



© Hak cipta milik UIN S

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM HAJI PADA
PT. PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG
HR. SUBRANTAS PEKANBARU**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

KHONITA IFFA
NIM: 11525205573

PROGRAM S1

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU - PEKANBARU

1440 H/2019 M

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

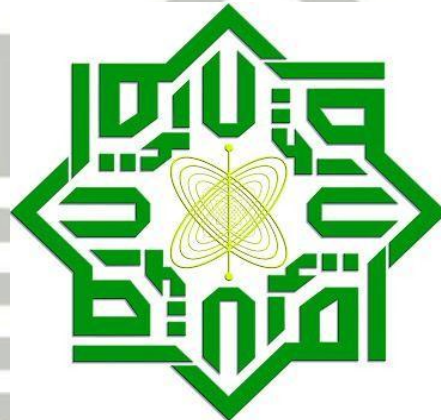


**STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM HAJI PADA
PT. PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG**

HR. SUBRANTAS PEKANBARU

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat-Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

KHONITA JEEA
NIM: 11525205573

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM S1

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU - PEKANBARU

1440 H/2019 M

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diizinkan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diizinkan mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM HAJI PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG HR. SUBRANTAS PEKANBARU, yang ditulis oleh :

Nama : **KHONITA IFFA**
 NIM : 11525205573
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Jumat, 13 September 2019
 Waktu : 13.30 WIB
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 September 2019

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag

Sekretaris
Madona Khairunisa, ME.Sy

Penguji I
Drs. Yusran Sabili, M.Ag

Penguji II
Bambang Hermanto, M.Ag

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. H. Hajar, M.Ag
 NIP. 19580712 196803 1 005

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru** yang ditulis oleh :

Nama : Khonita Iffa
Nim : 11525205573
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Agustus 2019

Pembimbing Skripsi

Darnilawati, SE, M.Si

NIP. 19790420 200710 2 006

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru** yang ditulis oleh :

Nama : Khonita Iffa
Nim : 11525205573
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Agustus 2019

Pembimbing Skripsi

Darnilawati, SE, M.Si

NIP. 19790420 200710 2 006

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

KHONITA IFFA, (2019) : Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.

Penelitian ini dilatar belakangi dari tidak adanya divisi khusus pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas dalam memasarkan produk-produknya seperti pada lembaga keuangan lain. Sehingga Produk Arrum Haji tidak banyak dikenal dan hanya memiliki sedikit nasabah dibandingkan dengan nasabah lainnya. Maka dari itu perlu adanya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian untuk menarik lebih banyak lagi masyarakat menggunakan produk Arrum Haji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru dan mengetahui minat masyarakat terhadap produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.

Adapun populasi dalam penelitian ini sebanyak 24 karyawan pegadaian dan 40 nasabah yang menggunakan produk Arrum Haji dengan menggunakan teknik Accidental Sampling dimana peneliti mengambil sampel yang kebetulan ditemui pada saat itu, pengumpulan data dengan melakukan observasi, penyebaran angket dan wawancara. Selanjutnya penulis menganalisa data secara kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru adalah strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar dan strategi diversifikasi. Sedangkan faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk Arrum Haji di antaranya adalah faktor psikis dan faktor sosial.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Minat, Produk Pegadaian.



KATA PENGANTAR

Puji syukur Kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurah bagi Nabi Muhammad SAW dan selaku umat Islam semoga kita mampu menjalankan setiap sunnah rasul termasuk sunnah dalam bidang pengembangan ekonomi umat berdasarkan Syariat Islam sebagaimana yang telah dicontohkan beserta para sahabat, tabi`in.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari tentunya masih banyak terdapat kekurangan. Dengan keterbatasan kemampuan dan cakrawala berpikir serta keterbatasan waktu dan kesempatan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.”**

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan motivasi secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kedua orang tua, Mama, Papa dan kakak-kakak serta keluarga besar yang memberikan dukungan materi dan non materi, yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan motivasi hidup yang sangat luar biasa sehingga hati ini terus berjuang dalam mencapai keinginan dan cita-cita.

Rektor Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahiddin, S,Ag., M,Ag.

3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.
4. Ketua Prodi Ekonomi Syariah bapak Bambang Hermanto, MA.
5. Ibu Darnilawati, SE, M.Si selaku pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

Semoga dengan bantuan dan kebaikan yang telah diberikan dapat dibalas oleh Allah SWT. Penulis berharap kritik dan dan saran yang membangun karena penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih, semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada penulis dan pembaca sekalian.

Pekanbaru, Agustus 2019

Penulis

KHONITA IEFA
11525205573

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	14
C. Rumusan Masalah.....	14
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	15
E. Metode Penelitian.....	16
F. Teknik Pengumpulan Data	17
G. Teknik Analisa Data	18
H. Metode Penulisan	19
I. Sistematika Penelitian.....	20
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Profil dan Perkembangan PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru	22





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Visi dan Misi PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.....	23
C. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.....	24
D. Aktivitas PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru	32
E. Produk PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru	33
BAB III TINJAUAN TEORITIS	
A. Pengertian Pegadaian.....	42
1. Pegadaian (Rahn)	42
2. Pegadaian Syariah	44
3. Landasan Hukum Gadai Syariah (Rahn)	46
4. Rukun Gadai Syariah	48
5. Syarat Gadai Syariah	49
6. Persamaan dan Perbedaan Gadai Syariah dan Gadai Konvensional	50
B. Strategi Pemasaran	55
1. Pengertian Strategi.....	55
2. Pengertian Pemasaran	56
3. Pengertian Strategi Pemasaran	64
4. Bauran Pemasaran.....	70

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Produk Pegadaian	75
D. Produk Arrum Haji	77
E. Faktor Minat Masyarakat	79
1. Pengertian Minat	79
2. Pengertian Minat Masyarakat	79
3. Jenis – Jenis Minat	81
4. Faktor - Faktor dan Aspek – Aspek Minat	83
5. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat ..	84
6. Indikator – Indikator Minat Nasabah.....	85

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru	86
1. Identifikasi Responden	86
2. Analisis Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru ..	90
B. Minat Masyarakat Terhadap Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru	98

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN	103
B. SARAN	104

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR.

Subrantas Pekanbaru 29



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR TABEL

Tabel : IV. 1 Umur Responden Pegadaian	86
Tabel : IV. 2 Jenis Kelamin Responden Pegadaian	87
Tabel : IV. 3 Jenis Pendidikan Responden Pegadaian	88
Tabel : IV. 4 Jenis Pekerjaan Responden Pegadaian	89
Tabel : IV. 5 Strategi Penetrasi Pasar	91
Tabel : IV. 6 Strategi Pengembangan Produk	93
Tabel : IV. 7 Strategi Pengembangan Pasar	95
Tabel : IV. 8 Strategi Diversifikasi	97
Tabel : IV. 9 Minat Masyarakat Berdasarkan Faktor Psikis	99
Tabel : IV. 10 Minat Masyarakat Berdasarkan Faktor Sosial	102

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang menjadi rahmat bagi alam semesta. Oleh karenanya sifat dari ajaran Islam adalah komprehensif dan universal. Semua aspek kehidupan manusia tidak luput dari aturan Islam, termasuk di sini mengenai hubungan manusia dengan manusia salah satunya dalam melakukan transaksi ekonomi. Kegiatan ekonomi yang dilakukan sudah seharusnya mendasarkan pada kaidah-kaidah hukum, dan hukum yang dimaksud di sini adalah hukum ekonomi Islam.¹

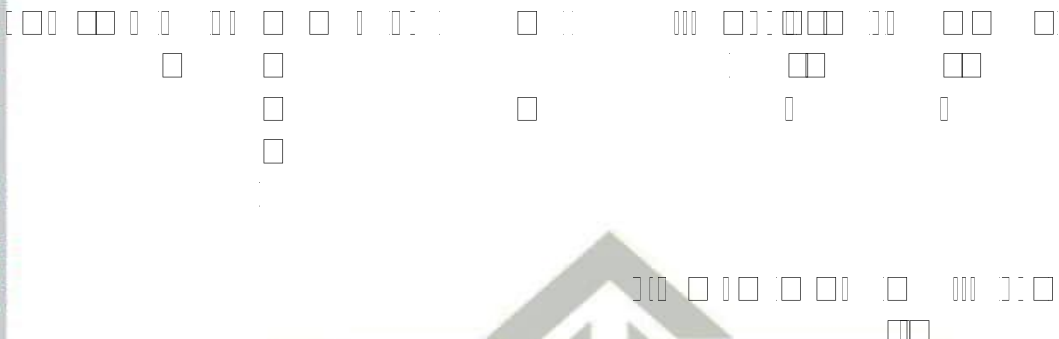
Islam memberikan panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan termasuk sektor bisnis dan transaksi keuangan. Perkembangan Lembaga Keuangan Islam di Indonesia dapat dikategorikan cepat dan salah satu faktor tersebut adalah adanya keyakinan pada masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh Agama Islam.² Terutama dalam bidang ekonomi yang saat ini sedang mendapatkan perhatian dan sorotan yang tajam dari kalangan, baik pemerintahan, lembaga keuangan, praktisi bisnis, akademisi dan umat Islam khususnya, yaitu ekonomi syariah.

¹ Burhanuddin Susanto, *Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Perss, 2008), cet ke-1, hal. 2

² Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2002), hal. 8



Berdasarkan firman Allah dalam (Q.S Al-Hadid:7) :



Artinya : *Berimanlah kamu kepada Allah dan rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah Telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.*

Semakin berkembangnya perekonomian suatu negara, maka semakin meningkat pula permintaan/kebutuhan pendanaan untuk mendanai proyek-proyek pembangunan. Salah satu upaya pemerintah dalam pengembangan perekonomian nasional adalah dengan cara penyaluran dana dalam bentuk kredit. Kredit dapat diberikan kepada masyarakat atau wirausahawan yang membutuhkan bantuan dana, dengan sistem penyaluran melalui lembaga keuangan baik lembaga keuangan Bank, non- Bank ataupun lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu lembaga keuangan nasional memiliki peranan penting dan strategis, kaitannya dalam penyediaan permodalan guna mengembangkan sektor-sektor produktif.

Lembaga keuangan merupakan lembaga yang menjadi perantara keuangan dan jasa ekonomi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. Pada pelaksanaannya sistem bunga adalah sistem yang telah lama digunakan hampir disetiap lembaga keuangan di berbagai negara. Tidak dapat dipungkiri dengan sistem bunga ini telah banyak negara mencapai kemakmuran meski di



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atas kemiskinan negara lain, hal ini tentu saja akan terus-menerus menjadikan sebuah kesenjangan.³

Dalam perspektif ekonomi, pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan proses dan persyaratan yang terlalu rumit. Bentuk pendanaan ini sudah ada sejak lama dan sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia. Pegadaian adalah satu satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kemasyarakat atas dasar hukum gadai.⁴

Islam merumuskan suatu sistem yang sama sekali berbeda dari sistem-sistem lainnya. Hal ini diantaranya nampak pada sistem ekonomi Islam yang memiliki akar dari syariah yaitu aturan yang Allah perintahkan kepada hamba-hambanya yang menjadi sumber dan panduan dari setiap muslim dalam melaksanakan kegiatan ekonomi islam juga memiliki tujuan-tujuan syariah (*al-maqashidu ash-syar'iyah*) serta petunjuk operasional untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan-tujuan itu sendiri mengacu pada kepentingan manusia untuk mencapai kesejahteraan dan kehidupan yang lebih baik, juga memiliki nilai yang sangat penting bagi persaudaraan dan

³ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal.275

⁴ Ma'ruf Amin, *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), hal.12

keadilan sosio-ekonomi, serta menuntut kepuasan yang seimbang antara kepuasan materi dan kepuasan rohani.⁵

Salah satu lembaga keuangan adalah berupa lembaga keuangan syariah (LKS). Termasuk dalam lembaga keuangan syariah (LKS) yaitu pegadaian syariah yang menjalankan kegiatan usahanya dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu produk LKS adalah “pembiayaan”, yang dalam hukum Islam kepentingan kreditur itu sangat diperhatikan dan dijaga sekali, jangan sampai ia dirugikan. Oleh sebab itu, ia dibolehkan meminta “barang” dari debitur sebagai jaminan utangnya. Dalam dunia finansial, barang jaminan ini biasa dikenal dengan objek jaminan (*Colleteral*) atau barang gadai (*marhun*) dalam Gadai Syariah.

Gadai merupakan salah satu kategori dari perjanjian utang-piutang, untuk suatu kepercayaan dari orang yang berpiutang menggadaikan barangnya sebagai jaminan terhadap utangnya itu. Barang jaminan tetap milik orang yang menggadaikan (orang yang berpiutang) namun dikuasanya oleh penerima gadai (yang berpiutang).⁶

Dalam konsep operasional, sebenarnya LKS gadai syariah dapat digunakan sebagai fungsi sosial (biasanya bersifat konsumtif), yang sifatnya mendesak, disamping fungsi komersil (bersifat produktif). Namun dalam implementasinya, terdapat indikasi bahwa gadai syariah masih lebih didominasi untuk yang sifatnya fungsi komersiil-produktif, meskipun apabila

⁵ Syahid Muhammad Baqir ash-Shadr, *Keunggulan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Zahra, 2002), hal. 163

⁶ Sasli Rais, *Pegadaian Syariah: Konsep Dan Sistem Operasional*, (Jakarta: UI Press, 2005), hal. 2-3



mengkaji latar belakang skim gadai syariah ini, baik secara implisit maupun eksplisit lebih berpihak dan tertuju untuk kepentingan fungsi sosial itu (kebutuhan sehari-hari). Karena pada dasarnya Islam memandang bahwa manusia itu sebagai individu memiliki kebutuhan hidup primer, berupa pangan, sandang, dan papan yang membutuhkan pemenuhan dan tidak dapat ditunda lagi.

Keberadaan pegadaian syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan syariah. Disamping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Minat masyarakat yang memanfaatkan jasa pegadaian syariah cukup besar. Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yang memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang, bukan dari jumlah pinjaman.⁷

Hadirnya Pegadaian Syariah sebagai sebuah lembaga keuangan formal yang bertugas menyalurkan pembiayaan dalam bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat atau nasabahnya yang membutuhkan, berdasarkan hukum gadai syariah merupakan suatu hal yang perlu mendapatkan sambutan positif. Dalam gadai syariah yang terpenting adalah dapat memberikan kemaslahatan sesuai yang diharapkan masyarakat dan

⁷ Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta: PT Prehanllindo, 1997), Jilid I, hal. 18





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjauhkan diri dari praktik-praktik riba, qimar (*spekulasi*), maupun gharar (tidak transparan) yang berakibat terjadinya ketidakadilan dan kedzaliman pada masyarakat dan nasabah.⁸

Pegadaian syariah sudah berbentuk sebagai sebuah lembaga. Ide pembentukan pegadaian syariah selain karena tuntutan idealisme juga dikarenakan keberhasilan terlembaganya bank dan asuransi syariah. Setelah terbentuknya Bank, BMT, BPR, dan asuransi syariah, maka pegadaian syariah mendapat perhatian oleh beberapa praktisi dan akademisi untuk dibentuk dibawah suatu lembaga sendiri. Keberadaan pegadaian syariah atau rahn lebih dikenal sebagai bagian produk yang ditawarkan oleh bank syariah, dimana bank menawarkan kepada masyarakat bentuk penjaminan barang guna mendapatkan pembiayaan.⁹

Pegadaian adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berkontribusi pada sektor keuangan Indonesia dan bergerak pada tiga jenis bisnis perusahaan yaitu pembiayaan, emas, dan aneka jasa. Sedangkan Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan syariah yang menjalankan usahanya dengan menggunakan sistem gadai dan berlandaskan pada prinsip-prinsip keislaman.¹⁰

Perkembangan produk-produk berbasis syariah kian marak di Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Pegadaian mengeluarkan produk-

⁸ Sasli Rais., *op.cit.*, hal. 5-6

⁹ Evi Yuliyanti, *Sejarah Pegadaian Syariah*, (ONLINE) <https://eviyuliyanti.wordpress.com/2008/06/12/sekilas-tentang-pegadaian-syariah>, diakses tgl 13 Agustus 2016

¹⁰ M. Habiburrahim, Yulia Rahmawati, dkk., *Mengenal Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Penerbit Kuwais, 2012), hal. 217

produk berbasis syariah sehingga tidak mau kalah saing dengan lembaga keuangan yang lainnya. Salah satunya produk gadai emas, produk gadai emas merupakan produk unggulan di Pegadaian Syariah, dimana produk ini menjadi sebuah icon yang unggul terhadap perusahaan Pegadaian.

Gadai (*al rahn*) secara bahasa dapat diartikan sebagai (*al stubut, al hats*) yaitu penetapan dan penahanan. Secara istilah dapat diartikan menjadikan suatu benda berharga dalam pandangan syara` sebagai jaminan atas adanya 2 kemungkinan, yaitu untuk mengembalikan uang itu atau mengambil sebagian dari benda tersebut.¹¹

Dalam sistem pegadaian syariah pada umumnya produk-produk yang ada menggunakan akad rahn. Lembaga keuangan syariah dapat berkembang dan cukup diminati khususnya oleh umat Islam. Seiring berjalannya waktu, dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang sangat bermacam-macam, pegadaian syariah semakin berkembang dengan mengeluarkan produk-produk baru yang dibutuhkan masyarakat, serta dapat bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya.

Sehingga dapat disimpulkan *Ar-rah*n adalah menahan salah satu harta yang dijadikan sebagai jaminan atas pinjaman yang dipinjamnya oleh yang berutang kepada piutang. Barang yang ditahan tersebut harus merupakan barang yang memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam

¹¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT.Grafindo Persada, 2000), hal. 105-106



jaminan utang atau gadai. Begitupun dengan Pegadaian Syariah, Pegadaian Syariah dapat membantu masyarakat dalam hal penggadaian dengan adanya sebuah jaminan. Selain itu Pegadaian Syariah pun memiliki beberapa produk berbasis syariah yang lainnya di luar gadai emas, yang sekiranya sangat dibutuhkan dan dapat membantu dalam kebutuhan transaksi masyarakat. Terdapat 3 (tiga) bentuk aspek produk, yaitu pembiayaan, emas dan jasa/pelayanan.

Salah satu bentuk inovasi dari produk pegadaian syariah yang semakin berkembang adalah dari aspek pembiayaan, yaitu ada pada produk *Arrum Haji*. Produk ini pertama kali dikeluarkan pada bulan April 2016, dimana produk ini menjadikan solusi yang tepat dalam rangka membantu umat muslim untuk mewujudkan terlaksananya rukun islam yang kelima.¹²

Pada umumnya masyarakat tidak memahami pemasaran, mereka memahami pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran ini mempunyai arti lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang tertatur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat di pasarkan seperti ide, kejadian, organisasi tempat dan kepribadian. Namun penting untuk ditekankan bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran, tetapi dengan pencarian peluang pasar.¹³

¹² Arie, Wawancara, (Kantor Wilayah Pegadaian Bandung, pada tanggal 6 Oktober 2017)

¹³ Hendra, dkk, *op.cit.*, hal. 18



Sehubungan dengan berkembangnya dunia pemasaran yang menimbulkan makin tingginya tingkat persaingan antara perusahaan-perusahaan di Indonesia, maka perusahaan-perusahaan tersebut semakin berusaha untuk memperkuat strategi pemasarannya. Untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis yang kondisi persaingannya terus meningkat maka suatu perusahaan harus dituntut dapat menguasai pasar dengan menggunakan produk yang telah dihasilkan.

Manajemen pemasaran juga disinggung dalam konteks syariah. Manajemen pemasaran syariah merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam. Sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah, baik proses penawaran maupun proses perubahan nilai yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah yang Islami dalam suatu transaksi atau dalam suatu bisnis.¹⁴

Strategi dalam pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting dan diperlukan dalam semua segi bisnis begitu juga syariah, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara yang batil, tidak melakukan penipuan, kebohongan dan tidak mendzalimi pihak-pihak lain. Pada umumnya masyarakat tidak memahami pemasaran, mereka melihat pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran ini mempunyai arti lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat

¹⁴ Herman Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Jakarta: Mizan Pustaka, 2003), hal. 27



diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat dipasarkan seperti ide, kejadian, organisasi tempat dan kepribadian. Namun penting untuk ditekankan bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran, tetapi dengan pencarian peluang pasar.¹⁵

Seperti kita ketahui, 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, sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh pegadaian syariah atas produk gadai syariah sehingga tumbuh menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut. Dalam menarik minat nasabah memang tidak hanya dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang digunakan oleh pegadaian syariah. Ada beberapa faktor lain yang mempengaruhinya seperti kebutuhan nasabah yang mendesak yang memerlukan proses pencairan dana yang cepat, nasabah yang menginginkan transaksi gadai tanpa adanya unsur ribawi (bunga) di dalamnya, dan lain sebagainya.¹⁶

PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru pertama berlokasi di Pandau Permai pada tanggal 28 November 2008, yang kemudian pada tanggal 2 Januari 2011 dipindahkan kejalan HR. Subrantas KM 10,5 Panam yang ditetapkan berdasarkan keputusan Pemimpin Wilayah

¹⁵ Hendra, dkk, *ibid*, hal.18

¹⁶ Hermawan, *ibid*, hal. 235



(KANWIL) II, Perum Pegadaian Pekanbaru No. 302/OP 1.14001/2011, tentang pembukaan kantor Pegadaian Syariah cabang HR. Subrantas Panam Pekanbaru dan mulai efektif bekerja melayani gadai yang sesuai syariah. Seiring dengan kemajuan zaman dan tuntutan masyarakat muslim di Indonesia pegadaian syariah semakin berkembang dengan mengeluarkan produk-produk baru yang dibutuhkan masyarakat, serta dapat bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya seperti produk Mulia, Amanah, Arrum BPKB, Arrum Haji, dan lain sebagainya. Akan tetapi dalam penelitian ini akan fokus membahas tentang produk Arrum Haji saja.

Produk Arrum Haji merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas seberat 15 gram atau setara dengan sejumlah uang Rp. 7.000.000; dan uang yang dipinjamkan kepada nasabah diberikan sebesar Rp. 25.000.000; sesuai dengan biaya pendaftaran porsi haji yang ditetapkan oleh Kementerian RI. Pinjaman uang tersebut dapat diangsur selama beberapa tahun, diantaranya Pegadaian Syariah memberikan opsi kepada nasabah yaitu selama 12, 24, 36, 48, dan 60 bulan. Biaya pemeliharaan barang jaminan (*mu'nah*) per bulan $0.95\% \times$ nilai taksiran jaminan. Saat berlangsungnya akad Arrum Haji, maka sekaligus akan membuka tabungan haji dan nomor porsi haji.

Untuk mendapatkan produk Arrum Haji, nasabah harus memenuhi syarat dan ketentuan yang harus dipersiapkan, diantaranya menyerahkan foto





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

copy KTP, jaminan emas, buku tabungan, Surat Pendaftaran Pergi Haji (SPPH), dan Setoran Awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (SA BPIH).¹⁷ Produk Arrum Haji dalam bentuk pembiayaannya menggunakan akad *Qardh*, akad ini berupa dana yang dipinjamkan pihak Pegadaian Syariah kepada nasabah untuk mendapatkan porsi haji, dimana nasabah dalam jangka waktu tertentu harus mengembalikan sejumlah dana yang dipinjam dan terdapat biaya *ijarah* yang harus dibayarkan nasabah kepada pihak Pegadaian Syariah. Selain adanya akad *qardh*, pada pembiayaan Arrum Haji juga terdapat akad *Rahn*. Dimana nasabah berhak memberikan jaminan kepada Pegadaian Syariah sebagai harta yang dititipkan untuk melakukan pembiayaan pendaftaran haji. Pendapatan *murtahin* atau Pegadaian Syariah pada akad *rahn* itu ada pada *ujrah* yang tidak dibayarkan *ujrah* nya secara tunai. Sedangkan akad *qardh* dalam hal mendapatkan keuntungannya seperti yang telah kita ketahui bahwa pendapatan *murtahin* pada akad *qardh* sama saja dengan akad *rahn* yaitu ada pada *ujrah* nya. Hal ini diperbolehkan oleh hukum islam. Namun, dalam pelaksanaan akad *rahn* di Pegadaian Syariah terdapat pembayaran denda atau ganti rugi (*ta'widh*) *rahin* terhadap *murtahin* dalam hal keterlambatan membayar uang pembiayaannya yang dibayarkan secara angsuran perbulan. Ganti rugi tersebut dibayarkan secara perhari kepada Pegadaian Syariah yang jumlah besarnya sudah ditentukan didalam isi perjanjian.¹⁸ Berdasarkan pra riset di PT. Pegadaian Syariah Kantor

¹⁷ Brosur Arrum Haji Pegadaian Syariah

¹⁸ Basuni Imamuddin dan Nashiroh Ishaq, *Kamus Konseptual Arab-Indonesia*, (Depok: Gma Insani, 2012), hal. 420

Cabang HR. Subrantas Pekanbaru di peroleh data bahwa masih sangat sedikit sekali masyarakat yang menggunakan produk Arrum Haji.

Setiap produk yang dikeluarkan lembaga keuangan khususnya pegadaian syariah pasti selalu merencanakan adanya pemasaran. Pentingnya memperkenalkan produk yang kita jual akan sangat berpengaruh dalam meningkatnya penjualan suatu produk. Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan seperti pegadaian dilakukan oleh seluruh pegawai secara langsung maupun tidak langsung. Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang H.R Subrantas Pekanbaru tidak ada divisi khusus dalam memasarkan produk-produknya seperti pada bank dan lembaga keuangan lain, jadi setiap pegawai sekaligus bertindak sebagai pemasar dan setelah dilakukan promosi melalui sosialisasi dan promosi yang lainnya, sekarang nasabah untuk produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru ini mulai bertambah karena Pegadaian Syariah memiliki strategi pemasaran yang baik. Pegadaian Syariah menggunakan prinsip Strategi Penetrasi Pasar, Strategi Pengembangan Produk, Strategi Pengembangan Pasar dan Strategi Diversifikasi. Dengan jumlah nasabah yang masih sedikit pada produk Arum Haji di PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru perlu dianalisis lebih mendalam, karena untuk keberlanjutan dari pelaksanaan pembiayaan Arum Haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru. Oleh karena itu,



apabila pegadaian syariah yang ingin tetap bertahan dan semakin berkembang maka harus melakukan pelaksanaan dan strategi pemasaran yang bagus.

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berkenaan dengan strategi pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru. Dengan demikian peneliti akan melakukan penelitian tersebut dalam sebuah skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Soebrantas Pekanbaru”** (Penelitian pada unit PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru).

B. Batasan Masalah

Untuk lebih fokus dalam pembahasan skripsi ini, maka pembatasan hanya dibatasi pada Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang diambil peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru?
2. Apa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru?





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui minat masyarakat terhadap produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru?

2. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang ekonomi dan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, umumnya pada pegadaian syariah dan khususnya Fakultas Syari'ah dan Hukum.

b. Manfaat Praktis

Dengan tersusunnya skripsi ini, diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi masyarakat, akademisi, Pegadaian Syariah, dan penulis sendiri khususnya.



E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru karena berdekatan dengan lingkungan masyarakat.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan dan nasabah di PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah strategi pemasaran terhadap produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek dan subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan nasabah PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru dengan jumlah karyawan 24 orang dan nasabah aktif 40 orang.

Sampel adalah sebagian yang di ambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peneliti mengambil sampel yang kebetulan ditemui pada saat itu. Jadi sampel yang di ambil dari penelitian ini adalah 64 orang.¹⁹

4. Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh penelitian. Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan dalam bentuk :

- a. Data primer, yaitu yang diperoleh secara langsung dari lapangan berupa wawancara dengan karyawan dan nasabah Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru
- b. Data sekunder, yaitu data pendukung yang penulis dapatkan dari buku, jurnal dan wawancara yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.

F. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung ke lokasi yang akan diteliti yaitu PT. Pegadaian Syariah Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.
- b. Angket, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk di jawab secara tertulis oleh responden. Angket diberikan secara langsung kepada 64 responden dari PT. Pegadaian Syariah Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.

¹⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 61

- c. Dokumentasi, yaitu sejumlah fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi serta pengumpulan data-data yang ada dalam masalah penelitian.
- d. Wawancara, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan lapangan, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.²⁰ Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara kualitatif, yaitu Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul. Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif.

²⁰Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 244





H. Metode Penulisan

1. Deduktif yaitu mengumpulkan data-data yang bersifat umum kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
2. Deskriptif yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan dengan menggambarkan kenyataan yang diteliti, kemudian dikaitkan dengan teori-teori dan konsep yang mendukung pembahasan yang relevan sehingga dapat ditarik kesimpulan.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika ini disusun dalam lima bab, dimana setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan merupakan uraian secara garis besar mengenai hal-hal pokok yang dibahas, guna mempermudah dalam memahami dan melihat hubungan suatu bab dengan yang lainnya. Adapun uraian pada setiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan pendahuluan dengan uraian mengungkapkan latar belakang masalah, rumusan masalah, menunjukkan tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, metode penulisan dan sistematika penulisan.

BAB 11 : GAMBARAN UMUM LOKASI PENEITIAN

Berisikan gambaran Umum mengenai perusahaan PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru, profil dan perkembangan PT. Pegadaian Syariah Kantor

Cabang HR. Subrantas Pekanbaru, visi dan misi PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru, struktur organisasi PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru, PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru, aktivitas PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru dan produk-produk yang dihasilkan PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

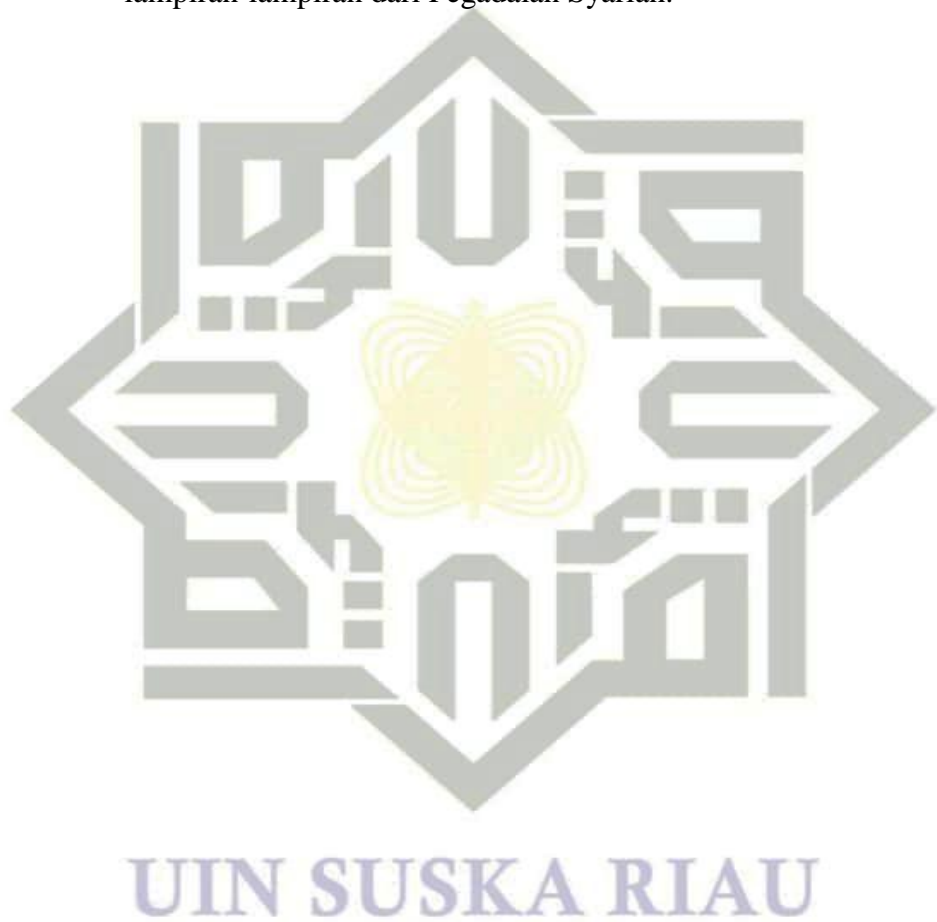
Berisikan tinjauan umum tentang Pegadaian Syariah, yang didalamnya menguraikan pengertian pegadaian, landasan hukum gadai syariah, rukun gadai syariah, syarat gadai syariah, persamaan dan perbedaan gadai syariah dan gadai konvensional, perbedaan akad gadai syariah dengan gadai konvensional dan juga strategi pemasaran produk Arrum Haji Pegadaian Syariah.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Berisikan tentang strategi pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru dan faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk Arrum Haji di PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan dimana penulis akan mengemukakan kesimpulan dan saran yang dapat mendukung kesempunaan skripsi, serta akan dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran dari Pegadaian Syariah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Profil Dan Perkembangan PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR.

Subrantas Pekanbaru

Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru pertama berlokasi di Pandau Permai pada tanggal 28 November 2008, yang kemudian pada tanggal 2 Januari 2011 dipindahkan di jalan HR. Subrantas KM 10,5 Panam yang ditetapkan berdasarkan Keputusan Pemimpin Wilayah (KANWIL) II, Perum Pegadaian Pekanbaru No. 302/OP 1.14001/2011, tentang pembukaan kantor Pegadaian Syariah cabang HR. Subrantas Pekanbaru.

Berdasarkan keputusan Direksi Perum Pegadaian Nomor 84/LB.1.00/2011 di Kanwil II tentang pembukaan kantor cabang Pegadaian Syariah HR. Subrantas Pekanbaru menimbang dan menyatakan bahwa:

1. Dalam rangka menjawab kebutuhan sebagai konsumen Muslim di Indonesia yang menginginkan transaksi pinjam meminjam yang sesuai syariah Islam maka Perum Pegadaian sebagai lembaga yang bergerak di sektor usaha penyaluran pinjaman perlu merespon tuntutan konsumen.
2. Bahwa hasil penelitian dan pengamatan pasar yang dilakukan oleh team kantor Wilayah II di Pekanbaru, telah memenuhi persyaratan untuk mendirikan kantor cabang Pegadaian Syariah di jalan HR. Subrantas KM. 10,5 Panam Pekanbaru Provinsi Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bahwa pembukaan Kantor cabang Pegadaian Syariah tersebut perlu ditetapkan dengan keterangan surat Direksi Perum Pegadaian.

Selanjutnya Perum Pegadaian Syariah cabang HR. Subrantas Pekanbaru memiliki 5 UPS (Unit Pegadaian Syariah) yang berada dibawah pimpinan cabang tersebut yaitu UPS Sidomulyo, UPS Kubang Raya, UPS Tanah Merah, UPS Paus Ujung, UPS Pasar Cik Puan.²¹

B. Visi dan Misi PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru

Adapun yang menjadi visi Pegadaian yaitu sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

Sedangkan misi Pegadaian Syariah yaitu sebagai berikut:

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 infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

²¹ Mas'ud, Pimpinan cabang Pegadaian Syariah HR. Subrantas, *Wawancara*, Pekanbaru, 10 Oktober 2013



3. Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan²²

C. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 103 tahun 2000, tentang Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian bahwa “Perum Pegadaian dipimpin oleh seorang Direktur, yaitu Direktur Operasi dan Pengembangan, Direktur Keuangan, serta Direktur Umum yang seluruhnya berfungsi sebagai Staf Direktur Utama.

Selanjutnya dalam melaksanakan tugas teknik operasional penyaluran uang pinjaman kepada masyarakat, dilakukan hubungan struktural teknis operasional dengan para pimpinan wilayah, serta pimpinan wilayah melakukan hubungan struktural teknis operasional dengan para manajer kantor cabang.

Sesuai dengan struktural organisasi tersebut, bentuk organisasi Perum Pegadaian adalah bentuk line dan staf dengan tata kerja sebagai berikut :

1. Setiap Manajer kantor cabang dalam melaksanakan tugas operasionalnya bertanggung jawab langsung kepada Pimpinan Wilayah.
2. Setiap Pimpinan Wilayah dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab langsung kepada direktur utama.

²² www.pegadaian.co.id



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari Direktur Utama dibantu oleh para direktur yang berfungsi sebagai Staf Direktur Utama.
4. Setiap Pimpinan Wilayah dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari dibantu oleh para Manajer serta Inspektur Wilayah yang seluruhnya berfungsi sebagai staf Pimpinan Wilayah.
5. Setiap Manajer kantor cabang dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari dibantu oleh para asisten manajernya.

Unit layanan Gadai Syariah merupakan suatu unit cabang dari Perum Pegadaian yang berada dibawah binaan Divisi 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 yang terpisah dan mandiri dari usaha gadai secara konvensional, namun masih dalam binaan pimpinan wilayah pegadaian sesuai dengan tempat kedudukan kantor cabang tersebut.

Dewan Pengawas Syariah (DPS) yaitu badan independen yang ditempatkan oleh dewan syariah nasional, yang terdiri dari ahli dibidang *fiqih Muamalah* dan memiliki pengetahuan dalam bidang perbankan. Adapun persyaratan anggota ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional, dan dalam pelaksanaan tugas sehari-hari DPS wajib mengikuti fatwa dewan syariah nasional yang merupakan otoritas tertinggi dalam mengeluarkan fatwa produk dan jasa.

Fungsi dan tugas DPS antara lain adalah sebagai berikut :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sebagai penasehat dan pemberi saran kepada Direksi, pimpinan unit usaha syariah dan Pimpinan kantor cabang syariah mengenai hal-hal yang berkaitan dengan aspek syariah.
2. Sebagai mediator antara Unit Usaha Syariah dan DSN dalam mengkomunikasikan usul dan saran untuk pengembangan produk dan jasa dari bank yang memerlukan kajian dan fatwa dari DSN.
3. Sebagai Perwakilan DSN yang ditempatkan pada unit usaha syariah dan wajib melaporkan kegiatan usaha Bagian Gudang Penaksiran Kasir Keamanan serta perkembangan unit usaha syariah yang diawasinya ke Dewan Syariah Nasional-MUI.

Sedangkan fungsi Direksi antara lain adalah sebagai berikut :

1. Sebagai penanggungjawab keberhasilan seluruh unit usaha bisnis perusahaan, baik usaha inti maupun usaha non inti.
2. Sebagai penentu kebutuhan strategis sekaligus mengendalikan kegiatan bisnis agar tercapai tujuan yang telah ditetapkan.

Fungsi General Manager usaha lain dalam pembinaan unit layanan Gadai Syariah adalah pengatur kebijakan umum operasional Gadai Syariah dan mengintegrasikan kegiatan unit layanan Gadai Syariah dengan unit bisnis lain sehingga membentuk sinergi menguntungkan perusahaan.

Fungsi Pimpinan Wilayah dalam pembinaan Unit Layanan Gadai Syariah adalah bertanggung jawab dari mulai merintis pembukaan Kantor Cabang Unit Layanan Gadai Syariah, pembinaan operasional sehari-hari maupun penanganan

administrasi keuangan seluruh Kantor Cabang Gadai Syariah diwilayah masing-masing.

Fungsi Manajer Unit Layanan Gadai Syariah Pusat adalah :

1. Sebagai koordinator teknis pengoperasian Unit Layanan Gadai Syariah hingga sampai pembuatan laporan Keuangan Unit Layanan Gadai Syariah konsolidasi se-Indonesia.
2. Bertanggung jawab terhadap seluruh operasional Unit Layanan Gadai Syariah.
3. Membuat kebijakan serta petunjuk operasional yang wajib ditaati oleh pimpinan Cabang Unit Layanan Gadai Syariah.

Fungsi manajer kantor cabang unit layanan gadai syariah adalah sebagai berikut:

1. Sebagai pimpinan pelaksanaan teknis dari perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Secara organisator Manajer Kantor Cabang Unit Layanan Gadai Syariah bertanggung jawab langsung kepada pimpinan wilayah, selanjutnya pimpinan wilayah akan melaporkan hasil kegiatan binaannya kepada Direksi. Sedangkan Direksi akan membuat kebijakan pengelolaan unit layanan gadai syariah dan memberikan respon atau tindak lanjut atas laporan pimpinan wilayah dengan dibantu oleh Jendral Manager usaha lain dan manajer unit layanan gadai syariah pusat. Dalam melaksanakan fungsi tersebut diatas manajer kantor cabang mengkoordinasi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- kegiatan pelayanan peminjaman uang menggunakan prinsip atau akad *rahn* (gadai syariah), *ijaroh* (sewa tempat) untuk penyimpanan barang jaminan.
2. Membantu kelancaran pelaksanaan tugas dikantor cabang unit layanan gadai syariah pimpinan cabang dibantu sejumlah pegawai dengan masing-masing bagian sebagai berikut :
 - a. 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.
 - b. Kasir bertugas melakukan tugas penerimaan, penyimpanan dan pembayaran serta pembelian sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang unit layanan gadai syariah.
 - c. Bagian gudang bertugas melakukan pemeriksaan, penyimpanan, pemeliharaan dan pengeluaran serta pembukuan *marhun* selain barang kantor sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam rangka ketetapan dan keamanan serta keutuhan *marhun*.²³

²³ Adrian Sutedi, *op.cit*, hal. 92



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

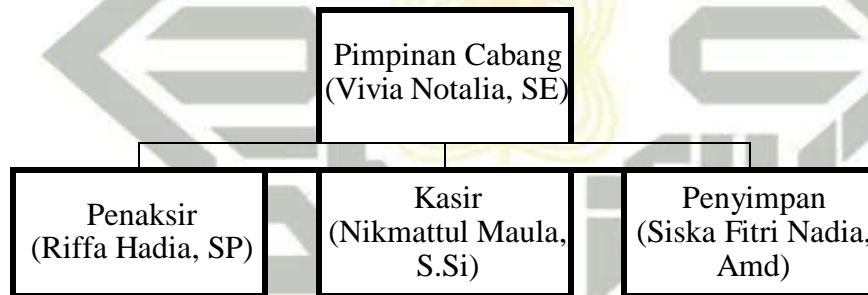
Adapun karyawan Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas

Pekanbaru terdiri dari :

1. Vivia Notalia, SE
2. Riffa Hadia, SP
3. Nikmattul Maula, S.Si
4. Siska Fitri Nadia, Amd

Struktur Organisasi yang terdapat pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru dapat dilihat pada :

Gambar II.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.



Penjelasan mengenai tugas masing-masing bagian pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan Cabang

Pimpinan cabang mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Mengurus neraca kerja anggota berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, mengendalikan operasional *rahn*, usaha, pembagian-pembagian tugas, penatausahaan barang jaminan bermasalah (taksiran tinggi, rusak, dan palsu), mengawasi barang jaminan, pengelolaan modal kerja, pemasaran dan pelelangan konsumen, serta penguasaan sarana dan prasarana.
- c. Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas pekerjaan bawahan.
- d. Membimbing bawahan dalam rangka pembinaan pengamanan.
- e. Menyelenggarakan penata usaha dan laporan kantor cabang Pegadaian Syariah dan UPS.

2. Manajer Operasional

Manajer operasional mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Merancang, mengkoordinasi, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan operasional usaha non *rahn*.
- b. Merancang, mengkoordinasi, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan operasional usaha *rahn*.
- c. Mengawasi kredit macet serta asuransi kredit.
- d. Menangani jaminan bermasalah (taksiran terlalu tinggi, rusak, palsu).
- e. Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas pekerjaan bawahan.
- f. Membina bawahan dalam rangka pembinaan pegawai.

3. Fungsional I dan II

Adapun tugas fungsional adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk mengetahui mutu dan nilai barang serta bukti kepemilikannya dalam rangka menentukan dan menetapkan golongan taksiran dan uang pinjaman.
- b. Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang untuk mengetahui mutu dan nilai dalam menentukan harga dasar barang jaminan yang akan dilelang.
- c. Merencanakan dan menginginkan barang jaminan yang akan disimpan guna keamanan.
- d. Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan administrasi dan keuangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mendukung kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang.
- e. Mengorganisasikan pelaksanaan tugas pekerjaan pendukung administrasi dan pembayaran.
- f. Menimbang pendukung administrasi dan pembayaran dalam rangka pembinaan dan kelancaran tugas pekerjaan.

4. Pengelola UPS

Adapun tugas-tugas pengelola UPS adalah sebagai berikut:

- a. Mengkoordinasikan melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional UPS.
- b. Menangani barang jaminan bermasalah dan barang jaminan setelah jatuh tempo.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Melakukan pengawasan secara uji dan terprogram terhadap barang jaminan yang masuk.
- d. Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi administrasi kegiatan sarana dan prasarana, keamanan, ketertiban, dan kebersihan secara pembuatan laporan kegiatan operasional UPS.
- e. Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk mengetahui mutu dan nilai barang serta bukti kepemilikannya serta menetapkan golongan taksiran dan uang jaminan.
- f. Merencanakan dan menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan agar terjamin keamanannya.²⁴

D. Aktivitas PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru

Pegadaian Syariah merupakan badan usaha milik negara yang bergerak dalam bidang jasa keuangan bukan bank dengan kegiatan utamanya menyalurkan pinjaman kepada masyarakat. Selain itu pegadaian juga dibuka dengan maksud untuk melayani dan membantu serta menolong para nasabah yang sedang mengalami kesulitan dalam segi ekonomi yang lemah dengan sistem gadai syariah.

²⁴ *Ibid.*



E. Produk PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru

1. Rahn

Pembiayaan *rahn* dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Prosesnya cepat hanya dalam waktu 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik atau kendaraan bermotor.

Keunggulan

- a. Layanan *rahn* tersedia di Outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia.
- b. Prosedur pengajuannya sangat mudah. Calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya ke outlet Pegadaian.
- c. Proses pinjaman sangat cepat, hanya butuh 15 menit.
- d. Pinjaman (*Marhun Bih*) mulai dari 50 ribu rupiah sampai 200 juta rupiah atau lebih.
- e. Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan cara membayar ijaroh saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman.
- f. Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan ijaroh selama masa pinjaman.
- g. Tanpa perlu membuka rekening.
- h. Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai.
- i. Barang jaminan tersimpan aman di Pegadaian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persyaratan :

- a. Fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya.
- b. Menyerahkan barang jaminan.
- c. Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli.

2. Multi Pembayaran Online (MPO)

Multi Pembayaran Online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/ pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api, dan lain sebagainya secara online. Layanan MPO merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di Bank.

Keunggulan :

- a. Layanan MPO tersedia di Outlet Pegadaian di seluruh Indonesia.
- b. Pembayaran secara real time, sehingga memberi kepastian dan kenyamanan dalam bertransaksi.
- c. Biaya administrasi Kompetitif.
- d. Pembayaran tagihan selain dapat dilakukan secara tunai juga dapat bersinergi dengan gadai emas.
- e. Untuk pembayaran tagihan dengan gadai emas, maka nilai hasil gadai akan dipotong untuk pembayaran rekening. Seluruh proses dilakukan dalam satu loket layanan.
- f. Setiap nasabah dapat melakukan pembayaran untuk lebih dari satu tagihan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g. Prosedur sangat mudah. Nasabah tidak harus memiliki rekening di Bank

Persyaratan :

- a. Nasabah cukup datang ke outlet Pegadaian di seluruh Indonesia.
- b. Membawa dan menyerahkan nomor pelanggan untuk tagihan listrik, telepon, pulsa ponsel, PDAM, tiket kereta api, dan lain sebagainya.

3. Konsinyasi Emas

Konsinyasi Emas adalah layanan titip-jual emas batangan di Pegadaian sehingga menjadikan investasi emas milik nasabah lebih aman karena disimpan di Pegadaian. Keuntungan dari hasil penjualan emas batangan diberikan kepada Nasabah, oleh sebab itu juga emas yang dimiliki lebih produktif.

Keuntungan :

- a. Dikelola oleh PT. Pegadaian yang merupakan BUMN terpercaya.
- b. Emas Anda terproteksi 100%.
- c. Transparan dalam pengelolaan.
- d. Menghasilkan keuntungan yang kompetitif dengan investasi lainnya.

Persyaratan :

- a. Fotocopy Identitas Diri (KTP/ SIM/ Passport) yang masih berlaku.
- b. Kuitansi pembelian emas atau Berita Acara Serah Terima Emas yang dibeli di Pegadaian.
- c. Mengisi dokumen pengajuan konsinyasi dan Materi 6000 (sebanyak 2 lembar).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Emas yang Nasabah/Investor beli di Pegadaian dapat langsung dikonsinyasikan di Pegadaian. Untuk pembelian secara angsuran, harus dilunasi terlebih dahulu baru dapat dikonsinyasikan.
- e. Jika emas yang dikonsinyasikan terjual, maka Nasabah/Investor mendapatkan pembagian hasil penjualan.
- f. Jika emas yang dikonsinyasikan tidak sempat terjual, Nasabah/Investor tidak rugi karena emas yang dimiliki mendapatkan tempat penitipan gratis yang diasuransikan sebagai jaminan keamanan selama dititipkan
- g. Barang konsinyasi bisa terjual hanya 1x per akad. Setiap akad berlaku 3 bulan. Untuk penjualan berikutnya, Nasabah/Investor harus menandatangani akad/kontrak konsinyasi baru lagi.
- h. Pembayaran bagi hasil penjualan akan diberikan setelah emas pengganti diterima.

4. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

Keunggulan :

- a. Pegadaian Tabungan Emas tersedia di Kantor Cabang di seluruh Indonesia (sementara hanya tersedia di Kantor Cabang Piloting).
- b. Pembelian emas dengan harga terjangkau (mulai dari berat 0,01 gram).
- c. Layanan petugas yang profesional.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- e. Mudah dan cepat dicairkan untuk memenuhi kebutuhan dana Anda.

Prosedur Tabungan Emas :

1. Membuka rekening Tabungan Emas di Kantor Cabang Pegadaian hanya dengan melampirkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM/Passpor) yang masih berlaku.
2. Mengisi formulir pembukaan rekening serta membayar biaya administrasi sebesar Rp. 5.000,- dan biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp. 30.000,-.
3. Proses pembelian emas dapat dilakukan dengan kelipatan 0.01 gram dengan atau sebesar Rp. 5.060,- untuk tanggal hari ini (27-11-2015). Misalnya jika ingin membeli 1 gram, maka harganya adalah Rp. 506.000,-.
4. Apabila membutuhkan dana tunai, saldo titipan emas Anda dapat dijual kembali (*buyback*) ke Pegadaian dengan minimal penjualan 1 gram dan Anda dapat menerima uang tunai sebesar Rp. 487.000,- untuk tanggal 27-11-2015.
5. Apabila menghendaki fisik emas batangan, Anda dapat melakukan order cetak dengan pilihan keping (5gr, 10gr, 25gr, 50gr, dan 100gr) dengan membayar biaya cetak sesuai dengan kepingan yang dipilih.
6. Minimal saldo rekening adalah 0.1 gram



7. Transaksi penjualan emas kepada Pegadaian dan pencetakan emas batangan, saat ini hanya dapat dilayani di Kantor Cabang tempat pembukaan rekening dengan menunjukkan Buku Tabungan dan identitas diri yang asli.

5. Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

Keunggulan :

- a. Proses mudah dengan layanan professional.
- b. Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- c. Sebagai aset, emas batangan sangat likuid untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak.
- d. Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 5 gram s.d. 1 kilogram.
- e. Emas batangan dapat dimiliki dengan cara pembelian tunai, angsuran, kolektif (kelompok), ataupun arisan.
- f. Uang muka mulai dari 10% s.d. 90% dari nilai logam mulia.
- g. Jangka waktu angsuran mulai dari 3 bulan s.d. 36 bulan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persyaratan :

- a. Untuk pembelian secara tunai, nasabah cukup datang ke Outlet Pegadaian (Galeri 24) dengan membayar nilai Logam Mulia yang akan dibeli.
- b. Untuk pembelian secara angsuran, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai dengan keinginan.

6. Arrum

Pembiayaan Arrum pada Pegadaian Syariah memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB dan emas. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Maksimalkan daya guna kendaraan anda.

Keunggulan :

- a. Layanan Arrum tersedia di outlet Pegadaian Syariah di Seluruh Indonesia.
- b. Prosedur pengajuan Marhun Bih (pinjaman) cepat dan mudah.
- c. Agunan cukup BPKB kendaraan bermotor.
- d. Proses Marhun Bih (pinjaman) hanya butuh 3 hari, dan dana dapat segera cair.
- e. Ijaroh relatif murah dengan angsuran tetap per bulan.
- f. Pilihan jangka waktu pinjaman dari 12, 18, 24, 36 bulan.
- g. Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persyaratan :

- a. Memiliki usaha yang memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 (satu) tahun.
- b. Fotocopy KTP dan kartu keluarga.
- c. Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB asli, fotocopy STNK dan Faktur Pembelian).

7. Amanah

Pembiayaan Amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada pegawai negeri sipil dan karyawan swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.

Keunggulan :

- a. Layanan Amanah tersedia di outlet Pegadaian Syariah di Seluruh Indonesia.
- b. Prosedur pengajuan cepat dan mudah.
- c. Uang muka terjangkau.
- d. Biaya administrasi murah dan angsuran tetap.
- e. Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan.
- f. Transaksi sesuai prinsip syariah yang adil dan menenteramkan.

Persyaratan :

- a. Pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Melampirkan kelengkapan:

1. Fotokopi KTP (suami/isteri)
2. Fotokopi Kartu Keluarga
3. Fotokopi SK pengangkatan sebagai pegawai / karyawan tetap
4. Rekomendasi atasan langsung
5. Slip gaji 2 bulan terakhir
6. Mengisi dan menandatangani form aplikasi Amanah
7. Membayar uang muka yang disepakati (minimal 20%)
8. Menandatangani akad Amanah²⁵



UIN SUSKA RIAU

²⁵ [Http://Www.Pegadaian.Co.Id/](http://Www.Pegadaian.Co.Id/). Diakses Pada Tanggal 28 Februari 2017, Pukul 16.00 WIB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian Pegadaian

1. Pegadaian (*Rahn*)

Dalam istilah bahasa Arab, gadai diistilahkan dengan *rahn* dan dapat juga dinamai *alhabsu*. Secara etimologis, arti *rahn* adalah tetap dan lama, sedangkan *al-habsu* berarti penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat dijadikan sebagai pembayaran dari barang tersebut.²⁶ Sedangkan menurut Sabiq, *rahn* adalah menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syariah sebagai jaminan hutang, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutang atau ia bisa mengambil sebagian (manfaat) barangnya itu. Pengertian ini didasarkan pada praktek bahwa apabila seseorang ingin berhutang kepada orang lain, ia menjadikan barang miliknya baik berupa barang bergerak atau berupa barang ternak berada di bawah penguasaan pemberi jaminan sampai penerima pinjaman melunasi hutangnya.²⁷

Adapun pengertian *rahn* menurut Imam Ibnu Qudhamah dalam Kitab al-Mughni adalah sesuatu benda yang dijadikan kepercayaan dari suatu hutang untuk dipenuhi dari harganya, apabila berhutang tidak sanggup membayarnya

²⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), cet. ke I, hal. 105

²⁷ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah 5*, (Jakarta: Cakrawal Publishing, 2009), cet. ke IV, hal. 242

dari orang yang berpiutang.²⁸ Sedangkan Imam Abu Zakaria al-Anshary dalam kitabnya Fathul Wahab mendefinisikan rahn adalah menjadikan benda yang bersifat harta benda sebagai kepercayaan dari suatu yang dapat dibayarkan dari harta benda itu bila utang tidak dibayar.²⁹

Dari beberapa pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa pengertian rahn adalah menahan harta salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan hutang gadai Ar-rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.³⁰

Secara umum pengertian usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu guna memperoleh sejumlah uang dari barang yang dijaminkan dan kemudian akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai. Jadi dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa usaha gadai memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

²⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia*, Gadjah Mada University Press, (Yogyakarta: 2005), hal. 79

²⁹ *Ibid*

³⁰ Muhamad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani 2001), cet. ke I, hal. 128





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Terdapat barang-barang berharga yang digadaikan.
- b. Nilai jumlah pinjaman tergantung dari nilai barang yang digadaikan.
- c. Barang yang digadaikan dapat ditebus kembali.³¹

2. Pegadaian Syariah

Pengertian gadai yang ada dalam syariah agak berbeda dengan pengertian gadai yang ada dalam hukum positif sebab pengertian gadai dalam hukum positif seperti yang tercantum dalam *Burgerlijk Wetbook* (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) pasal 1150 adalah suatu hak yang diperoleh seseorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berhutang atau oleh orang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang-orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya-biaya mana harus didahulukan.³²

Sifat usaha pegadaian pada prinsipnya menyediakan pelayanan bagi kemanfaatan masyarakat umum dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan yang baik. Oleh karena itu, Perum Pegadaian bertujuan sebagai berikut :

- a. Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada

³¹ *Ibid*, hal. 253

³² R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *op.cit*, hal. 297

- umumnya melalui penyaluran uang pembiayaan atau pinjaman atas dasar hukum gadai.
- b. Pencegahan praktek ijon, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya.
 - c. Pemanfaatan gadai bebas bunga pada gadai syariah memiliki efek jaring pengaman sosial karena masyarakat yang butuh dana mendesak tidak lagi dijerat pinjaman atau pembiayaan berbasis bunga.
 - d. Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.³³

Adapun manfaat pegadaian antara lain :

- a. Bagi nasabah

Tersedianya dana dengan prosedur yang relative lebih sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan pembiayaan atau kredit perbankan. Di samping itu, nasabah juga mendapat manfaat penaksiran nilai suatu barang bergerak secara profesional. Mendapatkan fasilitas penitipan barang bergerak yang aman dan dapat dipercaya.
- b. Bagi perusahaan pegadaian :
 1. Penghasilan yang bersumber dari sewa modal yang dibayarkan oleh peminjam dana.
 2. Penghasilan yang bersumber dari ongkos yang dibayarkan oleh nasabah memperoleh jasa tertentu. Bagi bank syariah yang

³³ Holikul Hadi, *Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), cet. ke III, hal. 65



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengeluarkan produk gadai syariah dapat mendapat keuntungan dari pembebanan biaya administrasi dan biaya sewa tempat penyimpanan emas.

3. Pelaksanaan misi perum pegadaian sebagai BUMN yang bergerak di bidang pembiayaan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang memerlukan dana dengan prosedur relatif sederhana.
4. Berdasarkan PP No 10 Tahun 1990, laba yang diperoleh dipergunakan untuk :
 - a) Dana pembangunan semesta (55%).
 - b) Cadangan umum (20%).
 - c) Cadangan tujuan (5%).
 - d) Dana sosial (20%).³⁴

3. Landasan Hukum Gadai Syariah (*Rahn*)

Pada dasarnya, gadai adalah salah satu akad yang diperbolehkan dalam Islam. Adapun dalil-dalil yang menjadi landasan diperbolehkannya gadai adalah:

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



³⁴ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), cet. ke II, hal. 390

harus barang jaminan, agar tidak ada kekhawatiran bagi yang memberikan pinjaman atau hutang.

c. Ijma' Ulama

Berkaitan dengan pembolehan perjanjian gadai ini, jumhur ulama juga berpendapat boleh dan mereka tidak pernah berselisih pendapat mengenai hal ini. Jumhur ulama berpendapat bahwa disyari'atkan pada waktu tidak bepergian maupun pada waktu bepergian, berdasarkan kepada perbuatan Rasulullah Saw dalam hadits di atas.³⁷

4. Rukun Gadai Syariah

- a. *Aqid*, adalah pihak-pihak yang melakukan perjanjian (*shigat*). *Aqid* terdiri dari dua pihak yaitu: pertama, *rahn* (yang menggadaikan), yaitu orang yang telah dewasa, berakal, bisa dipercaya, dan memiliki barang yang akan digadaikan. Kedua, *Murtahin* (yang menerima gadai) yaitu orang, bank, atau lembaga yang dipercaya oleh *Rahin* untuk mendapatkan modal dengan jaminan barang (gadai).
- b. *Marhun* (barang yang digadaikan), yaitu barang yang digunakan *rahin* untuk dijadikan jaminan mendapatkan uang.
- c. *Marhun bih* (utang), yaitu sejumlah dana yang diberikannya kepada *rahin* atas dasar besrnya tafsiran *marhun*.

³⁷ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqih Muamalat)* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2004), Edisi 1 cet ke-2, hal.255





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. *Sighat* (Ijab dan Qabul), yaitu kesepakatan antara *rahin* dan *marhun* dalam melakukan transaksi gadai.

5. Syarat Gadai Syariah

Dalam menjalankan transaksi rahn harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Syarat Aqid, baik *rahin* dan *murtahin* adalah harus ahli *tabarru'* yaitu orang yang berakal, tidak boleh anak kecil, gila, bodoh dan orang yang terpaksa. Seperti tidak boleh seorang wali.
- b. *Marhun Bih* (utang)
 - 1) Harus merupakan hak yang wajib dikembalikan kepada *murtahin*.
 - 2) Merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, jika tidak dapat dimanfaatkan, maka tidak sah.
 - 3) Barang tersebut dapat dihitung jumlahnya.
- c. *Marhun* (Barang)
 - 1) Harus berupa harta yang dapat dijual dan nilainya seimbang dengan *Marhun Bih*.
 - 2) *Marhun* mempunyai nilai dan dapat dimanfaatkan.
 - 3) Harus jelas dan spesifik.
 - 4) *Marhun* itu sah dimiliki oleh *rahin*.

- 5) Merupakan harta yang utuh, tidak bertebaran dalam beberapa tempat.³⁸
- 6) Shighad (Ijab dan Qabul) syaratnya adalah shighad tidak boleh diselingi dengan ucapan yang lain ijab dan qabul dan diam terlalu lama pada transaksi. Serta tidak boleh terikat waktu.

6. Persamaan dan Perbedaan Gadai Syariah dan Gadai Konvensional

a. Persamaan Akad Kredit Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional

Gadai dalam Islam disebut Rahn (agunan) yaitu harta yang dijadikan jaminan utang (pinjaman) agar bisa dibayar dengan harganya oleh pihak yang wajib membayarnya, jika dia gagal (berhalangan) menunaikannya. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150 memberikan pengertian bahwa gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau orang lain atas namanya, dan memberikan kekuasaan kepada si berpiutang untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang berpiutang lainnya, dengan kekecualian biaya untuk melelang barang tersebut biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan, setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan. Sesuai hasil penjelasan diatas, penulis dapat membandingkan persamaan antara akad kredit gadai syariah dengan gadai konvensional.

³⁸ Amin Ma'ruf, Op.cit., hal. 25



Pengertian gadai adalah hak kreditur untuk mengambil pelunasan atas benda jaminan, sedangkan rahn hak kreditur untuk mengambil pelunasan atas benda jaminan. Pemberian gadai, pada *pand* pemberi gadai adalah debitur atau pihak III sedangkan rahn pemberi gadai juga debitur. Penerima gadai pada *pand* orang perseorangan, Bank begitu juga rahn.

Pemanfaatan barang gadai, persamaan *pand* dan *rahn* tidak boleh mengambil manfaat barang yang digadaikan. Persamaan hak penerima gadai antara *pand* dan *rahn* adalah hak menjual/lelang untuk mengambil pelunasan apabila waktu peminjaman uang telah habis.

Persamaan kewajiban penerima gadai antara *pand* dan *rahn* memelihara dan menyimpan benda gadai, memberi tahu debitur agar segera melunasi hutangnya, mengembalikan uang sisa eksekusi. Hak pemberi gadai, persamaan *pand* dan *rahn* adalah menerima pengembalian uang sisa eksekusi, menerima ganti rugi kalau benda gadai hilang/rusak.

Persamaan kewajiban pemberi gadai pada *pand* dan *rahn* wajib melunasi pinjaman yang telah diterimanya dalam tenggang waktu yang ditentukan, termasuk biaya-biaya yang ditentukan oleh penerima gadai. Menjamin bahwa benda gadai adalah milik pemberi gadai. Berdasarkan hasil penelitian penulis, pada dasarnya konstruksi hukum gadai syariah (*rahn*) adalah identik dengan gadai (*pand*) konvensional, yaitu: sama-sama memandang perjanjian gadai sebagai perjanjian ikutan (*accessoir*) dari perjanjian pokok yang dijamin, obyek gadai adalah benda bergerak,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



benda gadai dikeluarkan dari kekuasaan pemberi gadai, hak utama kreditur penerima gadai adalah menjual benda gadai (eksekusi) dalam hal debitur wanprestasi untuk mengambil pelunasan dengan kewajiban mengembalikan uang sisa hasil penjualan (eksekusi).

b. Perbedaan Akad Kredit Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional

Selain memiliki persamaan antara gadai syariah dan gadai konvensional, gadai syariah juga memiliki perbedaan dengan gadai konvensional. Perbedaannya adalah:³⁹

1. Rahn dalam hukum Islam dilakukan secara suka rela atas dasar tolong menolong tanpa mencari keuntungan, sedangkan gadai menurut hukum perdata disamping prinsip tolong menolong juga menarik keuntungan dengan cara menarik bunga atas 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. Pada hukum perdata positif penjaminan dengan harta tidak bergerak seperti tanah, kapal laut, dan pesawat udara disebut dengan hak tanggungan seperti diatur dalam UU No. 4 Tahun 1996.

³⁹ Abdul Ghofur Anshori, *Op.Cit.*, hal. 102.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perbedaan pertama antara gadai syariah dan gadai konvensional menurut hasil penelitian penulis adalah landasan hukum dalam pelaksanaan gadai konvensional adalah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata khususnya pada Pasal 1150 KUHPerdata sampai Pasal 1160 KUHPerdata sedangkan dalam gadai syariah yang menjadi landasan hukum dari transaksi gadainya adalah Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 26/DSN MUI/III/2002 tentang Rahn Emas.

Pelaksanaan gadai konvensional atau dalam prakteknya di PT. Pegadaian disebut KCA (Kredit Cepat Aman) para pihak dalam gadai disebut dengan debitor gadai (pemberi gadai) dan kreditur gadai (penerima gadai) sedangkan dalam gadai syariah para pihak disebut dengan Rahin(pemberi barang jaminan) dan murtahin(penerima barang jaminan). Pelaksanaan gadai konvensional bukti perjanjian kredit gadai disebut dengan Surat Bukti Kredit (SBK) sedangkan dalam gadai syariah disebut dengan Surat Bukti Rahn (SBR).

Pelaksanaan gadai konvensional hanya terdapat 1 (satu) perjanjian kredit sebab perjanjian gadai hanya merupakan suatu perjanjian accesoir (perjanjian tambahan) dimana kedudukan perjanjian pokok lebih tinggi dibandingkan dengan perjanjian tambahan sedangkan dalam gadai syariah terdapat 2 (dua) akad yaitu akad Rahn(gadai syariah) dan akad Ijarah (jasa



sewa tempat penitipan dan penyimpanan barang jaminan) dimana kedudukan kedua akad tersebut sejajar dan merupakan akad yang penting dalam gadai syariah.

Pelaksanaan gadai konvensional pemberi keuntungan dari nasabah kepada Pegadaian berupa sewa modal yang ditentukan berdasarkan besarnya nilai pinjaman yang diminta oleh nasabah sedangkan gadai syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, gadai syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yaitu memberlakukan biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman.

Perbedaan yang lain adalah penetapan priode (jumlah hari) dalam perhitungan sewa modal (dalam gadai konvensional) maupun tarif Ijarah (dalam gadai syariah). Penetapan tarif sewa modal ditentukan per 15 hari sedangkan dalam penetapan tarif Ijarah ditentukan per 10 hari. Pelaksanaan dalam hal prosedur eksekusi secara garis besar tidak terdapat perbedaan antara gadai konvensional dengan gadai syariah. Perbedaan terlihat jika telah sampai pada hal kelebihan uang hasil lelang.

Dalam pelaksanaan gadai konvensional kelebihan uang hasil lelang yang tidak diambil oleh nasabah dalam jangka waktu 1 tahun sejak tanggal pelelangan barang jaminan akan menjadi milik PT. Pegadaian, sedangkan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam gadai syariah kelebihan uang hasil lelang ini akan diberikan kepada Badan Amil Zakat (BAZ) atau Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang terakreditasi, namun dalam hal uang hasil lelang tidak mencukupi untuk membayar lunas hutang debitur ditambah biaya administrasi maka kekurangan ini ditanggung oleh perusahaan. Hal ini berlaku baik dalam gadai konvensional maupun dalam gadai syariah.

B. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Pada awalnya konsep strategi (*strategy*) didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*). Konsep generi ini terutama sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi digunakan di dalam dunia militer. Strategi dalam dunia militer adalah berbagai cara yang digunakan oleh penglima perang untuk mengalahkan musuh dalam suatu peperangan (*war*). Sedangkan cara yang digunakan oleh pasukan untuk memenangkan pertempuran (*battle*) disebut dengan istilah taktik.⁴⁰

Menurut jurnal I-Economic Vol. 3 No. 1, istilah strategi (*strategy*), oleh manajer diartikan sebagai rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebuah strategi merupakan rencana permainan

⁴⁰ Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung: PT Gelora Aksara Pratama, 2012), hal.



yang akan dilakukan oleh perusahaan. Suatu strategi mencerminkan kesadaran perusahaan tentang bagaimana, kapan, dan dimana perusahaan tersebut berkompetisi, akan melawan siapa dalam kompetisi tersebut, dan untuk tujuan apa suatu perusahaan berkompetisi.⁴¹

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda, dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak. Dari perspektif yang pertama, strategi adalah “program” yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya.⁴²

Dari definisi-definisi diatas maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa pengertian strategi adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplemetasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan. Manajemen strategi berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.

⁴¹ Nurul Mubarak, Eriza Yolana Maldina, *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista, Jurnal I-Economic Vol.3. No 1.* (Juni 2017), hal. 73-92.

⁴² *ibid*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kreasi dan realisasi sebuah standar hidup. Pemasaran mencakup kegiatan: menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen, kemudian merencanakan dan mengembangkan sebuah produk atau jasa yang akan memenuhi keinginan tersebut; dan kemudian memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut. Secara lebih formal, pemasaran (*marketing*) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.⁴³

Dari definisi-definisi di atas maka dapat di simpulkan bahwa pengertian pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

a. Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen. Setiap perusahaan yang didirikan pasti mempunyai tujuan utama, yaitu

⁴³Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 2.

mencapai tingkat keuntungan tertentu, pertumbuhan perusahaan atau peningkatan pangsa pasar. Tujuan pemasaran adalah mengubah orientasi falsafah manajemen pemasaran lain yang ternyata telah terbukti tidak berhasil mengatasi berbagai persoalan, karena adanya perubahan dalam ciri-ciri pasar dewasa ini yang cenderung berkembang. Perusahaan tersebut antara lain, karena pertambahan jumlah penduduk, pertambahan daya beli, peningkatan dan meluasnya hubungan atau komunikasi, perkembangan dan teknologi.⁴⁴

Buchari Alma mengemukakan tujuan pemasaran yaitu untuk mencari keseimbangan pasar, antara *buyer's market* dan *seller's market*, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dan dari produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen. Tujuan pemasaran yang utama ialah memberi kepuasan kepada konsumen, tujuan pemasaran bukan komersial atau mencari laba.⁴⁵

Dari definisi-definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan pemasaran adalah untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen, karena penjualan yang terjadi hanya akan menjadi keuntungan sesaat bila tidak terjadi kepuasan. Artinya untuk tiap penjualan yang terjadi,

⁴⁴ Makmur, Saprijal, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian), *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 3, No. 1, (Januari 2015), hal. 41-56

⁴⁵ *ibid*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diharapkan ada *feedback* yang menjadi nilai lebih dari penjualan. Pencapaian tertinggi dari pemasaran adalah ketika konsumen sepenuhnya terpuaskan, menjadi setia terhadap produk dan perusahaan dan memilih untuk tidak berpindah dari produk perusahaan.

b. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuas kebutuhan debitur merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat diambil makna bahwa seluruh kegiatan dalam perusahaan harus ditujukan kepada pemuas kebutuhan konsumen, sehingga dapat diperoleh laba maksimum dalam jangka panjang, demi kelangsungan hidup perusahaan.

Awal mula munculnya konsep pemasaran dikenalkan pada tahun 1950, bermula pada penilaian bahwa perusahaan terlalu berorientasi pada volume penjualan dan cenderung mengabaikan kepentingan konsumen. Karena pemasaran pada waktu itu, dianggap hanya mempunyai fungsi untuk menciptakan permintaan atas produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Konsep ini berpendapat bahwa faktor kunci untuk kemampuan memperoleh laba bukan hanya terletak pada jumlah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





penjualan yang dicapai, melainkan terletak pada kepuasan konsumen jangka panjang.⁴⁶

Jadi dapat di ambil suatu kesimpulan bahwa pengertian konsep pemasaran merupakan filosofi yang harus ada dalam sebuah entitas dalam rangka menganalisa kebutuhan pelanggan (konsumen) kemudian membuat keputusan untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut dengan cara yang lebih baik dibandingkan dengan entitas lainnya.

Konsep pemasaran yang mendasari cara organisasi untuk melakukan kegiatan pemasaran ada lima yaitu sebagai berikut:⁴⁷

a) Konsep Produksi

Konsep produksi adalah salah satu konsep tertua dalam bisnis. Konsep ini menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak mahal. Para manajer dari bisnis yang berorientasi pada produksi berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi missal. Orientasi ini masuk akal di Negara-negara berkembang seperti Cina, dimana pabrik PC terbesar, Lenovo, dan raksasa alat-alat rumah tangga Haier memetik keuntungan dari sumber daya manusia negeri itu yang berlimpah dan murah untuk

⁴⁶ Ambar Lukitaningsih, "Perkembangan Konsep Pemasaran Implementasi dan Implikasinya", *Jurnal Maksipreneur*, Vol 3, No 1 (Desember 2013), hal. 21-35.

⁴⁷ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 19.

mendominasi pasar. Pemasar juga menggunakan konsep produksi ketika suatu perusahaan ingin memperluas pasar.

Dari penjelasan konsep produksi tersebut diatas maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa konsep produksi menganggap bahwa konsumen hanya akan membeli produk-produk dengan harga yang murah atau terjangkau, sehingga fokus kegiatan perusahaan yang harus dilakukan adalah efisiensi biaya baik produk maupun distribusi agar dapat menjual barang dengan harga murah yang dapat terjangkau bagi konsumen.

b) Konsep Produk

Konsep produk berpendapat bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, fitur inovatif terbaik. Manajer dari organisasi ini berfokus untuk membuat produk yang unggul dan senantiasa memutakhirkannya. Namun, para manajer ini kadang-kadang terlibat perselingkuhan dengan produk mereka. Mereka mungkin melakukan kesalahan yang diistilahkan “jebakan tikus yang lebih baik”, yaitu mempercayai bahwa jebakan tikus yang lebih baik akan mengarahkan orang ke pintu mereka. Suatu produk baru tidak akan sukses jika tidak di dukung oleh harga, distribusi, iklan, dan penjualan yang tepat.

Dari penjelasan konsep produk diatas maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa konsep produk menganggap bahwa



konsumen lebih menginginkan (menghendaki) produk-produk yang berkualitas atau berpenampilan menarik, oleh sebab itu dalam memasarkan suatu produk biasa dan sengaja dikemas semenarik mungkin karena dapat menunjang peminat dalam suatu produk.

c) Konsep Penjualan

Konsep penjualan beranggapan bahwa konsumen dan bisnis, jika dibiarkan tidak akan membeli cukup banyak produk organisasi. Karenanya, organisasi tersebut harus melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif. Konsep penjualan dinyatakan dalam pemikiran Sergio Zyman, mantan wakil presiden pemasaran dari coca-cola, yang mengatakan “Tujuan pemasaran adalah menjual lebih banyak barang ke lebih banyak orang secara lebih sering untuk menghasilkan lebih banyak uang dan pada gilirannya menghasilkan lebih banyak laba.”

Dari penjelasan konsep penjualan diatas maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa konsep penjualan menganggap bahwa pemasaran berorientasi kepada tingkat penjualan (internal) sehingga perlu dipengaruhinya konsumen, agar penjualan dapat meningkat sehingga tercapainya profit maksimum dalam penjualan yang merupakan tujuan perusahaan.



d) Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran beranggapan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik daripada sasaran yang dipilih. Theodore Levitt dari Harvard menjelaskan perbedaan antara konsep penjualan dan konsep pemasaran: penjualan berfokus pada kebutuhan penjual, pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli. Penjualan di dasari pada kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang; pemasaran di dasari oleh gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk dan hal-hal yang berhubungan dengan menciptakan, menghantarkan, dan akhirnya mengkonsumsinya.

Dari penjelasan konsep pemasaran diatas maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa Konsep pemasaran menganggap bahwa pemasaran berorientasi kepada pelanggan (eksternal) dan konsumen hanya akan bersedia membeli produk-produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan. Sehingga perusahaan memfokuskan untuk memenuhi kepuasan pelanggan melalui perilaku konsumen.



e) Konsep Pemasaran yang Memasyarakat (Sosial)

Konsep pemasaran masyarakat menegaskan bahwa tugas orientasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat dari pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibanding pesaing dengan tetap memelihara atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan konsumen. Konsep ini menegaskan pentingnya menghindari konflik yang destruktif di dalam masyarakat.

Dari penjelasan konsep pemasaran yang masyarakat memasyarakat (sosial) diatas maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa konsep pemasaran yang masyarakat memasyarakat (sosial) menganggap konsumen hanya bersedia untuk membeli produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperbaiki relasi antara produsen dan masyarakat.

3. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah cara yang ditempuh perusahaan untuk merealisasikan misi, tujuan, sasaran yang telah ditentukan dengan cara menjaga dan mengupayakan adanya keserasian antara berbagai tujuan yang



ingin dicapai, kemampuan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar produknya.⁴⁸

Dari definisi yang sudah diuraikan maka dapat dipahami bahwa strategi pemasaran merupakan langkah-langkah yang dilakukan suatu perusahaan dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen dan pendapatan perusahaan tersebut, sehingga mampu bersaing secara kompetitif. Pada prinsipnya ada macam-macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pegadaian yaitu sebagai berikut:⁴⁹

a. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar mampu tumbuh secara cepat.

b. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan

⁴⁸ Gunawan Adi Saputro, *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010), hal. 18

⁴⁹ Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal. 122



produk-produk baru. Inovasi dan kreativitas dalam penciptakan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi itu. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah. Perusahaan tidak henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi terhadap kebutuhan pasar tersebut.

c. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategis ini sangat cocok bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

d. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi adalah perusahaan jasa memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan yang dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perusahaan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk kepada kelompok konglomerat. Dalam membuat rencana strategi pemasaran yang baik diperlukan analisis yang tepat yang



prosesnya melibatkan tiga langkah dalam pemasaran yaitu sebagai berikut.⁵⁰

a) Segmentasi (*Segmenting*)

Segmentasi adalah cara membagi pasar berdasarkan variabel-variabel tertentu seperti geografi, demografi, psikologi, perilaku dan pada akhirnya ke variabel terkecil, yaitu individu. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam bukunya manajemen pemasaran, mengatakan bahwa pada dasarnya dalam melihat pasar, segmentasi dapat dibagi berdasarkan karakteristik konsumen menjadi tiga yaitu:

Pertama, segmentasi demografi dan sosio ekonomi, segmentasi demografi melibatkan factor jenis kelamin, usia, ukuran keluarga, dsb. Sosio ekonomi terdiri dari pendapatan, pendidikan, kelas sosial, agama, kebangsaan, dan etnik. Faktor ini merupakan faktor paling populer untuk membuat segmen kelompok pelanggan, karena kebutuhan konsumen, keinginan, dan tingkat penggunaan seringkali sangat dekat dengan variabel demografi dan sosio ekonomi.

Kedua, segmen psikografis, yaitu membagi pasar menjadi suatu kelompok yang berbeda berdasarkan pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik kepribadian. Sehingga dari karakteristik kelas sosial, gaya hidup serta kepribadian tersebut

⁵⁰ Moh. Ah. Subhan ZA, *Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Pada BPRS Syariah Amanah Sejahtera Gresik, Jurnal AKADEMIA*, Vol. 9, No. 1, (Juni 2015), hal. 25-93.



dapatlah dibuat produk-produk apa saja yang cocok bagi masing-masing segmen tersebut.

Ketiga, segmentasi geografik, yaitu membagi pasar menjadi beberapa unit geografis seperti Negara, provinsi, perkotaan, pedesaan atau kompleks perumahan. Sebuah lembaga keuangan dimungkinkan dapat memutuskan untuk beroperasi di semua wilayah, tetapi lebih memperhatikan perbedaan kebutuhan dan keinginan yang dijumpai. Sebab kebutuhan masing-masing unit geografis akan berbeda, misalkan antara kebutuhan masyarakat di perkotaan dengan di pedesaan pasti akan berbeda.

b) Target Pasar (*Targetting*)

Targeting adalah proses target dan mencocokkan reaksi pasar dengan kebutuhan dasar, kemampuan daya beli dan keterbatasan yang dimiliki. Dikarenakan sebuah produk atau jasa tidak dapat memasuki semua segmen dimasyarakat, maka diperlukan sebuah proses *targeting*. Kejelian pemilihan target akan mempermudah masuknya sebuah produk baru yang diluncurkan. Dalam mengevaluasi segmen pasar yang berbeda perusahaan harus melihat dua faktor yaitu daya tarik pasar secara keseluruhan serta tujuan dan sumber daya perusahaan. Perusahaan harus melihat apakah suatu segmen potensial memiliki karakteristik yang secara umum menarik seperti ukuran, pertumbuhan, profitabilitas, skala ekonomi, resiko yang rendah dan



lain-lain. Perusahaan juga harus mempertimbangkan apakah berinvestasi dalam segmen tersebut masuk akal dengan mempertimbangkan tujuan dan sumber daya perusahaan.

c) Penentuan Posisi (*Positioning*)

Positioning adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berada dalam benak pelanggan sasaran. Sebuah perusahaan dapat menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan terhadap produknya dan produk pesaingnya sehingga akan dihasilkan peta persepsi. Dengan menggunakan informasi dari peta persepsi itu, dapat dikenali berbagai strategi penentuan posisi. Selain manfaat di atas, produk atau jasa di posisikan pada posisi yang diinginkan nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Ada tiga langkah dalam melaksanakan positioning, yaitu:

- 1) Mengenali keunggulan yang dapat ditampilkan dalam hubungan dengan pesaing. Mengenali hubungan kompetitif yang mungkin memberikan nilai yang terbesar dengan cara mengadakan perbedaan yaitu: diferensiasi produk, diferensiasi jasa, diferensiasi personal, diferensiasi citra.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Memilih keunggulan-keunggulan yang paling kuat menonjol, pertimbangan memilih keunggulan kompetitif yang paling menonjol adalah: berapa banyak perbedaan yang dipromosikan dan perbedaan mana yang dipromosikan.
- 3) Menyampaikan keunggulan itu secara efektif kepada target pasar.

4. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran di definisikan suatu strategi yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan yang dapat meliputi penetapan master plan dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan (penyajian) produk yang memuaskan pada suatu segmen tertentu dimana suatu segmen pasar tersebut telah dijadikan pasar sasaran untuk produk yang telah diluncurkan guna menarik konsumen melakukan pembelian.⁵¹

Bauran pemasaran menurut jurnal EMBA Vol. 1 No. 3 adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan

⁵¹ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 35





pemasaran dan semua itu ditunjukkan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.⁵²

Berikut ini adalah komponen bauran pemasaran yaitu sebagai berikut:

a. Produk (*product*)

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, *design*, fitur, nama merek, kemasan, serta layanan.

b. Harga (*price*)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, tempat, bahkan promosi, membutuhkan banyak waktu.

c. Tempat (*place*)

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi

⁵² Cristian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado", *Jurnal EMBA* vol. 1 No. 3 (Juni 2013), hal. 71-80.

adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Definisi promosi menurut Kotler adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut. Secara rinci tujuan promosi menurut Tjiptono adalah untuk menginformasikan, membujuk pelanggan sasaran, dan mengingatkan. Semua usaha dalam kegiatan promosi dilakukan melalui komunikasi yang menggunakan kombinasi peralatan promosi yang disebut dengan bauran pemasaran promosi. Berikut ini adalah bauran promosi terdiri dari:⁵³

1. Iklan (*Advertising*)

⁵³ Febryan Sandy, Zainul Arifin, Fransisca Yaningwati, “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-1012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat Di Universitas Brawijaya), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 9 No.2 (April 2014), hal.2-3.



Dunia perekonomian yang semakin modern, tingkat persaingan perusahaan saling melomba untuk menjual hasil produk yang sebanyak-banyaknya dengan demikian perusahaan dituntut untuk lebih giat meningkatkan aktifitas pemasaran. Banyak pendapat yang dikemukakan oleh para ahli tentang periklanan, diantaranya periklanan menurut Tjiptono adalah iklan yang merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya, paling tidak ini bisa dilihat dari besarnya anggaran belanja iklan yang dikeluarkan setiap perusahaan untuk merek-merek yang dihasilkan. Sedangkan menurut Kotler, iklan adalah segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan barang atau jasa.

2. Penjualan Langsung (*Personal Selling*)

Menurut Irawan penjualan pribadi merupakan penyajian secara lisan oleh perusahaan kepada atau beberapa calon pembeli dengan tujuan agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat terjual. Penjualan langsung terdapat kontak pribadi secara langsung antara penjual dan pembeli. Di samping menjelaskan atau memberitahukan terhadap produk dan membujuk calon pembeli, penjualan langsung menampung keluhan dan saran dari para pembeli sebagai umpan balik bagi perusahaan. Menurut Chandra pengertian penjualan langsung adalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menekankan aspek penjualan melalui proses komunikasi *person-to-person*. Peran penjualan langsung cenderung bervariasi antar perusahaan, tergantung pada sejumlah faktor seperti karakteristik produk atau jasa yang dipasarkan, ukuran organisasi, dan tipe industri. Penjualan secara langsung akan memberikan beberapa keuntungan diantaranya:

- a) Pegawai pegadaian dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga langsung dapat menjelaskan produk-produk dan layanan secara rinci.
 - b) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah mengenai kelemahan produk kita langsung dari nasabah.
 - c) Petugas pegadaian dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argument yang kita miliki.
 - d) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara pegawai dengan nasabah.
 - e) Membuat seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan, menanggapi pegadaian.
3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut Tjiptono Promosi Melalui penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.



Menurut Lupiyoadi, promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang dan jasa dari produsen sampai pada akhirnya. Promosi penjualan menurut Saladin adalah suatu perencanaan untuk membantu atau melengkapi koordinasi periklanan dan penjualan pribadi.

4. Publisitas (*Publicity*)

Menurut Kotler alih bahasa Teguh dan Rusli adalah merupakan aktifitas untuk mempromosikan perusahaan atau produknya dengan memuat berita mengenai subjek tanpa dibayar oleh sponsor. Menurut Tjiptono publisitas adalah bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang dan jasa secara non personal yang mana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu.

C. Produk Pegadaian

Produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah kepada masyarakat berupa:

1. *Ar-Rahn* (Gadai Syariah)

Pembiayaan RAHN dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Prosesnya cepat hanya dalam waktu 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik atau kendaraan bermotor.

2. Multi Pembayaran Online (MPO)

Multi Pembayaran Online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/ pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta



api, dan lain sebagainya secara online. Layanan MPO merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di Bank.

3. Konsinyasi Emas

Konsinyasi Emas adalah layanan titip-jual emas batangan di Pegadaian sehingga menjadikan investasi emas milik nasabah lebih aman karena disimpan di Pegadaian. Keuntungan dari hasil penjualan emas batangan diberikan kepada Nasabah, oleh sebab itu juga emas yang dimiliki lebih produktif.

4. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

5. Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

6. Arrum



Pembiayaan Arrum pada Pegadaian Syariah memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB dan emas. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Maksimalkan daya guna kendaraan anda.

7. Amanah

Pembiayaan Amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada pegawai negeri sipil dan karyawan swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.

D. Produk Arrum Haji

Produk Arrum Haji merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas seberat 15 gram atau setara dengan sejumlah uang Rp. 7.000.000; dan uang yang dipinjamkan kepada nasabah diberikan sebesar Rp. 25.000.000; sesuai dengan biaya pendaftaran porsi haji yang ditetapkan oleh Kementerian RI. Pinjaman uang tersebut dapat diangsur selama beberapa tahun, diantaranya Pegadaian Syariah memberikan opsi kepada nasabah yaitu selama 12, 24, 36, 48, dan 60 bulan. Biaya pemeliharaan barang jaminan (*mu'nah*) per bulan $0.95\% \times$ nilai taksiran jaminan. Saat berlangsungnya akad Arrum Haji, maka sekaligus akan membuka tabungan haji dan nomor porsi haji.

Untuk mendapatkan produk Arrum Haji, nasabah harus memenuhi syarat dan ketentuan yang harus dipersiapkan, diantaranya menyerahkan foto copy



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KTP, jaminan emas, buku tabungan, Surat Pendaftaran Pergi Haji (SPPH), dan Setoran Awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (SA BPIH).⁵⁴

Produk Arrum Haji dalam bentuk pembiayaannya menggunakan akad *Qardh*, akad ini berupa dana yang dipinjamkan pihak Pegadaian Syariah kepada nasabah untuk mendapatkan porsi haji, dimana nasabah dalam jangka waktu tertentu harus mengembalikan sejumlah dana yang dipinjam dan terdapat biaya *ijarah* yang harus dibayarkan nasabah kepada pihak Pegadaian Syariah. Selain adanya akad *qardh*, pada pembiayaan Arrum Haji juga terdapat akad *Rahn*. Dimana nasabah berhak memberikan jaminan kepada Pegadaian Syariah sebagai harta yang dititipkan untuk melakukan pembiayaan pendaftaran haji.

Pendapatan *murtahin* atau Pegadaian Syariah pada akad *rahn* itu ada pada *ujrah* yang tidak dibayarkan *ujrah* nya secara tunai. Sedangkan akad *qardh* dalam hal mendapatkan keuntungannya seperti yang telah kita ketahui bahwa pendapatan *murtahin* pada akad *qardh* sama saja dengan akad *rahn* yaitu ada pada *ujrah* nya. Hal ini diperbolehkan oleh hukum islam. Namun, dalam pelaksanaan akad *rahn* di Pegadaian Syariah terdapat pembayaran denda atau ganti rugi (*ta'widh*) *rahn* terhadap *murtahin* dalam hal keterlambatan membayar uang pembiayaannya yang dibayarkan secara angsuran perbulan. Ganti rugi tersebut dibayarkan secara perhari kepada Pegadaian Syariah yang jumlah besarnya sudah ditentukan didalam isi perjanjian.

⁵⁴ Basuni Imamuddin dan Nashiroh Ishaq, *Kamus Konseptual Arab-Indonesia*, (Depok: Gma Insani, 2012), hal. 420.



E. Faktor Minat Masyarakat

1. Pengertian Minat

Minat merupakan perangkat mental yang menggerakkan individu dalam memilih sesuatu. Timbulnya minat terhadap suatu objek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi boleh dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka seseorang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap objek yang diminati tersebut.⁵⁵

Minat atau bakat sudah ada dan dapat timbul dari dalam diri seseorang. Artinya, ketertarikan pada suatu bidang sudah tertanam dalam dirinya. Minat juga dapat tumbuh setelah dipelajari dari berbagai cara. Namun seseorang yang memiliki minat dari dalam atau bakat dari keturunan akan lebih mudah dan lebih cepat beradaptasi dalam mengembangkan usahanya.⁵⁶

2. Pengertian Minat Masyarakat

Minat adalah kecenderungan yang gigih untuk memperhatikan, mengakhiri, menikmati, beberapa inti kegiatan tersebut. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia minat diartikan sebagai kecenderungan hati yang

⁵⁵ Kutipan skripsi “*Survei Minat Siswa Terhadap Pelajaran Pendidikan Jasmani pada SD Negeri Temanggal Kecamatan Tempuran Kabupaten Magelang Tahun 2007*” oleh: Wahyudati

⁵⁶ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2007), hal. 38



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan.⁵⁷ Sehingga ketika seseorang sudah merasa cenderung dan berkeinginan terhadap sesuatu maka di situlah terkadang seseorang berupaya untuk memiliki atau mencapai sesuatu yang sudah menjadi keinginannya.

Lester dan Alice Crow menekankan betapa pentingnya minat untuk mencapai sukses dalam hidup seseorang dan dalam segala hal. Minat merupakan dasar bagi tugas hidup jika ingin mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan, minat dalam pekerjaan, minat dalam studi, atau dalam kegiatan hiburan adalah perlu untuk sukses sejati dalam hasilnya.⁵⁸

Menurut *C.P Chaplins*, minat atau perhatian (*interest*) memiliki arti :

- a. Suatu sikap yang berlangsung terus-menerus yang memusatkan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek niatnya.
- b. Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu.
- c. Suatu keadaan motivasi, menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu.⁵⁹

⁵⁷ Meity Takdir Qadratillah dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Untuk Pelajar* (Jakarta : Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), hal. 322

⁵⁸ The Liang Gie, *Cara Belajar Yang Efisien* (Yogyakarta : Liberty, 1995), hal. 129

⁵⁹ Harum Iskandar, *Tumbuhkan Minat Kembangkan Bakat* (t.t., ST book, 2010), hal. 47-48



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Oleh karena itu minat dapat dikatakan sebuah aspek psikis yang dimiliki oleh seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi terhadap apa yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu objek maka dia akan cenderung merasa senang apabila berkecimpung di dalam objek tersebut, sehingga orang tersebut cenderung akan memperhatikan dengan perhatian yang besar terhadap objek tersebut. Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajarinya.

Minat beli masyarakat cenderung konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.⁶⁰

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa minat itu terjadi dari perhatian yang tidak hanya berlangsung sekali dari objek yang dianggap menarik atau berharga bagi dirinya. Dengan kata lain, bahwa kecenderungan untuk menyelidiki dan manipulasi yang dilakukan oleh seseorang lama-lama akan timbulah minat.

⁶⁰ Fuad Lukman, *Minat Beli Kantin Kuning*, <http://kantinkuning.blogspot.com.2013/12/minat-beli.html>. Diakses 16-01-2016 jam 14:37



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Jenis-Jenis Minat

Djali mengatakan bahwa minat memiliki unsur afeksi, kesadaran sampai pilihan nilai, pengarahan perasaan, seleksi, dan kecenderungan hati. Dari sumber tersebut kemudian dapat dirangkum pemilihan kelompok minat, berdasarkan orang dalam pemilihan kerjanya, minat terbagi menjadi ke dalam:

- a. Realistis yaitu minat dengan membuat sesuatu dengan menggunakan bantuan alat. Orang realistik menyukai pekerjaan montir, insinyur, listrik, kehidupan liar, dan lainnya
- b. Investigatif yaitu orang investigatif termasuk orang yang berorientasi keilmuan. Mereka umumnya berorientasi pada tugas, introspeksi, dan asosial, lebih menyukai memikirkan sesuatu dari pada melaksanakannya.
- c. Artistik yaitu orang artistik menyukai hal-hal yang tidak terstruktur, bebas memiliki kesempatan berekspresi, sangat membutuhkan suasana yang dapat mengekspresikan sesuatu secara individual. Sangat kreatif dalam seni dan musik.
- d. Sosial yaitu tipe ini dapat bergaul, bertanggung jawab, suka bekerja dalam kelompok, senang menjadi pusat perhatian, terampil bergaul, menyukai kegiatan menginformasikan, melatih, dan mengajar.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Enterprising yaitu cenderung menguasai dan memimpin orang lain, memiliki keterampilan verbal untuk berdagang, memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan organisasi.
- f. Konvensional yaitu menyukai lingkungan yang sangat tertib, menyenangi komunikasi verbal, senang kegiatan yang berhubungan dengan angka, sangat efektif, menyelesaikan tugas yang berstruktur tetapi menghindari situasi yang tidak menentu.⁶¹

4. Faktor-Faktor dan Aspek-Aspek Minat

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu :

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola berbelanja,

⁶¹ Istarani, *Ensiklopedia Pendidikan*, (Medan: Media Persada, 2015), hal. 52



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.⁶²

5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat

Minat beli dapat ditingkatkan dengan memperhatikan beberapa faktor, antara lain:

- a. Faktor psikis yang merupakan faktor pendorong dari dalam diri konsumen, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.
- b. Selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana pelaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial dan kelompok acuan, kemudian pemberdayaan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan juga distribusi

Prilaku konsumen pasca pembelian sangat penting bagi perusahaan. Prilaku konsumen dapat mempengaruhi ucapan-ucapan mereka kepada pihak lain tentang produk perusahaan. Bagi semua perusahaan baik yang menjual produk atau jasa, prilaku konsumen pasca pembelian akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli lagi produk atau jasa perusahaan tersebut. Ada kemungkinan konsumen tidak akan membeli produk atau jasa perusahaan lagi setelah merasakan

⁶² Denny Bagus, *Jurnal Manajemen, Bahan Kuliah Manajemen*, <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html?m=1>. Diakses 16-01-2016 Jam 14:54



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ketidaksesuaian kualitas produk atau jasa yang dapatkan dengan keinginan atau apa yang digambarkan sebelumnya.⁶³

6. Indikator-Indikator Minat Nasabah

Minat nasabah dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut, yaitu :

- c. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- d. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- e. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- f. Minta eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.⁶⁴

⁶³ <http://www.skripsi-tesis.com/06/15/analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-dan-prilaku-membeli-konsumen-studi-kasus-pada-pt-ultrajaya-pdf-doc.htm>. Diakses tanggal 24 September 2010

⁶⁴ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006) , hal. 129



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah di uraikan dari bab-bab sebelumnya mengenai Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran terhadap produk Arrum Haji yang dilakukan PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru dari hasil penelitian terbagi 4 yaitu Strategi Penetrasi Pasar dimana pegadaian berusaha melakukan peningkatan jumlah nasabah baik secara kualitas maupun kuantitas dengan persentase 83,33%, Strategi Pengembangan Produk dimana pegadaian mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru dengan persentase 70,83%, kemudian Strategi Pengembangan Pasar dimana karyawan pegadaian melakukan hubungan baik dengan nasabah dengan persentase 79,16% dan Strategi Diversifikasi dimana pegadaian dapat mengurangi dampak resiko dimasa yang akan datang dengan persentase 66,66%.
2. Berdasarkan minat masyarakat terhadap produk Arrum Haji besar dipengaruhi oleh informasi tentang keberadaan pegadaian lewat sosialisasi dan penyebaran brosur dengan persentase 77,5%.



B. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru diperoleh saran sebagai berikut:

1. Dalam strategi pemasaran yang dilakukan PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru diharapkan lebih aktif lagi melakukan promosi dan distribusi terhadap produk Arrum Haji supaya masyarakat yang belum menggunakan produk Arrum Haji bisa menggunakan produk Arrum Haji di PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan sosialisasi terhadap produk Arrum Haji lebih dikembangkan kembali, sehingga masyarakat lebih mengenal dan lebih paham produk yang dipilih dan menjadi keunggulan diantara produk-produk lainnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin, Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)

Abdurrahman, Abdullah bin. *Tafsir Ibnu Katsir* Cet.5, Vol.1. (Jakarta: Pustaka Imam Syafi'i, 2012)

Al-Mundziri. *Ringkasan Sahih Muslim* No.970, Cet.2. (Bandung: Jabal, 2013)

Amin, Ma`ruf. *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*. (Jakarta : Renaisan, 2005)

Anshori, Abdul Ghofur . *Gadai Syariah di Indonesia*, Gadjah Mada University Press. (Yogyakarta: 2005)

Antonio, Muhamad Syafi'i . *Bank Syariah*. (Jakarta: Gema Insani, 2001)

Arifin, Zainul. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. (Jakarta : Alfabet, 2002)

Bagus, Denny . *Jurnal Manajemen, Bahan Kuliah Manajeme*.
<http://jurnalsdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html?m=1>

Ferdinand, Augusty . *Metode Penelitian Manajemen*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006)

Gie, The Liang. *Cara Belajar Yang Efisien*. (Yogyakarta : Liberty, 1995)

Habiburahim, M, Yulia Rahmawati, dkk. *Mengenal Pegadaian Syariah*. (Jakarta : Penerbit kuwais. 20012)

Hadi, Holikul. *Pegadaian Syariah*. (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003)

Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqih Muamalat)*. (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2004)

Hendra, dkk. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. (Jakarta : PT. Prehanlindo, 1997)

Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2012)



<http://www.skripsi-tesis.com/06/15/analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-dan-prilaku-membeli-konsumen-studi-kasus-pada-pt-ultrajaya-pdf-doc.htm>.

Huda, Nurul dan Muhammad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam : Tinjauan Teoritis dan Praktis*. (Jakarta : Kencana, 2010)

Imamuddin, Basuni dan Nashiroh Ishaq, *Kamus Konstektual Arab-Indonesia*, (Depok: Gma Insani, 2012)

Indonesia, Ikatan Bankir . *Strategi Bisnis Bank Syariah*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015)

Iskandar, Harum . *Tumbuhkan Minat Kembangkan Bakat* (t.t., ST book, 2010)

Istarani. *Ensiklopedia Pendidikan*. (Medan: Media Persada, 2015)

Kasmir. *Kewirausahaan*. (Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2007)

Kertajaya, Herman dan M. Syakir Sula. *Syariah Marketing*. (Jakarta : Mizan Pustaka, 2003)

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2009)

Lukitaningsih, Ambar . “Perkembangan Konsep Pemasaran Implementasi dan Implikasinya”, *Jurnal Maksipreneur*, Vol 3, No 1 (Desember 2013)

Lukman, Fuad . *Minat Beli Kantin Kuning*. <http://kantinkuning.blogspot.com.2013/12/minatbeli.html>. Diakses 16-01-2016

Mubarok, Nurul dan Eriza Yolana Maldina. *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista, Jurnal I-Economic Vol.3. No 1*. (Juni 2017)

Muhammad, Syahid Baqir Ash-Shadr. *Keunggulan Ekonomi Islam*. (Jakarta : Pustaka Zahra, 2002)

Qadratillah, Meity Takdir dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*. (Jakarta : Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Rais, Sasli. *Pegadaian Syariah : Konsep dan Sistem Operasional*. (Jakarta :UII Press, 2005)

Sabiq, Sayyid. *Fikih Sunnah*. (Jakarta: Cakrawal Publishing, 2009)

Sandy, Febryan, Zainul Arifin dan Fransisca Yaningwati, “*Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-1012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat Di Universitas Brawijaya)*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 9 No.2 (April 2014)

Saprijal, Makmur. “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)*, *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 3, No. 1, (Januari 2015)

Saputro, Gunawan Adi. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta:UPP STIM YKPN, 2010)

Selang, Cristian A.D . “*Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*”, *Jurnal EMBA* vol. 1 No. 3 (Juni 2013)

Sholihin, Ismail. *Manajemen Strategik*. (Bandung: PT Gelora Aksara Pratama, 2012)

Soemitra, Andri . *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. (Jakarta: Kencana, 2009)

Subhan ZA, Moh. Ah. *Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Pada BPRS Syariah Amanah Sejahtera Gresik*, *Jurnal AKADEMIA*, Vol. 9, No. 1. (Juni 2015)

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2007)

Sugiono. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. (Bandung : Alfabeta, 2008)

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. (Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2000)

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002)

Susanto, Burhanuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. (Jogjakarta : UII Press, 2008)

Yuliyanti, Evi. *Sejarah Pegadaian Syariah*, (ONLINE) <https://eviyuliyanti.wordpress.com/2008/06/12/sekilas-tentang-pegadaian-syariah>,



LAMPIRAN 2

PERNYATAAN BERSEDIA MENJADI RESPONDEN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

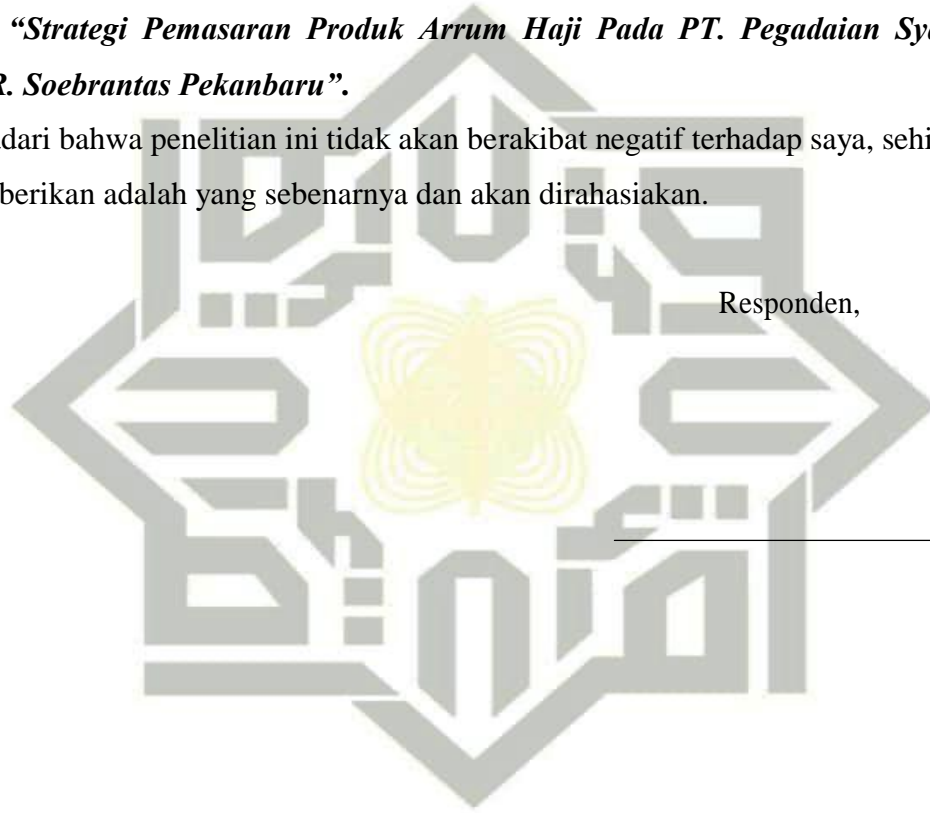
Nama :

Alamat :

Dengan ini menyatakan bersedia menjadi responden dalam penelitian Saudara Khonita Iffa yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR. Soebrantas Pekanbaru”**.

Saya menyadari bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap saya, sehingga jawaban yang saya berikan adalah yang sebenarnya dan akan dirahasiakan.

Responden,



UIN SUSKA RIAU



LAMPIRAN 3

KUESIONER PENELITIAN

STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM HAJI PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG HR. SOEBRANTAS PEKANBARU

No. Responden :

Tanggal Wawancara :

A. Karakteristik Responden

- 1. Nama :
- 2. Umur :
- 3. Jenis Kelamin (P / L) :
- 4. Pekerjaan :

B. Tata Cara Pengisian Kuisisioner :

- 1. Pengisian kuisisioner dilakukan dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda ceklis (√) pada jawaban yang anda anggap benar.
- 2. Satu pertanyaan hanya diberikan dengan satu jawaban dengan rincian sebagai berikut:
 - SS : Sangat Setuju
 - S : Setuju
 - KS : Kurang Setuju
 - TS : Tidak Setuju
 - STS : Sangat Tidak Setuju
- 3. Mohon memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.
- 4. Setelah melakukan pengisian, mohon mengembalikan kuisisioner kepada yang menyerahkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SOAL KUISIONER

A. Strategi Penetrasi Pasar

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Apakah Pegadaian berusaha melakukan peningkatan jumlah nasabah baik secara kualitas maupun kuantitas terhadap produk Arrum Haji?					
2	Apakah Pegadaian melakukan promosi dan distribusi secara aktif terhadap produk Arrum Haji?					
3	Apakah Pegadaian melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan nasabah agar produk Arrum Haji tumbuh secara cepat?					
4	Apakah Pegadaian meningkatkan jumlah nasabah dengan memanfaatkan program loyalitas dan point reward (hadiah/bonus)					
5	Apakah Pegadaian membujuk nasabah yang ada menggunakan produk jasanya lebih sering?					



B. Strategi Pengembangan Produk

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Apakah Pegadaian meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru?					
2	Apakah penciptaan produk dari Pegadaian dilakukan dengan penuh kreativitas dan inovasi?					
3	Apakah Pegadaian selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah?					
4	Apakah Pegadaian membantu mempermudah proses transaksi nasabah?					
5	Apakah Pegadaian terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut?					



C. Strategi Pengembangan Pasar

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Apakah Perusahaan Pegadaian membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap strategis untuk menyerap nasabah baru?					
2	Apakah Perusahaan Pegadaian menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka menyerap nasabah baru?					
3	Apakah manajemen yang dilakukan Perusahaan Pegadaian tersebut sangat cocok bila pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat?					
4	Apakah Perusahaan Pegadaian melakukan pengenalan produk ke pelanggan melalui beberapa media gratis seperti internet?					
5	Apakah karyawan Pegadaian melakukan hubungan yang baik dengan nasabah?					



D. Strategi Diversifikasi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Apakah Pegadaian memfokuskan pada suatu segmen tertentu dengan menawarkan berbagai produk yang dimiliki perusahaan Pegadaian?					
2	Apakah Pegadaian menawarkan harga produk barunya yang kompetitif?					
3	Apakah Pegadaian dapat mengurangi dampak resiko dimasa yang akan datang?					
4	Apakah Pegadaian memiliki tim manajemen yang kuat?					



Wawancara Minat Nasabah Terhadap Produk Arrum Haji

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Dorongan dari dalam diri saya, menggunakan produk Arrum haji adalah pilihan yang sangat tepat.					
2	Dalam keadaan tertentu, saya sangat membutuhkan jasa pegadaian syariah.					
3	Saya berminat menggunakan produk Arrum haji karena sesuai dengan prinsip syariah.					
4	Saya menggunakan produk Arrum haji karena prosedur pengajuan pembiayaan Arrum haji di PT. Pegadaian Syariah kantor cabang HR. Subrantas Pekanbaru mudah, cepat, dan aman.					
5	Saya mengetahui informasi tentang keberadaan PT. Pegadaian Syariah kantor cabang HR. Subrantas Pekanbaru lewat sosialisasi dan penyebaran brosur.					
6	Informasi dari brosur Arrum haji PT. Pegadaian Syariah kantor cabang HR. Subrantas Pekanbaru yang menarik dan mudah dipahami mempengaruhi saya untuk mendaftar Arrum haji.					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7	Tetangga maupun teman seperkumpulan saya adalah referensi saya dalam menggunakan produk Arrum haji.					
8	Keluarga saya adalah referensi saya dalam menggunakan produk Arrum haji.					
9	Promosi yang jelas dan sesuai dengan kenyataan mendorong saya menggunakan produk Arrum haji di PT. Pegadaian Syariah kantor cabang HR. Subrantas Pekanbaru.					
10	Sosialisasi produk Arrum haji di PT. Pegadaian Syariah kantor cabang HR. Subrantas Pekanbaru dapat menarik minat masyarakat.					

DOKUMENTASI



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



if Kasim Riau



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau hanya sebagian saja untuk dipublikasikan dalam bentuk cetak atau elektronik tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

14	4	11	13				24
5	5	19	5				24
STRATEGI DIVERSIVIKASI							
6	1	15	9				24
7	2	15	9				24
8	3	16	8				24
9	4	8	16				24
JUMLAH		262	194	0	0	0	
NILAI SKOR		5	4	3	2	1	
TOTAL SKOR		1310	776	0	0	0	
GRAND TOTAL SKOR							2086
RAKA-RATA SKOR PENELITIAN							110
PERSENTASE		62.8	37.2				

DOKUMENTASI



- Hak Cipta Dilindungi
- © Hak Cipta Dilindungi
1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan materi ini tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM HAJI PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG HR. SUBRANTAS PEKANBARU, yang ditulis oleh :

Nama : **KHONITA IFFA**
 NIM : 11525205573
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 September 2019

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag

Sekretaris
Madona Khairunisa, ME.Sy

Penguji I
Drs. Yusran Sabili, M.Ag

Penguji II
Bambang Hermanto, M.Ag

Kepala Sub Bagian Akademik
Fakultas Syariah dan Hukum

Asfendi, S.Ag, M.Si
 NIP. 19610918 198803 1002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. N A M A | : Khonita Iffa |
| 2. NOMOR MAHASISWA | : 11525205573 |
| 3. JUDUL USUL PENELITIAN | : Strategi pemasaran produk arram haji pada pegadaian syariah kantor cabang hr. Soebrantas pekanabru |
| 4. Hari/Tgl. Diseminarkan | : Senin / 04 Februari 2019 |
| 5. Hasil Seminar dirumuskan adalah | : |
| a. Judul | : Disetujui / Ditolak / Disempurnakan |
| b. Latar Belakang Masalah | : Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan |
| c. Permasalahan | : Jelas / Masih Kabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas |
| d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | : Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan |
| e. Kerangka Teoritis (jika ada) | : Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan |
| f. Rumusan Hipotesis (jika ada) | : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam |
| g. Metode Penelitian | : Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan |
| h. Daftar Pustaka | : Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti |

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Nuryanti, SEI., ME.Sy

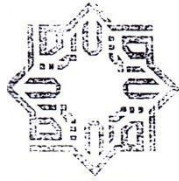
Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar
Dikonsultasikan dengan WD I



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Proposal dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Arum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang H.R. Subrantas Pekanbaru".

Ditulis oleh saudara :

Nama : Khonita Iffa
NIM : 11525205573
Program Studi : Ekonomi Syariah

Diseminarkan pada :

Hari / Tanggal : Senin / 4 Februari 2019
Narasumber : Nuryanti, S,El, ME,Sy

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Sub. Bagian Akademik

Asfendi, S.Ag, M.Si
NIP. 19610918 198803 1 002

Pekanbaru,
Narasumber

Nuryanti, S,El, ME,Sy
NIK. 130 217032



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/2101/2019

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : KHONITA IFFA
 N I M : 11525205573
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

UJIAN KOMPREHENSIF

Yang diselenggarakan pada tanggal : 25 FEBRUARI 2019

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 12 Maret 2019
 Dekan,

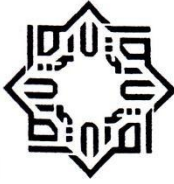


Drs. Hj. Hajar, M.Ag
 NIP. 195807121986031005



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box 1004 Telp. 0761-561145
Fax. 0761-562052 Web http://fasih.uin-suska.ac.id E-mail: fshuinriau@gmail.com

Nomor : Un.04/F.I.1/PP.00.9/1128/2019
Sifat : Biasa
Lamp. :-
Hal : *Mohon Izin Melakukan PraRiset*

Pekanbaru, 12 Februari 2019

Kepada
Yth.
PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang H. R Subrantas, Pekanbaru
di
Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : KHONITA IFFA
NIM : 11525205573
Semester/Tahun : VIII (Delapan)/ 2019
Program Studi : Ekonomi Syariah S1

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitiannya di Instansi yang saudara pimpin.

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Dekan

Dr. Drs. I. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1005

PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp (0761) 39119 Fax. (0761) 39117. PEKANBARU
Email : dpmpstp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



182010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISSET/19156
T E N T A N G

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISSET/PRA RISSET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 004/F.I/PP.00.9/1694/2019 Tanggal 25 Februari 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | | |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama | : | KHONITA IFFA |
| 2. NIM / KTP | : | 11525205573 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM HAJI PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG HR. SUBRANTAS PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : | PT. PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG HR. SUBRANTAS PEKANBARU |

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dan terima kasih.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 26 Februari 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU**

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Pegadaian Syariah Cabang HR. Subrantas di Pekanbaru
- ③ 3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 19 Agustus 2019

Nomor : 257/60802.00/2019
 Perihal : Pelaksanaan Riset

Kepada Yth
 Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 di
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Khonita Iffa
 NIM : 11525205573
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah melaksanakan penelitian di Perusahaan kami dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Arrum haji pada PT Pegadaian Syariah Kantor Cabang HR Subrantas Pekanbaru " dengan mengambil data dan sample dari pegawai dan nasabah perusahaan kami. Dengan harapan dengan adanya penelitian ini juga dapat sebagai bahan acuan untuk kemajuan perusahaan kami. Demikian kami sampaikan, atas kepercayaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PT. PEGADAIAN (Persero)
 Pemimpin Cabang Syariah



Pegadaian

Syariah
VIVIA NOTALIA
 NIK.P.82688

PT. PEGADAIAN (Persero) – Cabang Syariah Subrantas
 Jl.HR Subrantas KM 10,5 T+62761 563235/08117097981
 Pekanbaru (28293) F+62761 563235

cps_hrsbrantas@pegadaian.co.id

SURAT PERNYATAAN SELESAI MENELITI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : KHONITA IFFA
Nim : 11525205573
Tempat/Tanggal Lahir : Payakumbuh, 23 November 1995
Program Studi/ Jurusan : Ekonomi Syariah
Semester : 8 (Delapan)
No. HP : 082387180056
Alamat : Jl. Satria, Garuda Sakti Km.01

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar telah selesai meneliti/ melaksanakan riset pada

Nama Tempat Penelitian : PT. PEGADAIAN
Alamat : HR. Subrantas, Km. 10,5 Pekanbaru, Riau
Judul Penelitian : Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian
Kantor Cabang HR. Subrantas Pekanbaru
Waktu Penelitian : 3 Juli 2018 s/d 19 Agustus 2018

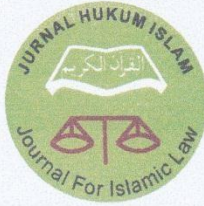
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan pembohongan/penipuan terhadap pernyataan saya ini, maka saya siap menerima segala resiko.

Pekanbaru, 19 Agustus 2019

Yang menyatakan

KHONITA IFFA
Nim : 11525205573





JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **KHONITA IFFA**

NIM : **11525205573**

Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**

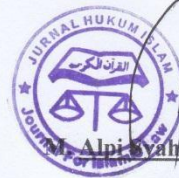
Judul : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM HAJI PADA
PT. PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG HR.
SOEBRANTAS PEKANABARU**

Pembimbing : **Darnilawati, SE., M.Si**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 01 Oktober 2019

An. Pimpinan Redaksi



Alpi Wahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP



Khonita Iffa yang kerap di panggil Khoni. lahir di Payakumbuh, 23 November 1995. Saya adalah anak terakhir dari 4 bersaudara yang terlahir dari pasangan Budiman (ayah) dan Hilmiati (Ibu). Menyelesaikan pendidikan di SDN 04 Labuh Baru, pada tahun 2008. Setelah menamatkan SD selanjutnya bersekolah di SMPN 1 Payakumbuh dan tamat pada Tahun 2011, dan selanjutnya menempuh pendidikan di SMKN 1 Payakumbuh dan tamat pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan menyelesaikan pendidikan strata-1 (S1) pada program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2019.

Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kampung Baru Timur, Kec. Cerenti, Kuantan Singingi, Riau dan Pengalaman Profesi Kerja Lapangan (PKL) di Pegadaian Unit Garuda Sakti, Pekanbaru. Alhamdulillah, pada tahun 2019 penulis dapat menyelesaikan Strata-1 (S1) pada Program Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan berhak menyandang gelar Sarjana S.E.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau