> Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 8.

2) Murtahan (Bank Syariah/Lembag Keuangan Syariah).

Bank atau lembaga keuangan syariah yang menawarkan produk *rahn* sesuai dengan prinsip syariah.

3) Marhun Bih (Pembiayaan)

Pembiayaan yng diberikan oleh murtahin harus jelas dan spesifik, wajib dikembalikan oleh *rahn*. Dalam hal rahin tidak mampu mengembalikan pembiayaan yang telah diterima dalam waktu yang telah diperjanjikan, maka barang jaminan dapat dijual sebagai sumber pembayaran.

4) Marhun (Barang Jaminan)

Marhun atau al-marhun merupakan barang yang digunakan sebagai agunan, harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- a. Agunan harus dapat dijual dan nilainya seimbang dengan pembiayaan.
- b. Agunan harus bernilai dan bermanfaat menurut ketentuan syariah.
- c. Agunan harus jelas dan dapat ditentukan secara spesifik.
- d. Agunan itu harus milik sendiri dan tidak terkait dengan pihak lain.
- e. Agunan merupakan harta yang utuh dan tidak bertebaran di beberapa tempat.
- f. Agunan harus dapat diserahterimakan baik fisik maupun manfaatnya.<sup>8</sup>

b. Syarat Gadai

Selain rukun yang harus terpenuhi dalam transaksi gadai, maka terdapat juga syarat-syarat gadai, diantaranya sebagai berikut :

1. Shigat

---

<sup>8</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm.210-211.

Syarat *shigat* tidak boleh terikat dengan syarat tertentu dan waktu yang akan datang. Misalnya, orang yang menggadaikan hartanya mempersyaratkan tenggang waktu utang abis dan utang belum terbayar, sehingga pihak penaksir dapat diperpanjang satu bulan tenggang waktunya. Kecuali jika syarat itu mendukung kelancaran akad maka diperbolehkan. Sebagai contoh pihak penerima gadai meminta supaya akad itu disaksikan oleh dua orang saksi.

## 2. Orang yang berakad

Baik *rahin* maupun *marhun* harus cakap dalam melakukan tindakan hukum, baligh dan berakal sehat, serta mampu melakukan akad. Bahkan menurut ulama Hanafiyyah, anak kecil yang *mumayyiz* dapat melakukan akad, karena ia dapat membedakan yang baik dan yang buruk.<sup>9</sup>

## 3. Utang (*Marhun bih*)

Utang (*Marhun bih*) mempunyai pengertian bahwa:

- 1) Utang adalah kewajiban bagi pihak berutang untuk membayar kepada pihak yang memberi piutang.
- 2) Merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, jika tidak bermanfaat maka tidak sah.

## 4. Marhun

*Marhun* adalah harta yang dipegang oleh *murtahin* (penerima gadai) atau wakilnya, sebagai jaminan utang. Para ulama menyepakati bahwa syarat yang berlaku pada barang gadai adalah syarat yang berlaku pada barang yang dapat diperjual belikan, yang ketentuannya adalah:<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Muhammad Firdaus, dkk, *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2007), hal.25.

<sup>10</sup> Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Wacana Ulama dan Cendekiawan*, (Jakarta: Bank Indonesia dan Tazkia Institute, 2001), hlm. 21.

- 1) Harus bernilai dan dapat dimanfaatkan menurut ketentuan syariah islam.
- 2) Harus dapat dijual dan nilainya seimbang dengan besarnya utang.
- 3) Harus jelas dan spesifik.
- 4) Secara sah dimiliki oleh rahin.
- 5) Merupakan harta yang utuh, tidak berada dalam beberapa tempat.<sup>11</sup>

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

Persamaan antara gadai syariah dan gadai konvensional adalah jangka waktu jatuh tempo yaitu sama-sama 120 hari. Jika setelah si peminjam tidak dapat membayar hutangnya, maka barang jaminan akan dijual atau dilelang. Tetapi nasabah diberi waktu selama tambahan selama 2 hari karena sebelum dilelang dibuat dahulu panitia lelang. Pada saat hari pelelangan, nasabah masih diberi kesempatan dan tambahan waktu selama 2 jam jika ingin menebus barang jaminannya. Jika tidak ditebus maka barang jaminan tersebut dilelang. Uang pelelangan tersebut digunakan untuk membayar hutang rahin. Jika hasil lelang tersebut mengalami kelebihan akan dikembalikan oleh nasabah, tetapi apabila uang kelebihan tersebut tidak diambil dalam waktu satu tahun, maka uang kelebihan tersebut akan dimasukkan ke dalam dana ZIS (Zakat, Infak, Sadaqah) pegadaian syariah, sedangkan pada pegadaian konvensional uang kelebihan yang tidak diambil akan menjadi milik pegadaian. Dan apabila dari hasil lelang tersebut ternyata kurang untuk membayar kami hutang, maka nasabah diharuskan membayar sisa hutangnya.

Sedangkan perbedaan mendasar antara gadai syariah dengan gadai konvensional adalah dalam pengenaan biayanya. Gadai konvensional memungut

---

<sup>11</sup>Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm.22.

biaya dalam bentuk bunga yang bersifat akumulatif dan berlipat ganda. Sedangkan pada gadai syariah tidak berbentuk bunga, tetapi berupa biaya penitipan, pemeliharaan, penjagaan, dan penaksiran. Singkatnya, biaya gadai syariah lebih kecil dan hanya sekali dikenakan. Jadi sudahlah jelas bahwa rahn boleh dilakukan, karena kegiatan tersebut sudah pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW.

Sebelumnya, artikel ekonomi Islam telah memaparkan mengenai Gadai Syari'ah. Artikel tersebut berjudul "Gadai Syari'ah: Sebuah Kajian Teoritis". Gadai atau rahn (dalam bahasa arab) didefinisikan sebagai "harta yang dijadikan jaminan untuk hutang, Secara prinsip, pegadaian konvensional berbeda dengan pegadaian syari'ah. Berikut adalah perbedaannya:

**Tabel. 2. 1**  
**Perbedaan Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional**

No	Gadai Syariah	Gadai Konvensional
1	Biaya administrasi menurut ketentuan berdasarkan berat barang jaminan	Biaya administrasi berupa prosentase yang didasarkan pada pinjaman
2	1 hari dihitung 10 hari	1 hari dihitung 15 hari
3	Uang pinjaman (marhun bih) 90% dari nilai taksiran	Uang pinjaman (UP) untuk Gol A 92 %, dan Gol BCD 88-86 %
4	Jasa simpanan dihitung berdasarkan kadar mas dan berat mas sesuai dengan nilai taksiran diperjanjian awal	Sewa modal dihitung dengan: prosentase x uang pinjaman
5	Apabila terjadi kelebihan uang dari hasil penjualan barang jaminan, jika tidak diambil oleh nasabah, maka diserahkan kepada Lembaga ZIS dan digunakan untuk kemaslahatan	Kelebihan uang hasil lelang barang yang tidak diambil oleh nasabah menjadi milik pegadaian

umat	
------	--

Sumber: Sudarsono, 2003.<sup>12</sup>

Pada dasarnya, ketika seseorang menggadaikan barang, sudah tentu dalam kondisi kesusahan. Karenanya, dalam mekanisme gadai syari'ah tidak membebankan bunga dari pinjaman. Dalam gadaidengan prinsip syari'ah, orang yang menggadaikan barangnya hanya diberikan kewajiban untuk memelihara barang yang dijadikan jaminan. Pemeliharaan barang jaminan, tentu merupakan kewajiban pemilik barang. Akan tetapi, untuk memudahkan maka pemeliharaan diserahkan kepada pihak pegadaidengan konsekuensi ada biaya pemeliharaan sebagai pengganti kewajiban pemilik barang dalam pemeliharaan. Besar kecilnya biaya, tidak tergantung besar kecilnya dana yang dipinjam. Akan tetapi, dilihat dari nilai taksiran barang yang digadaikan. Berbeda halnya dengan pegadaian konvensional, dimana bunga ditarik dari besar kecilnya dana yang dipinjam.

Dilihat dari sisi kelembagaan, gadai syari'ah tidak terikat lembaga. Maksudnya, gadai syari'ah bisa dilakukan oleh siapapun, terlepas apakah pihak tersebut berupa lembaga atau bukan. Berbeda halnya dengan pegadaian konvensional, dimana gadai hanya bisa dilakukan kepada lembaga (perum pegadaian) sebagai mana diatur dalam KUHP pasal 1150.<sup>13</sup>

##### 5. Produk dan Layanan Gadai Syariah

Pegadaian syariah melayani fasilitas kredit gadai berdasarkan prosedur yang praktis, cepat, dan menentramkan. Yang dimaksud praktis disini adalah nasabah (*Rahin*) tidak perlu membuka rekening dan cara-cara lain yang memberatkan. Demikian juga disebut cepat, karena hanya membutuhkan 15 menit untuk mencairkan dana yang dibutuhkan.

---

<sup>12</sup> Muhammad Firdaus, dkk, *Mengatasi Masalah Dengan Penggadaian Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2007), hlm. 50-51.

<sup>13</sup> <http://artikelekis.blogspot.com/2013/12/perbandingan-gadai-konvensional-dengan> syariah.

Selain itu, disebut menentramkan karena sumber dana yang dimiliki oleh pegadaian syariah didapat dari sumber dana yang halal atau sesuai prinsip syariah. Produk dan layanan pencairan kredit pada kantor pegadaian syariah pada umumnya hanya menggunakan produk dan layanan *rahn* dan *ijarah* saja. Padahal, sebuah lembaga pegadaian yang ideal tidak hanya melayani dua model saja.

Dalam Pedoman Operasional Gadai Syariah (POGS)<sup>14</sup> Perum Pegadaian pada dasarnya dapat melayani produk dan jasa sebagai berikut :

- a. Pemberian pinjaman atau pembiayaan atas dasar hukum gadai syariah (*rahn*), yaitu pegadaian syariah mensyaratkan penyerahan barang gadai oleh nasabah (*rahin*) untuk mendapatkan uang pinjaman, yang besarnya sangat ditentukan oleh nilai barang yang digadaikan itu.
- b. Penaksiran nilai barang, yaitu pegadaian syariah memberikan jasa penaksiran atas nilai suatu barang yang dilakukan oleh calon nasabah (*rahin*). Demikian juga orang yang hanya bermaksud menguji kualitas barang yang dimilikinya saja dan tidak hendak menggadaikan barangnya. Jasa ini diberikan karena pegadaian syariah mempunyai alat penaksiran yang keakuratannya dapat diandalkan. Demikian juga sumber daya insani yang berpengalaman dalam penaksiran. Untuk jasa penaksiran dimaksud hanya memungut biaya penaksiran.<sup>15</sup>
- c. Penitipan barang (*Ijarah*), yaitu penyelenggaraan penitipan barang (*ijarah*) orang-orang yang mau menitipkan barang ke kantor pegadaian syariah berdasarkan alasan faktor keamanan dan alasan lainnya. Usaha ini dapat dijalankan karena pegadaian syariah mempunyai tempat atau gudang penyimpanan yang memadai. Apalagi, tempat penyimpanan untuk barang

---

<sup>14</sup> Lihat POGS untuk pemberlakuan mulai 1 Januari 2007.

<sup>15</sup> Sony Heru Priyanto, *Pegadaian Menuju Era Stick to the customer*, Majalah Usahawan, No. 10/Tahun XXVI/Oktober 1997, hlm. 47.

gadai tidak selalu penuh, sehingga ruang yang kosong dapat digunakan. Atas jasa penitipan dimaksud, pegadaian syariah dapat memungut biaya penyimpanan.

- d. *Gold Counter* (Gerai Emas), yaitu tempat penjualan emas yang menawarkan keunggulan kualitas dan keaslian. Gerai ini mirip dengan gerai emas galeri 24 yang dimiliki oleh pegadaian konvensional. Emas yang dijual gerai ini dilengkapi sertifikat jaminan, sehingga dapat memikat warga masyarakat kalangan menengah keatas.<sup>16</sup>

## **B. Strategi Pemasaran**

### **1. Pengertian Strategi Pemasaran**

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

Oleh karena itu penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.<sup>17</sup> Dari pengertian tersebut diatas dapat diuakn bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan

---

<sup>16</sup>Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 67.

<sup>17</sup>Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)*, (Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service), 2013), hlm.55.



keinginan konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran inilah bisa diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.<sup>18</sup>

## 2. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran

Fungsi Strategi Pemasaran Meliputi :

- a. Riset konsumen dengan melakukan riset di setiap perusahaan bisa mengetahui seluruh keinginan dan kebutuhan pasarnya sehingga pemasaran yang dilakukan akan lebih efektif dan efisien.
- b. Pengembangan produk jika produk yang telah beredar sebelumnya sudah pada masa penurunan maka untuk menghindari produk tersebut hilang dipasaran dengan pemasaran kita mencoba membuat atau menambah fungsi produk tersebut sesuai dengan perkembangan suatu bisnis.
- c. Komunikasi-promosi dimana dalam pemasaran kita diajarkan bagaimana cara memperkenalkan atau mempromosikan suatu produk dengan baik sesuai teknik pemasaran seperti: advertising, publisitas dll.
- d. Distribusi Dalam pemasaran perusahaan kesuksesan suatu bisnis harus didukung dengan distribusi yang baik untuk sampai di tangan konsumen.
- e. Penetapan harga dan pemberian service untuk dapat bersaing di dalam suatu bisnis manajemen pemasaran mengajarkan bagaimana penetapan harga perlu dilakukan untuk membedakan suatu produk kita dengan pesaing sesuai teknik pemasaran seperti: mark up, harga pesaing dll. Selain itu dalam suatu produk terkadang kita akan menawarkan layanan tambahan seperti: pemasangan, pengiriman, perawatan dll untuk lebih menarik minat membeli konsumen.

Semua kegiatan yang dilakukan pada dasarnya adalah untuk melayani, memenuhi dan memuaskan konsumen sebab suatu kesuksesan manajemen

---

<sup>18</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank syariah*, (Bandung: CV Alfabeta, 2010), hlm.6.

pemasaran adalah seberapa banyak konsumen yang loyal kepada anda sehingga keuntungan maksimal akan dapat diraih untuk menjaga eksistensi dan kehidupan suatu perusahaan.

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Sudah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Secara umum tujuan pemasaran adalah sebagai berikut:

- a) Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- b) Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan jadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya.
- c) Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah memiliki beragam pilihan.

- d) Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.<sup>19</sup>

Kepuasan pelanggan dalam dunia perbankan harus diartikan secara menyeluruh, jangan sepotong-sepotong. Artinya, nasabah akan merasa sangat puas apabila komponen kepuasan tersebut bisa terpenuhi secara lengkap.<sup>20</sup>

### 3. Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran, Penentuan Posisi Pasar

#### 1) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau ramuan pemasaran tersendiri. Bank dalam menjual produknya ke nasabah membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan. Pembagian pasar ini akan memudahkan bank dalam menentukan nasabah atau konsumen sarannya.

Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri. Dalam melakukan segmentasi terdapat beberapa variabel yang perlu diperhatikan.

Dalam praktiknya, segmentasi pasar terdiri dari segmentasi pasar konsumen dan segmentasi pasar industrial. Setiap segmen memiliki variabel tertentu, namun pada dasarnya variabel yang digunakan tidak jauh berbeda.<sup>21</sup>

#### 2) Menetapkan Pasar Sasaran

Setelah selesai melakukan segmentasi pasar, maka diperoleh beberapa segmen yang diinginkan. Pertimbangan untuk memilih segmen adalah

---

<sup>19</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 177.

<sup>20</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.57.

<sup>21</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 100.

besarnya segmen yang akan dipilih dan luasnya segmen yang ada, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran yang diinginkan.

Menetapkan pasar sasaran artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.

Kegiatan menetapkan pasar sasaran adalah sebagai berikut:

1. Evaluasi segmen pasar yang meliputi:
  - a. Ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data tentang usia nasabah, pendapatan, jenis kelamin, atau gaya hidup dari setiap segmen.
  - b. Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas. Kurang menarik jika terdapat pesaing yang kuat dan agresif. Perhatikan juga ancaman dari produk pengganti (substitusi) misalnya dari lembaga keuangan lainnya, untuk pinjaman seperti pegadaian.
  - c. Sasaran dan sumber daya bank dengan memperhatikan energi yang dimiliki bank yaitu ketersediaan sumber daya manusia termasuk keterampilan yang dimilikinya.
2. Memilih segmen yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani. Pemilihan segmen dapat dilakukan dengan cara:
  - a. Pemasaran serba sama, melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan. Mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen. Biasanya untuk produk massal seperti tabungan untuk

semua orang, baik usia, pendapatan maupun wilayah. Keuntungannya pemasaran serba sama adalah hemat biaya.

- b. Pemasaran serba aneka, merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan atau kepribadian. Misalnya, beda desain seperti untuk industri mobil. Untuk pasar ini memerlukan biaya tinggi.
- c. Pemasaran terpadu, khusus untuk sumber daya manusia yang terbatas.<sup>22</sup>

Pasar atau konsumen yang membutuhkan barang-barang tersebut barulah menunjukkan besarnya potensi pasar yang ada. Potensi pasar tersebut haruslah ditelaah lebih rinci seperti yang telah dilakukan dalam segmentasi pasar. Dengan segmentasi pasar itu maka sifat-sifat serta besarnya potensi untuk masing-masing segmen dapat diketahui. Dengan segmentasi pasar itu kita dapat memperoleh gambaran yang lebih rinci pada bagian-bagian pasar yang lebih sempit untuk dapat menunjukkan adanya sasaran pasar (target pasar) yang potensial untuk dilayani. Oleh karena itu segmentasi pasar juga sering disebut sebagai usaha untuk melihat potensi pasar dengan dimensi menyempit.

Mendapatkan target pasar yang menarik merupakan bagian yang utama bagi bisnismen, sebab kita tidak perlu harus melayani kebutuhan semua orang atau semua segmen. Tidak semua orang bersedia membayar untuk memenuhi kebutuhan mereka dan keinginan mereka. Oleh karena itu kita harus mensegmentasikan pasar dan kemudian memilih segmen mana yang potensial untuk dijadikan target atau sasaran pasar kita. Hal inilah yang dimaksud target

---

<sup>22</sup>*Ibid*, hlm. 103.

marketing, yang dapat kita lakukan dengan segmentasi pasar dan kemudian kita pilih segmen pasar tertentu yang kita jadikan sasaran atau target.<sup>23</sup>

### 3) Menentukan Posisi pasar (*Market Positioning*)

Penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting. Menentukan posisi pasar, yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki dengan cara menentukan dimana posisi yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.

Penegertian posisis produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh nasabah atau konsumen atas dasar atribut-atributnya, misalnya:

- a. Simpanan giro diposisikan sebagai kantongnya pengusaha.
- b. Simpanan tabungan diposisikan sebagai kantongnya keluarga.
- c. Simpana deposito diposisikan sebagai kantong sekaligus sebagai tempat investasinya para investor.<sup>24</sup>

### 4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam komponen *marketing mix* harus dilakukan secara terpadu. Artinya, pelaksanaan dan penerapan komponen ini harus dilakukan dengan memperhatikan

---

<sup>23</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2012), hlm. 77.

<sup>24</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 107.

antara satu komponen dengan komponen lainnya. Karena antara satu komponen dengan komponen yang lainnya saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.

Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Khusus produk yang berbentuk barang jasa diperlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.<sup>25</sup> Dalam kesempatan ini, kita akan membahas dasar program bauran pemasaran (*marketing mix*) klasik, yaitu *product, price, place*, dan *promotion*.

a. Produksi (*Product*) atau Jasa

Produk atau jasa yang dibuat harus memperhatikan nilai kehalalan, bermutu, bermanfaat, dan berhubungan dengan kebutuhan kehidupan manusia. Melakukan jual beli yang mengandung unsur tidak jelas (*gharar*) terhadap suatu produk akan menimbulkan potensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak.

b. Harga (*Price*)

Penentuan harga dalam ekonomi *syariah* didasarkan atas mekanisme pasar, yakni harga ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran atas azas sukarela (*'an taradhiin*), sehingga tidak ada satu pihak pun yang teraniaya atau *terzalimi*. Dengan syarat, sebaiknya kedua belah pihak yang bertransaksi mengetahui mengenai produk dan harga di pasaran. Islam

---

<sup>25</sup>*Ibid*, hlm. 119.

memperbolehkan ketentuan monopoli, duopoly, atau oligopoli dalam penentuan harga, selama ketentuan harga serta keuntungan yang diperoleh dari suatu produk merupakan keuntungan normal (Adiwarman Karim 2003). Islam melarang praktik *ikhtikar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan jalan menjual lebih sedikit barang atau harga yang lebih tinggi atau yang sering kita kenal dengan istilah *monopoly's rent seeking*.

c. Tempat (*Place*)

Penentuan tempat (*place*) yang mudah terjangkau dan terlihat akan memudahkan bagi konsumen untuk mengetahui, mengamati, dan memahami dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Penentuan tempat di dasarkan atas jenis usaha atau produk yang diciptakan. Penentuan suatu produk atau jasa sangat mempengaruhi tingkatan harga, semakin representatif suatu tempat maka berdampak akan semakin tinggi nilai suatu produk.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi dalam sistem ekonomi *syariah* harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media atau sarana dan metode yang digunakan harus sesuai dengan *syariah*.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007), hlm. 59.



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif Suatu cara dan rencana dalam pelaksanaan sebagai upaya sistematis untuk mencari jawaban suatu masalah. Jawaban yang dicari tersebut dapat berupa jawaban yang abstrak dan umum atau konkrit dan spesifik.<sup>1</sup>

Menurut Imam Suprayogo salah satu hal penting dalam proses penelitian adalah kegiatan pengumpulan data. Sekalipun demikian, sebelum hal tersebut dilakukan, peneliti harus benar-benar memahami berbagai hal yang berkaitan dengan data, baik jenis, sumber, teknik, dan instrument pengumpulannya. Dalam penelitian kualitatif, data merupakan alat bukti dalam pengujian hipotesis.<sup>2</sup>

#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis ambil yaitu penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif pada hakikatnya ialah mengamati orang dalam hidupnya, berinteraksi dengan mereka berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang duni sekitarnya.<sup>3</sup> Menurut Merriam (1998: 27-28), keterbatasan dapat ditentukan dengan menanyakan “apakah terdapat suatu batasan pada jumlah waktu tertentu”(untuk observasi). Dalam studi kasus, penulis dapat menggunakan berbagai teknik termasuk wawancara, observasi dan kadang-kadang pemeriksaan dokumen dalam mengumpulkan data.

---

<sup>1</sup>B. Sandjaja, dkk, *Panduan Penelitian*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2006), hlm. 39.

<sup>2</sup>Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 145.

<sup>3</sup> Nasution, *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Bandung: Tarsito, 2002, hlm. 5.

Gambar 3.1 Alur Informasi Format Kualitatif



### C. Objek dan Subjek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini dilakukan pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug yang beralamat di Jln. Ciledug Raya No. 25 Petukangan Selatan, Jakarta Selatan 12260, Telp. (021) 3909706, 3901466, 3901340, Fax. 3902415. Sedangkan yang menjadi subjek penelitian adalah sejarah singkat Pegadaian Syariah di Bank BRI Syariah Cabang Ciledug, Strategi pemasaran Produk gadai syariah dalam menarik minat nasabah, serta produk yang dihasilkan oleh Bank BRI Syariah.

### D. Jenis dan Pengumpulan Data

#### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan melakukan survey lapangan. Penulis menggunakan metode ini yang merujuk pada data yang bersifat deskriptif yaitu gambaran secara sistematis, aktual, dan akurat dengan berkenaan dengan hubungan antara fenomena yang diteliti.<sup>4</sup> Data tersebut mencakup transkrip wawancara, catatan lapangan, fotografi, dokumen pribadi, memo dan rekaman-rekaman resmi lainnya.

Dalam pencarian penulis untuk pemahaman, peneliti ini tidak mereduksi halaman demi halaman dari narasi dan data lain ke simbol-simbol numeric.

---

<sup>4</sup> Mukhtar, *Bimbingan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah: Panduan Berbasis Penelitian Kualitatif Lapangan*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2010), hlm. 202.

Penulis mencoba menganalisis data dengan sedapat dan sedekat mungkin dengan bentuk rekaman dan transkripnya.<sup>5</sup>

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan dua jenis data, yaitu :

a. Data Primer

Data Primer dalam penulisan ini adalah observasi secara langsung ke Bank BRI Syariah untuk mengadakan pengamatan pengambilan data terhadap objek penelitian, yaitu *Annual Report* Bank BRI Syariah Cabang Jakarta Ciledug, berupa :

- 1) Rekapitulasi Perkembangan Pegadaian Syariah pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug
- 2) Profile Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug
- 3) Mekanisme Pelaksanaan Pegadaian Syariah pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug<sup>6</sup>

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan, buku-buku, antara lain dasar-dasar pemasaran, prinsip-prinsip pemasaran, Marketing syariah, dasar dan strategi pemasaran syariah, metode penelitian kualitatif, dan sumber lainnya yang relevan dengan skripsi ini. Atau dengan kata lain data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan pihak lain, jadi peneliti bertindak sebagai pemakai data.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Emir, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 3.

<sup>6</sup> Mukhtar, *Bimbingan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah: Panduan Berbasis Penelitian Kualitatif Lapangan*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2010), hal. 86.

<sup>7</sup> Hermawan Wasito, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1993), hal. 69.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut :

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu *Instrumen Penelitian dan Kualitas Pengumpulan Data*. Kualitas instrument penelitian berkenaan dengan validitas dan reabilitas instrument dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dilihat dari segi cara atau tehnik pengumpulan data, maka tehnik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), observasi (pengamatan), dan dokumentasi.<sup>8</sup>

Oleh karena itu, penulis menyimpulkan tehnik pengumpulan data yang diambil menggunakan interview (wawancara), observasi (pengamatan), dan pengolahan data.

### a) Wawancara (interview) tidak terstruktur

Salah satu metode pengumpulan data adalah melalui wawancara, yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada karyawan. Cara inilah yang banyak dilakukan di Indonesia ini. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interview dengan karyawan dilakukan secara lisan.

Pada penelitian ini untuk memperoleh data primer penulis akan melakukan interview (wawancara) kepada Bank BRI Syariah mengenai Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Meningkatkan jumlah nasabah Pada Bank Syariah KCP Jakarta Ciledug.

### b) Studi kepustakaan (*Library research*)

---

<sup>8</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfa Beta, 2009), hlm. 156.

Penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data dengan cara membaca, mempelajari dan mengutip buku-buku, jurnal, situs internet, data dari Bank, serta materi perkuliahan yang menjadi referensi yang relevan dengan pembahasan skripsi ini.

c) Observasi Partisipasi (*Participant Observer*)

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya.

Dari pemahaman observasi atau pengamatan diatas, sesungguhnya yang dimaksud metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.<sup>9</sup>

#### **E. Teknik Pengolahan Data**

Setelah pengumpulan data selesai dilakukan, maka selanjutnya adalah proses pengolahan data dilakukan dengan mentranskrip hasil wawancara, mengedit data, kemudian mengklasifikasi data sesuai masalah atau tema yang di bahas serta menghitung data-data berupa angka-angka.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan cara menganalisa/memeriksa data, mengorganisasikan data, memilih dan memilahnya menjadi sesuau yang dapat diolah, mencari dan menemukan pola, menemukan apa

---

<sup>9</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Putra Grafika, 2007), hlm. 115.

yang penting berdasarkan kebutuhan dalam penelitian dan memutuskan apa yang dapat dipublikasikan.

Untuk menjawab permasalahan yang sudah dirumuskan, maka tehnik analisis data pada penelitian ini adalah dengan mendeskripsikan temuan dilapangan. Semua teknis analisis data kualitatif berkaitan erat dengan metode pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Bahkan terkadang suatu teori yang dipilih berkaitan erat secara teknis dengan metode pengumpulan data dan metode analisis data. Karena suatu teori biasanya pula menyediakan prosedur metodis dan prosedur analisis data. Dengan demikian, pengumpulan data dilakukan dengan (wawancara dan observasi) melalui tradisi teknik analisis data tersebut.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Putra Grafika, 2007), hlm. 78.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Pegadaian Syariah Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug**

Bank BRI Syariah Ciledug adalah salah satu kantor cabang pembantu yang berdiri pada September 2008 berada di bawah kantor cabang BSD City yang didirikan pada September 2008. KCP ini berlokasi di Jl. Ciledug Raya No.25 Petukangan Selatan, Pesanggrahan, Jakarta Selatan. Menempati jalan protokol dan letak yang strategis berjarak kurang lebih 4 km dari pusat grosir Cipulir Center dan kurang lebih 2 km dari sentral Tekstil Cipadu.

Keberadaan KCP Cipulir ini diharapkan memberikan pelayanan dan menjangkau masyarakat dalam transaksi perbankan.

Pegadaian sebagai lembaga (perusahaan) yang memberikan pinjaman uang dengan jaminan barang-barang bergerak telah terkenal di Indonesia, yaitu sejak masuk VOC tahun 1746.<sup>1</sup> Seiring dengan dikeluarkannya fatwa DSN-MUI tentang haramnya riba maka Perum Pegadaian meresponnya dengan mendirikan Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai diversikan produk gadai. Hal tersebut bukan semata-mata respon terhadap fatwa DSN-MUI melainkan dalam rangka membentengi pengadilan sendiri terhadap persaingan dari perbankan Syariah. Perbankan Syariah pun telah gencar meluncurkan produk serupa berkat pertolongan dari Undang-undang

---

<sup>1</sup> Pirgong Matua, *Sejarah Singkat Perusahaan Umum (PERRUM) Pegadaian*, (Jakarta: Perum Pegadaian, 2003), hlm. 1.

No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan Syariah. Yang isinya menyatakan perbankan syariah boleh mendirikan usaha *rahn* (Gadai).<sup>2</sup>

## **B. Produk-produk yang dihasilkan**

### 1. QBE (Qardh Beragunan Emas BRISyariah)

Produk ini merupakan pilihan yang tepat serta penuh dengan manfaat. QBE BRISyariah kini hadir sebagai solusi terbaik untuk memperoleh dana tunai untuk memenuhi segala kebutuhan mendesak dan modal usaha anda, dengan menjamin emas anda melalui Qardh Beragunan Emas. Proses cepat, mudah, aman, dan sesuai syariah untuk ketentraman anda.

Fasilitasnya adalah sebagai berikut :

- a. Jenis emas yang dapat digadaikan yaitu perhiasan ataupun emas batangan (Logam Mulia)
- b. Nilai pinjaman maksimal 95 % untuk emas Logam Mulia dan 90 % untuk emas perhiasan dari nilai taksiran emas BRISyariah dan maksimal pinjaman Rp. 250 juta/orang
- c. Biaya administrasi ringan dan terjangkau berdasarkan berat emas
- d. Biaya simpan dan pemeliharaan per 10 hari dibayar pada saat pelunasan pinjaman
- e. Jangka waktu pinjaman maksimal 120 hari dan dapat diperpanjang tanpa batas maksimal dengan menggunakan taksiran terkini
- f. Dapat dilunasi sebelum jatuh tempo tanpa biaya pinalti
- g. Penyimpanan yang aman dan berasuransi emas syariah
- h. Mendapat Sertifikat Gadai Syariah (SGS) sebagai bukti hutang dan kewajiban bayar biaya pemeliharaan.<sup>3</sup>

Untuk biaya administrasinya adalah sebagai berikut :

---

<sup>2</sup>Perum Pegadaian, *Manual Operasional Gadai Syariah*, (Jakarta: Perum Pegadaian, 2003) dikutip dari skripsi

<sup>3</sup>[www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)



**Tabel 4.1**

Gol	Berat Emas	Biaya Administrasi
1	< 50 gr	Rp. 20.000,-
2	< 50 gr - 100 gr	Rp. 40.000,-
3	<100 gr - 250 gr	Rp. 75.000,-
4	<250 gr	Rp. 100.000,-

## 2. Produk KLM BRISyariah iB

Produk KLM BRISyariah iB adalah pinjaman dana khusus untuk pembelian emas dengan pembayaran secara mengangsur atau mencicil, dimana nasabah dapat mencicil emas dengan membelinya di harga sekarang atau hari ini dan mencicil dengan harga emas sekarang, sejalan dengan periode mencicil. Jadi ini adalah produk pembiayaan dan bukan produk pendanaan atau funding. Keunggulan dari produk ini adalah harga cicilan *Fixed* selama masa cicilan dan mengikuti harga dimana akad pembiayaan disepakati baik oleh Bank BRISyariah maupun oleh nasabahnya. Sementara itu, keuntungan nasabah adalah peningkatan nilai dari emas yang dalam jangka waktu panjang sangat signifikan.

KLM diimplementasikan dengan menggunakan 2 Akad, yaitu Akad Qardh dan Akad Ijarah. Akad Qardh adalah pinjaman murni tanpa ada tambahan atau margin hanya dikenakan biaya administrasi. Dalam hal ini, pinjaman khusus untuk pembelian Emas. Akad Ijarah adalah akad penjualan manfaat/ jasa yaitu jasa pemeliharaan emas termasuk asuransinya, sehingga nasabah dikenakan biaya pemeliharaan.

### a. Fasilitas-fasilitas dari KLM BRISyariah iB

#### 1) Pinjaman Dana untuk kepemilikan emas

- 2) Sarana mencicil setiap bulan sampai pinjaman lunas
- 3) Jika membayar tepat dalam waktu 2 bulan berturut-turut dapat diberikan discount/potongan di biaya pemeliharaan
- 4) Bebas biaya Asuransi kebakaran, huru hara, kebongkaran
- 5) Pertukaran jaminan diperkenankan selama emas yang dijaminan dapat menutup sisa pinjaman Qardh KLM
- 6) Penarikan sebagian jaminan emas diperkenankan selama emas yang dijaminan dapat menutup sisa pinjaman Qardh KLM.

### **C. Strategi dan Implementasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah**

Perum gadai Syariah merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan syarat yang sulit seperti di Pegadaian. Di Bank BRISyariah nasabah hanya perlu membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis serta KTP dan mengisi permohonan kredit, maka nasabah sudah bisa mendapatkan dana yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya baik produktif maupun konsumtif.

Strategi Pemasaran yang ampuh dalam menarik minat nasabah untuk mampu meningkatkan jumlah nasabah, Loyalitas nasabah, menaikkan nilai penjualan. Cara yang dilakukan adalah dengan menelfon kembali nasabah yang sudah pernah malakukan transaksi gadai di BRISyariah yang memang sudah lunas, menyebarkan brosur, memasang spanduk, banner, televisi, dan direct presentation ke institusi, facebook, dan twitter serta kerjasama dengan Financial Planner. Selain itu juga berbagai promosi melalui media berskala nasional dan lokal.<sup>4</sup> Strategi bisnis BRISyariah kami canangkan mulai 2010 – 2014 yang dibagi menjadi 3 bagian: *Conventional business, Growth Business, dan Innovative Business*

---

<sup>4</sup>Charles W. Lamb,Jr, dkk, *Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 214

#### **D. Analisis Terhadap Strategi di Lingkungan Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah**

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug dengan 4P yaitu Strategi Produk, Strategi Distribusi, Strategi Promosi, dan Strategi Harga.

Dalam bidang *produk* Bank BRI Syariah telah melakukan pengembangan produk, yang awalnya hanya memiliki 1 produk saja yaitu Gadai BRISyariah iB, sekarang sudah memiliki 2 produk yaitu Qardh Beragunan Emas dan Produk Kepemilikan Logam Mulia. Dalam bidang *Price* Bank BRI Syariah telah melakukan pemotongan tarif atau memberikan diskon sebesar 5% kepada nasabah. Dalam bidang *Promotion* Bank BRI Syariah telah melakukan pemasangan spanduk dan banner yang dipasang dipinggir jalan disetiap Cabang BRISyariah untuk menarik minat para pengguna jalan agar melakukan transaksi gadai di BRISyariah. Dalam bidang *Place* Bank BRI Syariah telah melakukan pengembangan atau membuka UPC kecil yang berada di PD. Pasar Cipulir agar mudah dijangkau oleh nasabah untuk memperoleh manfaat dan jasa pegadaian.

#### **E. Tantangan dan Peluang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug Dalam Menarik Minat Nasabah Gadai Syariah**

##### **1. Tantangan**

Tantangan yang dihadapi oleh bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug, antara lain :

- a. Masih kurangnya pemahaman masyarakat Jakarta Ciledug tentang operasional Bank Syariah;

- b. Peraturan pemerintah tentang gadai syariah belum dapat mengkoordinir secara luas, karena gadai disini hanya sebesar pada kitab KUHP Pasal 1150-1160 dan Fatwa DSN-MUI;
- c. Kurangnya SDM yang memiliki keahlian mengenai Bank Syariah;
- d. Masyarakat Jakarta Ciledug sampai saat ini masih banyak yang percaya untuk menggunakan jasa penggadaian konvensional;

## 2. Peluang

Peluang Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug, diantaranya adalah :

- a. Peluang karena mayoritas penduduk Jakarta Ciledug adalah islam;
- b. Sudah ada Undang-Undang yang menjadi legalitas Bank Syariah;
- c. Peluang ekonomi islam saat ini sangat maju dan berkembang pesat, dan ini menjadi salah satu peluang yang baik untuk Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jakarta Ciledug;
- d. Bank BRI Syariah saat ini merupakan salah satu Bank yang sudah menjadi Bank Syariah;
- e. Masyarakat sudah mempercayai Bank BRI Syariah, karena Bank BRI Syariah sudah banyak dikenal dilingkungan masyarakat;

Keunggulan yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah adalah salah satu Bank Syariah yang sudah dikenal masyarakat luas, dan juga sebagai salah satu dari beberapa bank yang diakui sebagai Bank Syariah. Karena bank-bank saat ini mengkonversikan dan membuka cabang syariah masih berupa Unit Usaha Syariah. Dengan begitu, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI

Syariah tidak terlalu sulit, hanya menambah sedikit tingkat pelayanan yang diberikan kepada nasabah.<sup>5</sup>

## **F. Analisis SWOT**

### **a. Pengertian**

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

### **b. Penjelasan mengenai 4 (empat) analisis SWOT, yaitu:**

1. Strength (S) yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu dilakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan dibandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju.
2. Weaknesses (W) yaitu analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.
3. Opportunity (O) yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari

---

<sup>5</sup><http://Komunitasamam.wordpress.com/2010/01/14/walau-bank-syariah-menjamur-BRI-siap-bersaing/> (dikutip tanggal 23 September 2015).

peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang dimasa depan atau masa yang akan datang.

4. Threats (T) yaitu analisis ancaman, cara menganalisis ancaman atau tantangan yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pad suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera diatasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang.<sup>6</sup>

**Tabel 4.2**

**ANALISIS SWOT**

<b>No</b>	<b><i>Strength</i>(Kekuatan)</b>	<b><i>Weakness</i> (Kelemahan)</b>	<b><i>Opportunity</i> (Peluang)</b>	<b><i>Threat</i> (Ancaman)</b>
<b>1</b>	Adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang menjamin bahwa Bank BRI Syariah tidak melenceng dari konsep ekonomi syariah	Butuh penyesuaian dan pelatihan bagi karyawan baru	Pertumbuhan yang sangat pesat dengan pembangunan Bank BRI Syariah di daerah-daerah	Pesaing mempunyai teknologi yang lebih canggih
<b>2</b>	Pegawai yang bekerja adalah pegawai yang profesional dan sepenuhnya mengerti tentang Undang-undang dan Fatwa Perbankan Syariah	Sulit mendapatkan SDM yang berkompeten dalam bidang perbankan syariah	Peluang yang besar untuk penerapan teknologi-teknologi baru dengan perkembangan IT	Banyaknya produk sejenis yang menawarkan keunggulan

<sup>6</sup><http://id.m.wikipedia.org/wiki/AnalisisSWOT>(diakses tgl 15 April 2016)

3	Adanya pusat pendidikan dan pelatihan pada Bank BRI Syariah untuk mempermudah merencanakan berbagai program pendidikan dan pelatihan perbankan syariah	Belum meratanya penyebaran kantor Bank BRI diseluruh provinsi	Kebijakan Bank Indonesia terbaru belum akan memicu Bank Konvensional melepas unit usaha syariah menjadi Bank umum syariah tersendiri	Banyak pilihan produk dari perbankan lain
4	Nama Bank BRI Syariah sudah membentuk persepsi yang masyarakat adalah bank yang menganut prinsip ekonomi syariah	Image yang terbentuk dimasyarakat adalah Bank yang diperuntukkan hanya untuk orang islam	Tidak hanya dikhususkan untuk orang islam	Kekuatan nasabah untuk memilih bank cukup tinggi
5	Dengan dukungan modal dari PT. Bank BRI Syariah sehingga tidak mengalami kesulitan dibidang permodalan	Pelayanan terhadap nasabah belum terealisasi dengan baik	Potensi yang sangat besar karena masyarakat Indonesia mayoritas umat muslim	Pesaing dari dalam negeri tidak hanya terdiri dari bank-bank konvensional tapi juga bank syariah yang lain

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan didalam bab-bab sebelumnya mengenai strategi pemasaran yang dilakukan yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciledug terhadap produk gadai syariah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciledug dengan menggunakan 4P, yaitu : *Pertama*, strategi dalam bidang produk dengan mengembangkan dan menyediakan beberapa produk, sehingga nasabah bisa memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. *Kedua*, strategi dalam bidang distribusi, yaitu dengan cara membuka UPC (Unit Pelayanan Cabang) kecil agar mudah untuk dijangkau oleh nasabah atau masyarakat. *Ketiga*, strategi dalam bidang promosi yaitu dilakukan dengan cara periklanan berupa spanduk, brosur, dengan menjadi sponsor dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan dimasyarakat, dan melalui penjualan pribadi dengan cara menjelaskan langsung kepada nasabah tentang keunggulan produk-produk pegadaian yang ada di Bank BRI Syariah. Dan *Keempat*, strategi dalam bidang harga dengan memberikan diskon dengan ketentuan yang ada.
2. Dari hasil penelitian penulis, implementasi dari strategi pemasaran produk gadai syariah mampu menarik minat nasabah. Ini dapat dilihat dari terus meningkatnya jumlah nasabah, uang pinjaman/omzet dan jumlah barang jaminan yang diperoleh oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciledug. Keadaan mungkin akan lebih baik lagi bila dalam pemasaran pegadaian memperbanyak strategi



melalui promosi yang belum dilakukan, seperti melalui tv, dan koran-koran nasional.

## **B. Saran**

Dari kesimpulan yang dikemukakan diatas, penulis mencoba untuk memberikan saran bahwa hendaknya pegadaian syariah semakin aktif lagi dalam meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran yaitu memasarkan langsung produk yang ada di Gadai BRI syariah di lingkungan pasar, dan sosialisasi kepada masyarakat dengan mengunjungi rumah-rumah yang berada disekitar kantor BRI syariah.

Dapat dilihat dari tahun 2011-2012 dirasakan sudah cukup berhasil. Oleh karena itu perlu juga diadakan evaluasi terhadap pelaksanaan aktivitas promosi dan sosialisasi secara terus menerus untuk mengetahui seberapa efektif keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan, mengatasi berbagai kendala yang akan dihadapi dalam melakukan kegiatan promosi dan sosialisasi dimasa yang akan datang.

Bank BRI Syariah juga hendaknya mendengarkan masukan-masukan yang diberikan oleh nasabah sebagai upaya peningkatan pelayanan dan membangun kekerabatan. Hal ini akan semakin mendekatkan nasabah dengan Bank BRI Syariah, dan ini juga akan menciptakan citra yang positif sekaligus bagian dari sosialisasi pemahaman, pengetahuan, dan pengenalan produk-produk yang ada di Bank BRI Syariah.

## Hasil Wawancara Gadai di Bank BRISyariah KCP Jakarta Ciledug

Responde : Ibu Sulastri

Jabatan : Penaksir Gadai

Tanggal : 15 September 2015

1. Penulis : kapan Gadai Bank BRISyariah Cabang Jakarta Ciledug dan bagaimana perkembangannya?  
Responden : Gadai Bank BRISyariah Cabang Jakarta Ciledug berdiri pada 15 September 2008. Perkembangannya memang sempat mengalami naik turun, tapi Alhamdulillah sekarang ini semakin meningkat, ini bisa dilihat dari peningkatan omzet dari tahun 2011-2012, laporan pinjaman yang diberikan, jumlah barang jaminan, dan data jumlah nasabah yang semakin meningkat karena kesadaran masyarakat atas gadai yang berbasis syariah.
2. Penulis : Produk apa saja yang terdapat pada Gadai Bank BRISyariah Cabang Jakarta Ciledug?  
Responden : Produk yang utama adalah QBE (Qardh Beragunan Emas BRISyariah), dan Produk KLM (Kepemilikan Logam Mulia BRISyariah iB).
3. Penulis : Apa QBE dan KLM itu?  
Responden : Produk ini merupakan pilihan yang tepat serta penuh dengan manfaat. QBE BRISyariah kini hadir sebagai solusi terbaik untuk memperoleh dana tunai untuk memenuhi segala kebutuhan mendesak dan modal usaha anda, dengan menjamin emas anda melalui Qardh Beragunan Emas. Proses cepat, mudah, aman, dan sesuai syariah untuk ketentraman anda.  
Produk KLM BRISyariah iB adalah pinjaman dana khusus untuk pembelian emas dengan pembayaran secara mengangsur atau mencicil, dimana nasabah dapat mencicil emas dengan membelinya di harga sekarang atau hari ini dan mencicil dengan harga emas sekarang, sejalan dengan periode mencicil.
4. Penulis : Pada Gadai Bank BRISyariah Cabang Pembantu Jakarta Ciledug apakah semua jenis agunan atau barang yang dapat dijadikan sebagai jaminan?  
Responden : Untuk sementara Gadai Bank BRISyariah Cabang Jakarta Ciledug hanya menerima agunan emas saja, karena kesediaan tempat yang kurang memadai.

5. Penulis : Akad apakah yang digunakan dalam pelaksanaan pada produk gadai syariah?  
 Responden : Ada dua akad yang digunakan dalam pelaksanaan Produk gadai ini, yaitu Akad Qardh dan Akad Ijarah. Akad Qardh adalah pinjaman murni tanpa ada tambahan atau margin hanya dikenakan biaya administrasi. Dalam hal ini, pinjaman khusus untuk pembelian Emas. Akad Ijarah adalah akad penjualan manfaat/ jasa yaitu jasa pemeliharaan emas termasuk asuransinya, sehingga nasabah dikenakan biaya pemeliharaan.
6. Penulis : Siapa saja yang dapat menjadi nasabah dan keuntungan apa yang diperoleh?  
 Responden : Siapa saja boleh menjadi nasabah termasuk non muslim yang penting mempunyai identitas diri seperti KTP. Keuntungan yang dapat diperoleh antara lain: meningkatkan daya barang bergerak anda, prosedur dan syarat mudah serta proses cepat, tarif kompetitif, jangka waktu fleksibel, dijamin asuransi, operasional dibawah pengawasan Dewan Pengawas Syariah.
7. Penulis : Apakah ada tim khusus dalam memasarkan produk gadai Bank BRIsyariah ini?  
 Responden : Tidak ada tim khusus yang memasarkannya. Pemasaran dilakukan dibawah naungan Kantor Pusat.
8. Penulis : Alat atau media apa yang digunakan dalam memasarkan produk gadai ini?  
 Responden : Melalui brosur, spanduk, souvenir, dengan publisitas (dengan cara mengadakan Open Table disekolah-sekolah maupun pasar yang ada disekitar Kantor BRIsyariah.
9. Penulis : Dengan strategi yang digunakan, apakah ada pengaruh atau dampak yang timbul bagi peningkatan dan penurunan jumlah nasabah?  
 Responden : Ada, ini terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah, dan jumlah omzet yang diperoleh oleh Gadai Bank BRIsyariah Cabang Pembantu Jakarta Ciledug.
10. Penulis : Bagaimana jumlah nasabah sekarang?  
 Responden : Pada tahun 2013-2015 perkembangan jumlah nasabah mengalami penurunan yang sangat signifikan dalam kurun waktu tiga tahun.
11. Penulis : Apakah strategi yang digunakan tersebut masih relevan digunakan untuk masa sekarang ini.  
 Responden : Masih, tetapi harus ada penyempurnaan lagi.

**Jakarta 15 September 2015**

## **PROFIL PENULIS**

Nama : Muhammad Arifin  
Alamat : Jl. H. Jimin Rt 009/002 No. 43 Kelurahan  
Petukangan Utara Kecamatan Pesanggrahan  
Jakarta Selatan.  
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 23 Februari 1992  
Agama : Islam  
Nomor Telepon : 085892167175  
Email : [arifinmuh15@gmail.com](mailto:arifinmuh15@gmail.com)  
Jenis Kelamin : Laki-laki

### **Riwayat Pendidikan**

- SD N Lebak 04 Tahun 2006
- SMP N 2 Grobogan Tahun 2007
- SMK Bina Kusuma 3 Jakarta Tahun 2010
- Universitas Muhammadiyah Jakarta Manajemen Perbankan Syariah Tahun 2017

Motto :

Mendapatkan keberkahan hidup di mana pun kita berpijak.

## DAFTAR PUSTAKA

Ascary. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Putra Grafika

Ali, Zainudin. 2008. *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika

Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Wacana Ulama dan Cendekiawan*. Jakarta:  
Bank Indonesia dan Tazkia Institute

Amin, A. Riawan. 2009. *Menata Perbankan Syariahdi Indonesia*. Jakarta: UIN  
Press

Amrin, Abdullah. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT  
Grasindo

Emir. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Raja  
Grafindo Persada

Firdaus, Muhammad, dkk. 2007. *Mengatasi Masalah dengan Pegadaian Syariah*.  
Jakarta: Renaisan

Gitosudarmo, Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-  
Yogyakarta

Heru Priyanto, Sony. No. 10 Tahun XXVI/Oktober 1997. *Pegadaian Menuju Era Stick To The Customer*. Jakarta: Majalah Usahawan

Ismail. 2013. *Perbankan Syariah*. Jakarta: KENCANA PREDANA MEDIA GROUP

Kamil, Ahmad dan M. Fauzan. 2007. *Kitab Undang-undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana

Kamus Besar Bahasa Indonesia 1988. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia

Kasmir. 2008. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers

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

Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia

Matua, Pergong. 2003. *Sejarah Singkat Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian*. Jakarta: Perum Pegadaian

Mukhtar. 2010. *Bimbingan Skripsi, Tesis, dan Artikel Ilmiah: Panduan Berbasis Penelitian Kualitatif Lapangan*. Jakarta: Gaung Persada Press

Pegadaian, Perum. 2003. *Manual Operational Gadai Syariah*. Jakarta: Perum Pegadaian

- Rianto Al Arif, M. Nur. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Cv Alfabeta
- Remy Sjahdeini, Sutan. 2007. *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti
- Remy Sjahdeini, Sutan. 2010. *Perbankan Syariah dan Aspek-aspek Hukumnya*. Jakarta: PT Jayakarta Agung Offset
- Sandjaja, B. 2006. *Metode Penentuan Penelitian*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Subekti, R dan R. Tjitrosudibio. 1976. *Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek)*. Jakarta: Pradaya Paramita
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfa Beta
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service)
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana
- Syafe'i Rahmat. 1995. *Konsep Gadai: Ar rahn dalam Fiqih Islam antara Nilai Sosial dan Nilai Komersial*. Jakarta: Lembaga Studi Islam dan Kemasyarakatan
- T. Yanggo, Huzaimah. *Problematika Hukum Islam Kontemporer III*

Wasito, Hermawan. 1993. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

W, Charles. Lamb, Jr, dkk. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

[Http://artikelekses.blogspot.com/2013/12/Perbandingan-gadai-konvensional-dengan-syariah](http://artikelekses.blogspot.com/2013/12/Perbandingan-gadai-konvensional-dengan-syariah)

[Http://komunitasamam.wordpress.com/2010/01/14walau-bank-syariah-menjamur-BRI-siap--bersaing](http://komunitasamam.wordpress.com/2010/01/14walau-bank-syariah-menjamur-BRI-siap--bersaing)

[www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id) (di akses pada tanggal 16 Maret 2015)

<http://id.m.wikipedia.org>. Analisis SWOT