

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK AR-
RAHN DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH
(Studi Di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung
Selatan)**

Oleh:

FEVVY CHANDRA AULIA PUTRI

NPM. 1602100120



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

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1441 H/2020 M

**STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK AR-RAHN
DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH
(Studi Di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar sarjana ekonomi (S.E)

Oleh:
FEVVY CHANDRA AULIA PUTRI
NPM. 1602100120

Pembimbing I : Husnul Fatarib, Ph.D,
Pembimbing II : Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I

Jurusan SI Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/2020 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Fevvy Chandra Aulia Putri**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _ Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya maka skripsi saudara:

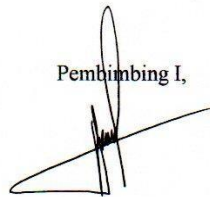
Nama : **FEVY CHANDRA AULIA PUTRI**
NPM : 1602100120
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK
AR-RAHN DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH
(Studi di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung
Selatan)**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



H. Husnul Fatarib, Ph.D
NIP.19740104 199903 1 004

Metro, Juni 2020

Pembimbing II,



M. Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I
NIP. 19800718 200801 1012

HALAMAN PERSETUJUAN

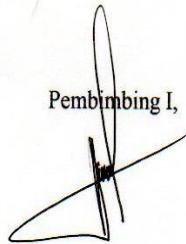
Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK
AR-RAHN DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH
(Studi di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung
Selatan)**

Nama : **FEVVY CHANDRA AULIA PUTRI**
NPM : 1602100120
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I,



H. Husnul Fatarib, Ph.D
NIP.19740104 199903 1 004

Metro, Juni 2020

Pembimbing II,



M. Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I
NIP. 19800718 200801 1012



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No 1954/In. 20.3 /D/PP.00.9/06/2020

Proposal Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK *AR-RAHN* DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH (Studi Di PT. BPRS Metro Madanai Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan), disusun Oleh: Fevvy Chandra Aulia Putri, NPM: 1602100120, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/18 Juni 2020.

TIM PENGUJI MUNAQSAH:

Ketua/Moderator : Husnul Fatarib, Ph.D

Pembahas I : Selvia Nuriasari, M.E.I

Pembahas II : M. Hanafi Zuardi, M.S.I

Sekretaris : Sukmasari Dewi Chan, S.Th.I.,M.Ud

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



[Signature]
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 19920923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK *AR-RAHN* DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH (Studi Di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)

Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM. 1602100120

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam produk *Ar-Rahn*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Riset*). Sifat penelitian ini deskriptif dengan penjabaran kualitatif, maksudnya peneliti mengumpulkan data dan data tersebut terkumpul dalam bentuk deskriptif atau gambaran bukan dalam bentuk angka-angka, lokasi penelitian PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo. Waktu penelitian ini dimulai dari 12 Februari sampai 23 Maret 2020. Sumber data dalam penelitian ini ada dua, pertama sumber data primer didapat dari melalui interview atau wawancara yang di lakukan secara langsung dengan bapak Joko Susilo selaku Kepala Cabang dan bapak Edi Darmadi selaku *Marketing*, kedua sumber data sekunder merupakan sumber data penunjang yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui, pertama wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur, kedua dokumentasi digunakan untuk mencatat, menyalin, mengambil gambar. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis induktif, yang berawal dari informasi khusus tentang strategi pemasaran gadai emas (*Ar-Rahn*) dalam upaya menarik minat nasabah (Studi Di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo yaitu menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang terdiri atas 4P, yaitu Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Proses (*Proces*) kurang menarik minat nasabah karena disebabkan oleh faktor kurang fokusnya karyawan marketing dalam mempromosikan produk, masyarakatnya yang kurang suka menyimpan emas sehingga produk gadai emas syariah kurang di minati, kurang banyaknya alat promosi yang digunakan dalam mempromosikan produk gadai emas seperti mempromosikan melalui facebook, instagram, radio, dan sekarang bisa dilakukan dengan memasang promosi di status whatsapp.

Kata Kunci: *Rahn*, *Ujroh*, Promosi.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fevvy Chandra Aulia Putri

NPM : 1602100120

Jurusan : SI- Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang di rujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Mei 2020

Yang menyatakan



Fevvy Chandra Aulia Putri
Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM. 1602100120

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”.

(Q.S. An-Nisa' [4] : 29)

PERSEMBAHAN

Tiada kata pantas selain rasa syukur kepada Allah SWT dan ucapan *Alhamdulillahirobbil'alamin*, rasa bahagia saya persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Karnain dan Ibu Misratun yang telah memberikan kasih sayang, mendo'akan, memotivasi, dan berkorban yang tiada hentinya serta menanti dengan sabar keberhasilan studiku.
2. Saudara sekandung saya Alfi Kaila Sabila yang selalu mendo'akan, memberi semangat dan motivasi.
3. Dosen pembimbing I Bapak Husnul Fatarib, Ph.D. dan Pembimbing II Bapak Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam peneitian skripsi ini. Dan para dosen IAIN Metro yang membimbing serta senantiasa memberi arahan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan studi.
4. Karyawan PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Bapak Joko Susilo selaku Kepala Cabang, Bapak Edi Darmadi selaku *Marketing* dan seluruh karyawan yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk bersedia diwawancarai dalam membantu penelitian saya.
5. Sahabat-sahabatku Uni Intan Puspita Sari, Lestari, Novi Mahmudah Saputri, Kamelia Rohmatika, Alfi Sururoh, dan Cahya Krismawar N yang selalu memberi semangat dan membantu saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Tuhan semesta alam, yang maha pengasih dan maha penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian yang berjudul “ **Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk *Ar-Rahn* Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)**”.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta para sahabatnya, keselamatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Penulisan proposal ini adalah salah satu syarat pengajuan dalam menyelesaikan program strata satu (S1). Dalam upaya penyelesaian penyusunan proposal ini, penulis telah mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karenanya penulis menghaturkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro Lampung.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak Husnul Fatarib, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberi arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan proposal ini.

5. Seluruh Dosen dan Staff Karyawan IAIN Metro Lampung yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam mengumpulkan data.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan proposal ini, karena keterbatasan yang peneliti miliki. Untuk itu, kritik dan saran demi perbaikan proposal ini sangat diharapkan dan akan diterima sebagai bagian untuk mengasihkan penelitian yang lebih baik.

Metro, Mei 2020

Peneliti



Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM. 1602100120

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN NOTA DINAS | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| HALAMAN ABSTRAK | vi |
| HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN | vii |
| HALAMAN MOTTO | viii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | ix |
| HALAMAN KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Pertanyaan Penelitian | 7 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 7 |
| D. Penelitian Relevan..... | 8 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Strategi Pemasaran | 11 |
| 1. Pengertian Strategi Pemasaran | 11 |
| 2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) | 13 |
| 3. Segmenting, Targeting, Positioning | 17 |
| B. Gadai Syariah (Rahn)..... | 18 |
| 1. Pengertian Gadai Syariah (<i>Rahn</i>)..... | 18 |
| 2. Dasar Hukum Gadai Syariah (Rahn)..... | 20 |
| 3. Rukun Gadai Syariah (Rahn) | 23 |
| 4. Syarat-syarat Gadai Syariah (Rahn)..... | 24 |
| C. Minat Nasabah | 29 |
| 1. Pengertian Minat Nasabah | 29 |
| 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah..... | 31 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis dan Sifat Penelitian | 33 |
| 1. Jenis Penelitian..... | 33 |
| 2. Sifat Penelitian | 33 |

| | |
|--------------------------------|----|
| B. SumberData..... | 34 |
| 1. Sumber Data Primer..... | 34 |
| 2. Sumber Data Sekunder..... | 34 |
| C. TeknikPengumpulan Data..... | 35 |
| 1. Wawancara..... | 35 |
| 2. Dokumentasi | 36 |
| D. TeknikAnalisis Data..... | 36 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Profil PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo | 38 |
| 1. Sejarah berdirinya PT. BPRS Metro Madani..... | 38 |
| 2. Visi dan Misi..... | 39 |
| 3. Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo..... | 40 |
| 4. Job Deskripsiption | 42 |
| 5. Produk-produk yang terdapat PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo..... | 44 |
| B. Srategi Pemasaran Produk Gadai Emas (<i>Ar-Rahn</i>) di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo | 45 |
| C. Analisa Jumlah Pertumbuhan Nasabah Gadai Emas (<i>Ar-Rahn</i>) di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo | 50 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 53 |
| B. Saran..... | 53 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1
Data Nasabah *Rahn* di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo
pada bulan November, Desember, Januari 6
2. Tabel 4.1
Biaya Penititipan di PT BPRS Metro Madani Kantor
Cabang Jatimulyo..... 48
3. Tabel 4.2
Data Nasabah *Rahn* di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo
pada bulan November, Desember, Januari..... 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1

Struktur Organisasi di PT BPRS Metro Madani Kantor

Cabang Jatimulyo..... 41

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Research
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
6. browsur
7. Foto Penelitian
8. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan salah satu system dan jalan hidup yang utuh dan terpadu, islam memberikan panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan termasuk sektor bisnis transaksi keuangan. Hal ini terlihat dengan menggunakan prinsip syariah, karena diharapkan dengan menggunakan prinsip syariah islam dapat memberikan mashlahat bagi umat manusia dan salah satu kelebihan dari lembaga keuangan syariah adalah tidak boleh meminta kelebihan dari pokok pinjaman, karena hal yang demikian itu termasuk riba. Sebagaimana kita ketahui bahwa riba didalam islam sangatlah diharamkan.

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan Islam di Indonesia dapat dikategorikan cepat dan yang menjadi salah satu faktor tersebut adalah adanya keyakinan pada masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam.¹

Gadai adalah perbuatan hukum yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) pasal 1150, yaitu perjanjian utang-piutang dengan jaminan benda bergerak, adanya jaminan tersebut agar barang-barang yang menjadi obyek jaminan itu dapat berada di bawah kekuasaan pemegang gadai. Transaksi gadai di Indonesia dijalankan oleh

¹ Faridatun Sa'adah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah*, Vol. 1, No. 2. 2019, 61-62

Perusahaan Perseroan Pegadaian. Tugas pokok Pegadaian adalah memberikan pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai.²

Pegadaian Syariah dilaksanakan berdasarkan pada ketentuan Hukum Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadist, serta fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Kegiatan gadai syariah merupakan suatu gejala ekonomi yang baru lahir semenjak regulasi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Regulasi ini direspon Dewan Syariah Nasional dengan mengeluarkan fatwa Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn dan fatwa Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas.³

Oleh sebab itu tampak bahwa gadai syariah merupakan perjanjian antara seseorang atau lembaga keuangan untuk menyerahkan harta benda berupa emas, perhiasan, kendaraan, atau harta benda lainnya sebagai jaminan atau agunan kepada seseorang atau kepada lembaga pegadaian syariah berdasarkan hukum gadai syariah. Sedangkan pihak pegadaian menyerahkan uang sebagai tanda terima dengan jumlah maksimal 90% dari nilai taksir terhadap barang yang diserahkan. Gadai dimaksud, ditandai dengan mengisi dan menandatangani surat bukti gadai (Rahn).⁴

Pembentukan Pegadaian Syariah selain karena tuntutan idealisme juga disebabkan keberhasilan terlembaganya bank, BMT, BPR dan asuransi

²Shintya Robiatul Adawiyah, dkk, *Pelaksanaan Gadai Emas Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan Di Kota Bandar Lampung*, Vol. 1, No. 2. 2018, 156

³Iwan Setiawan, *Penerapan Gadai Emas pada Bank Syariah*, Al-Daulah Vol. 6, No.1, 2016, 157

⁴Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 3

syariah, pegadaian mendapat perhatian untuk dibentuk di bawah naungan suatu lembaga tersendiri. Atas dasar evaluasi dari perkembangan *rahn* sebagai produk perbankan syariah yang belum begitu baik, disebabkan oleh terbatasnya keberadaan komponen pendukung produk rahn seperti, sumber daya penafsir, alat untuk menafsir, dan gudang penyimpanan barang jaminan, bank tidak mampu memfasilitasi keberadaan rahn, tetapi rahn sangat dibutuhkan masyarakat.

Pesatnya perkembangan dunia bisnis yang disertai dengan semakin ketatnya persaingan usaha, justru semakin memantapkan kedudukan aspek pemasaran pada kedudukan yang vital dan strategis tersebut. Namun demikian, tidak jarang ditemui dalam praktek, bahwa pengertian pemasaran (marketing) masih kurang dimengerti dan kadang kala didudukkan pada interpretasi yang keliru. Salah satu kekeliruan yang dimaksud adalah dimana pengertian pemasaran (marketing) sering dicampur adukkan dengan pengertian penjualan (selling). Padahal dua istilah ini bukan saja berbeda dalam arti semantiknya, melainkan berbeda pula dalam pengertian yang sesungguhnya.

Pengertian penjualan (Selling) memusatkan perhatian pada kebutuhan penjual untuk menjual produk perusahaan yang sudah ada dan melakukan usaha keras untuk dalam penjualan dan promosi agar tercapai penjualan yang menghasilkan laba. Sementara pemasaran diartikan sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan

barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari pernyataan di atas, jelas bahwa orientasi kedua istilah tersebut amat berbeda. Penjualan (selling) berorientasi pada kebutuhan si penjual untuk menjual produk-produknya agar mendapatkan laba, sehingga tujuan utamanya adalah bagaimana mengkonversikan produk-produknya menjadi uang tunai. Sedangkan pemasaran (marketing) justru perhatiannya tertuju pada bagaimana dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan dari para konsumen melalui berbagai saluran distribusi tertentu dengan produk-produk yang dapat ditawarkan kepada mereka, sehingga pemasaran lebih ditekankan pada orientasi konsumen (Consumers Oriented). Dengan demikian maka pemasaran selalu berorientasi pada bagaimana menciptakan barang-barang dan jasa-jasa yang dapat memberikan nilai kepuasan supaya konsumen mau membeli produk yang ditawarkan di pasar.

Untuk memberikan suatu gambaran tentang pengertian pemasaran yang dinilai lebih luas, maka akan dikemukakan pendapat Philip Kotler tentang konsep-konsep pokok pemasaran yang melandasi suatu definisi yang dikemukakan sebagai berikut : “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan

dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya”.⁵

Pada gadai emas syariah di PT. BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo produk tersebut ada sejak bulan November tahun 2018. Dan untuk tafsiran logam mulia tertinggi yaitu 24 krat dengan biaya titip yang disebabkan (*ujroh*) sebesar Rp 7.200 (per-gram) setiap bulan. Sedangkan untuk tafsiran logam mulia terendah yaitu 22 krat dengan biaya titip yang dibebankan (*ujroh*) sebesar Rp 5.500 (per-gram) setiap bulan.⁶

Strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo saat ini jika dilihat dari tujuh bauran pemasaran yang menonjol hanya empat yaitu *price, place, promotion, process*.

Apabila dilihat dari segi *price*, *ujroh* yang ditetapkan oleh BPRS Metro Madani lebih kecil dibandingkan dengan pegadaian syariah. Pada BPRS Metro Madani untuk mengambil *ujroh* setiap satu bulan sekali, sedangkan pada pegadaian syariah setiap setengah bulan sekali.

Kemudian pada segi *place*, untuk lokasi atau tempat BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo sangat strategis, yaitu berada di tengah-tengah pasar. Sangat cocok sekali apabila didirikan lembaga keuangan syariah, dan mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai pedagang. Sebenarnya sangat tepat apabila masyarakat memerlukan modal secara mendadak bisa mengajukan produk *Ar-Rahn*.

⁵ Moh. Aris Pasigai, *Pentingnya Konsep Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 Januari-April, 2009, 51-52.

⁶ Berdasarkan Wawancara dengan Bapak Edi Darmadi, Pada Tanggal 06 Januari 2020.

Selanjutnya, dalam *segi promotion* BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat dengan menyapaikan keunggulan-keunggulan produk *Ar-Rahn* yang ada di BPRS tersebut.

Untuk segi *process*, pada gadai emas BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo untuk pencairannya prosesnya cepat, mudah dan tanpa bunga. Pinjaman ini didasari dengan akad *Qord*, yang pinjamannya tanpa kelebihan apapun. Nasabah cukup menyertakan agunan berupa logam mulia ataupun perhiasan, yang telah ditentukan kadarnya oleh BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo. Nasabah cukup membayar biaya titip atau *ujroh* kepada BPRS Metro Madani.

Tabel 1.1

Data Nasabah *Rahn* di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo pada bulan November, Desember, Januari adalah sebagai berikut:⁷

| NO | Bulan | Jumlah Nasabah |
|----|----------|----------------|
| 1 | November | 14 Nasabah |
| 2 | Desember | 12 Nasabah |
| 3 | Januari | 12 Nasabah |

⁷ Dokumentasi, Tabel Perkembangan produk Gadai Emas Syariah (*Rahn*) di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

Dari data diatas, menunjukkan bahwa peminat nasabah *Ar-Rahn* tidak mengalami peningkatan, bahkan mengalami penurunan. Dengan dimudahkan dan keunggulan-keunggulan dari produk *Ar-Rahn* yang ditawarkan masyarakat masih belum berminat dengan produk *AR-Rahn* tersebut. Padahal kenyataannya pada saat melakukan promosi respon masyarakat cukup baik. Dan sampai sekarang perkembangan produk *Ar-Rahn* di PT. BPRS Metro Madani tidak menunjukkan peningkatan secara signifikan.

Dari uraian di atas, maka pembahasan ini layak di kaji melalui penelitian dengan topik strategi pemasaran dan menuangkannya ke dalam bentuk skripsi dengan judul “ **Strategi Pemasaran Gadai Emas pada Produk *Ar-Rahn* Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan)**”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi pertanyaan peneliti adalah “Bagaimana strategi pemasaran gadai emas (*Ar-Rahn*) pada PT. BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo Lampung Selatan terhadap minat nasabah yang melakukan gadai emas (*Ar-Rahn*)?”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dari PT. BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo Lampung Selatan.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis adalah manfaat yang berkaitan dengan pengembangan ipteks.⁸ Hasil dari penelitian ini diharapkan pengumpulan data dan pengolahan data dapat menambah kontribusi keilmuan tentang gadai syariah (*Ar-Rahn*) dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi dan perbandingan untuk penelitian yang sudah ada dan penelitian yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis adalah manfaat yang dapat dirasakan bagi lembaga dan masyarakat.⁹ Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi PT. BPRS Metro Madani Kc. Jatmulyo Lampung Selatan dapat mengetahui strategi pemasaran yang baik dan tepat serta tidak bertentangan dengan nilai syariah dan bagi Masyarakat, dapat menambah pengetahuan tentang produk gadai syariah dan dapat mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan PT. BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo Lampung Selatan.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan ini dilakukan untuk menghindari terjadinya duplikasi maka tinjauan kritis terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam penelitian ini. Sehingga dapat di tentukan posisi

⁸ Zuhairi, dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi Mahasiswa IAIN Metro*, 2018, 30

⁹ Zuhairi, dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi Mahasiswa IAIN Metro*, 2018, 30

penelitian yang akan dilakukan. Misalnya peneliti membandingkan beberapa contoh hasil penelitian terdahulu dari tugas akhir maupun dari skripsi yang telah terlihat diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kartika UIN Syarif Hidayatullah pada tahun 2014 dengan judul “Strategi Pemasaran produk Gadai Emas (*Rahn*) pada Bank Syariah Mandiri Kc Cipulir”. Dengan hasil penelitian Strategi Pemasaran produk Gadai Emas (*Rahn*) pada Bank Syariah Mandiri Kc Cipulir merupakan salah satu pembiayaan dan sekaligus produk yang telah menerapkan strategi pemasaran yaitu promosi, harga, produk, dan distribusi .¹⁰
2. Penelitian yang dilakukan oleh Lia Rofiani IAIN Salatiga pada tahun 2015 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri“. Dengan hasil penelitian untuk melakukan pembiayaan pada gadai emas Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu GUBUG meliputi 7 bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik, kendala utamanya banyak masyarakat yang belum mengenal gadai emas syariah dan pada Bank tersebut tidak ada marketing khusus pada konter layanan gadai .¹¹
3. Penelitian yang dilakukan oleh Nadhirotul Ulbab UIN Walisongo Semarang pada tahun 2016 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk-

¹⁰ Tugas Akhir, Dewi Kartika (UIN Syarif Hidayatullah 2014), “Strategi Pemasaran produk Gadai Emas (*Rahn*) pada Bank Syariah Mandiri Kc Cipulir”.

¹¹ Tugas Akhir, Lia Rofiani (IAIN Salatiga 2015), “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri “.

Produk Gadai Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang”. Dengan hasil penelitian Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang meliputi 4 variabel bauran pemasaran yaitu produk, price, place, dan promotion dengan melakukan pengembangan produk *Ar-Rahn* menjadi *ARRUM*.¹²

Berdasarkan ketiga penelitian diatas, dapat diketahui bahwa peneliti memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya, dimana penelitian terdahulu secara garis besar membahas strategi pemasaran dengan menggunakan 5 bauran pemasaran. Dan perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti membahas strategi pemasaran gadai emas dalam produk *Ar-Rahn* dalam upaya menarik minat nasabah study kasus PT BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo, menggunakan 7 bauran pemasaran. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran produk gadai emas (*Rahn*).

¹² Tugas Akhir, Nadhirotul Ulbab (UIN Walisongo Semarang 2016), “Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang”.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi dalam Kamus Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat atau akal untuk mencapai sesuatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan.

¹ Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Jadi, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu.²

Menurut pendapat Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai suatu rangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang menjadi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berbeda. Pemasaran merupakan suatu proses sosial manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Konsep ini yang mendasari definisi pemasaran

¹ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta: Pustaka Amani, 1996), 462.

² Sofjan Assauri, *Menejemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 2.

diantaranya: kebutuhan (*needs*), keinginan (*want*) dan permintaan (*demands*).³

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Falsafah konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Kegiatan perusahaan yang berdasar pada konsep pemasaran ini harus diarahkan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Secara definitif dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Strategi merupakan sebuah rencana yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi didefinisikan sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan. Menurut Supriyono dari kedua definisi tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Pertama, Strategi perusahaan adalah suatu kesatuan rencana perusahaan yang terpadu dan diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Kedua, Dalam menyusun strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan

³ Jurnal Sains, *Teknologi dan Industri*, Vol. 11, No. 2, 2014, 175 - 184

perusahaan karena faktor lingkungan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan.⁴

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat di kendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix*(Bauran Pemasaran).

Menurut Kotler memberikan definisi mengenai bauran pemasaran sebagai:

“ Bauran Pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran”.⁵

Berikut ini adalah bauran pemasaran (*Marketing Mix*), yaitu:

a. Produk

Product atau produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan, atau untuk dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan.⁶Dari pengertian tersebut adapat disimpulkan bahwa *product* atau produk adalah sesuatu

⁴ LAA MAISYIR, *Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam* , Vol. 4, No. 1, 2017, 81-96

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 36

⁶ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 346

yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari –hari yang diinginkan oleh konsumen.⁷

b. Harga

Price atau harga adalah sejumlah uang yang harus di bayarkan pelanggan untuk memperoleh suatu produk.⁸ Dalam konsep islam penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Faktor-faktor yang perlu di pertimbangkan dalam harga antara lain biaya, keuntungan, pesaing, keinginan pasar.⁹

c. Tempat

Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan. Disamping itu, lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategi seperti *flexibility*, *competitive*, *positioning*, dan *focus*. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu perusahaan dapat bereaksi terhadap perubahan situasi ekonomi. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka perusahaan benar-benar harus mempertimbangkan dan

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), 141-143

⁸ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 48

⁹ Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi*, (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2014),

menyeleksi lokasi yang responsif terhadap situasi ekonomi, demografi, budaya, dan persaingan di masa mendatang.

d. Promosi

Promotion atau promosi merupakan kegiatan pemasaran yang terakhir. Promosi berarti aktivitas yang mengomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.¹⁰ Secara garis besar ada tiga macam sarana promosi yang dapat di gunakan perusahaan, yaitu:

1) Periklanan

Periklanan atau *advertising* merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, koran, majalah, televisi, atau radio.

2) Publisitas

Publisitas (*Publicity*) merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial.

3) Penjualan Pribadi

Penjualan pribadi merupakan promosi yang dilakukan pribadi-pribadi karyawan dalam melayani serta ikut dalam memengaruhi nasabah.

¹⁰ Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2003), 49

4) Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan promosi yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi minat nasabah, seperti diskon atau potongan penjualan.¹¹

e. Orang

Orang-orang merupakan unsure penting, baik dalam produksi maupun penyampaian kebanyakan jasa. Orang-orang secara bertahap menjadi bagian diferensiasi yang mana perusahaan-perusahaan jasa mencoba menciptakan nilai tambahan dan memperoleh keunggulan kompetitif. People berarti yang melayani ataupun yang merencanakan pelayanan terhadap para konsumen. Karena sebagian besar jasa dilayani oleh orang maka orang tersebut diseleksi, dilatih, dimotivasi sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.¹²

f. Proses

Proses merupakan salah satu, mekanisme dan suatu kebiasaan dimana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan persoalan-persoalan kekeluasaan karyawan.

g. Sarana Fisik

Physical Evidence yaitu sejumlah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan aktifitasnya sehingga berbagai tawaran yang ditunjukkan pada pasar sasaran dapat diterima secara

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, 176-177

¹² Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 96

efektif dan efisien yakni antara lain fasilitas parkir, pertamanan, *WIFI*, dan lainnya. *Physical Evidence* ini merupakan suatu hal secara nyata turut mempengaruhi keputusan pelanggan, untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.¹³

3. *Segmenting, Targeting, dan Positioning*

a. Segmentasi Pasar (*Segmenting*)

Segmentasi pasar merupakan membagi pasar menjadi berbagai kelompok pembeli yang terbedakan dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran terpisah.¹⁴

Segmentasi pasar perlu dilakukan oleh perusahaan karena di dalam suatu perusahaan karena di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda kebutuhan dan keinginannya. Jadi, segmentasi pasar pada perusahaan dibuat bertujuan untuk dapat mengungkap peluang segmen pasar dalam sebuah perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui segmen pasar mana yang lebih efektif.¹⁵

b. Menentukan sasaran pasar (*Targeting*)

Menentukan sasaran pasar artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih di layani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-

¹³Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 98

¹⁴Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, 235

¹⁵Faridatun Sa'adah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah*, Vol. 1, No. 2. 2019, 67

ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.¹⁶


c. Menentukan Posisi Pasar (*Positioning*)

Menentukan posisi pasar merupakan posisi yang kompetitif untuk produk suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan yang diinginkan oleh nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.¹⁷

B. Gadai Syariah (*Rahn*)

1. Pengertian Gadai Syariah (*Rahn*)

Dalam fiqh muamalah dikenal dengan kata pinjaman dengan jaminan yang disebut *ar-rahn*, yaitu menyimpan suatu barang sebagai tanggungan utang. *Ar-Rahn* (gadai) menurut bahasa berarti *al-tsubat* dan *al-habs* yaitu penetapan dan penahanan. Dan ada pula yang menjelaskan bahwa *rahn* adalah terkurung atau terjerat, disamping itu *rahn* di artikan pula secara bahasa dengan tetap, kekal, dan jaminan.¹⁸ Hal itu berdasarkan firman Allah SWT dalam QS. Al-Muddatsir (74) ayat 38, sebagai berikut:


 كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”
 Pengertian “tetap dan kekal” dimaksud merupakan makna yang tercakup dalam kata *al-habsu*, yang berarti menahan. Kata ini merupakan makna yang bersifat materil. Karena itu, secara bahasa kata

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, 118-119

¹⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, 121

¹⁸ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 14

ar-rahn berarti menjadikan sesuatu barang yang bersifat materil sebagai pengikat utang.¹⁹

Menurut istilah *syara' ar-rahn* terdapat beberapa pengertian diantaranya:

- a. Gadai adalah perjanjian pinjam meminjam dengan menyerahkan barang sebagai tanggungan utang.
- b. Gadai adalah suatu barang yang dijadikan peneguhan atau penguat kepercayaan dalam utang piutang.
- c. Akad yang obyeknya menahan harga terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna darinya.²⁰

Selain pengertian gadai (*Rahn*) yang dikemukakan diatas, penulis mengungkapkan pengertian gadai (*Rahn*) yang diberikan oleh para ahli hukum islam sebagai berikut:

- a. Menurut ulama Syafi'iyah mendefinisikan, bahwa gadai (*Rahn*) adalah menjadikan suatu barang yang biasa dijual sebagai jaminan utang dipenuhi dari harganya, bila yang berutang tidak sanggup membayar utangnya.
- b. Ulama Hanabilah mengungkapkan bahwa gadai (*Rahn*) adalah suatu benda yang dijadikan kepercayaan suatu utang, untuk dipenuhi dari harganya, bila yang berutang tidak sanggup membayar utangnya.

¹⁹Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, 1

²⁰Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, 15

- c. Seluruh Ulama Malikiyah mendefinisikan bahwa gadai (*Rahn*) adalah sesuatu yang bernilai harta (*mutamawwal*) yang diambil dari pemiliknya untuk dijadikan pengikat atas utang yang tetap (mengikat).
- d. Menurut Ahmad Azhar Basyir bahwa gadai (*Rahn*) adalah perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan *syara'* sebagai tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.
- e. Menurut Syafi'I Antonio bahwa gadai (*Rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (*rahin*) sebagai barang jaminan (*marhun*) atas utang/pinjaman (*marhunbih*) yang diterimanya. Marhun tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.²¹

2. Dasar hukum *Rahn*

a. Al-Qur'an

Legitimasi rahn dalam Al-Qur'an adalah surat Al-Baqarah ayat

283:

²¹Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, 2-3

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَتَىٰ بَعْضُكُم
 بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ
 وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ﴾

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).²²

Syaikh Muhammad ‘Ali As-Sayis berpendapat, bahwa ayat Al-Qur’an di atas adalah petunjuk untuk menerapkan prinsip ke hati-hatian bila seseorang hendak melakukan transaksi utang-piutang yang memakai jangka waktu dengan orang lain, dengan cara menjaminkan sebuah barang kepada orang yang beerpiutang (*rahn*).

Fungsi barang gadai (*marhun*) pada ayat diatas adalah untuk menjaga kepercayaan masing-masing pihak, sehingga penerima gadai (murtahin) meyakini bahwa pemberi gadai (*rahin*) beriktikad baik untuk mengembalikan pinjamannya (*marhun bih*) dengan cara menggadaikan barang atau benda yang dimilikinya (*marhun*), sera tidak melalaikan jangka waktu pengembalian utangnya itu.

Sekalipun ayat tersebut, secara literal mengindikasikan bahwa *rahn* dilakukan oleh seseorang ketika dalam keadaan musafir. Hal, ini

²² Imam Mustofa, *Fiqh Mua’alah Kontemporer*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 193

berarti dilarang bila dilakukan oleh orang yang menetap atau bermukim. Sebab, keadaan musafir ataupun menetap bukanlah merupakan suatu persyaratan keabsahan transaksi *Rahn*.²³

b. Al- Hadist

Hadis riwayat Aisyah ra., ia berkata yang artinya:

“Rasulullah saw. pernah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan cara menanggihkan pembayarannya, lalu beliau menyerahkan baju besi beliau sebagai jaminan”. (shahih muslim)

Dari hadits diatas dapat dipahami, bahwa bermuamallah dibenarkan juga bila dilakukan dengan orang yang non muslim dan juga harus barang jaminan, agar tidak ada kekhawatiran bagi yang memberikan pinjaman atau hutang.

c. Ijma'

Jumhur ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal dimaksud, berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad saw. yang menggadaikan baju besi untuk mendapatkan makanan dari seorang yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi dari contoh Nabi Muhammad saw.tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad saw.yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya

²³ Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, 5-6

enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad saw. kepada mereka.

d. Fatwa Dewan Syariah Nasional

Fatwa DSN-MUI menjadi salah satu rujukan yang berkenaan gadai syariah, diantaranya dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Fatwa DSN-MUI No: 25/DSN-MUI/III/2002, tentang *Rahn*.
- 2) Fatwa DSN-MUI No: 26/DSN-MUI/III/2002, tentang *Rahn Emas*.
- 3) Fatwa DSN-MUI No: 09/DSN-MUI/IV/2000, tentang *Pembiayaan Ijarah*.
- 4) Fatwa DSN-MUI No:10/DSN-MUI/IV/2000, tentang *Wakalah*.
- 5) Fatwa DSN-MUI No: 43/DSN-MUI/VIII/2004, tentang *Ganti Rugi*.²⁴

3. Rukun Gadai Syariah

Kesepakatan tentang perjanjian penggadaian suatu barang terkait dengan akad sebelumnya, yakni akad utang piutang (*al-Dain*), karena tidak akan terjadi gadai dan tidak akan mungkin seseorang menggadaikan benda atau barangnya kalau tidak ada utang yang dimilikinya.²⁵ Dalam menjalankan penggadaian syariah, penggadaian harus memenuhi rukun gadai syariah. Rukun gadai tersebut antara lain:

²⁴ Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, 8

²⁵ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, 24

a. *Ar-Rahin* (orang yang menggadaikan)

Orang yang telah dewasa, berakal, bisa dipercaya, dan memiliki barang yang di gadaikan.

b. *Al-Murtahin* (yang menerima gadai)

Orang, bank, atau lembaga yang dipercaya oleh *rahin* untuk mendapatkan modal dengan jaminan barang (gadai).

c. *Al-Marhun/rahn* (barang yang di gadaikan)

Barang yang digunakan *rahin* untuk dijadikan jaminan dalam mendapatkan utang.

d. *Al-Marhun bih* (Utang)

Sejumlah dana yang diberikan *murtahin* kepada *rahin* atas dasar besarnya tafsiran *marhun*.²⁶

4. Syarat-syarat gadai syariah

Sebelum dilakukan *rahn*, terlebih dahulu dilakukan akad. Akad menurut Mustafa az-Zarqa' adalah ikatan secara hukum yang dilakukan oleh dua orang belah pihak atau beberapa pihak yang berkeinginan untuk mengikat diri. Kehendak pihak yang mengikatkan diri itu sifatnya tersembunyi dalam hati. Karena itu untuk menyatakan keinginan masing-masing diungkapkan dalam suatu akad.²⁷ Syarat-syarat gadai, terdiri atas:

²⁶ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, 27

²⁷ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, 37

a. *Shighat*

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

b. Pihak-pihak yang berakad menurut hukum

Pihak-pihak yang berakad menurut hukum mempunyai pengertian bahwa pihak *rahin* dan *marhun* cakap melakukan perbuatan hukum, yang ditandai dengan *aqil baligh*, berakal sehat, dan mampu melakukan akad. Menurut sebagian pengikut ulama Abu Hanifah membolehkan anak-anak yang *mumayyiz* untuk melakukan akad karena dapat membedakan yang baik dan yang buruk. Syarat orang yang menggadaikan (*ar-rahin*), dan orang yang menerima gadai adalah cakap bertindak dalam kacamata hukum.

Lain halnya menurut mayoritas ulama, orang yang masuk dalam kategori ini adalah orang yang telah baligh dan berakal, sedangkan menurut ulama mazhab hanafi, kedua belah pihak yang berakad tidak disyaratkan baligh melainkan cukup berakal saja.

c. Utang (*Marhun Bih*)

Utang (*Marhun Bih*) mempunyai pengertian bahwa utang adalah kewajiban bagi pihak berutang untuk membayar kepada pihak yang member piutang, barang yang dapat dimanfaatkan, jika tidak bermanfaat maka tidak sah, barang tersebut dapat dihitting jumlahnya.

d. *Marhun* (Benda Jaminan Gadai)

Marhun adalah harta yang dipegang oleh *murtahin* (penerima gadai) atau wakilnya, sebagai jaminan utang.²⁸ Menurut ulama Hanafiyah mensyaratkan *marhun* adalah dapat diperjual belikan, bermanfaat, jelas, milik *rahin*, bisa diserahkan, tidak bersatu dengan harta *marhun* seperti persyaratan barang dalam jual beli. Sedangkan ulama lain berpendapat bahwa *marhun* harus dipegang (dikuasi) oleh *rahin*, harta yang tetap atau dapat dipindahkan. Ulama Syafi'iyah dan Hanbilah berpendapat bahwa selama *marhun* berada ditangan *murtahin*, jika ada kerusakan maka *murtahin* tidak menanggung resiko apapun.²⁹ Menurut para Fuqaha mengenai syarat yang bisa dijadikan jaminan gadai adalah barang jaminan boleh dijual dan nilainya seimbang dengan utang dan barang jaminan itu bernilai harta.

Salah satu barang yang banyak di gadaikan adalah logam mulia (emas). Karena, emas yang umumnya beredar di Indonesia hari ini, yakni Logam Mulia (emas batangan Antam), merupakan salah satu

²⁸ Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, 21-22

²⁹ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, 39

instrument yang liquid, yang sewaktu-waktu diperlukan dana, bisa di jual kembali atau digadaikan. Adapun keuntungan dalam gadai emas syariah, yaitu:

- a. Gadai emas tidak menerapkan imbalan dalam bentuk bagi hasil karena produk ini diciptakan untuk menolong orang yang sedang kesulitan dana dalam waktu jangka pendek, nasabah hanya diwajibkan melunasi pinjaman dengan jumlah yang sama akan tetapi tidak dikenakan biaya modal, namun hanya dikenakan biaya sewa penitipan dan pemeliharaan emas yang dijadikan barang jaminan.
- b. Gadai emas syariah tidak mengandung unsur riba, seperti bunga pinjaman sehingga produk ini mencerminkan unsur tolong menolong kepada sesama yang sedang mengalami kesulitan keuangan jangka pendek.
- c. Gadai emas syariah tergolong jenis pembiayaan yang likuid (mudah dicairkan) bagi nasabah yang membutuhkan pinjaman cepat dan mudah, produk gadai emas syariah dapat dijadikan pilihan.
- d. Prosedur gadai emas syariah tergolong mudah dan tidak berbelit-belit.
- e. Gadai emas syariah tergolong aman bagi bank pemberi pinjaman sebab emas memiliki nilai yang relatif stabil dibandingkan dengan

barang jaminan lainnya, dan apabila nasabah tidak mampu membayar tepat pada waktunya emas mudah dijual kembali.³⁰

Persamaan Gadai (Hukum Perdata) dengan *Rahn* (Hukum Islam) adalah sebagai berikut:

- a. Hak gadai berlaku atas pinjaman uang.
- b. Adanya agunan (barang jaminan) sebagai jaminan utang.
- c. Tidak boleh mengambil manfaat barang yang digadaikan.
- d. Biaya barang yang digadaikan ditanggung pemberi gadai.
- e. Apabila batas waktu pinjaman uang telah habis, barang yang digadaika boleh dijual atau dilelang.³¹

Perbedaan Gadai (Hukum Perdata) dengan *Rahn* (hukum islam) adalah sebagai berikut:

- a. *Rahn* dilakukan secara suka rela tanpa mencari keuntngan, gadai dilakukan dengan prinsip tolong menolong tetapi juga mencari keuntungan dengan menarik bunga.
- b. Hak *Rahn* berlaku pada seluruh harta (benda bergerak dan benda tidak bergerak).
- c. *Rahn* menurut hukum islam dilaksanakan tanpa melalui suatu lembaga, sedangkan gadai menurut hukum perdata dilaksanakan melalui suatu lembaga (Perum Pegadaian)

Pelaku Praktik Gadai:

³⁰ Nunung Uswatun Habibah, *Perkembangan Gadai Emas Ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2017, 84-85.

³¹ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, 78

- a. Masyarakat (Perorangan).
- b. Perum Pegadaian.
- c. Perbankan.³²

C. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat Nasabah

Minat merupakan kesukaan atau (kecenderungan hati) kepada sesuatu.³³Minat adalah keinginan atau kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.³⁴Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab mendefinisikan minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu disertai dengan perasaan senang.³⁵

Sedangkan menurut Andi Mappiare, definisi minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan pendirian, prasangka rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.³⁶

Minat merupakan sumber motivasi diri untuk mendorong seseorang mendapatkan sesuatu yang diinginkannya, namun minat

³² Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, 79

³³ Poerwadaminta, W.J.S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), 769

³⁴ Philip Kotler dan Gary Amstronng, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 18

³⁵ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dlam Prespektif Islam)*, (Jakarta: Preneda Media, 2004), 263

³⁶ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian dan Pendidikan*, (Surabaya: Usana Offset Printing, 1994), 62

tidak bersifat permanen. Hal ini terjadi karena minat atau keinginan manusia yang selalu berubah-ubah setiap harinya sesuai dengan keadaan sekarang.

Nasabah disini adalah nasabah debitur, yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.³⁷ Nasabah adalah nasabah yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabahnya yang bersangkutan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah bersangkutan.³⁸

Jadi, nasabah adalah orang yang paling penting dalam dunia perbankan. Nasabah tidak bergantung pada bank, tetapi bank yang bergantung dengan nasabah. Jika bank dapat merebut hati nasabah, maka bank akan diuntungkan dengan adanya peningkatan dana yang diterima dari masyarakat.

Menurut Komarudin, minat nasabah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh, minat beli merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Ada beberapa tahap dalam proses

³⁷ Heri Sudarsono dan Priyonggo Suseno, *Istilah-istilah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 97

³⁸ Eti Rochaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 257

pengambilan keputusan untuk membeli yang umumnya dilakukan oleh konsumen yaitu pengenalan kebutuhan proses informasi konsumen.

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang sebagai nasabah untuk melakukan apa yang ingin dilakukan kita bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat. Kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan.³⁹

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan internal yang berpengaruh terhadap minat dalam membeli suatu produk. Faktor tersebut terdiri dari umur dan tahapan, siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

³⁹ Komarudin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta: Grafindo, 1994), 94

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan eksternal individu yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam membeli suatu produk. Yang termasuk faktor eksternal adalah faktor budaya dan faktor sosial.⁴⁰

⁴⁰ Muhammad Adam, *Menejemen Pemasaran Jasa*, 104

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dapat dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif, dimana peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah.¹

Penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dilakukan secara langsung di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo sebagai lokasi penelitian yang peneliti pilih adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Gadai Emas pada Produk *Ar-Rahn* dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Study Di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan penjabaran kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu pola pikir yang berusaha memahami suatu fenomena atau kejadian dengan menjelaskan keadaan fenomena atau

¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 26

kejadian itu seperti apa adanya atau menjelaskan tanggapan peneliti tentang fenomena atau kejadian tersebut.²

Dapat disimpulkan bahwa deskriptif yang dimaksud adalah peneliti mengumpulkan data-data yang terkumpul dalam bentuk deskriptif atau gambaran bukan dalam bentuk angka-angka. Dimana peneliti memberikan gambaran dan keterangan-keterangan tentang Strategi Pemasaran Gadai Emas pada Produk *Ar-Rahn* dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Study Di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.

B. Sumber Data

Sumber data sangat penting untuk melakukan penelitian, karena salah satu hal yang menentuka keberhasilan suatau penelitian. Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberika data kepada pengumpul data.³ Sumber data primer didapatkan melalui interview atau wawancara yang dilakukan secara langsung.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain

² Moh Kasiran, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: UN-Maliki Press, 2008), 100

³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 62

atau lewat dokumen.⁴ Sumber data sekunder merupakan sumber data penunjang yang berkaitan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang menjadi sumber data penunjang adalah buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan tersebut diantaranya buku tentang: Dasar-dasar pemasaran bank syariah, Hukum Gadai Syariah, Fiqh Mu'amalah Kontemporer dan lain-lain untuk mendukung penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Tanpa diketahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁵ Dalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan melalui:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. percakapan dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan kepada narasumber.⁶ Metode wawancara yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 137

⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 62

⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 73

informasi apa yang akan diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pihak PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, yaitu Bapak Joko Susilo selaku Kepala Kantor Cabang, dan Bapak Edi Darmadi selaku Marketing.

2. Dokumentasi

Dokumentasi ini digunakan untuk mencatat, menyalin, mengambil gambar, menggandakan data atau dokumentasi tertulis lainnya.⁷ Dokumentasi yang dilakukan penulis dengan menggunakan dokumen atau arsip yang berhubungan dengan judul penelitian, baik sejarah, visi misi, struktur, dan sebagainya. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui tulisan, buku-buku dan penelitian sebelumnya.

D. Teknik Analisis Data

Setelah memperoleh semua data yang diperlukan, peneliti mengumpulkan dari temuan-temuan tersebut sekaligus menganalisis data yang diperoleh yang sesuai dengan pembahasan, yaitu dengan menggunakan analisis induktif. Analisa induktif adalah pada prosedur induktif proses berawal dari proposisi-proposisi khusus (sebagai hasil pengamatan) dan berakhir pada suatu kesimpulan (pengetahuan baru) berupa azas umum.⁸

Peneliti menggunakan data yang diperoleh dalam bentuk uraian-uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir

⁷ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 74

⁸ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research 1*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 1984), 78

induktif yang berangkat dari informasi khusus tentang strategi pemasaran gadai emas pada produk *Ar-Rahn* dalam upaya menarik minat nasabah studi di PT BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. BPRS METRO MADANI

1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Metro Madani

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS Metro Madani) merupakan salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah islam dalam kegiatan oprasionalanya. Dasar hukum Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 dan terakhir Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbabsnkan Syariah.

PT BPRS Metro Madani mulai beroperasi tanggal 20 September 2005, didirikan berdasarkan Akta Anggaran Dasar notaries Hermazulia,SH di Bandar Lampung No. 1 Tanggal 03 Maret 2005 yang disahkan oleh Mentri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) nomor C-16872 HT.01.01.TH.005 tanggal 17 Juni 2005. Izin usaha dari Bank Indonesia Nomor 7/54/KEP.GBI/2005 tanggal 8 September 2005.

PT BPRS Metro Madani saat ini memiliki 4 (empat) Kantor Cabang dan 1 (satu) Kantor Layanan Kas.

- a. Cabang pertama di Unit II Tulang Bawang sejak 14 Januari 2008.
Jalan Lintas Timur Unit II Desa Namjar Agung, Kecamatan Jati Agung Kabupaten Tulang Bawang Provinsi Lampung.

- b. Cabang kedua di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah sejak 01 November 2009. Di jalan Jendral Sudirman pasar Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung.
- c. Cabang ketiga di Kabupaten Tulang Bawang Barat sejak 2 Juli 2012. Di Jalan Sudirman Kecamatan Tumijajar Kabupaten Tulang Bawang Barat Provinsi Lampung.
- d. Cabang keempat di Jatimulyo di Kabupaten Lampung Selatan Sejak 26 Agustus 2013. Di Jalan Senopati No 369 Blok II Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan Provinsi Lampung.

Serta memiliki Kantor Kas yaitu Kantor Layanan Kas di RSU Muhammadiyah Metro sejak 15 Oktober 2012. Kantor layanan kas merupakan kegiatan penghimpunan dana atau pemberi jasa perbankan lainnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, tidak termasuk penyaluran dana yang dilakukan bank umum syariah.¹

2. Visi dan Misi

a. Visi

Mewujudkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani yang berkemajuan, bermartabat dan membawa kemaslahatan umat.

¹ Dokumentasi, Profil PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, JL. Senopati No. 369 Blok II Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan, pada tanggal 13 Maret 2020.

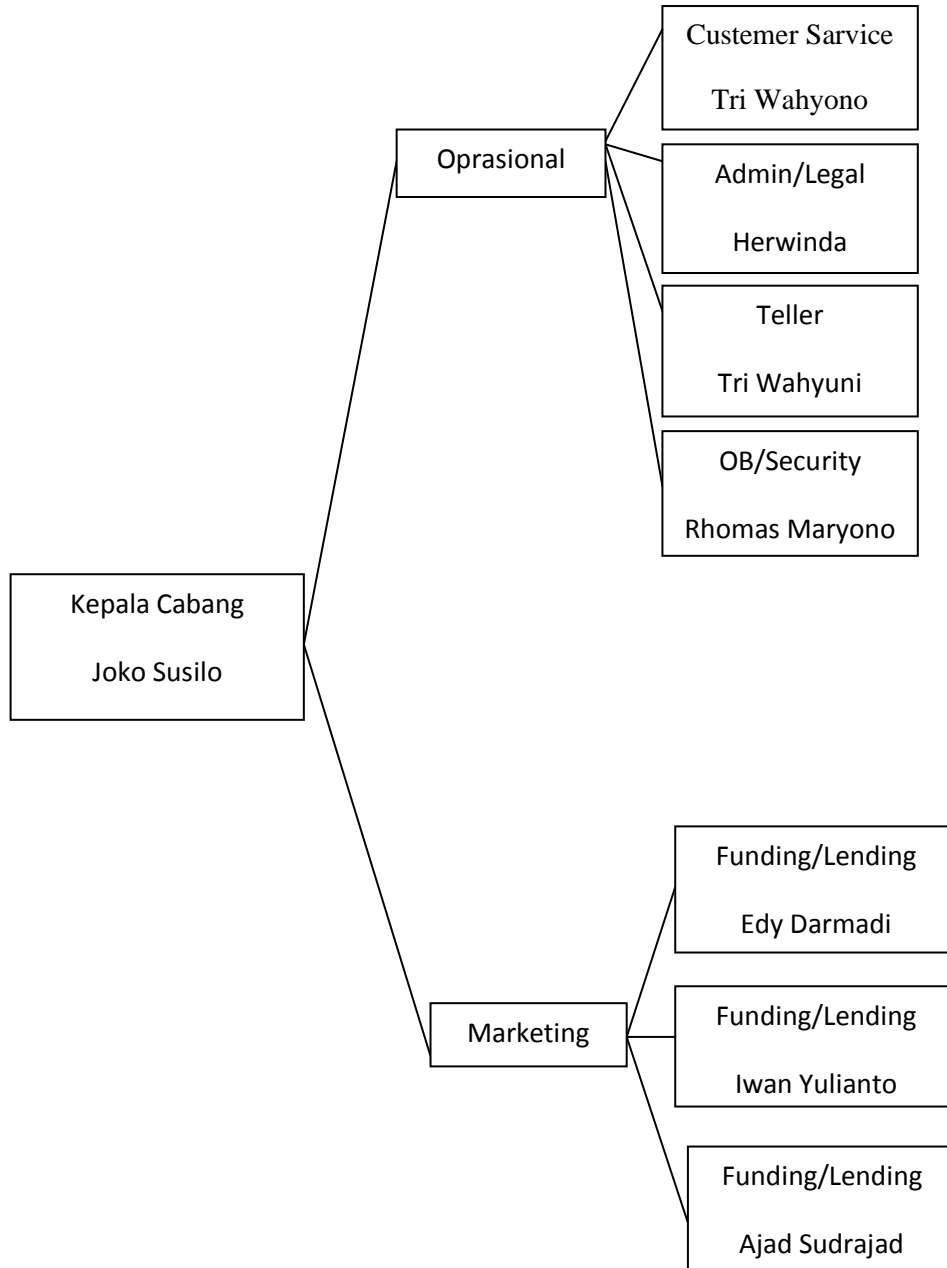
b. Misi

1. Menjalankan usaha Peerbankan Syariah Islam, yang sehat dan terpercaya.
2. Memberikan pelayanan terbaik dan professional kepada nasabah, share holder dan karyawan.

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

Struktur organisasi merupakan sarana yang menentukan keberhasilan perusahaan dengan adanya struktur organisasi berarti telah terdapat pembagian tugas yang jelas dan tugas untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Organisasi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo secara skema adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo²

² Dokumentasi, Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

4. Job Description

Job Description adalah struktur organisasi PT. BPRS Metro Madani dalam melaksanakan pembagian tugas atau wewenang dan tanggung jawab yang sesuai dengan kedudukan organisasi, yaitu sebagai berikut :

1. Dewan Pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah bertugas melakukan penilaian dan pengawasan atau seluruh kegiatan oprasional perusahaan yang akan ditawarkan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dana untuk masyarakat dengan syariah islam yang dituangkan dalam bentuk keputusan atau fatwa merujuk pada fatwa Dewan Pengawas Syariah.

2. Dewan Komisaris

Selaku pelaku dari pemea sham Dewan Komisaris bertugas dalam penawasan intern bank yang menawasi tindakan-tindakan direksi aar tidak merugikan arahan dalam pelakasaannya tugas direksi aar tetap megikuti kebijakan perseorangan, ketentuan yang berlaku, dan tanggung jawab langsung kepada pemegang saat Rapat Umum Pemegang Saham.

3. Dewan Direksi

Sebagai manajemen puncak bertanggung jawab dan menjalankan kebijakan bank, selain itu melakukan pengawasan terhadap semua bagian-bagian yang ada dibawahnya sebagaimana di amanatkan oleh komisaris berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham, dan melakukan fungsi manajemen dengan keseluruhan.

4. Kepala Cabang

Sebagai penanggung jawab dalam pelaksanaannya kegiatan operasional khususnya yang berkaitan dengan pengadministrasian dan pengelolaan kegiatan operasional yang meliputi kegiatan layanan nasabah/customer service, teller/kasir, akunting/pelaporan, administrasi taungan dan deposito, serta support pembiayaan.

5. *Support* Operasional

Sebagai unit kerja yang melaksanakan pencatatan transaksi, melakukan proses jurnal, pengadministrasian serta kegiatan-kegiatan yang menunjang proses tugas akuntansi dan penyampaian laporan keuangan setiap transaksi kegiatan operasional perusahaan yang menjadi tanggung jawab unit akuntansi.

6. *Teller*

Teller adalah petugas bank yang pekerjaannya sehari-harinya berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum untuk keperluan transaksi sehari-hari, teller dilengkapi dengan uang tunai yang jumlahnya cukup untuk kebutuhan suatu hari transaksi yang normal.

7. *Funding/Lending Officer/Marketing*

Marketing funding adalah suatu fungsi jabatan pekerjaan untuk memasarkan atau mempromosikan dan juga menghimpun dana dari masyarakat. Biasanya seorang marketing funding akan diberikan daftar nama yang memiliki potensi untuk menipkan dananya (menabung) di bank.

8. *Customer Service*

Seorang yang diberikan tugas dimana setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan.

9. Legal admin Pembiayaan

Sebagai unit kerja yang bertanggung jawab atas pelaksanaan proses pembiayaan kusus dari aspek legal pembiayaan, kelengkapan dan keabsahan surat-surat jaminan nasabah dan nilai serta kondisi fisik jaminan serta administrasi, pengarsipan dan pelaporan kondisi pembiayaan yang diberikan..³

5. Produk-produk yang terdapat PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

PT. BPRS Metro Madani memiliki beberapa produk yang dapat ditawarkan, yaitu:

1. Pendanaan

Produk penghimpun dana terdiri dari :

- a. Tabungan dengan prinsip Wadiah (titipan): Tabungan Syariah Metro Madani (TSMM), yaitu tabungan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat kapan saja nasabah membutuhkan.
- b. Tabungan dengan prinsip Mudharabah, yaitu tabungan yang penarikann sesuai dengan tujuannya antara lain Tabungan Haji iB, Taungan Qurban iB, Tabungan Pendidikan iB, Tabungan Walimah iB.

³ Dokumentasi, Job Deskripsi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

- c. Deposito Investasi dengan prinsip Mudharabah, yaitu simpanan yang ditujukan untuk berinvestasi dalam jangka waktu tertentu dan berbagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati. Jangka waktu mulai dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan.

2. Pembiayaan

Produk pembiayaan BPRS Metro Madani atas dasar akad syariah antara lain:

- a. Jual beli: Murabahah, salam dan istishna.
- b. Syirkah dengan bagi hasil: Mudharabah dan Musyarakah.
- c. Sewa Menyewa: ijarah, ijarah muntahiyah bittamlik.
- d. Pinjam meminjam: *Qord* / *Qordhul Hasan*.
- e. Jasa pelayanan: ijarah multijasa, kerja sama tabungan haji atau umroh.
- f. Gadai Emas Syariah: *RAHN*.
- g. Pembiayaan untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Guru.⁴

B. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Ar-Rahn*) di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo

Strategi pemasaran merupakan suatu serangkaian sasaran atau tujuan, kebijakan dan aturan arah usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu. Jadi, strategi pemasaran sangat penting bagi suatu perusahaan karena sangat mempengaruhi minat beli konsumen

⁴ Dokumentasi, Produk PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

terhadap suatu produk yang diciptakan perusahaan tersebut. Adapun yang termasuk dalam strategi pemasaran atau lebih di sebut dengan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, sarana fisik.

Seperti perusahaan pada umumnya, PT. BPRS Metro Madani juga menerapkan strategi pemasaran dalam menjual produknya. Tujuannya adalah untuk menjaring masyarakat agar tertarik dengan produk yang di tawarkan dan menjadi nasabah PT. BPRS Metro Madani. Oleh sebab itu, maka dibutuhkan langkah-langkah progresif dan strategi agar tujuannya tersebut dapat terpenuhi.

Dalam penerapan strategi pemasaran (*Marketing Mix*) pada produk Gadai Syariah (*Rahn*) di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, menurut bapak Edi Darmadi selaku marketing di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo selama ini untuk memasarkan produk dengan door to door atau grebek pasar. Dan mengenai *Marketing Mix* telah di tetapkan dari kantor pusat selaku kantor cabang hanya menjalankan perintah dari kantor pusat.⁵

Produk gadai emas *Ar-Rahn* merupakan salah satu jasa pelayanan pembiayaan/pinjaman perbankan syariah yang diberikan oleh PT. BPR Syariah Metro Madani kepada nasabah dengan jaminan berupa emas dengan prinsip gadai sesuai dengan syariah. Gadai salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan

⁵ Hasil Wawancara dengan bapak Edi Darmadi, *Marketing* di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 23 Maret 2020.

rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya baik produktif maupun konsumtif.

Ar-Rahn (gadai syariah) merupakan salah satu produk pinjaman yang ada di PT. BPRS Metro Madani. *Ar-Rahn* adalah pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dana masyarakat dengan sistem gadai yang sesuai syariah islam dengan agunan berupa emas. Namun demikian setiap usaha yang dilakukan oleh PT. BPRS Metro Madani untuk memasarkan produk *Ar-Rahn* dan dengan apa direncanakan merupakan bagian dari strategi pemasaran. Jika dilihat PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo strategi pemasaran yang menonjol digunakan ada 4 bauran pemasaran, yaitu:

a. *Price* (Harga)

Dalam segi *Price* (Harga) PT. BPRS Metro Madani menetapkan biaya titip atau *ujroh* lebih kecil dibandingkan dengan penggadaian syariah atau BPRS yang ada produk *Ar-Rahn*. Biaya titip (*ujroh*) sebesar Rp 5.500/gram/bulan untuk emas yang tingkat karakter yakni 20 krat, 21 krat, 22 krat, 23 krat, 24 krat.⁶ Berikut ini biaya penitipan di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo:

⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Joko Susilo Kepala Cabang di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 23 Maret 2020.

Tabel 4.1**Biaya Penitipan di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo⁷**

| Berat | Jenis Emas | Pinjaman* | Ijarah/sewa/bulan** |
|-------|----------------|------------|---------------------|
| 1 | Logam Mulia | 387.000 | 5.500 |
| | Perhiasan 24 K | 379.000 | |
| 5 | Logam Mulia | 1.935.000 | 27.500 |
| | Perhiasan 24 K | 1.896.300 | |
| 10 | Logam Mulia | 3.870.000 | 55.000 |
| | Perhiasan 24 K | 3.792.600 | |
| 15 | Logam Mulia | 5.805.000 | 82.500 |
| | Perhiasan 24 K | 5.688.900 | |
| 20 | Logam Mulia | 7.740.000 | 110.000 |
| | Perhiasan 24 K | 7.585.200 | |
| 25 | Logam Mulia | 9.675.000 | 137.500 |
| | Perhiasan 24 K | 9.481.500 | |
| 30 | Logam Mulia | 11.610.000 | 165.000 |
| | Perhiasan 24 K | 11.377.800 | |
| 35 | Logam Mulia | 13.545.000 | 192.500 |
| | Perhiasan 24 K | 13.274.100 | |
| 40 | Logam Mulia | 15.480.000 | 220.000 |
| | Perhiasan 24 K | 15.170.400 | |
| 45 | Logam Mulia | 17.415.000 | 247.500 |

⁷ Browsur Gadai Emas Syariah di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

| | | | |
|----|----------------|------------|---------|
| | Perhiasan 24 K | 17.066.700 | |
| 50 | Logam Mulia | 19.350.000 | 275.000 |
| | Perhiasan 24 K | 18.963.000 | |

b. *Place* (Tempat)

Untuk segi *Place* (Tempat) PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo sangat strategis lokasinya berada ditengah-tengah pasar. Lokasi tersebut sangat cocok apabila didirikan lembaga keuangan syariah, karena di sekitar tersebut belum ada lembaga keuangan yang berbasis syariah. Dan mayoritas masyarakat berprofesi sebagai pedagang, hal tersebut pastinya berpeluang bagi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo untuk dapat memperoleh nasabah *Rahn*.

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi yang dilakukan PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo menggunakan beberapa media promosi seperti pengenalan produk melalui brosur yang dibagikan atau di tawarkan kepada masyarakat secara langsung, selain itu juga dengan memanfaatkan media sosial. Dengan menyampaikan keunggulan-keunggulan produk *Rahn* tersebut agar masyarakat tertarik akan produk yang di tawarkan.

d. *Process* (Proses)

Proses merupakan salah satu, mekanisme dan suatu kebiasaan dimana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan persoalan-persoalan kekeluasasaan karyawan. Pada PT. BPRS

Metro Madani KC Jatimulyo sendiri pada produk gadai emas untuk proses pencairan dana relatif singkat, mudah dan tanpa bunga, barang jaminan disuransikan secara syariah, hanya dikenakan biaya penitipan (Ujroh), jangka waktu fleksibel (dapat diperpanjang/dapat diangsur), dan pinjamannya berdasarkan akad *Qord*.⁸

C. Analisa Pertumbuhan Jumlah Nasabah Gadai Emas (*Ar-Rahn*) Di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo

Strategi pemasaran yang dilakukan PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dengan strategi harga, tempat, promosi, proses ternyata belum dapat menarik minat nasabah. Ini dibuktikan dengan tidak bertambahnya jumlah nasabah dan tidak bertambahnya barang jaminan untuk setiap bulannya mengalami penurunan secara signifikan. Berikut data nasabah gadai emas syariah (*rahn*) di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo:

Tabel 4.2

Data Nasabah *Rahn* di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo pada bulan November, Desember, Januari adalah sebagai berikut:⁹

| NO | Bulan | Jumlah Nasabah | Jumlah Pinjaman |
|----|----------|----------------|-----------------|
| 1 | November | 14 Nasabah | Rp 88.800.000 |
| 2 | Desember | 12 Nasabah | Rp 68.080.000 |
| 3 | Januari | 12 Nasabah | Rp 68.080.000 |

⁸ Hasil Wawancara dengan bapak Edi Darmadi, *Marketing* di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 23 Maret 2020.

⁹ Dokumentasi, Tabel Perkembangan produk Gadai Emas Syariah (*Rahn*) di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

Berdasarkan tabel data diatas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan jumlah nasabah gadai emas syariah (*Rahn*) di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo pada bulan November 2019 sampai Januari 2020 tidak mengalami peningkatan jumlah nasabah. Tetapi hanya sedikit mencapai yang di targetkan yaitu sebesar Rp 50.000.000,- untuk setiap bulan. Untuk bulan November pada tahun 2019 nasabahnya berjumlah 14 nasabah dengan pinjaman sebesar Rp 80.800.000,- pada bulan tersebut telah mencapai target, dan pada bulan Desember tahun 2019 nasabahnya berjumlah 12 nasabah dengan pinjaman sebesar Rp 68.080.000,- pada bulan tersebut mengalami penurunan dari bulan sebelumnya tetapi masih mencapai terget. Kemudian pada bulan Januari tahun 2020 nasabahnya berjumlah 12 nasabah dengan pinjaman sebesar Rp 68.080.000,- dibulan tersebut tidak mengalami peningkatan ataupun penurunan jumlah nasabah dan jumlah pinjaman sama dengan pada bulan desember. Seharusnya dengan strategi yang di terapkan dapat menarik minat nasabah yang lebih dari data tersebut. Hal tersebut bisa di katakan bahwa gadai emas syariah di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo mengalami penuruanan secara signifikan.

Nasabah produk gadai emas syariah di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo mengalami penurunan untuk setiap bulannya, karena kurangnya strategi promosi yang dilakukan sehingga kurang pengetahuan nasabah akan produk gadai emas syariah, kurangnya sosialisasi sehingga nasabah belum dapat memahami *ujrah* (biaya titip) yang diberikan karena nasabah masih menganggap *ujroh* tersebut sama dengan bunga.

Penurunan nasabah tersebut disebabkan oleh faktor kurang fokusnya karyawan marketing dalam mempromosikan produk tersebut, produk gadai emas kurang menarik minat nasabah, masyarakatnya yang kurang suka menyimpan emas sehingga produk gadai emas syariah kurang di minati, kurang banyaknya alat promosi yang digunakan dalam mempromosikan produk gadai emas seperti mempromosikan melalui facebook, instagram, radio, dan sekarang bisa dilakukan dengan memasang promosi di status whatsapp. Faktor selanjutnya yang menyebabkan penurunan nasabah gadai emas (*Ar-Rahn*) adalah persaingan dengan pegadaian syariah yang ada di sekitar lokasi PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa, strategi pemasaran produk gadai emas (*Ar-Rahn*) yang dilakukan oleh PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo meliputi empat variabel bauran pemasaran (*Marketing Mix*), terdiri dari yang pertama strategi harga (*price*) dengan menetapkan ujrroh lebih kecil dibandingkan dengan pegadaian syariah, kedua strategi tempat (*place*) dengan lokasi PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo yang sangat strategis yaitu berada di tengah-tengah pasar yang sangat cocok bila didirikan lembaga keuangan syariah yang mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai pedagang, ketiga strategi promosi (*promotion*) Marketing PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat dengan menyampaikan keunggulan-keunggulan produk *Ar-Rahn*, keempat strategi proses (*process*) pada gadai emas BPRS Metro Madani untuk proses pencairannya cepat, mudah dan tanpa bunga dan pinjamannya didasari akad *Qord* yang artinya pinjamannya tanpa kelebihan apapun nasabah cukup membayar biaya penitipan barang (*ujroh*).

B. Saran

Dari kesimpulan yang telah di kemukakan, peneliti mencoba memberikan saran hendaknya PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo aktif untuk meningkatkan strategi pemasaran karena strategi

pemasaran tersebut terbukti belum dapat meningkatkan jumlah nasabah. Penambahan jumlah SDM untuk mengefisienkan tugas masing-masing dibidangnya. Kemudian lebih dikembangkan dan ditambah lagi alat promosi yang digunakan melalui media sosial seperti facebook, instagram, dan yang lebih simpel sekarang ini bisa melalui status whatsapp. Dengan saran peneliti berharap dapat membantu PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo agar terwujud tujuan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Adawiyah, Shintya Robiatul, dkk. “Pelaksanaan Gadai Emas Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan Di Kota Bandar Lampung”. Vol. 1, No. 2. 2018, 156.
- Ali, Muhammad, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*. Jakarta: Pustaka Amani, 1996.
- Ali, Zainudin, *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Assauri, Sofjan, *Menejemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Al Arif, M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Berdasarkan Wawancara dengan Bapak Edi Darmadi Pada Tanggal 06 Januari 2020.
- Dokumen PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, tahun 2019
- Habibah, Nunung Uswatun. ”Perkembangan Gadai Emas Ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah.”.Vol. 1, No. 1, 2017, 84-85.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research 1*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 1984.
- J. Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Jurnal Sains, “Teknologi dan Industri”. Vol. 11, No. 2, 2014, 175 – 184.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Kotler, dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philips. “Menejemen Pemasaran, (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian)”. Vol. 2. No. 7, 1993, 181.
- Kotler, dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2003.
- Kasiran, Moh, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: UN-Maliki Press, 2008.
- Komarudin, *Kamus Perbankan*. Jakarta: Grafindo, 1994.

- Mappiare, Andi, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian dan Pendidikan*. Surabaya: Usana Offset Printing, 1994.
- Mustofa, Imam, *Fiqh Mua'malah Kontemporer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- MAISYIR, LAA. "Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam". Vol. 4, No. 1, 2017, 81-96.
- Rochaety, Eti, dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Sa'adah, Faridatun. "*Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah*". Vol. 1, No. 2. 2019, 67.
- Shaleh, Abdul Rahman, dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dlam Prespektif Islam)*. Jakarta: Preneda Media, 2004.
- Sudarsono, Heri, dan Priyonggo Suseno, *Istilah-istilah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2004
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.

OUTLINE

STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK *AR-RAHN* DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH (Studi Di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAM NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS 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. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pemasaran
 1. Pengertian Strategi Pemasaran
 2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
 3. Segmenting, Targeting, Positioning
- B. Gadai Syariah (*Rahn*)
 1. Pengertian Gadai Syariah (*Rahn*)
 2. Dasar Hukum Rahn
 3. Rukun Gadai Syariah
 4. Syarat-syarat Gadai Syariah

- C. Minat Nasabah
 - 1. Pengertian Minat Nasabah
 - 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
 - 1. Jenis Penelitian
 - 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 - 1. Sumber Data Primer
 - 2. Sumber Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
 - 1. Wawancara
 - 2. Dokumentasi
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV TEMUAN HASIL PENELITIAN

- A. Profil PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo
 - 1. Sejarah berdirinya PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo
 - 2. Visi dan Misi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo
 - 3. Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo
 - 4. Job Deskripsi
 - 5. Produk-produk yang terdapat di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo
- B. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Ar-Rahn*) di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo
- C. Analisa Jumlah Pertumbuhan Nasabah Gadai Emas (*Ar-Rahn*) di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Metro, Januari 2020

Peneliti



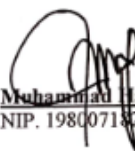
Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM. 1602100120

Pembimbing I,



Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 197401041999031004

Pembimbing II,



Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I
NIP. 198007182008011012

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK *AR-RAHN*
DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH
(Studi Di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)

A. Wawancara Pihak PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

Wawancara kepada Bapak Joko Susilo selaku Kepala Cabang PT BPRS Metro Madani Jatimulyo.

1. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas (*Ar-Rahn*) dalam upaya menarik minat nasabahnya di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo?
2. Strategi pemasaran apa yang paling efektif dalam upaya menarik minat nasabah PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo?
3. Strategi pemasaran yang seperti apa yang sudah di terapkan oleh PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dalam upaya menarik minat nasabah?
4. Dari 7 bauran pemasaran (*Marketing Mix*) apakah semuanya digunakan dalam strategi pemasaran gadai emas (*Ar-Rahn*) dalam upaya menarik minat nasabah?
5. Strategi pemasaran yang bagaimana, apabila dari 7 bauran pemasaran (*Marketing Mix*) sudah digunakan semua, tetapi jumlah nasabah produk gadai emas (*Ar-Rahn*) belum menunjukkan peningkatan secara signifikan?

Wawancara kepada Bapak Edi Darmadi selaku *Marketing* PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

1. Bagaimana alur dari datangnya berkas hingga persetujuan gadai emas (*Ar-Rahn*) dan apa saja yang dipertimbangkan?

2. Syarat apa saja yang harus dipenuhi oleh calon nasabah untuk mengajukan produk gadai emas (*Ar-Rahn*)?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo?
4. Apakah ruang lingkup promosi produk gadai emas (*Ar-Rahn*) hanya di sekitar Jatimulyo atau ke daerah lain?
5. Kendala seperti apa dalam melakukan promosi produk gadai emas (*Ar-Rahn*)?

B. Wawancara kepada nasabah PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

1. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah produk gadai emas (*Ar-Rahn*) PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo?
2. Apakah anda pernah menjadi nasabah produk gadai emas (*Ar-Rahn*) selain di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo?
3. Apa alasan anda memilih menjadi nasabah produk gadai emas (*Ar-Rahn*) di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo?
4. Dari mana anda mengetahui produk gadai emas (*Ar-Rahn*) yang ada di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo?
5. Apakah produk gadai emas (*Ar-Rahn*) yang ada di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo sangat membantu anda dalam memperoleh dana cepat?

C. Dokumentasi

1. Profil berdirinya PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.
2. Visi dan Misi PT BPRS Metro Madani.

3. Penggambaran struktur organisasi, susunan dan tugas serta wewenang dari seluruh bagian masing-masing setiap karyawan.
4. Produk-produk di PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo.

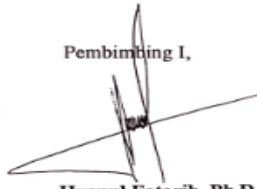
Metro, Januari 2020

Peneliti



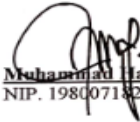
Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM. 1602100120

Pembimbing I,



Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 197401041999031004

Pembimbing II,



Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I
NIP. 198007132008011012



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo 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-437/In.28/S/U.1/OT.01/06/2020**

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

Nama : FEWY CHANDRA AULIA PUTRI
NPM : 1602100120
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602100120.

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, 11 Juni 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtadi Sudin, M.Pd
NIP. 1958043119810301001 †



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Irlingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296,

Nomor : 2843/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

16 Oktober 2019

Kepada Yth:

1. Husnul Fatarib, Ph.D.
2. Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I.
di – Tempat

Assalamualaikum 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 : Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM : 1602100120
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Ar-Rahn Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, 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 di keluarkan 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 Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH



**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-3065/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019 Metro, 31 Oktober 2019
Sifat : Biasa
Lampiran :-
Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Pimpinan PT. BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo Lampung Selatan
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM : 1602100120
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk ARR-RAHN
Dalam Menarik Minat Nasabah Studi Kasus PT. BPRS
Metro Madani KC. Jatimulyo Lampung Selatan.

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan I,

[Signature]
Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0501/In.28/D.1/TL.00/02/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala BPRS Metro Madani KC.
Jatimulyo Lampung Selatan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0500/In.28/D.1/TL.01/02/2020, tanggal 04 Februari 2020 atas nama saudara:

Nama : **FEVY CHANDRA AULIA PUTRI**
NPM : 1602100120
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo Lampung Selatan, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK AR-RAHN DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH (STUDI DI PT BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 04 Februari 2020
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA.
NIP. 19650111 199303 1 001



**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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0500/In.28/D.1/TL.01/02/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : FEVY CHANDRA AULIA PUTRI
NPM : 1602100120
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo Lampung Selatan, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA PRODUK AR-RAHN DALAM UPAYA MENARIK MINAT NASABAH (STUDI DI PT BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 04 Februari 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA.
NIP 19650111 199303 1 001



**BANK SYARIAH
METRO MADANI**
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah



GADAI EMAS SYARIAH

"DANA CEPAT SESUAI SYARIAH"

Kantor Pusat :

Jl. Diponegoro No. 5 Metro Pusat, Kota Metro - Lampung
Telp. (0725) 44365 Faks : (0725) 49680
e-mail : bprs_metromadani@yahoo.co.id

Kantor Kas Metro :

Jl. Ki. Hajar Dewantara - Kampus Metro Telp. 0725 - 45332

Kantor Cabang Unit II :

Jl. Lintas Timur Unit 2 Banjar Agung Tulang Bawang Telp. / Faks : (0726) 750601

Kantor Cabang Kalirejo :

Jl. Jend. Sudirman Pasar Kalirejo, Kalirejo - Lampung Tengah

Telp. / Faks : 0729 - 370400

Kantor Cabang Tulang Bawang Barat :

Jl. Jend. Sudirman Kel. daya Murni Koc. Turmaluar Tulang Bawang Barat

Telp. 0724 - 320016

PENGERTIAN

Adalah salah satu jasa pelayanan pembiayaan /pinjaman perbankan syariah yang diberikan oleh PT. BPR Syariah Metro Madani kepada nasabah dengan jaminan berupa emas dengan prinsip gadai sesuai dengan syariah.

MANFAAT & KEMUDAHAN

- o **Proses MUDAH dan CEPAT.**
Proses pencairan dana relatif singkat.
- o **Sesuai SYARIAH (bebas dari riba).**
Sesuai syariah (Fatwa MUI- Dewan Syariah Nasional).
- o **Asuransi barang jaminan.**
Barang jaminan diasuransikan secara syariah.
- o **Biaya terjangkau.**
Hanya dikenakan biaya penitipan mulai Rp. 4.800,-/gram/bulan (Harga dapat berubah sewaktu-waktu)
- o **Jangka waktu fleksibel.**
 - Dapat diperpanjang
 - Dapat diangsur

SYARAT ADMINISTRATIF

- o Identitas diri (KTP/SIM) atau identitas lainnya.
- o Jaminan berupa Emas (berat minimal 1 gram, kadar minimal 80% / 19 K)
- o Surat emas (diutamakan)



.....hanya dengan
mulai Rp 4.800,-/gram/bulan...!!!

KEBUTUHAN DANA anda akan
terpenuhi dengan **SEGERA**

Hubungi kami

| |
|---------------------------|
| Contact Person : |
| •Patlas HP. 0852 79949343 |
| •Asep HP. 0857 89972798 |



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO

Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34112 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iaimetro@metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

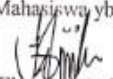
Nama Mahasiswa : Fevvy Chandra Aulia Putri Fakultas/Jurusan : FEBI / S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100120 Semester/TA : VIII/2020
Dosen Pembimbing : Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I

| NO | Hari/Tgl | Hal Yang Dibicarakan |
|----|----------------|--|
| | Rabu/29-1-2020 | - Ace APD, culture dan bab 2 - III. - Lanjutkan bimbingan ke pemb 1 (utama) sebelum lanjut ke lokasi penelitian. |

Dosen Pembimbing II,


Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I
NIP. 198007132008011012

Mahasiswa ybs,


Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM. 1602100120



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN)
METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fevvy Chandra Aulia Putri Fakultas/Jurusan : FEBI / S1 Perbankan Syariah

NPM : 1602100120 Semester/TA : VIII/2020

Dosen Pembimbing : Husnul Fatarib, Ph.D,

| NO | Hari/Tgl | Hal Yang Dibicarakan |
|----|--------------------|--|
| | Rabu 28/1/2020 | Pertanyaan penelitian diperbaiki, disesuaikan dg masalah yg diobservasi di lapangan. Acc BAB I - III dikirim ke APD Acc outline APD ditanggapi kr tanggapan |
| | Jumat 31/1/2020 | Acc APD dikirim ke lapangan |

Dosen Pembimbing I,

Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 197401041999031004

Mahasiswa ybs,

Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM. 1602100120

Cobaan / Skripsi Teori Contoh AR

1. Abstrak dibuat 1 dlmn saja yg memuat:
 - Tujuan penelitian.
 - Jenis dan sifat penelitian.
 - Sumber data baik primer dan sekunder
 - Teknik pengumpulan data.
 - Teknik analisis data
 - Kesimpulan.Setelahnya, dibawahnya buat Kata Kunci yg terdiri dari 3 kata yg paling sering muncul dan bahasn topik penelitian.
2. Dibawah semua istilah/kata "proposisi"
3. "Penus" ganti dengan "peneliti"
4. Bulat dan tahun kata pengantar sesuaikan dengan waktu dlm diujikannya skripsi ini
5. Pada daftar isi, jarak antara masing-masing bab dibuat 2 spasi
6. Pada halaman muka Bab.
Bab I } dibuat 1 spasi
PERIDATUKUAN }
7. Mana penomoran halaman?
①

8. Kata "Dan" jangan dibalikkan pada awal kalimat. Hilangkan saja. atau ubahlah saja dengan kata lain sebagainya.
9. Setiap penggunaan tabel, sebelum dan sesudah sumber asalanya garba
10. Jika yg termuat dalam tabel adalah data angka, maka sebelum pada waktu data tersebut minimal bulat dan tahun berapa?
4. APD nya mana? Kenapa tidak dilampirkan?
12. Dalam membuat pembahasan pada Bab 10 usahakan teratur dan sistematis sesuai dengan apa yang termuat dalam APD
13. Kesimpulannya kenapa panjang sekali? Kesimpulan harus merupakan jawaban daripada pertanyaan penelitian.
Pembuan masalah = Tujuan Penelitian = Kesimpulan.

Metro, 11-05-2020
Dosen Pemb. II

Mekh. Faridhi

②

Catatan / Ferry Chandra Aulia P.

1. Kata kunci pada abstrak dibuat singkat saja -
misal: Rahn, Lyrah, Promosi
2. Menuntut kesimpulan jangan terlalu banyak
menuntut basa-basi pada pengantar dan
langsung saja dijelaskan secara singkat apa
kesimpulannya dengan menyesuaikan pada
rumus masalah.
3. Lebih singkat lagi redaksi kalimat
pada kesimpulan. Singkat, padat jelas.

Meiro, 18-08-2020

Remb. 2.

Muh. Rafiqi Zuardi

Notulasi Bimbingan / Ferry C.A.P.

1. Redaksi penulisan Orisinalitas Penelitian, dibuat
rata kanan, masih ada yg kurang rapih
2. Ace / Brio I, II, III, IV dan V
serta daftar pustaka.
3. Lanjutkan Bimbingan ke Remb. 1. (Utara)

Meiro, 18-08-2020

Remb. 1

Muh. Rafiqi Zuardi



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : @metroainiv.ac.id Website : www.metroainiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI


Nama Mahasiswa : Fevvy Chandra Aulia Putri Fakultas/Jurusan : FEBI / SI Perbankan Syariah
NPM : 1602100120 Semester/TA : VIII/2020
Dosen Pembimbing : Husnul Fatarib, Ph.D,

| NO | Hari/Tgl | Hal Yang Dibicarakan |
|----|--------------------|--|
| | Senen 8/8 2020 | BAB IV ditata ulang, sesuai di bagian pembimbing. |
| | Selasa 9/8 2020 | Aa dropi ush dijadikan |

Dosen Pembimbing I,


Husnul Fatarib, Ph.D,
NIP. 197401041999031004

Mahasiswa ybs,


Fevvy Chandra Aulia Putri
NPM. 1602100120

RIWAYAT HIDUP



Fevvy Chandra Aulia Putri dilahirkan di Desa Rejomulyo Kecamatan Metro Selatan Kota Metro pada tanggal 21 Februari 1998. Peneliti merupakan anak pertama dari satu bersaudara pasangan Bapak Karnain dan Ibu Misratun. Bertempat tinggal di Desa Rejomulyo Kecamatan Metro Selatan Kota Metro.

Pendidikan dasar peneliti ditempuh di Sekolah Dasar (SD) Negeri 01 Metro Selatan selesai pada tahun 2010 melanjutkan ke SMP Negeri 05 Metro selesai pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 06 Metro selesai pada tahun 2016. Setelah itu peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dimulai semester 1 tahun pelajaran 2016/2017. Pada masa akhir studi peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul : “Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk *Ar-Rahn* Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo).

FOTO PENELITIAN



