

TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA BANK SYARIAH MANDIRI KC. METRO

Oleh:

**FEBRI FITRIANA
NPM. 1602080012**



**Jurusan D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2019 M**

**STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS
PADA BANK SYARIAH MANDIRI KC. METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Ahli Madya Perbankan (Amd)

Oleh:

FEBRI FITRIANA
NPM. 1602080012

Pembimbing Tugas Akhir : Nizaruddin,S.Ag.,M.H

Jurusan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2019 M

PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA
BANK SYARIAH MANDIRI KC METRO**

Nama : FEBRI FITRIANA

NPM : 1602080012

Jurusan : D3 PERBANKAN SYARIAH

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing



Nizaruddin, S.Ag., M.H

NIP: 197403021999031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. K.H Dewantara 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507
Website: www.merouniv.ac.id, email: iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR


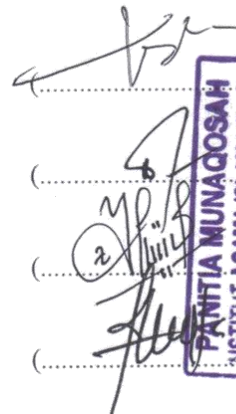
No: 1899 / In. 28.3 / D / PP. 00.6 / 07 / 2019

Judul Tugas Akhir: STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA BANK SYARIAH MANDIRI KC METRO, disusun oleh : FEBRI FITRIANA, NPM : 1602080012, Program: D-III Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat, 12 Juli 2019, di Kampus II (E-7.1.1)

TIM PENGUJI:

Ketua : Nizaruddin, S.Ag.,MH
Penguji I : Dr. Mat Jalil, M.Hum
Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy
Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, SHI., MSI

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG METRO

Oleh

FEBRI FITRIANA
NPM 1602080012

Bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya guna meningkatkan taraf hidup rakyat banyak dalam menyalurkan dananya kembali kepada masyarakat maka dibutuhkan pemasaran yang efektif agar produk pembiayaan maupun tabungan dapat menarik minat nasabah.

Bank Syariah Mandiri Sebagai lembaga yang menjadi intermediasi antara masyarakat dalam menjalankan operasionalnya Bank syariah mandiri menggunakan strategi pemasaran untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat salah satu yaitu produk gadai emas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh bank syariah mandiri kc metro dalam mengenalkan produk gadai emas kepada masyarakat. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field reseach*) dengan menggunakan tehnik pengumpulan data berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan manajer dan pawning staff , observasi yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kc Metro dan metode dokumentasi, dokumentasi dalam penelitian berupa brosur dan dokumen-dokumen arsip yang berkaitan dengan penelitian.

Strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh produk gadai emas bank syariah mandiri adalah strategi pemasaran dengan konsep bauran pemasaran atau marketing mix menggunakan konsep 4P (Product, price, place dan promotion), strategi pemasaran yang telah direpakan sudah baik , hanya saja akan lebih efektif apabila strategi yang sudah ada lebih dioptimalkan dengan lebih meningkatkan strategi promosi melalui media sosial atau periklanan serta lebih mengoptimalkan personal selling dengan menambah jumlah marketing gadai atau tenaga pemasar dalam produk gadai emas agar produk gadai emas pada bank syariah mandiri dapat lebih dikenal oleh kalangan masyarakat dan peningkatan jumlah nasabah pada produk gadai emas bank syariah mandiri kc metro lebih signifikan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FEBRI FITRIANA

NPM : 1602080012

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa tugas akhir ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 8 Juli 2019
Yang Menyatakan,



Febri Fitriana
NPM. 1602080012

MOTTO

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S. Ali Imran: 159)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), h. 56

PERSEMBAHAN

Dengan setulus hati kupersembahkan buah karya ini kepada orang-orang yang selalu hadir dalam hidupku yang telah memberikan doa dan dukungan kepadaku, yang membimbing aku setulus hati dan menumbuhkan semangatku, kupersembahkan buah karya ini kepada:

1. Ibu dan Bapak (Asni Megawati dan Gampilun Alm) orang tua kandungku yang telah memberikan doa dan dukungan baik dalam bentuk moril maupun materil serta mendoakan ananda dan memberikan perhatian serta memberikan motivasi kepada ananda semoga Allah SWT mencurahkan kasih sayangnya kepada Ibu dan Bapak.
2. Kakak-kakakku Eka Rosmiani, Rio Mendung ,Devi Dianti, Jimi Saputra, dan Anggre Ahmad Bangsawan yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini terimakasih semoga mereka selalu diberikan kesehatan oleh Allah SWT
3. Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan suport dan bimbingan selama perkuliahan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
4. Nizaruddin,S.Ag.,M.H selaku pembimbing tugas akhir yang telah memberikan suport dan bimbingan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.semoga beliau selalu diberikan kesehatan oleh Allah SWT.
5. Almamater IAIN Metro tempatku menggali ilmu dan belajar banyak hal.

KATA PENGANTAR

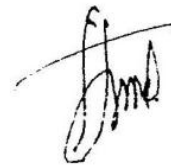
Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat dan rahmatnya yang telah memberikan kesehatan jasmani maupun rohani sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri KC Metro”. Penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Ahli Madya Perbankan.

Dalam penulisan tugas akhir ini peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada

1. Prof. Dr Hj. Enizar M. Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam
3. Nizaruddin,S.Ag.,M.H selaku dosen pembimbing Tugas Akhir
4. Dr. Mat Jalil, M.Hum Selaku dosen pembimbing akademik
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro, yang telah menyediakan waktu dan fasilitas guna menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak Eko Sugiarto selaku Branch Manager Bank Syariah Mandiri Kc Matro beserta seluruh karyawan yang ikut membantu terselesainya tugas akhir ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa yang telah membantu memberikan motivasi kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian tugas akhir ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Peneliti berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dalam memahami ilmu pengetahuan perbankan syariah.

Metro, 8 Juli 2019
Peneliti,



Febri Fitriana
NPM. 1602080012

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	3
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	3
D. Metode Penelitian.....	4
E. Tekhnik Analisis Data.....	7
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Gadai Syariah	10
1. Pengertian dan Dasar Hukum Gadai	10
2. Rukun dan Syarat Gadai.....	13
3. Gadai Emas Syariah	14
B. Strategi Pemasaran	15
1. Pengertian Strategi Pemasaran	15
2. Tujuan Pemasaran	16
3. Konsep –Konsep Pemasaran	17
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	20
a. Produk (<i>Product</i>).....	21
b. Harga (<i>Price</i>).....	23
c. Promosi (<i>Promotion</i>).....	24
d. Tempat (<i>Place</i>).....	25
BAB III PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri	27
1. Profil Bank Syariah Mandiri Kc Metro	27
2. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri Kc metro.....	28

3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.	29
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kc Metro	30
B. Produk yang Ditawarkan Bank Syariah Mandiri Kc Metro	36
C. Gadai Emas	44
D. Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri	45
E. Data Jumlah Nasabah Gadai Emas Tahun 2017-2018	51
F. Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri	51

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Jumlah Nasabah Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kc Metro Pada Tahun 2017-2018.....	51
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kc Metro.....	31
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Keterangan Riset
5. Kartu Konsultasi Bimbingan
6. Brosur-Brosur
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya guna meningkatkan taraf hidup rakyat banyak¹. didalam menyalurkan dananya kembali kepada masyarakat maka dibutuhkan pemasaran yang efektif agar produk pembiayaan maupun tabungan dapat menarik minat nasabah.

Menurut kotler *marketing (pemasaran)* adalah proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran (*exchange*).²

Memasarkan suatu produk perbankan maka dibutuhkan strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah terhadap produk dan jasa perbankan baik produk simpanan (giro, tabungan dan deposito), pinjaman, dan jasa bank lainnya. Strategi yang dibutuhkan meliputi penentuan strategi 4P (*Produk, Price, Promotion, Place*), Strategi ini sering kita kenal dengan nama bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat di

¹ Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan* (Jakarta :Rajawali Pers 2015) h.3

² Heri Susanto, dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.37

gunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.³

Bank syariah mandiri Sebagai lembaga yang menjadi intermediasi antara masyarakat yang mempunyai kelebihan dana (*Shahibul Maal*) dengan masyarakat yang membutuhkan dana (*Mudharib*), dalam menjalankan operasionalnya Bank Syariah Mandiri memerlukan strategi pemasaran dalam memasarkan produk perbankan.

Salah satunya yaitu produk gadai emas, produk gadai emas merupakan produk pembiayaan menggunakan akad *rahn, rahn* dikenal sebagai bagian produk yang ditawarkan oleh bank syariah, dimana bank menawarkan kepada masyarakat bentuk penjaminan barang guna mendapatkan pembiayaan. produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat, ringan dan mudah. Biaya pemeliharaan yang terjangkau serta kenyamanan pelayanan yang diberikan merupakan sedikit keunggulan yang ditawarkan gadai emas bank syariah mandiri. Berdasarkan data pertumbuhan jumlah nasabah di tahun 2017 dan 2018 didapat bahwa pertumbuhan jumlah nasabah pada produk gadai bank syariah mandiri ke metro kurang signifikan yaitu 243 nasabah ditahun 2017 dan 239 nasabah ditahun 2018⁴

Sehingga dapat dikatakan bahwa Saat ini produk gadai emas yang ada di bank syariah mandiri belum begitu dikenal dengan baik oleh kalangan

³ Doni J.Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: Cv Pustaka Setia,2017)h.38

⁴ Wawancara dengan Ibu Risna (*Pawning Staff*) Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro pada 25 Maret 2019

masyarakat. untuk memasarkan produk tersebut, diperlukan strategi pemasaran agar tujuan penjualan produk tersebut dapat berhasil. Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi apa yang digunakan oleh bank syariah mandiri kc metro dalam memasarkan produk gadai emas agar dapat dikenal oleh kalangan masyarakat dan dapat meningkatkan jumlah nasabah.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang di atas yang menjadi pertanyaan penelitian, adalah “Bagaimanakah Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh bank syariah mandiri dalam mengenalkan produk gadai emas kepada masyarakat?”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Secara Teoritis penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti maupun pembaca tentang perbankan syariah khususnya yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri KC Metro.

b. Secara Praktis

Secara Praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan masukan dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam menyikapi Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro.

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan, penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.⁵ penelitian lapangan merupakan metode yang digunakan untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi, penelitian ini dilakukan untuk menggali data yang bersumber dari Bank Syariah Mandiri KC Metro yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman No. 43 E-F Kota Metro.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati.⁶ Penelitian ini diangkat

⁵ Abdurahmat Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*,(Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2011),h.96

⁶Mohammad Kasiram, *Metodelogi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: UIN Maliki Press ,2010), h.175

dari deskripsi atau keterangan keterangan yang diperoleh mengenai Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁷ Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari Manajer dan Staff Pawning Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro melalui data ini peneliti dapat menggambarkan Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro

b. Sumber Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁸

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku-buku yang membahas tentang manajemen pemasaran bank, dasar dasar perbankan , gadai syariah, dan agenda kegiatan bank syariah mandiri kantor cabang metro dan dilengkapi dengan dokumen dokumen yang ada di bank syariah mandiri kantor cabang metro serta sumber sumber lain yang berkaitan dengan penelitian seperti

⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2014),h.62

⁸ *Ibid* h.62

dokumen Sejarah, Struktur Organisasi, Profil dan juga Produk Bank Syariah Mandiri.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Wawancara

Larry cristensen menyatakan bahwa wawancara merupakan tehnik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberikan tugas pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai. Jenis wawancara yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur , wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁹ Pada tehnik wawancara ini peneliti melakukan wawancara dengan *General Suport Staff* bank syariah mandiri dan *Staff Pawning* untuk mendapatkan informasi tentang Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri.

b. Teknik Observasi

Observasi merupakan tehnik mengamati mencermati serta merekam perilaku secara sitematis untuk suatu tujuan tertentu observasi ialah kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk

⁹ Sugiyono , *Metode penelitian kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017) h. 191

memberikan suatu kesimpulan atau diagnosa.¹⁰ Pada teknik observasi peneliti menggunakan jenis observasi berperanserta atau *participant observation* dalam observasi ini peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Pada teknik observasi ini peneliti mengumpulkan data melalui kegiatan magang D3 Perbankan yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro dan ikut serta dalam proses promosi produk gadai emas dengan cara turun secara langsung ke lapangan..

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen baik berupa buku harian, surat, dan refensi lainnya.¹¹ Dokumentasi dalam penelitian berupa brosur dan dokumen dokumen arsip yang berkaitan dengan penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, menemukan pola, memilih dan memilah agar dapat menjadi satu kesatuan yang dapat dikelola. Menemukan apa yang penting dan apa yang tidak penting dan apa yang dapat dipelajari serta memutuskan apa

¹⁰ Uhar suharsaputra, *Metode Penelitian :Kuantitatif, Kualitatif Dan Tindakan*, (Bandung: Refika Aditama, 2012),h.209

¹¹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000),h. 102

yang dapat diceritakan.¹² Dalam penelitian ini tehnik analisis data yang digunakan yaitu metode analisis kualitatif karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk urian dan dianalisa menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi tentang Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro. dalam upaya menganalisis bagaimanakah strategi yang diterapkan oleh bank syariah mandiri kc metro dalam mengenalkan produk gadai emasnya kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui keberadaan produk gadai emas yang ada di bank syariah mandiri kc metro dan menjadi ketertarikan sendiri bagi calon nasabah untuk menggadaikan emasnya di bank syariah mandiri kc metro.

F. Sistematika Pembahasan

Sitematika pembahasan dapat diartikan sebagai susunan atau urutan dalam penelitian karya ilmiah agar mudah dipahami oleh pembacanya. Pembahasan dalam tugas akhir ini dibagi dalam empat bab pada setiap bab terdapat sub bagian yang membahas setiap bab masing-masing. Penelitian tugas akhir ini menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini peneliti menjelaskan hal-hal yang bersifat umum yang berkaitan dengan latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, tehnik analisis data, serta sistematika pembahasan dalam penelitian.

¹² Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian :Kuantitatif, Kualitatif Dan Tindakan*,h.248.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini peneliti menyajikan landasan teori mengenai Gadai Syariah dan Strategi Pemasaran.

3. BAB III PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai Profil Bank Syariah Mandiri Kc Metro, Produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri Kc Metro, Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kc Metro serta, data jumlah nasabah tahun 2017-2018, Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kc Metro.

4. BAB IV PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari tugas akhir ini yang membahas mengenai kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gadai Syariah

1. Pengertian dan Dasar Hukum Gadai Syariah

a. Pengertian Gadai Syariah

Gadai dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *rahn* dan dapat juga dinamai *al-habsu*, 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.¹

Menurut Syafe'i Antonio, sebagaimana dikutip oleh Sutedi, *rahn* (gadai) adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Menurut Ghufron A. Mas'adi, sebagaimana dikutip oleh Sutedi, mengemukakan bahwa yang dimaksud *ar-rahn* (gadai) adalah sebuah akad utang piutang yang disertai dengan jaminan (agunan).²

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa *ar-rahn* (gadai) dapat diartikan sebagai suatu sistem *muamalah* dimana pihak yang satu memberikan pinjaman dan pihak yang lain menyimpan barang berharga atau bernilai sebagai jaminan atas pinjaman terhadap orang yang menerima gadai.

¹ Abdul G. Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia konsep implementasi dan insitucionalisasi*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006), h. 88

² Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 15

b. Dasar Hukum Gadai

1) Al-Qur'an

Dasar hukum rahn (gadai) dalam Al-Qur'an berdasarkan surat Al-Baqarah Ayat 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَفَانَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۚ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: “jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang)” (Q.S. Al-Baqarah Ayat 283)³

Berdasarkan ayat tersebut tampak jelas bahwa *rahn* diperbolehkan oleh Allah sebagai jaminan utang, dengan berdasarkan asas kepercayaan.

2) Hadist

a) Dasar hukum *rahn* (gadai) dalam Hadist berdasarkan Hadist riwayat Aisyah

عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِي طَعَامًا وَرَهْنَهُ دِرْعَامِنْ حَدِيدٍ

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), h. 38

Artinya: “*dari Aisyah ra. Sesungguhnya Nabi Saw. Pernah membeli bahan makanan dari seorang yahudi dan beliau menggadaikan baju perang dari besi.*”⁴

Hadist ini menggambarkan bahwa *rahn* dipakai dalam kegiatan konsumtif oleh Rasulullah, bukan untuk bisnis.

- 3) Ijma para ulama sepakat memperbolehkan *rahn*.
- 4) Kaidah fiqh

“Bahwa pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

Berdasarkan dasar hukum tersebut dapat diambil praktik *rahn* secara normatif dan teknis antara lain:

- 1) Bolehnya menahan harta orang lain sebagai jaminan utang pada dasarnya untuk kebutuhan konsumtif
- 2) Pemeliharaan barang menjadi tanggung jawab murtahin, sehingga dia boleh menarik biaya pemeliharaan dengan akad ijarah
- 3) Kepemilikan barang tetap pada rahin sehingga biaya pemeliharaannya menjadi tanggung jawabnya
- 4) Pemanfaatan barang jaminan tetap pada rahin, kecuali diizinkan dimanfaatkan oleh murtahin.⁵

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa dasar hukum *rahn* (gadai) diperbolehkan selama tidak ada dalil yang

⁴Abdullah bin abdurrahman alu basam, *syarah hadist pilihan, Bukhari-muslim* (Bekasi: PT Darul Falah, 2011), h. 194

⁵ Ahmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 91

melarangnya dan diperbolehkan untuk mengambil biaya pemeliharaan melalui akad ijarah.

2. Rukun dan Syarat Gadai

Rukun gadai ada empat yaitu pemberi gadai (*rahin*), penerima gadai (*murtahin*), barang jaminan (*marhun*), dan utang (*Marhun Bih*), sementara rukun *rahn* adalah, dua pihak yang berakad, akad *rahn*, barang jaminan (*marhun*) dan utang (*marhun bihi*).⁶

Menurut Mohammad Anwar dalam buku fiqh islam menyebutkan rukun dan syarat sahnya perjanjian gadai adalah sebagai berikut:

a. Ijab Qabul (*Sighot*)

Hal ini dapat dilakukan baik dalam bentuk tertulis maupun lisan, asalkan saja didalamnya terkandung maksud adanya perjanjian gadai antara para pihak.

b. Orang yang Bertransaksi (*Aqid*)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi bagi orang yang bertransaksi gadai yaitu *rahin* (pemberi gadai) dan *murtahin* (penerima gadai) adalah telah dewasa, berakal dan atas keinginan sendiri.

c. Adanya Barang yang Digadaikan (*Marhun*)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk barang yang akan digadaikan oleh *rahin* (pemberi gadai) adalah dapat diserahkan, bermanfaat, milik *rahin* (orang yang menggadaikan), jelas, tidak

⁶ *Ibid*, h. 195

bersatu dengan harta lain, dikuasai oleh *rahin*, harta yang tetap atau dapat dipindahkan.

d. Utang (*Marhun bih*)

Menurut ulama hanafiyah dan syafiiyah syarat utang yang dapat dijadikan alas gadai adalah: berupa utang yang tetap dapat dimanfaatkan, utang harus lazim pada waktu akad, utang harus jelas dan diketahui oleh rahin dan murtahin.⁷

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa syarat dan rukun gadai adalah adanya pemberi gadai (*rahin*), penerima gadai (*murtahin*), barang jaminan (*marhun*), dan utang (*Marhun Bih*), dan dilakukan melalui akad antara pemberi gadai (*rahin*) dan penerimanya gadai (*murtahin*) yang disertakan dengan barang jaminan (*marhun*) baik yang bergerak (hewan, kendaraan) dan tidak bergerak (perhiasan, barang elektronik dan lain-lain) yang dapat dijadikan jaminan.

3. Gadai Emas Syariah

Gadai emas syariah adalah penggadaian atau penyerahan hak penguasa secara fisik atas harta/barang berharga (Berupa emas) dari nasabah (*arraahin*) kepada bank (Al-murtahin) untuk dikelola dengan prinsip *ar-Rahnu* yaitu sebagai jaminan (*al-marhun*) atas peminjam/utang yang diberikan kepada nasabah/peminjaman tersebut.

Ar-Rahnu merupakan akad penyerahan barang dari nasabah kepada bank sebagai jaminan sebagian atau seluruhnya atas hutang yang dimiliki

⁷ Abdul G. Anshori, *Gadai syariah di Indonesia konsep implementasi dan intitusionalisasi*, h. 91

nasabah. Transaksi tersebut di atas merupakan kombinasi/penggabungan dari beberapa transaksi atau akad yang merupakan satu rangkaian yang tidak terpisahkan meliputi:

- a. Pemberian pinjaman dengan menggunakan transaksi/akad *Qardh*.
- b. Penitipan barang jaminan berdasarkan transaksi/akad *Rahn*.
- c. Penetapan sewa tempat khasanah (tempat penyimpanan barang) atas penitipan tersebut di atas melalui transaksi/akad *Ijarah*.⁸

Berdasarkan uraian teori di atas dapat diketahui bahwa gadai emas syariah merupakan proses penggandaian suatu barang berupa emas yang dijadikan sebagai jaminan untuk memperoleh pembiayaan melalui penggabungan tiga transaksi/akad yaitu Qard (sebagai bentuk pembiayaan), *rahn* (sebagai penitipan barang jaminan) , dan *ijarah* (sebagai biaya sewa).

B. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi adalah suatu rencana permainan untuk mencapainya, setiap unit bisnis harus merancang strategi untuk pencapaian tujuannya. Menurut Kotler pemasaran (*marketing*) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan penawaran dan pertukaran (*exchange*).⁹

⁸ Abdul, G. Ansori. *Gadai syariah di indonesia konsep implementasi dan isntitucionalisasi*, h. 129-130.

⁹ Heri Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariaah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h. 37

William J. Stanton, sebagaimana dikutip oleh Priansa menyatakan bahwa pemasaran adalah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa, baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.¹⁰

Secara umum pengertian manajemen pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabahnya.¹¹

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa strategi pemasaran merupakan suatu rencana dari kegiatan bisnis yang digunakan untuk mencapai tujuan dari usahanya.

2. Tujuan Pemasaran Bank

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah sebagai berikut:

- a. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.

¹⁰ Donni J. Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), h. 30

¹¹ Kasmir, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014) h. 194

- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.¹²

Maka tujuan dari Pemasaran adalah upaya untuk memaksimalkan konsumsi, kepuasan konsumen, pilihan pada ragam produk dan juga mutu hidup untuk memudahkan nasabah.

3. Konsep-Konsep Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat konsep-konsep pemasaran dimana setiap konsep memiliki tujuan yang berbeda, konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan ilmu pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.¹³

Menurut Kotler konsep inti pemasaran adalah sebagai berikut:

a. *Need Want* dan *Demand*

Menurut Herry Susanto dan Khaerul Umam pengertian *need*, *want*, and *demand* yaitu sebagai berikut:

- 1) *Need* (kebutuhan) adalah segala sesuatu yang ingin dipenuhi yang berasal dari dalam diri manusia
- 2) *Want* (keinginan) adalah kebutuhan yang dipengaruhi oleh kebudayaan atau individualitas seseorang.
- 3) *Demand* adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.¹⁴

¹²*Ibid*, h. 196-197

¹³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 197

¹⁴ Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, h. 37

b. Product

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk dijual. Produk dalam arti luas meliputi produk fisik, service/jasa, orang, organisasi, tempat, ide, right(hak paten)¹⁵

c. Customer Value, Cost, Dan Satisfaction

Customer Value (Nilai Pelanggan) adalah perkiraan konsumen tentang kemampuan total suatu produk untuk memuaskan kebutuhannya.

Konsumen akan memilih produk yang memberikan manfaat (*Benefit*) yang lebih besar dari pada biaya (*Cost*) yang harus dikeluarkan.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya.¹⁶

d. Exchange, Transaction, Relationship

Exchange (pertukaran) merupakan inti dari pemasaran, *exchange* (*pertukaran*) adalah cara seseorang mendapatkan segala sesuatu yang mereka butuh dan inginkan. Pertukaran juga dikatakan sebagai perdagangan antara dua pihak atau lebih. Dengan syarat minimal ada 2 pihak, memiliki sesuatu, dapat berkomunikasi, bebas

¹⁵ *Ibid*, h. 38

¹⁶ *Ibid*, h. 38

menerima dan menolak penawaran yang ada, dan yang terakhir adalaah menginginkan berurusan dengan orang lain.¹⁷

e. *Market*

Market (Pasar) terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki *need and want* tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi *need and want*.

Market terdiri dari *marketing* dan *marketer*, *Marketing* adalah aktifitas manusia yang ditujukan untuk memuaskan *need and want* konsumen/pasar melalui exchange. *Marketer* adalah seseorang yang secara aktif mencari sumber daya dari pihak lain dan bersedia menawarkan sesuatu sebagai gantinya.

Tugas seorang *marketer* (pemasar) adalah membangun marketing program untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan. Marketing program terdiri atas sejumlah keputusan pada kombinasi alat-alat pemasaran (marketing tools) marketing tools, yang terdiri atas 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) disebut Bauran pemasaran (*marketing mix*).¹⁸

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa konsep pemasaran merupakan konsep yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan, untuk dapat mencapai tujuannya, konsep inti dari pemasaran sendiri adalah kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk ,dengan memperhatikan nilai pelanggan ,

¹⁷ *Ibid*, h. 40

¹⁸ Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, h. 37-41

biaya, dan tingkat kepuasan, melalui pertukaran atau transaksi dengan media pasar atau *Market* dan dipasarkan oleh seorang marketer atau pemasar melalui marketing tools (alat pemasaran) yang terdiri dari 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang disebut dengan *marketing mix* (Bauran Pemasaran).

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dapat mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki, konsep pemasaran memiliki seperangkat alat pemasaran yang sifatnya lebih mudah dikendalikan yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (Bauran pemasaran)¹⁹, *Marketing Mix* (Bauran pemasaran) adalah Alat yang digunakan perusahaan dalam kegiatan pemasaran. Disebut bauran (*Mix*) karena kombinasi atau gabungan dari beberapa alat pemasaran.

Menurut Kotler dan Keller Bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.²⁰

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah alat pemasaran yang digunakan untuk melancarkan proses strategi pemasaran.

¹⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2002), h. 14

²⁰Donni J. Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, h. 38

Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran dibagai menjadi 4P yaitu:

a. *Product* (Produk)

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan. Kita katakan sebagai produk.

Pada praktiknya produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba dan dirasakan. Sedangkan benda yang tidak berwujud biasanya disebut jasa. Kotler mengatakan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain yang tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dengan suatu produk fisik.

Produk yang diinginkan pelanggan baik berwujud maupun tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi artinya produk yang ditawarkan oleh pihak bank kepada nasabahnya adalah produk yang memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing. Produk yang berkualitas tinggi disebut juga produk plus.

Pada praktiknya untuk menciptakan produk plus bukanlah hal yang mudah, banyak faktor yang harus dipertimbangkan untuk menghasilkan produk plus diantaranya sebagai berikut:

- 1) Pelayanan yang prima artinya pelayanan terhadap produk yang dijual harus dilakukan dengan sangat baik. Sehingga nasabah cepat mengerti dan memahami produk tersebut dibandingkan dengan produk lain.
- 2) Pegawai yang profesional, artinya memiliki kemampuan untuk menjelaskan dan memengaruhi nasabah sehingga mau membeli produk yang ditawarkan.
- 3) Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dapat menunjang kelebihan dari produk yang dimiliki, seperti kecanggihan dan kelengkapan teknologi yang dimilikinya, sehingga mampu melayani nasabah dengan cepat dan tepat.
- 4) Lokasi dan layout gedung dan ruangan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan keamanan nasabah selama berhubungan dengan bank. Lokasi yang tidak strategis membuat nasabah malas untuk mendatangi bank, demikian pula dengan layout ruangan yang tidak baik juga menyebabkan nasabah bosan untuk berhubungan dengan bank.
- 5) Nama baik bank, menjadi jaminan bagi nasabah untuk membeli produk bank. Oleh karena itu bank harus pandai menjaga nama

baik. Mengingat jasa bank yang ditawarkan merupakan bisnis kepercayaan.²¹

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang berwujud (benda) maupun yang tidak berwujud (jasa), produk yang paling diinginkan oleh pelanggan adalah produk yang berkualitas tinggi yaitu produk plus yang memberikan pelayanan prima, pegawai yang profesional, sarana dan prasarana yang lengkap, lokasi yang strategis, serta menjaga nama baik perusahaannya/bank.

b. *Price* (Harga)

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan Marketing Mix(Bauran pemasaran) penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar, kebijaksanaan harga ini menyangkut *mark-up* (berapa tingkat persentase kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan) , *mark-down* (berapa tingkat

²¹ Kasmir, *Manajemen Pemasaran*, h. 216-219

persentase penurunan harga), potongan harga termasuk berbagai macam bentuk dan besaran persentasenya. Bundling(penjualan produk secara paket) harga pada waktu-waktu tertentu(*inter-temporal pricing*). Komisi yang akan diterima marketing dan metode penerapan harga lainnya yang diinginkan oleh perusahaan terkait dengan kebijaksanaan strategi pemasaran.²²

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam *marketing mix*, penentuan suatu harga sangat penting untuk dilakukan karena harga akan menentukan laku tidaknya suatu produk. Penentuan suatu harga harus dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan , personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi disini terkait besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen mengetahui tentang

²² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 15

produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut²³

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk mengenalkan produk pada suatu perusahaan dan mempengaruhi pasar melalui kegiatan promosi, periklanan, personal selling dan publisitas agar konsumen dapat mengenal produk yang dihasilkan suatu perusahaan dan tertarik untuk membeli.

d. *Place* (Tempat)

Place (Tempat) merupakan salah satu komponen yang tidak kalah penting dari empat komponen bauran pemasaran (*Marketing Mix*), hal hal yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu:

- 1) Sistem transportasi perusahaan
- 2) Sistem penyimpanan
- 3) Pemilihan saluran distribusi²⁴

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatkan biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.

Paling tidak ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi yaitu:

²³ *Ibid* h. 15

²⁴ *Ibid*, h. 16

1) Faktor Utama (*Primer*)

Faktor utama dalam menentukan lokasi antara lain sebagai berikut:

- a) Dekat dengan pasar
- b) Dekat dengan bahan baku
- c) Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan.
- d) Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya atau kereta api atau pelabuhan laut atau pelabuhan udara .
- e) Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik , telepon dan lainnya.
- f) Sikap masyarakat.²⁵

2) Faktor Sekunder

Faktor utama dalam menentukan lokasi antara lain sebagai berikut:

- a) Biaya untuk investasi di lokasi seperti biaya pembelian tanah atau pembangunan gedung.
- b) Prospek perkembangan harga atau kemajuan di lokasi tersebut.
- c) Kemungkinan untuk perluasan lokasi.
- d) Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan.²⁶

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa *place* (tempat) merupakan suatu kegiatan pemilihan lokasi yang tepat dan sesuai dengan usaha yang akan didirikan.

²⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 240

²⁶ *Ibid.*, h. 240

BAB III

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

1. Profil Bank Syariah Mandiri

PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual.

Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Per Desember 2017 Bank Syariah Mandiri memiliki 737 kantor layanan di seluruh Indonesia, dengan akses lebih dari 196.000 jaringan ATM.

b. Kode Bank: 451

c. Kode Swift: BSMDIDJA

d. Kepemilikan Saham

1) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 497.804.387 lembar saham
(99,9999998%)

2) PT Mandiri Sekuritas: lembar saham (0,0000002%).

e. Alamat Kantor

- 1) Kantor Pusat: Wisma Mandiri I Jl. MH. Thamrin No. 5 Jakarta 10340 – Indonesia Telp: (021)2300509, Fax: (021)39832989
- 2) Regional Office II/ Sumatra II – Kantor Area: Jl. Diponegoro No. 189, Gotong Royong, Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung 35525. Telp: (0721) 258960
- 3) Alamat Kantor Cabang Metro Lampung: Jl. Jend. Sudirman No. 43 E-F Kota Metro 34111 Telp: (0725) 7851606, Fax: (0725) 7851605

- f. Otoritas Pengawas Bank: Otoritas Jasa Keuangan (OJK): Gedung Sumitro Djojohadikusuma Jalan Lapangan Banteng Timur No. 2-4 Jakarta 10710 Indonesia Telp (62-21) 3858001 Faks (62-21) 3857917. ¹

2. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri Kc Metro

Seiring dengan kesadaran masyarakat Kota Metro tentang perekonomian syariah, masyarakat Metro mulai menginginkan menggunakan jasa perbankan syariah. Di tengah kondisi masyarakat yang menginginkan hal tersebut, Bank Syariah Mandiri hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Kota Metro. Bank Syariah Mandiri berdiri di Metro pada tanggal 24 Oktober 2005 yang mana saat itu berstatus Kantor Cabang Pembantu (KCP) yang menginduk pada Bank Syariah Mandiri KC Bandar Lampung. Kantor BSM KCP Metro awal berdiri beralamat di Jl.

¹ Bank Syariah Mandiri, Profil Perusahaan Diakses pada tanggal 15 mei 2019,pukul 15.00, dari www.syariahmandiri.co.id

Mayjend. Ryacudu No. 8 B Kota Metro. Pada tanggal 11 November 2011 BSM KCP Metro naik status menjadi Kantor Cabang (KC) dan berpindah alamat menjadi Jl. Jend. Sudirman No. 43 E-F Kota Metro.²

3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

a. Visi: Bank Syariah Terdepan dan Modern

1) Untuk Nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.

2) Untuk Pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

3) Untuk Investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

b. Misi

1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.

2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.

² Wawancara dengan bapak Heri Susanto selaku General Suport Staff Bank Syariah Mandiri Kc Metro, pada 25 Februari 2019

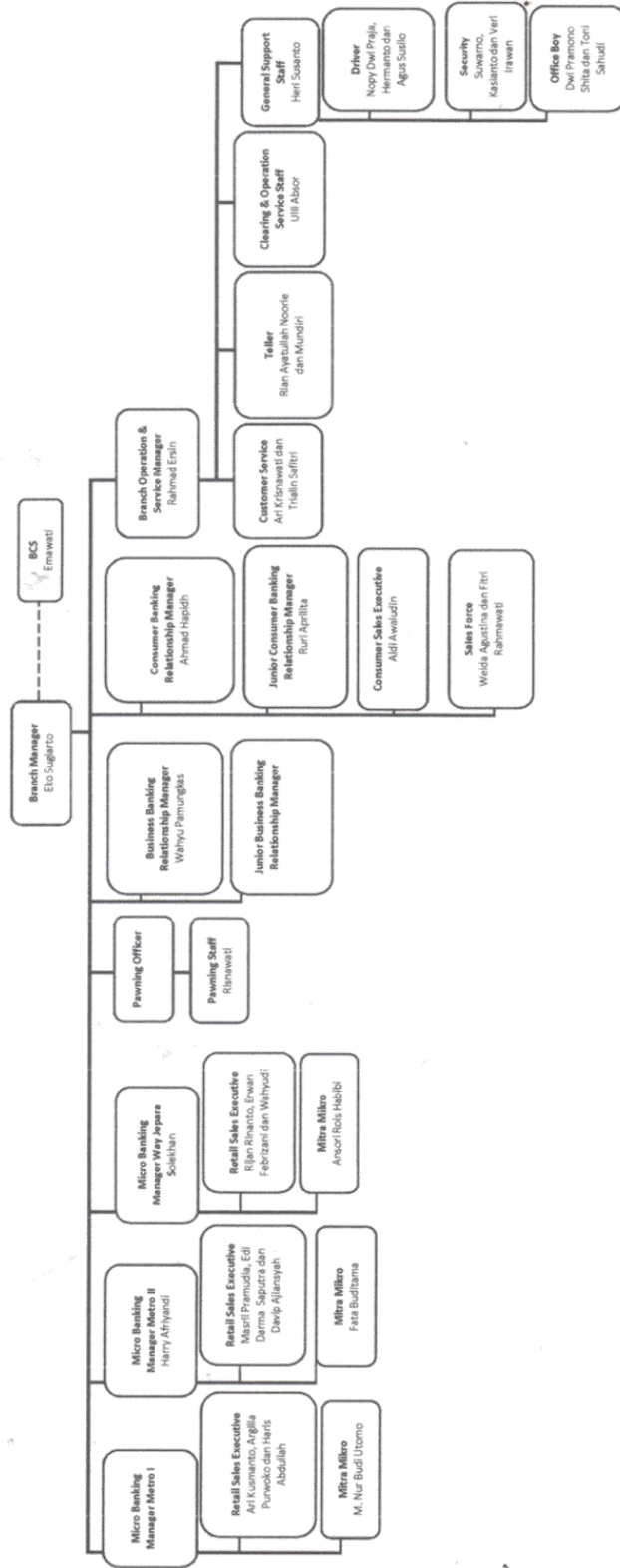
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.³

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kc Metro

Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kc Metro dapat dilihat pada gambar sebagai berikut⁴

³ Bank Syariah Mandiri, visi dan misi bank syariah mandiri Diakses pada tanggal 15 mei 2019,pukul 15.00 , dari www.syariahmandiri.co.id

⁴ Dokumentasi Bank Syariah Mandiri Kc Metro, 15 Mei 2019



Deskripsi Pekerjaan

Struktur organisasi kepegawaian merupakan salah satu dari deskripsi pekerjaan yang mempunyai masing- masingnya mempunyai tugas utama yaitu:

a. Kepala cabang (*Branch Manager*)

Tugas pokok kepala cabang adalah memimpin, mengelola, mengawasi atau mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan sarana organisasi Kantor Cabang untuk mencapai tingkat serta volume aktivitas pemasaran, operasional dan layanan Kantor Cabang yang efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

b. *Branch operation & service manager* (BOSM)

Tugas dan wewenang BOSM adalah memonitor pencapaian rencana bisnis bank oleh groupnya selain itu mengevaluasi dan menyusun laporan pencapaian rencana bisnis bank jika belum tercapai, memonitor pelaksanaan prosedur oprasional manajemen risiko oleh bawahanya dan mengevaluasi pelaksanaan prosedur operasional manajemen risiko.

c. *Customers service* (CS)

Tugas dan wewenang customer service adalah mengerjakan dan menyelesaikan semua oprasional baik berupa tabungan, deposito, inkaso secara umum ataupun oprasional pembayaran dan pembukuan selain itu CS memberikan informasi dan penjelasan kepada nasabah mengenai

produk yang ditawarkan oleh bank yang ditanyakan oleh nasabah dan CS memberikan pelayanan kepada setiap nasabah dengan berpedoman pada sistem pedoman informasi yang benar sehingga kedua pihak merasa puas.

d. *Teller*

Tugas dan wewenang teller adalah memberikan pelayanan kepada nasabah yang berhubungan dengan penerimaan dan penarikan uang selain itu tugas teller mencatat semua transaksi yang terjadi setiap hari dan membuat laporan atas transaksi-transaksi yang terjadi kemudian dilaporkan kepada bagian pembukuan

e. *General Support Staff (GSS)*

Tugas dan wewenang *general support staff* adalah memberikan laporan yang sudah tersaji lengkap dengan menggunakan komputer lewat software khusus kemudian GSS juga melakukan kegiatan pekerjaan berkaitan urusan utang piutang, memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan pengecekan barang yang kurang laku untuk kemudian diganti, mempunyai tanggung jawab terhadap penyelenggaraan pemesanan barang terhadap supplier, mempunyai tanggung jawab untuk melaksanakan pengecekan stock barang yang nyaris habis dan memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan pengecekan barang terhadap barang yang telah mendekati kadaluarsa. Selain itu GSS membawahi bagian:

1) *Driver*

Tugas *driver* adalah, menunjang kelancaran transportasi yang diperlukan kantor, mengurus dan merawat mobil agar tetap bersih dan siap pakai, melaporkan kerusakan kendaraan agar segera dilakukan perbaikan dan bersama petugas kantor berikut satpam membawa uang setoran dari Kantor Cabang utama ke Kantor Cabang pembantu atau sebaliknya.

2) *Security*

Tugas *security* adalah, Bertanggung jawab kepada kepala cabang dalam hal keamanan, mengawasi dan menjaga kemandirian pada kegiatan operasional kantor, mengawal penyetoran dan pengambilan uang dari Kantor Cabang pembantu, dan selalu waspada terhadap kemungkinan terjadinya kejahatan yang dapat mengganggu kegiatan operasional

3) *Office boy*

Tugas *office boy* adalah, menjaga kebersihan kantor secara keseluruhan, membantu menyiapkan arsip atau dokumen nasabah, sewaktu-waktu bila dibutuhkan melakukan kegiatan pengiriman (kurir) dokumen ke Kantor Cabang pembantu atau kantor lainnya.

f. *Micro Banking Manager (MBM)*

Tugas *Micro Banking Manager* adalah memastikan tercapainya target bisnis yaitu pembiayaan, pendanaan dan *fee based*, memastikan

pelaksanaan penagihan, restrukturisasi dan *recovery* nasabah kol 1 sampai dengan *write off* sesuai dengan target yang ditetapkan.

g. *Pawning Officer*

Tugas *pawning officer* adalah Memastikan pencapaian target bisnis gadai emas BSM yang telah ditetapkan meliputi pembiayaan gadai dan fee based income gadai baik kuantitatif maupun kualitatif dan memastikan akurasi penaksiran barang jaminan.

h. *Pawning Staff*

Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai dan menindak lanjuti permohonan pembiayaan gadai sesuai dengan ketentuan yang berlaku.⁵

B. Produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri

Sebagai lembaga yang menjadi intermediasi antara masyarakat yang mempunyai kelebihan dana (*Shahibul Maal*) dengan masyarakat yang membutuhkan dana (*Mudharib*), dalam menjalankan operasional perbankan syariah, PT. Bank Syariah Mandiri mempunyai produk-produk perbankan sebagai berikut:

1. Pendanaan

Produk pendanaan terdiri dari beberapa produk, yaitu tabungan, giro dan deposito:

⁵ Dokumntasi Bank Syariah Mandiri Kc Metro, 15 Mei 2019

a. Tabungan

1) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM.

2) BSM Tabungan Mabrur

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

3) BSM Card

BSM Card merupakan kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (EDC/Electronic Data Capture).

4) BSM Mobile Banking Gprs

Layanan transaksi perbankan melalui mobile banking (handphone) berbasis gprs

5) BMS Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

6) BSM Tabungan Wadiah

Tabungan berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati:

7) Tabungan Investa Cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

8) BSM Tabungan Dollar

Tabungan dalam mata uang dollar (USD) yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM.

9) BSM Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati. Produk ini merupakan hasil kerjasama BSM dengan PT Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia..

10) BSM Tabunganku

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

11) BSM Net Banking

Net banking adalah layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui jaringan internet ke alamat <http://www.syariahamandiri.co.id/>.

b. Giro

1) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah

c. Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah

2. Pembiayaan

Secara garis besar produk pembiayaan dibagi menjadi beberapa kelompok, adapun secara lebih rinci produk pembiayaan sebagai berikut:

a. Pembiayaan Modal Kerja

1) Musyarakah

Musyarakah merupakan pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati. Mekanisme pengembalian (bulanan atau sekaligus diakhir periode). Bagi hasil berdasarkan perhitungan revenue sharing Pembiayaan dapat dalam berupa Rupiah dan US Dollar

2) Pembiayaan Dana Berputar

Pembiayaan Dana Berputar adalah fasilitas pembiayaan modal kerja dengan prinsip musyarakah yang penarikan dana dapat dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan ril nasabah. Akad pembiayaan yang digunakan adalah akad musyarakah yang merupakan akad kerja sama usaha patungan dua pihak atau lebih memiliki modal (shaahibul maal) untuk membiayai suatu jenis usaha (masyru) yang halal dan produktif. Merupakan pembiayaan untuk nasabah komersial kecil, menengah, besar dan korporasi. Nasabah harus membuat laporan penggunaan dana selama 1 (satu) bulan.

3) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati. Pembiayaan dapat berupa valuta Rupiah atau US Dollar. Mekanisme pengembalian pembiayaan yang fleksibel (bulanan atau sekaligus diakhir periode). Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan. Bagi hasil berdasarkan perhitungan revenue sharing.

4) Pembiayaan Resi Gudang

Pembiayaan Resi Gudang adalah pembiayaan transaksi komersial dari suatu komoditas/produk yang diperdagangkan secara luas dengan jaminan utama berupa komoditas/produk yang

dibiayai dan berada dalam suatu gudang atau tempat yang terkontrol secara independen (*independently controlled warehouse*).

b. Pembiayaan Investasi

1) Murabahah

Pembiayaan Murabahah BSM adalah pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

2) Mudharabah

Pembiayaan Mudharabah BSM adalah pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati. Pembiayaan dalam valuta rupiah atau US Dollar. Mekanisme pengembalian pembiayaan yang fleksibel (bulanan atau sekaligus diakhir periode). Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan dan bagi hasil berdasarkan perhitungan revenue sharing

3) Musyarakah

Pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati. Dengan penyediaan Fasilitas diantaranya Mekanisme pengembalian

pembiayaan yang fleksibel (bulanan atau sekaligus diakhir periode), Bagi hasil berdasarkan perhitungan revenue sharing dan Pembiayaan dapat dalam berupa Rupiah dan US Dollar.

c. Consumer

1) Pembiayaan Implan

Pembiayaan Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). Pembiayaan Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas. Peruntukkan: Untuk pembelian barang konsumen (halal), Untuk pembelian/memperoleh manfaat atas jasa (contoh: untuk biaya dana pendidikan).

2) Pembiayaan kepada Pensiunan

Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang dilakukan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*. Jenis penggunaan antara lain:

biaya sekolah (*akad ijarah*) renovasi rumah (*akad murabahah*), pembelian peralatan kebutuhan rumah tangga (*akad murabahah*), pembelian kendaraan bermotor (*akad Murabahah*), pembelian barang untuk usaha (*akad murabahah*).

3) Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayaan yang dibagi berdasarkan waktu jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan developer dengan sistem *murabahah*. Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati

4) Pembiayaan Kendaraan Bermotor

BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*. Pembiayaan yang dapat dikategorikan sebagai PKB adalah dengan jenis kendaraan mobil dan kondisi kendaraan masih baru. Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin

yang disepakati. Manfaat dari pembiayaan ini adalah nasabah dapat mewujudkan impian untuk memiliki kendaraan dengan sistem pembayaran melalui angsuran yang lebih ringan.

d. Cicil Emas.

Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri untuk membantu nasabah membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara yang mudah untuk mempunyai emas dan menguntungkan bagi investasi. Jenis emas yang dibiayai merupakan emas lantakan (batangan) dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram. Jaminan pembiayaan adalah barang yang menjadi objek pembiayaan (emas). Jaminan tersebut tidak dapat ditukar agunan lain. Pengikatan jaminan dilakukan selama masa pembiayaan. Bukti fisik jaminan berupa emas disimpan di Bank.

Manfaat yang diperoleh saat melakukan pembiayaan cicil emas yaitu emas dikenal sebagai salah satu investasi yang mampu memproteksi kekayaan untuk jangka panjang. Keunggulan dari cicil emas di Bank Syariah Mandiri salah satunya adalah keamanan karena emas tersebut telah diasuransikan

Pembayaran cicil emas dilakukan dengan cara angsuran sama setiap bulan. Jangka waktu dalam jumlah yang sama setiap bulan. Jangka waktu pembiayaan BSM Cicil Emas paling singkat 2 (dua) tahun dan paling lama hingga (lima) tahun. Pelunasan dipercepat diperbolehkan setelah pembiayaan minimal berjalan 1 (satu) tahun.

Uang Muka minimal 20 % dari harga perolehan emas dan dibayarkan secara tunai oleh nasabah kepada bank. Sumber dana uang muka harus berasal dari dana nasabah sendiri (*self financing*) dan bukan berasal dari pembiayaan yang diberikan oleh Bank. *Plafond* pembiayaan cicil emas sebesar maksimum 80 % dari harga perolehan untuk emas jenis lantakan (batangan). Harga emas dalam produk BSM Cicil Emas ditentukan pada saat akad. Akad yang digunakan untuk produk BSM Cicil Emas adalah akad *murabahah* (jual-beli). Pengikatan agunan dengan menggunakan akad *rahn* (gadai). *Supplier* emas untuk produk pembiayaan cicil emas adalah PT Antam Persero dan toko emas atau perorangan yang telah memiliki kerja sama dengan Bank.⁶

C. Gadai Emas

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat. Jangka waktu: 4 (empat) bulan dan dapat diperpanjang atau dapat digadai ulang (setelah dilakukan penaksiran dan melunasi biaya gadai). Gadai Emas BSM menggunakan akad *qardh ijarah* dan *rahn*. Gadai emas di BSM diperuntukkan untuk perorangan dengan Pricing yang murah. Layanan yang nyaman, Jaringan yang luas tersebar di seluruh kota-kota di Indonesia, Aman dan terjamin. Proses mudah dan cepat, dengan Biaya Pemeliharaan yang

⁶ Bank Syariah Mandiri, Profil Perusahaan Diakses pada tanggal 5 juni 2019,pukul 19.00, dari www.syariahamandiri.co.id

mudah dan dapat terkoneksi dengan fasilitas lainnya, seperti rekening tabungan, ATM dan lain-lain.⁷

D. Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro

Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kc Metro dalam memasarkan produknya diuraikan melalui konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P, (*Product, price, promotion, place*) untuk mencapai tujuan pemasaran bank tersebut. berikut ini strategi pemasaran gadai emas pada Bank Syariah Mandiri berdasarkan strategi *marketing mix*:

1. *Product* (produk)

Produk gadai emas merupakan produk pembiayaan jangka pendek, emas yang dapat digadaikan di Bank Syariah Mandiri dapat berupa emas lantakan ataupun emas berbentuk perhiasan, menurut Ibu Risnawati selaku *Pawning Staff* Bank Syariah Mandiri Kc Metro mengatakan bahwa strategi produk yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri dalam memasarkan produknya yaitu dengan cara sebagai berikut:

a. Terkoneksi Dengan Rekening Tabungan

Produk gadai emas yang ada di Bank Syariah Mandiri sudah terkoneksi dengan rekening tabungan, sehingga bagi nasabah yang ingin menggadaikan emasnya di Bank Syariah Mandiri wajib membuka rekening tabungan, pembukaan rekening bagi nasabah gadai tersebut ditujukan untuk mempermudah proses pembayaran

⁷ Wawancara Dengan Ibu Risnawati Selaku *Pawning Staff* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro, 25 Maret 2019.

angsuran bagi setiap nasabah, sehingga pada saat jatuh tempo nasabah tidak perlu kesulitan untuk melakukan pembayaran secara manual karena akan langsung ditarik melalui rekening nasabah gadai tersebut, hal ini dapat memberikan kemudahan bagi nasabah.

b. Layanan Cuci Emas Gratis

Layanan ini ditujukan bagi nasabah yang akan menggadaikan emasnya di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro, layanan ini juga dibuka pada saat even-even tertentu seperti pembukaan gerai gadai pada kegiatan CFD(*Car Free Day*).

c. Menerima Takeover

Takeover adalah layanan gadai emas dimana emas yang akan digadaikan telah digadaikan di pegadaian atau tempat gadai resmi lainnya, dan nasabah akan memindahkan tanggung jawabnya untuk mengangsur di kantor layanan gadai emas Bank Syariah Mandiri.⁸

Berdasarkan wawancara di atas strategi produk yang diterapkan oleh gadai emas pada Bank Syariah Mandiri Kc Metro meliputi *takeover* gadai, pemberian cuci emas gratis, dan juga memeberikan fasilitas terkoneksi dengan tabungan membuat produk gadai yang ada di Bank Syariah Mandiri menjadi menarik, dengan adanya fasilitas produk yang baik yang telah disediakan oleh Bank Syariah Mandiri.

⁸ Wawancara Dengan Ibu Risnawati Selaku *Pawning Staff* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro, 25 Maret 2019.

2. *Price* (Harga)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Risnawati selaku *Pawning Staff* Bank Syariah Mandiri Kc Metro menerangkan bahwa Harga yang ditetapkan produk gadai emas Bank Syariah Mandiri antara lain sebagai berikut

a. Biaya Administrasi

Biaya Administrasi yang diberikan oleh gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro meliputi biaya materai (2 lembar) dan juga biaya asuransi, biaya-biaya ini dibebankan kepada penerima gadai pada saat pencairan.

b. Biaya Sewa Atau Biaya Pemeliharaan Barang Jaminan

Biaya sewa yang ditetapkan oleh gadai emas Bank Syariah Mandiri sangat terjangkau, biaya sewa atau biaya pemeliharaan gadai dihitung per 15 hari, biaya sewa di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro dapat mencapai 1%.⁹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Bank Syariah Mandiri menerapkan biaya titip yang murah dan terjangkau oleh nasabah,

3. *Place* (tempat)

Pemilihan lokasi sangatlah penting mengingat pemilihan lokasi yang salah akan berakibat pada peningkatan biaya yang akan di keluarkan, pemilihan lokasi yang strategis harus menjadi perhitungan yang matang

⁹ Wawancara Dengan Ibu Risnawati Selaku *Pawning Staff* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro, 25 Maret 2019.

bagi setiap bank, begitu juga dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Risnawati selaku *Pawning Staff* Bank Syariah Mandiri Kc Metro menerangkan bahwa, lokasi bank yang berada di Jl. Jendral Soedirman No. 43 E-F Kota Metro 34111. yang dekat dengan pasar cendrawasih, shopping dan mega mall sebagai pusat perekonomian masyarakat, terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya antar kota dan berada di pusat kota Metro, tersedia tenaga kerja yang memenuhi kualifikasi, tersedia sarana dan prasarana, sikap masyarakat yang terbuka, kemudian prospek kemajuan lokasi dan terdapat fasilitas lain seperti perumahan, merupakan lokasi yang sangat tepat untuk ditujukan sebagai tempat mengembangkan produk-produk perbankan terutama bank syariah.

Lokasi ini juga menjadi lokasi yang tepat untuk memasarkan semua produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro.¹⁰ Berdasarkan hasil wawancara di atas maka strategi tempat yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri sudah sangat baik dimana bank berada di lokasi yang sangat strategis untuk melaksanakan operasional dan juga pemasarannya.

4. *Promotion* (promosi)

Menurut Ibu Risnawati selaku *pawning staff* Bank Syariah Mandiri Kc Metro menerangkan bahwa strategi promosi yang diterapkan Bank

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Risnawati, *Pawning staff* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro, 25 Februari 2019

Syariah Mandiri ke Metro dalam memasarkan produknya dengan cara sebagai berikut

a. Periklanan

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro mengiklankan produk menggunakan media brosur, pemasangan stiker gadai emas di warung-warung kecil dan memasang spanduk gadai emas.

b. Promosi Penjualan

Dalam promosi penjualannya produk gadai emas Bank Syariah Mandiri menggunakan strategi- strategi sebagai berikut mencapai tujuannya:

- 1) kunjungan ke Institusi Pendidikan, Institusi pemerintah, yang dilakukan setiap 2 bulan sekali
- 2) Promosi by phone dan sms dengan meminta referall nasabah eksisting gadai untuk gadai baru atau *takeover* ke Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro.
- 3) Kunjungan ke perkumpulan pengajian ibu-ibu, arisan ibu-ibu, dan komunitas-komunitas lainnya, untuk mempresentasikan produk gadai emas Bank Syariah Mandiri selama 1 bulan sekali.
- 4) Melakukan grebeg pasar yaitu dengan membagikan brosur gadai emas. Yang dilakukan pada saat menjelang hari-hari besar seperti menjelang ramadhan dan menjelang tahun baru dikarenakan pada saat menjelang hari hari besar tersebut nasabah yang ada di pasar membutuhkan modal tambahan untuk menambah stok barang yang

ada sehingga dibutuhkannya modal yang cepat, dengan demikian solusi yang paling cepat adalah pegadaian, dengan melakukan gadai emas maka nasabah akan langsung mendapatkan dana yang dibutuhkan tanpa harus menunggu lama.

c. Personal Selling

Dalam personal selling pada produk gadai produk ini dipasarkan oleh petugas marketing gadai atau pawning staff Yaitu dilakukan langsung oleh ibu risnawati.

Bank Syariah Mandiri juga memiliki strategi promosi khusus untuk menarik nasabahnya, Bank Syariah Mandiri menyediakan souvenir bagi nasabah yang menggadaikan emasnya di Bank Syariah Mandiri, sovenir yang disediakan beragam baisanya berupa perabotan rumah tangga, seperti mangkok, gelas, dan lain sebagainya, pemberian sovenir ini ditujukan agar nasabah yang melakukan akad pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri menjadi senang, dan terus tertarik untuk menggadaikan emasnya di Bank Syariah Mandiri kc Metro.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa Bank Syariah Mandiri kc Metro telah melakukan strategi promosi dengan baik melalui media periklanan penjualan dan personal selling serta strategi pemasaran khusus untuk dapat mengenalkan produk gadai emas yang ada di Bank Syariah Mandiri kepada masyarakat namun

¹¹ Wawancara dengan Ibu Risnawati, Pawning staff Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro, 25 Februari 2019

pada strategi *personal selling* petugas yang memasarkan gadai hanya 1 orang sehingga kurang efektif.

E. Data Jumlah Nasabah Gadai Emas Pada Tahun 2017-2018

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Risnawati selaku *Pawning Staff* Bank Syariah Mandiri Kc Metro mengenai pertumbuhan jumlah nasabah pada tahun 2017-2018 didapat data sebagai berikut.

Tabel 3.1.
Data Jumlah Nasabah Gadai Emas Pada Tahun 2017-2018

Jumlah Nasabah	Pendapatan	Tahun
243 jiwa	580 juta	2017
249 jiwa	610 juta	2018

Dilihat dari data pada tabel di atas diketahui bahwa pertumbuhan jumlah nasabah gadai pada tahun 2017-2018 mengalami peningkatan yang kurang signifikan yaitu 243 jiwa 2017 menjadi 249 jiwa di tahun 2018. Namun untuk pertumbuhan pendapat pada produk gadai bank syariah mengalami peningkatan yang sangat baik, meskipun pertumbuhan jumlah nasabah kurang signifikan namun produk gadai tetap dapat mengalami pertumbuhan pendapatan yaitu 580 juta di tahun 2017 menjadi 610 juta di tahun 2018.

F. Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro

Berdasarkan Strategi Pemasaran yang telah di terapkan oleh Bank Syariah Mandiri melalui strategi bauran pemasaran *marketing mix*(

product, price, place, promotion) dapat diketahui bahwa strategi pemasaran gadai emas yang ada di bank syariah mandiri kc metro telah cukup baik dimana bank menerapkan strategi produk dengan cara menerima take over gadai, memberikan fasilitas cuci emas gratis dan menyediakan fasilitas tabungan bagi nasabah gadai, dengan adanya strategi ini maka nasabah atau calon nasabah akan tertarik dengan penyediaan fasilitas produk yang diberikan karena akan memberikan kemudahan bagi nasabah atau calon nasabah.

Pada strategi harga yang telah peneliti lakukan didapatkan bahwa bank telah menerapkan strategi yang cukup baik dengan memberikan biaya administrasi dan biaya titip atau biaya sewa yang murah bagi nasabah gadai, sehingga melalui penerapan harga yang murah biaya administrasi dan juga biaya sewa akan menarik nasabah untuk menggadaikan emasnya di bank syariah mandiri,

Pada strategi tempat yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri didapatkan bahwa strategi tersebut telah memenuhi faktor faktor pemilihan lokasi yang baik dimana bank berada di tempat yang strategis, dekat dengan pasar, berada di area kota Metro dan mudah untuk di jangkau, serta memiliki fasilitas fasilitas yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Pada bagian strategi promosi bank telah menerapkan strategi yang cukup baik untuk dapat mengenalkan produk gadai emas kepada masyarakat yang belum mengenal adanya produk gadai emas ini sendiri, dengan

menerapkan strategi penjualan, periklanan, dan personal selling. Namun akan lebih baik lagi jika strategi promosi yang sudah ada lebih ditingkatkan lagi melalui media periklanan seperti, periklanan produk gadai melalui media sosial ataupun televisi, dan menambahkan jadwal kunjungan ke institusi-institusi ataupun perkumpulan komunitas dan ibu-ibu, serta menambah jumlah tenaga marketing pada strategi personal selling untuk dapat memasarkan produk gadai emas bank syariah mandiri agar lebih luas sehingga nasabah dapat mengetahui bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki produk gadai emas pada salah satu produk yang dimilikinya, dan dapat menarik minat nasabah untuk menggadaikan emasnya pada Bank Syariah Mandiri Kc Metro.

Berdasarkan data jumlah nasabah di atas dapat diketahui pula bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kc Metro sudah cukup baik, meskipun pertumbuhan jumlah nasabah kurang signifikan dari 243 nasabah pada tahun 2017 dan menjadi 249 nasabah pada tahun 2018 namun pendapatan bank tetap stabil atau meningkat yaitu 580 juta pada tahun 2017 dan meningkat menjadi 610 juta di tahun 2018. Sehingga didapatkan bahwa strategi pemasaran melalui bauran pemasaran atau marketing mix yang ditetapkan pada produk gadai emas bank syariah mandiri sudah dinilai cukup berhasil dan hanya perlu lebih meningkatkan strategi yang sudah ada terutama pada strategi promosi agar gadai emas bank syariah mandiri Kc Metro dapat lebih dikenal lagi oleh kalangan masyarakat, dan masyarakat

mengetahui bahwa bank syariah mandiri Kc metro memiliki produk gadai emas pada salah satu produk pembiayaannya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dan didukung oleh data dan informasi yang telah di kemukakan sebelumnya , dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kc Metro dengan menerapkan strategi marketing mix 4P (*Product, Price, Promotion, Place*), telah diterapkan dengan baik namun akan lebih baik lagi jika strategi yang sudah ada lebih dioptimalkan lagi terutama pada strategi promosi dengan cara menambah jadwal kunjungan pada strategi penjualan, menambah tenaga marketing pada staregi personal selling dan meningkatkan strategi periklanan dengan menggunakan media sosial dan periklanan melalui televisi. Sehingga dengam mengoptimalkan strategi yang telah di terapkan diharapkan masyarakat dapat menegenal adanya produk gadai emas pada salah satu produk pembiayaan yang ada di bank syariah mandiri, sehingga menarik minat nasabah untuk menggadaikan emasnya di bank syariah mandiri dan meningkatkan jumlah nasabah gadai emas pada bank syariah mandiri kc metro.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bank Syariah Mandiri Diharapkan dapat terus melaksanakan strategi yang sudah ada dan lebih meningkatkan strategi promosi
2. Menambah jadwal kunjungan ke instansi agar produk gadai emas dapat lebih dikenal lagi oleh kalangan masyarakat
3. Menambahkan strategi periklanan melalui media sosial atau televisi sehingga lebih mudah dikenal oleh kalangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul G. Anshori. *Gadai Syariah di Indonesia konsep implementasi dan insitusionalisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006.
- Abdullah bin Abdurrahman Al Basam. *syarah hadist pilihan. Bukhari-muslim*. Bekasi: PT Darul Falah, 2011.
- Abdurahmat Fathoni. *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2011.
- Adrian Sutedi. *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Ahmad Mujahidin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2005.
- Doni J. Priansa. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Cv Pustaka Setia, 2017h
- Heri Susanto dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariaiah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press, 2000.
- Kasmir. *Dasar Dasar Perbankan* Jakarta :Rajawali Pers 2015
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung:Alfabeta, 2002.
- Mohammad Kasiram. *Metodelogi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: UIN Maliki Press, 2010.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metode penelitian kombinasi*. Bandung: Alfabeta, 2017
- Uhar suharsaputra. *Metode Penelitian :Kuantitatif. Kualitatif Dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama, 2012.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
 Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor :B-1371/In.28.3/PP.00.9/05/2019
 Lampiran :-
 Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

27 Mei 2019

Kepada Yth:
 Nizaruddin, S.Ag., M.H
 di – Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Febri Fitriana
 NPM : 1602080012
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
 Judul : Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri KC. Metro

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Wakil Dekan Bidang Akd &
 Kelembagaan

Muhammad Saleh
 MUHAMMAD SALEH

OUTLINE

STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA BANK SYARIAH MANDIRI KC. METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
- D. Metode Penelitian
- E. Teknik Analisis Data
- F. Sistematika Pembahasan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Gadai Syariah
 - 1. Pengertian dan Dasar Hukum Gadai
 - 2. Rukun dan Syarat Gadai
 - 3. Gadai Emas Syariah

B. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran
2. Tujuan Pemasaran
3. Konsep –Konsep Pemasaran
4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
 - a. Produk (*Product*)
 - b. Harga (*Price*)
 - c. Promosi (*Promotion*)
 - d. Tempat (*Place*)

BAB III PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

1. Profil Bank Syariah Mandiri Kc Metro
2. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri Kc Metro
3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kc Metro

B. Produk yang Ditawarkan Bank Syariah Mandiri Kc Metro

C. Gadai Emas

D. Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri

E. Data Jumlah Nasabah Gadai Emas Tahun 2017-2018

F. Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kc.Metro

A. Wawancara

Berikut ini wawancara yang dilakukan dengan Pegawai Bank Syariah Mandiri Kc Metro

1. Wawancara dengan bapak heri susanto selaku general support Staff Bank Syariah Mandiri Kc Metro

Berikut ini Wawancara dengan Bapak Heri Susanto selaku Genaral Suport Staff Bank Syariah Mandiri Kc Metro:

- a. Bagaimana Sejarah Bank Syariah Mandiri Kc Metro?
 - b. Apa visi dan misi bank syariah mandiri?
 - c. produk apa saja yang ada di Bank Syariah Mandiri Kc Metro?
2. Wawancara dengan Ibu Risnawati selaku Pawning Staff Bank Syariah Mandiri Kc Metro

Berikut ini wawancara yang dilakukan dengan Ibu Risnawati selaku Pawning Staff Bank Syariah Mandiri:

- a. Strategi apa yang digunakan dalam memasarkan produk gadai emas Bank Syariah Mandiri Kc Metro?
- b. Apa saja upaya atau strategi yang dilakukan untuk mengenalkan produk gadai emas?
- c. Bagaimana strategi yang digunakan dalam menentukan harga?
- d. Bagaimana strategi yang digunakan dalam mempromosikan gadai emas Bank Syariah Mandiri
- e. Apakah lokasi yang dipilih oleh Bank Syariah Mandiri sudah tepat untuk pelaksanaan operasional dan juga pemasaran?
- f. Berapakah jumlah Nasabah tahun 2017 dan 2018?
- g. Berapakah Total Pendapatan yang di peroleh pada tahun 2017 dan 2018 ?

B. Dokumentasi

Berikut ini beberapa dokumen yang didapat dari Bank Syariah Mandiri Kc Metro

1. Profil dan Sejarah Bank Syariah Mandiri
2. Produk Bank Syariah Mandiri
3. Sejarah Bank Syariah Mandiri Kc Metro
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kc Metro
5. Brosur Produk Bank Syariah Mandiri

15 Maret 2019
No.21/0592-3/107

Kepada
IAIN Metro
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A
Metro

U p Yth Bapak Drs. H. M. Saleh, MA, Wakil Dekan I

Perihal: **PERSETUJUAN PENELITIAN (RISET)**

Reff: Surat IAIN Metro No. B-0638/In.28.3/D.1/TL.00/1/2019 tanggal 30 Januari 2019 perihal Permohonan Izin Research

Assalamu'alaikurn Wr.Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. Amin.

Menunjuk referensi tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa pelaksanaan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir mahasiswa dapat dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri Branch Office Metro, dengan keterangan sebagai berikut:

No	Nama	NPM	Prodi/Universitas	Judul Penelitian
1	Febri Fitriana	1652080012	D3 Perbankan Syariah/IAIN Metro	Strategi Pemasaran Gada: Emas pada BSM KC Metro


Perlu kami tegaskan bahwa dalam pelaksanaan penelitian tersebut agar selalu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

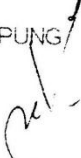
1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Mandiri yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank
2. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarkannya kepada pihak lain.
3. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin (foto copy) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
4. Peserta melaksanakan riset selama \pm 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan.
5. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
6. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah copy hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Mandiri.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI
BRANCH OFFICE METRO LAMPUNG


Rahmed Ersih
BOS Manager


Ahmad Hapidh
CBR Manager

mandiri
syariah

PT Bank Syariah Mandiri
Branch Office Metro Lampung
Jl. Jend. Sudirman No. 43 E-F
Kota Metro 34111
Tel: (0725) 7851606 (Hunting)
Fax: (0725) 7851605
www.mandirisyariah.co.id

23 Januari 2019
No.21/0813-3/107

Kepada
IAIN Metro
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jl. Ki Hajar Dewantara Iringmulyo Metro Timur
metro

U p : Yth Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M Hum, Dekan

Perihal: **PERSETUJUAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Reff: Surat IAIN Metro No. B-0311/n.28.3/D.14/M.01/1/2019 tanggal 21 Januari 2019 perihal Permohonan Menjadi Lokasi Magang dan Penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Semoga Ibu beserta seluruh staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. Amin.

Menunjuk referensi tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa Praktik Kerja Lapangan dapat dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri Branch Office Metro Lampung, dengan keterangan sebagai berikut:

No	Nama	NPM	Jurusan/Universitas	Periode
1	Rizki Ramadhan	1602080080	D3 Perbankan Syariah/IAIN Metro	Januari-April 2019
2	Febri Fitriana	1602080012		
3	Dian Febriana	1602080067		
4	Putri Lestari	1602080020		


Kami sampaikan kembali bahwa selama pelaksanaan praktik kerja lapangan tersebut agar selalu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

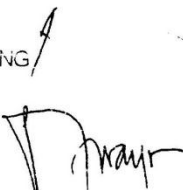
1. Menjaga prinsip kerahasiaan Bank sesuai UU Perbankan No. 10 tahun 1998.
2. Peserta melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan hanya sebatas kegiatan yang bersifat administrasi dan lama pelaksanaannya maksimal 3 bulan.
3. Peserta praktek kerja lapangan di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI
BRANCH OFFICE METRO LAMPUNG


Rahmad Ersin
Branch Operation Manager


Wahyu Pamungkas
BBR Manager


mandiri
syariah

PT Bank Syariah Mandiri
Branch Office Metro Lampung
Jl. Jend. Sudirman No. 43 E-F
Kota Metro 34111
Tel. (0725) 7851606 (Hunting)
Fax. (0725) 7851605
www.mandirisyariah.co.id



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
 e-mail: syariah.iair@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Febri Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam /D3 Pbs
 Npm : 1602080012 Semester/TA : VI/ 2018-2019

No	Har/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
		LB - di Perbaiki Para letak belakang cantumkan teori dasar Mix - kata = sering ada lirik - kata penulis di Peneliti	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., M.H

NIF 97403021999031001

Mahasiswa Ybs

Febri Fitriana

NPM.1602080012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.syariah.metrouni.ac.id
 e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Febri Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam /D3 Pbs
 Npm : 1602080012 Semester/TA : VI/2018-2019

No	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<ul style="list-style-type: none"> - Pertanyaan penelitian diganti sesuai catatan. - Tujuan di perbaiki - Sumber data Primer - Subjek dan Objek - Wawancara di perbaiki sesuai catatan. - sistematika Pembahasan di susunikan dan Outline 	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., M.H

NIP.197403021999031001

Mahasiswa Ybs

Febri Fitriana

NPM.1602080012



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.syariah.metrouniy.ac.id
e-mail: syariah.iaim@metrouniy.ac.id

FORMULIR KONSULTASI Bimbingan Tugas Akhir

Nama : Febri Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam /D3 Pbs
Npm : 1602080012 Semester/TA : VI/2018-2019

No	Hari Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Acc Bab I & II	<i>jk</i>

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., M.H

NIP.197403021999031001

Mahasiswa Ybs

Febri Fitriana

NPM.1602080012



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507, Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Febri Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
NPM : 1602080012 Semester/TA : VI/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
		- Perbaiki APD sesuai dengan catatan	
		- Acc APD	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., M.H
NIP. 19740302199031001

Mahasiswa Ysb,

Febri Fitriana
NPM. 1602080012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
 e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Febri Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
 NPM : 1602080012 Semester/TA : VI/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>- Kesimpulan belum menguraikan Pertanyaan Penelitian.</p> <p>- Di Perbaiki lagi</p>	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., M.H
 NIP. 19740302199031001

Mahasiswa Ysb. :

Febri Fitriana
 NPM. 1602080012



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Febri Fitriana
NPM : 1602080012

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
Semester/TA : VI/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>APD belum terjawab semua.</p> <p>Apa yg ada dlm APD harus menul d. Bab II.</p> <p>Analisa d. jwb kan dengan teori.</p>	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 19740302199031001

Mahasiswa Ysb,

Febri Fitriana
NPM. 1602080012




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id
 e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Febri Fitriana
 NPM : 1602080012

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS
 Semester/TA : VI/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
		bugrapi dari awal sampai akhir	

Dosen Pembimbing



Nizaruddin, S.Ag., M.H
 NIP. 19740302199031001

Mahasiswa Ysb,



Febri Fitriana
 NPM. 1602080012




mandiri syariah

Terdepan, Modern. Menenteramkan

bsm gadai & cicil emas mengalirkan berkah keluarga sejahtera

- gadai emas per Rp1 Juta biaya hanya Rp7000an/15 hari.
- cicil emas mulai Rp4000an per hari.

Informasi lebih lanjut kunjungi Konter Layanan Emas
atau hubungi bsm call 14040 dan www.syariahmandiri.co.id

 bsm emas  @bsm_emas  bsm_emas



Simulasi Gadai Emas

Pada tanggal 1 Januari 2017, Nasabah membawa emas untuk digadaikan berupa Logam Mulia dengan kadar 24 Karat dan berat 20 gram.

Berapakah pembiayaan yang diterima oleh nasabah dan berapakah biaya pemeliharaan yang harus dibayarkan oleh nasabah pada saat jatuh tempo

1 Mei 2017 (4 Bulan)

(HDE: Rp.500.000,-)

Diketahui

- Waktu/periode gadai: 1 Januari 2017 – 1 Mei 2017 = 4 bulan (8 periode)

Taksiran

= (karatase/24) x berat emas x HDE

= (24/24) x 20 x Rp.500.000,-

= Rp.10.000.000,-

Pembiayaan yang diterima oleh nasabah

= Taksiran x FTV

= Rp.10.000.000,- x 95%

= Rp. 9.500.000,-

Biaya Pemeliharaan

= Rp.71.250,-/15 hari (1 periode), atau Rp. 570.000,-/4 bulan




- Take over
- Biaya gadai lebih murah

Simulasi Angsuran Cicil Emas

Berat LM	Harga Beli	Harga Emas* (/gram)	Uang Muka (20%)	Pembiayaan (80%)	Angsuran Per Bulan				
					12 bulan	24 bulan	36 bulan	48 bulan	60 bulan
10	5.670.000	567.000	1.134.000	4.538.000	Rp. 412.629,20	Rp. 223.181,87	Rp. 160.594,28	Rp. 129.719,04	Rp. 111.515,39
25	14.050.000	562.000	2.810.000	11.240.000	Rp. 1.022.476,23	Rp. 553.034,48	Rp. 397.945,26	Rp. 321.430,39	Rp. 276.330,02
50	28.000.000	560.000	5.600.000	22.400.000	Rp. 2.097.675,06	Rp. 1.102.132,67	Rp. 793.054,17	Rp. 640.573,02	Rp. 550.493,27
100	55.800.000	558.000	11.160.000	44.640.000	Rp. 4.060.795,29	Rp. 2.196.392,96	Rp. 1.580.451,64	Rp. 1.276.570,63	Rp. 1.097.433,02

* berdasarkan harga emas yang berlaku saat itu

Informasi lebih lanjut kunjungi Bank Syariah Mandiri KC. Metro
Jln. Jendral Sudirman No. 43E-F (Samping Holland Bakery) Telp. (0725) 7851606
CP.: HAFIDH (0813 7922 4330) - Risna (0812 7295 1163)

 bsm emas  @bsm_emas  bsm_emas

15 Maret 2019
No.21/0592-3/107

Kepada
IAIN Metro
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A
Metro

U.p.: Yth. Bapak Drs. H. M. Saleh, MA, Wakil Dekan I

Perihal: **PERSETUJUAN PENELITIAN (RISET)**

Reff: Surat IAIN Metro No. B-0638/In.28.3/D.1/TL.00/1/2019 tanggal 30 Januari 2019 perihal Permohonan Izin *Research*

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. Amin.

Menunjuk referensi tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa pelaksanaan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir mahasiswa dapat dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri Branch Office Metro, dengan keterangan sebagai berikut:

No	Nama	NPM	Prodi/Universitas	Judul Penelitian
1	Febri Fitriana	1602080012	D3 Perbankan Syariah/IAIN Metro	Strategi Pemasaran Gadai Emas pada BSM KC Metro


Perlu kami tegaskan bahwa dalam pelaksanaan penelitian tersebut agar selalu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

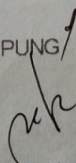
1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Mandiri yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarkannya kepada pihak lain.
3. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin (foto copy) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
4. Peserta melaksanakan riset selama \pm 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan.
5. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
6. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah copy hasil riset yang telah diperiksa/dijetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Mandiri.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI
BRANCH OFFICE METRO LAMPUNG


Rahmad Ersin
BOS Manager


Ahmad Hapidh
CBR Manager


mandiri
syariah

PT Bank Syariah Mandiri
Branch Office Metro Lampung
Jl. Jend. Sudirman No. 43 E-F
Kota Metro 34111
Tel. (0725) 7851606 (Hunting)
Fax. (0725) 7851605
www.mandirisyariah.co.id

mandiri
syariah

terima
**gadai
emas**

Proses Cepat
Biaya Titip Murah

←

Kunjungi *i-Gold BSM* untuk
Layanan Gadai & Cicil Emas Online
<https://bsmemas.bsm.co.id>
mandiri syariah call 14040

PINDAHKAN
GADAI ANDA
SEKARANG

100 gr FINE GOLD 999.9

mandiri
syariah

bsm cicil emas

mulai
Rp 4000 an
per hari

10 gr
FINE GOLD
999.9

50 gr
FINE GOLD
999.9

100 gr
FINE GOLD
999.9

**langkah awal memulai
investasi dengan emas**

- Hanya dengan KTP*
- Cicilan ringan
- Berkah sesuai syariah

*syarat & ketentuan berlaku

bsm call 14040

#bsmmengalirkanberkah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-626/ln.28/S/OT.01/07/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : FEBRI FITRIANA

NPM : 1602080012

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1602080012.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 10 Juli 2019
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtarid Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Febri Fitriana dilahirkan di Simpang Mutar Alam pada 25 Februari 1999 merupakan anak ke enam (6) dari enam bersaudara, anak dari pasangan bapak Gampilun (Alm) dan Ibu Asni Megawati,.

Pendidikan yang telah ditempuh bersekolah di SDN 1 Fajar Bulan lulus Pada Tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Way Tenong dan Lulus Pada Tahun 2013, melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Way Tenong Lulus Pada Tahun 2016, kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Jurusan D3 Perbankan syariah dimulai pada semester 1 tahun ajaran 2016/2017.