

TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARI'AH DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT NASABAH PADA PT. BPRS METRO MADANI



Disusun Oleh:

**MAIDA AMBAR WATI
NPM. 1602080033**

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METROTAHUN 1441/ 2019**

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARI'AH DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT NASABAH PADA PT. BPRS METRO MADANI

OLEH :

MAIDA AMBAR WATI
NPM. 1602080033

BPRS Metro Madani ialah suatu lembaga keuangan yang menggunakan sistem berbasis syari'ah. Bank syari'ah ini mampu mengajukan kelebihan dibandingkan bank konvensional dengan berlandaskan Al-quran dan Al-hadist yang sudah dijamin hukumnya sudah tentu transaksi keuangannya yang dilakukan secara halal. Bank sebagai lembaga keuangan yang memiliki kegiatan menghimpun dana, produk pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah merupakan salah satu lembaga keuangan yang terdapat di daerah Jatimulyo, Lampung Selatan yang merupakan lembaga keuangan yang menawarkan barang atau jasa, disetiap penawarannya tentu memiliki metode pemasaran (bauran pemasaran). Pada setiap produk pemasaran yang dilaksanakan dapat mempengaruhi strategi pemasaran guna meningkatkan bisnis.

Dengan melihat masalah penelitian, maka metode yang digunakan ialah penelitian yang bersifat kualitatif yang bersifat analisis deskriptif. Untuk pengumpulan data yang digunakan ialah teknis wawancara, dan dokumentasi. sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dengan selanjutnya model analisis data adalah dengan menggunakan alur berfikir induktif.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk yang diterapkan ialah bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Ada beberapa prinsip strategi pemasaran produk di BPRS Metro Madani yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar, strategi integrasi, dan strategi diversifikasi. Dalam pelaksanaan pemasaran produk strategi pemasaran harus ditingkatkan dan para karyawan meningkatkan kinerja yang lebih baik lagi.

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARIAH
DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT
NASABAH PADA PT. BPRS METRO MADANI

Nama : Maida Ambar Wati

Npm : 1602080033

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan Fakultas dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 2019

Pembimbing I



Era Yudistira, M.Ak

NIP. 19900103 201503 2 010



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

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

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

No: 3223 /In-23-3 / D / PP. 00.9 / 11 / 2019

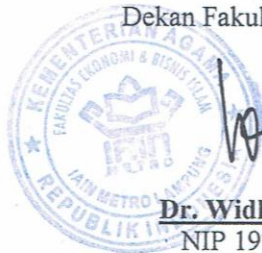
Skripsi dengan judul: STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARIAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT NASABAH PADA PT. BPRS METRO MADANI disusun oleh Maida Ambar Wati , NPM 1602080033, Jurusan: D-III PERBANKAN SYARIAH yang telah dimunaqosahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Rabu, 23 Oktober 2019

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Era Yudistira, M.Ak
Penguji I : Liberty, SE, MA
Penguji II : Zumaroh, M. E. Sy
Sekertaris : Ani Nurul Imtihanah. M.S.I



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maida Ambar Wati
NPM : 1602080033
Prodi : D3 Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya tersebut dalam daftar pustaka.

Metro, November 2019

Yang menyatakan


**METERAI
TEMPEL**
0C761AHF067227096
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Maida Ambar Wati
NPM. 1602080033

MOTTO

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

Artinya: 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 di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu¹. (Q.S. An-Nisa: 29)

¹ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan terjemahannya*. (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 65

PERSEMBAHAN

Dengan segenap jiwa dan ketulusan hati, kupersembahkan buah karya ini teruntuk orang-orang yang kucintai yang selalu hadir dan mewarnai hari-hariku dalam menghadapi kerasnya hidup ini, yang selalu menguatkan saat diri ini mulai lemah. Kupersembahkan bagi mereka yang selalu mendukung dan mendo'akan ku disetiap waktu dalam setiap tapak kehidupanku, khususnya untuk :

1. Ayahanda dan Ibunda (Bapak Sumarno dan Ibu Sunarsih) yang senantiasa mendo'akan ananda baik dalam moril maupun materi dan selalu mencurahkan kasih sayang, motivasi, perhatian yang tidak terbatas untuk ananda. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan kasih sayang kepada mereka.
2. Kakak ku dan adikku tersayang yang selalu memberikan motivasi untuk menjadi sosok adik yang sopan dan patuh kepada kakaknya dan sosok kakak yang menjadi tuntutan untuk adiknya.
3. Sahabat-sahabatku yang tersayang yang selalu mendukung dan mendoakanku, menemani hari-hariku dan memberikan penyemangat dalam perjuanganku.
4. Rekan-rekan seperjuangan khususnya untuk keluarga besar D-III Perbankan Syariah angkatan 2016 telah memberikan warna dalam hidupku. Semoga kalian bisa melanjutkan mimpi mimpi kalian dan menjadi orang yang di banggakan.
5. Almamater IAIN Metro tempatku menggali ilmu dan mempertajam intelektual yang ku banggakan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir yang berjudul: “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Pada PT. BPRS Metro Madani”. ini telah disusun dengan sungguh-sungguh sehingga memenuhi salah satu syarat guna untuk kelulusan.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Selaku Rektor IAIN Metro Ibu Prof. Enizar, M.Ag
2. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum.
3. Selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Ibu Era Yudistira, M.Ak yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun Tugas Akhir ini.
4. Ibu Liberty, SE. MA selaku dosen pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan mengajar penulis selama belajar di bangku perkuliahan.

6. Semua pihak Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan yang telah membantu memberikan fasilitas dan meluangkan waktunya.
7. Bapak, Ibu dan keluarga besar yang telah sabar memberikan do'a, dorongan dan semangat sehingga dapat terselesaikan Tugas Akhir ini.
8. Sahabat terbaikku dan teman-teman seperjuangan jurusan D III Perbankan Syariah.
9. Semua pihak yang turut membantu serta berpartisipasi sehingga terselesaikannya Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kepada Allah SWT peneliti panjatkan do'a dan harapan semoga apa yang kita lakukan menjadi amal yang sholeh dan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penyusun menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik dari pembaca sangat penyusun harapkan. Dan semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, NOVEMBER 2019
Peneliti



Maida Ambar Wati
NPM. 1602080033

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN ABSTRAK	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
D. Metode Penelitian.....	7
1. Jenis dan Sifat Penelitian	7
2. Sifat Penelitian	8
3. Sumber Data.....	8
4. Metode Pengumpulan Data.....	10
5. Teknik Analisis Data.....	11
E. Sistematika Pembahasan	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran	14
1. Pengertian Strategi Pemasaran	14
2. Prinsip-prinsip Strategi Pemasaran	16
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	20
B. Gadai Syariah	23
1. Pengertian Gadai Syariah	23
2. Dasar Hukum Gadai Emas	25
3. Rukun Gadai	26
4. Syarat sah gadai	27
5. Jenis-jenis Akad	29

BAB III PEMBAHASAN

A. PT. BPRS Metro Madani	30
1. Sejarah Berdirinya PT.BPRS Metro Madani	30
2. Visi dan Misi PT.BPRS Metro Madani.....	31
3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani KC Jatimulyo	31
4. Prinsip-Prinsip Operasional PT.BPRS Metro Madani	32

5. Job Description BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo	33
6. Produk BPRS Metro Madani KC Jatimulyo	35
B. Produk Rahn Gadai Emas Syariah PT BPRS Metro Madani	40
C. Strategi Pemasaran yang ada di PT BPRS Metro Madani	42

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	47
B. Saran.....	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Alat Pengumpulan Data
2. Surat Keputusan Bimbingan Tugas Akhir
3. Formulir Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Brosur

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan perbankan syari'ah di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat. Bank syari'ah sebagai suatu lembaga keuangan yang menggunakan sistem berbasis syari'ah telah tumbuh berkembang berdampingan dengan bank-bank konvensional yang telah lama berdiri sebelumnya. Bank syari'ah mampu mengajukan kelebihan dibandingkan dengan bank konvensional kepada masyarakat, dengan berlandaskan Al-qur'an dan Al-hadist yang sudah dijamin hukumnya sudah tentu transaksi keuangannya yang dilakukan secara halal, juga sistem yang menggunakan bagi dan hasil dan bonus yang menguntungkan baik untuk para nasabah maupun bank syariah tanpa harus mengikuti naik atau turunnya bunga bank. Pengertian dari bank itu sendiri adalah sebuah badan usaha yang menspesialisasikan usahanya dalam bidang jasa dan keuangan (*financial service*).²

Bank syari'ah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah.³ Bank-bank yang menggunakan prinsip syari'ah tersebut, memiliki produk-produk yang mampu bersaing dengan produk produk yang dimiliki oleh bank konvensional. Produk-produk

² Adiwarmanto A. Karim, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Dar Al-Muslim, 2004), h.403

³ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perbankan Syariah*, (Bandung: PT. Rafika Aditama, 2009), h.5

seperti tabungan, pembiayaan,serta jasa ditawarkan oleh bank syari'ah dengan berbagai fasilitas dan kemudahan yang bisa didapat jika menjadi salah satu nasabah dari produk yang telah ditawrkan oleh bank syari'ah. selain itu, masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk ajaran agama islam semakin kritis dalam memilih untuk menentukan atau menempatkan dananya kepada bank, tidak heran jika mereka akan lebih tertarik untuk beralih atau menjadi nasabah bank syari'ah di bandingkan dengan bank konvensional.

Untuk menghadapi para pesaing, bank-bank syari'ah saat ini berlomba-lomba untuk melakukan berbagai macam inovasi yang dimiliki dengan melakukan suatu proses pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses kegiatan atau hasil presentasi kerja dalam kegiatan usaha dalam kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Definisi pemasaran terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Definisi secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.⁴

Proses pemasaran harus menjadi perhatian bagi pemimpin perusahaan agar memotivasi karyawan guna meningkatkan kinerjanya di bidang pemasaran guna untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk-produk yang ada di dalam PT. BPRS Metro Madani

⁴ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* , (Bandung :CV Pustaka Setia,2015), h.70.

Cabang Jatimulyo sistem pemasaran yang baik dilakukan dimedia cetak, elektronik maupun secara langsung agar target pemasaran tercapai. Indonesia yang sebagian masyarakat masih berada di garis kemiskinan akan melakukan kegiatan pinjam-meminjam kepada lembaga keuangan syari'ah atau bukan syari'ah yang dapat memberikan pinjaman untuk kebutuhan masyarakat tersebut. Produk-produk yang berbasis syari'ah memiliki karakteristik seperti tidak mengandung riba, menetapkan uang sebagai alat tukar dan tidak diperdagangkan dan memperoleh keuntungan berasal dari imbalan atas jasa dan bagi hasil.⁵

Gadai syari'ah membantu masalah ekonomi di negara Indonesia dengan sistem pendanaan secara cepat, mudah dan memberikan keamanan bagi kedua belah pihak antara bank dan nasabah karena uang pinjaman tidak akan hilang begitu saja jika pihak bank ingkar janji karena ada sesuatu barang yang menjadi jaminan. Pasal 20 ayat 14 kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) mendefinisikan , Rahn/gadai adalah penguasaan barang milik peminjam oleh pemberian pinjaman sebagai jaminan.⁶

Peneliti memilih PT BPRS Metro Madani merupakan lembaga resmi di Indonesia yang menawarkan berbagai macam produk yang tergolong produk pendanaan, produk pembiayaan, dan produk jasa. Produk-produk tersebut tentunya ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama Jatimulyo yang berada di Kabupaten Lampung

⁵Wawancara dengan Edi Darmadi, Penaksir Emas di BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo, pada tanggal 5 April 2019

⁶ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2016), h.191.

Selatan, Provinsi Lampung. Masyarakat jatimulyo mempunyai potensi yang tinggi untuk menggunakan produk-produk di PT BPRS Metro Madani yang sudah terpercaya sehingga sudah banyak masyarakat tertarik untuk menggunakan produk-produk tersebut walaupun PT BPRS Metro Madani belum lama berdiri yaitu PT BPRS Metro Madani mulai beroperasi pada tanggal 20 September 2005 selain itu, PT BPRS Metro Madani letaknya sangat strategis yang berdekatan dengan pasar, pusat perkantoran dan sekolah yang memudahkan masyarakat untuk menjangkaunya.

PT BPRS Metro Madani yang membutuhkan dana cepat dengan adanya gadai emas syariah ini masyarakat bisa mendapatkan uang tanpa harus menjual emasnya. Dalam produk gadai emas syariah masyarakat bisa menggadaikan emas mereka tanpa perlu takut dibebankan biaya bunga karena PT BPRS Metro madani mendapatkan keuntungan dari produk gadai emas (*rahn*)itu berasal dari biaya penyimpanan atau biaya penitipan emas. Dari data yang terjadi dilapangan pada PT BPRS Metro Madani Lampung Selatan pada tahun 2015 jumlah nasabahnya semakin meningkat setiap tahunnya. Berikut data perkembangan jumlah nasabah untuk pembiayaan produk gadai emas syariah.⁷

⁷ Wawancara dengan Edi Fitriadin, Penaksir Emas di BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo, pada tanggal 5 April 2019

Tabel data perkembangan nasabah dari tahun 2015-2018.⁸

Tahun	Total jumlah nasabah
2015	1574
2016	1597
2017	1820
2018	1859

Payung hukum gadai syariah dalam hal pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegangan pada Fatwa DSN-MUI No.25/ DSN-MUI/ III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang *rahnyang* menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan dan Fatwa DSN-MUI No.26/ DN-MUI/ III/2002 tentang gadai emas. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap menginduk kepada Peraturan Pemerintah No.10 Tahun 1990 tanggal 10 April 1990.⁹

Dalam praktik gadai emas syariah (Ar-Rahn), masyarakat kurang memahami bagaimana aplikasi gadai emas syariah (Ar-Rahn) terutama dalam hal perhitungan biaya penyimpanan dalam gadai emas yang diberikan kepada pihak bank. Khususnya masyarakat awam yang sama sekali belum pernah melakukan pembiayaan rahn di Bank Syariah, mereka terkadang hanya mengikuti peraturan yang diberikan kepada pihak bank tanpa tahu kebenaran yang sebenarnya. Masyarakat kadang hanya fokus terhadap pembiayaan atau dana yang akan cair dari pembiayaan yang di

⁸Wawancara dengan Edi Fitriadin, Penaksir Emas di BPRS Metro Madani KC. Jatimulyo, pada tanggal 5 April 2019

⁹ Andri Soemita, *Bankdan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:Kencana,2010), h.389

ajukannya saja, sehingga masyarakat tidak memikirkan masalah-masalah yang lain.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang strategi pemasaran gadai syariah sehingga menjadi latar belakang penulis untuk mengadakan penelitian yang mengangkat judul **“Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Pada PT BPRS Metro Madani”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan yaitu: Bagaimana Strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya meningkatkan minat nasabah pada PT BPRS Metro Madani?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu kehendak yang ingin dicapai yang dapat memberikan arahan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya meningkatkan minat nasabah pada PT BPRS Metro Madani

2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini antar lain sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, dapat menjadi sumber informasi dan referensi tambahan, serta menambah keilmuan dibidang perbankan syariah, khususnya yang berkaitan dengan produk pembiayaan gadai.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengelola lembaga keuangan syariah terutama PT BPRS Metro Madani. Jatimulyo tentang strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya meningkatkan minat nasabah pada PT BPRS Metro Madani

D. Metode penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*).

Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara insentif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu keadaan sosial.¹⁰ Adapun maksud dari pengertian tersebut penelitian mempelajari secara mendalam tentang Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada PT. BPRS Metro Madani.

2. Sifat Penelitian

¹⁰ Edi Kusnadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ramayana Pres dan STAIN Metro, 2008), h. 17.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif, metode kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dalam setting tertentu yang ada dalam kehidupan riil (ilmiah) dengan maksud untuk mencari tahu secara mendalam dan memahami suatu fenomena.¹¹ Jadi yang dimaksud dengan penelitian kualitatif ini berupa keterangan-keterangan bukan berupa angka-angka hitungan. Jadi dapat diartikan hanya berupa keterangan-keterangan tentang **Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada PT. BPRS Metro Madani.**

3. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder.

a. Sumber Data Primer.

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh dan digali langsung dari sumber pertama atau subyek penelitian.¹² sedangkan menurut Sugiyono sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹³ dimana sumber data primer diperoleh secara langsung dari nara

¹¹ Suraya Murcatiningrum, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandar Lampung: Ta'lim Press, 2013), h. 29. Lihat juga. S. Eko Putro Widoyoko, *Tehnik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h. 22.

¹² *Ibid.*, h. 26.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cet. 19, h. 225.

sumber yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti.¹⁴

Sumber data primer yang digunakan penulis adalah:

- 1) *Branch Operational Supervisor* (BOS) di PT BPRS Metro Madani
- 2) *Account Officer* di PT BPRS Metro Madani
- 3) *Marketing* di PT BPRS Metro Madani

b. Sumber Data Sekunder.

Sumber data sekunder adalah bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer. Sedangkan menurut Nasution, bahan sekunder adalah hasil pengumpulan oleh orang lain dengan maksud tersendiri dan mempunyai katagorisasi dan klasifikasi menurut keperluan mereka. Klasifikasi itu mungkin tidak sesuai bagi keperluan peneliti dan karena itu harus menyusunnya kembali menurut kepentingan masalah yang dihadapi.¹⁵ Sumber data sekunder diperoleh dari sumber peneliti dengan mempelajari referensi yang memiliki hubungan dengan sasaran penelitian. Baik dari brosur-brosur, situs internet dan buku-buku yang membahas tentang, strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya meningkatkan minat nasabah pada PT BPRS Metro Madani yang mendukung dengan penelitian ini.

¹⁴ Suraya Murcatiningrum, *Metodologi Penelitian*, h. 26.

¹⁵ Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h.143.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan produsen. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi secara verbal.¹⁶ Teknik wawancara yang dipakai adalah wawancara tidak terstruktur, wawancara tidak terstruktur menurut Suharsimi Arikunto adalah, pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan.¹⁷ Wawancara tersebut kemudian diarahkan kepada topik yang akan dibahas. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada account officer yang bernama Edi Fitriadin. untuk mendapatkan informasi tentang Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah pada PT BPRS MetroMadani

Peneliti melakukan wawancara dengan tujuan memperoleh informasi dan data langsung dari nara sumber dengan cara mencatat opini dengan individu yang berkaitan yang ada didalam struktur organisasi. Dengan wawancara, peneliti dapat memperoleh data yang lebih banyak sehingga peneliti dapat

¹⁶ W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Grasindo, 2002). h. 119

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), Cet. 12, h. 202.

memahami budaya melalui bahasa dan ekspresi pihak yang diwawancarai dan dapat melakukan klarifikasi atas hal-hal yang tidak diketahui.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah tehnik pengambilan data yang tidak langsung ditunjukan pada subjek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan yang disusun oleh seseorang atau lembaga, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.¹⁸ Yang dilakukan dengan membaca berbagai data yang berkaitan dengan masalah penelitian untuk mendapatkan dan melengkapi data-data secara teoritis yang erat hubungannya dengan hal-hal yang sedang diteliti melalui buku-buku yang relevan dengan topik yang diteliti.

5. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah “proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan”.¹⁹ Analisa data merupakan upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, menentukan pola, memilih dan memilah agar menjadi satuan yang dapat dikelola, menentukan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan. metode yang

¹⁸ Mahmud, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h.183.

¹⁹ Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3S, 1995), h.263.

dipakai dalam penelitian adalah analisis kualitatif, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian.

Data yang terkumpul pada penelitian ini kemudian penulis memahami analisa mencari dan mengumpulkan fakta-fakta yang terjadi di PT BPRS Metro Madani mengenai tata cara strategi pemasaran produk gadai syariah. Dengan melihat tata cara pembiayaan produk gadai tersebut dilanjutkan selanjutnya data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif. Sutrisno Hadi mengungkapkan bahwa “penalaran induktif berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus, peristiwa-peristiwa yang kongkret, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus ditarik menjadi generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum”.²⁰

E. Sistematika pembahasan

Sistematika pembahasan didalam penelitian ini terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Didalam bab ini peneliti menguraikan sub bab yang meliputi latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Didalam bab ini peneliti membahas tentang teori yang dipakai dalam penulisan penelitian ini.

²⁰ Sutrisno Hadi, *Metodologi Reasearch Jilid 1*, (Yoyagyakarta: UGM, 1994), h.42.

BAB III : PEMBAHASAN

Didalam bab ini peneliti menguraikan gambaran umum, analisis data serta pembahasan pada inti permasalahan yang ditulis.

BAB IV : PENUTUP

Didalam bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang dilakukan pada bab terdahulu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. STRATEGI PEMASARAN

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-lik, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Disamping itu, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.²¹

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukan untuk merencanakan,menentukan harga,mempromosikan, dan mendistribusi barangdan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.²²

Pemasaran telah didefinisikan dalam berbagai pengertian, seperti yang telah diutarakan diatas,menurut *American Marketing Association*, pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya kegiatan barang atau jasa dari produsen ke konsumen pengertian ini hampir sama dengan kegiatan distribusi, sehingga gagal menunjukan asas-asas pemasaran, terutama dalam menentukan barang atau jasa apa yang akan dihasilkan.hal ini

²¹ Kasmir,*kewirausahaan*,(Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2013), h.186

²² Suhendi,*pengantar bisnis*,(Bandung:Alfabeta,2014),h.67

terutama disebabkan karena pengertian pemasaran diatas tidak menunjukan kegiatan usaha yang khusus terdapat dalam pemasaran.²³

Pemasaran tidak lain dari pada suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke konsumen. Atau dapat dikatakan pula bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen kekonsumen. Dengan demikian bahwa ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen, tidaklah sederhana namanya,jangkauan pemasaran sangatlah luasa. Berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang-barang dan jasa-jasa sebelum sampai ke tangan konsumen.²⁴

Strategi pemasaran berasal dari dua kata majemuk yang memiliki arti yang berbeda yaitu strategi dan pemasaran, namun memiliki keterkaitan satu sama lainjika kedua kata tersebut digabungkan dimana strategi pemasaran adalah suatu langkah-langkah atau upaya yang dilakukan berdasarkanpenelitian terhadap suatu obyek agar mendapatkan hasil yang optimal.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh,terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapinya tujuan pemasaran suatu perusahaan.dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkai tujuan dan sasaran, kebijakan dan

h,4 ²³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002),

²⁴ M.Mursid, *Manajemen Pemasaran* ,(Jakarta: PT Bumi Aksara,2003), h,25-26

aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.²⁵

Setelah menentukan segmentasi pasar yang akan dimasuki, pasar sasaran yang ditetapkan, serta posisi pasar produk adalah menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan. Strategi ini sangat penting mengingat sebaik apapun segmentasi, pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun adapula langkah yang relatif mudah. Disamping itu, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan telaten.²⁶

2. Prinsip-Prinsip Strategi Pemasaran

a. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi Pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lambat. Perusahaan berusaha

²⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h.154

²⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h.186-187

melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lambat agar mampu tumbuh secara cepat

Sebagai contoh: Bank Rakyat Indonesia yang selama ini identik dengan fokus pada sektor UKM serta lebih banyak berada di pedesaan mulai melakukan penetrasi pasar pada pasar sekarang dengan menabur pangsa pasar menjadi lebih luas, meningkatkan kualitas pelayanan jaringan dengan sistem online antara cabang dan AT, meningkatkan jumlah anggaran periklanan, pengendalian mutu pelayanan, dan sebagainya.

b. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan dalam hal ini pihak bank selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah.

Sebagai contoh: produk gadai emas syariah yang ditawarkan oleh bank syariah mandiri sebagai salah satu produk pembiayaan kepada nasabah, dengan produk ini nasabah yang membutuhkan pembiayaan dapat menjaminkan gadai emas

yang dimiliki oleh pihak bank kemudian mendapatkan sejumlah dana.

Tujuan dari strategi pengembangan produk ini adalah:

1. Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah(dinamis) seiring dengan perkembangan zaman
2. Menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu
3. Menandingi penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadapnasabah.

c. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru.manajemen menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pasaing kuat.

Sebagai contoh: strategi yang digunakan Bank Muamalat Indonesia dengan bekerjasama dengan PT Pos Indonesia dalam rangka penjualan salah satu produk mereka yaitu *Shar-E* Produk *Shar-E* adalah paket tabungan instan bagi umat yang ingin berinvestasi secara syariah dengan fleksibel dan akses luas dan dapat dibeli dikantor pos online di seluruh indonesia.

d. Strategi Integrasi

Strategi Integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi disferifikasi horisontal, yaitu penggabungan bank-bank (*merger*).

Sebagai contoh adalah penggabungan 4 (empat) bank pemerintah yaitu Bank *Exim*, Bapindo, Bank Bumi Daya (BBD), Dan Bank Dagang Negara (BDN) menjadi satu bank yaitu Bank Mandiri dan penggabungan beberapa Bank Swasta menjadi Bank Permata.

e. Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud di sini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perbankan dimiliki. Semntara diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskn dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat(*korporat*).²⁷

²⁷ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* ,(Bandung: Alfabeta,2012),h. 78-81

3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketingmix* (bauran pemasaran)

Kotler (2000) memberikan definisi mengenai bauran pemasaran sebagai: “bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place*, yang diinginkan dalam pasar sasaran”. Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.

Berikut ini akan dijelaskan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*).

a. *Product* (produk)

Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk jasa, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan didalam produk tersebut, pembungkusan, garansi, dan service sesudah penjualan (*after sales service*).

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti yaitu, produk kendaraan bermotor, komputer dan elektronik atau

produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh dari produk barang. Sementara produk jasa yaitu sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan hal ini dari produk pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Contoh produk jasa antara lain pelayanan kesehatan, pangkas rambut, dan produk jasa lainnya, produk yang ditawarkan perbankan adalah contoh dari produk jasa, sehingga pemasaran yang digunakan pun adalah strategi pemasaran untuk produk jasa.

b. *Price* (harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. kebijaksanaan harga ini menyangkut *mark-up* (berapa tingkat presentase kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan), *mark-down* (berapa tingkat presentase penurunan harga). potongan harga termasuk berbagai macam bentuk dan besaran persentasenya, *bundling* (penjualan produk secara paket contohnya adalah penjualan kartu perdana *handphone* lengkap dengan *handphone*-nya), harga pada waktu-waktu tertentu (*inter, temporal, pricing*), kondisi yang diterima marketing, dan

metode penetapan harga lainnya yang diinginkan oleh perusahaan terkait dengan kebijaksanaan strategi pemasaran.

c. *Promotions* (promosi)

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

Perusahaan harus mampu memutuskan kegiatan promosi apakah yang tepat bagi suatu produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sebab setiap produk memiliki target pasar yang berbeda, sehingga pendekatan promosi yang harus dilakukan pun akan berbeda pula. Selain itu kegiatan promosi harus sesuai dengan anggaran promosi yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

d. *Place* (tempat)

Yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu:

- (a) Sistem transportasi perusahaan
- (b) Sistem penyimpanan

(c) Pemilihan saluran distribusi

Termasuk dalam sistem transportasi antara lain keputusan tentang pemilihan alat transportasi, penentuan jadwal pengiriman, rute yang harus ditempuh dan selanjutnya. dalam sistem penyimpanan, harus menentukan letak gudang yang baik untuk menyimpan bahan baku dan maupun lokasi untuk menyimpan barang jadi, jenis peralatan yang untuk mengenai material maupun peralatan lainnya, sedangkan pemilihan saluran distribusi menyangkut keputusan tentang penggunaan penyalur (pedagang besar, pengecer, agen, makelar) dan bagaimana menjalin kerjasama yang baik dengan para penyalur.²⁸

B. GADAI SYARIAH

1. Pengertian Gadai Syariah

Gadai (*rahn*) adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain (bank) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Atas jasanya, maka penerimaan kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah.²⁹

Perkembangan dan tuntutan zaman saat ini telah menyebabkan dorongan untuk menyebabkan untuk membentuk penggadaian syariah sebagai bentuk mengapresiasi tingginya permintaan konsumen agar perbankan saja yang berasaskan syariah. Gadai (*rahn*) dapat diartikan

²⁸ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 14-16

²⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 108

pula sebagai perjanjian suatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan suatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara sebagai pinjaman (*marhum bih*), sehingga dengan adanya tanggungan utang ini seluruh atau sebagian utang dapat diterima orang yang menyerahkan gadai disebut *rahin*. Orang yang menerima barang gadai disebut *murtahin*, dan barang yang digadaikan disebut *marhun*.³⁰

Dengan usaha gadai masyarakat tidak perlu takut kehilangan barang-barang berharga dan jumlah uang yang diinginkan dapat disesuaikan dengan harga barang yang dijaminkan. secara umum pengertian gadai kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai

Dan dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa usaha gadai memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Terdapat barang-barang berharga yang digadaikan
2. Nilai jumlah pinjaman tergantung nilai barang yang digadaikan
3. Barang yang digadaikan dapat ditebus kembali.³¹

³⁰ Irham Fahmi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabet, 2014), h. 148

³¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 230

2. Dasar Hukum Gadai Emas

Islam mengajarkan umatnya untuk hidup membantu yang kaya membantu yang miskin. Bentuk saling membantu ini dapat berupa pemberian tanpa ada pengembalian (berfungsi sosial), zakat, infaq, dan sadaqah ataupun berupa pinjaman, yang harus dikembalikan kepada pemberian pinjaman, minimal mengembalikan pokok pinjaman. Mengenai pinjam meminjam ini, Islam membolehkan baik melalui individu maupun lembaga keuangan syariah.

a. Al-Qur-an Surat Al-Baqarah 283

Surat Al-Baqarah 283 yang digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep gadai adalah sebagai berikut :

فَلْيُؤَدِّبَعْضُكُمُ بَعْضًا مِّنْ فَإِنْ مَّقْبُوضَةٌ فَفَرِّهِنَّ كَاتِبَاتٍ جُدُوا وَلَمْ سَفَرٍ عَلَى كُنْتُمْ وَإِنْ
 ءَاثِمٌ فَإِنَّهُ رِيكٌ تُمْهَأَوْ مِنْ الشَّهَدَةِ تَكْتُمُوا وَلَا رَبُّهُ وَاللَّهُ وَلِيَّتِي أَمْنَتُهُ أَوْ تَمِنَ الَّذِي
 عَلَيْهِمْ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ قَلْبُهُ

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). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.³²

³² M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2012), H. 280-281

Berdasarkan ayat diatas dapat dikatakan bahwa dalam muamalat tidak secara tunai ketika dala perjalanan dan tidak terdapat penulis menuliskan transaksi itu maka gadai dalam kondisi itu hukumnya sunah, kondisi *mukim* hukumnya *mubah*, dari ayat tersebut juga terkandung gadai boleh dilakukan baik ketika dalam perjalanan atau dalam keadaan mukim(menetap), karena kata dalam perjalanan dalam ayat ini hanya menunjukan keadaan yang biasanya memerlukan gadai.

b. Al-Hadist

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Artinya: "Aisyah r.a berkata bahwa Rasulullah membeli makanan dari seorang Yahudi dan menjaminkan kepadanya baju besi" (HR Bukhari No. 1926, kitab al-Buyu, dan Muslim)³³

3. Rukun Gadai

Dalam islam sangat penting jika rukun dan syarat itu harus dipenuhi ,apalagi jika nanti dihubungkan dengan pandangan dan penafsiran halal dan haram. Di bawah ini akan dijelaskan tentang isi rukun dan syarat sah gadai.

³³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2011), h.129

Rukun gadai:

- a. *Shigat* adalah ucapan berupa *ijab* dan *qabul*
- b. Orang yang berakad, yaitu orang yang menggadaikan (*rahim*) dan orang yang menerima gadai (*murtahin*)
- c. Harta atau barang yang dijadikan jaminan (*marhum*)
- d. Utang (*marhum bih*)

4. Syarat sah gadai:

- a. *Shigat*, syarat *shigat* tidak boleh berkaitan dengan ketentuan syarat tertentu dan dengan masa yang akan datang
- b. Orang yang berakad. Baik *rahin* maupun *martahin* harus cakap dalam melakukan tindakan hukum, *baligh* dan berakal sehat, serta mampu melaakukan akad
- c. *Marhun bih*. Harus merupakan hak yang wajib dikembalikan kepada *murtahin*; merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, jika tidak dapat dimanfaatkan, maka tidak syah; barang tersebut dapat dihitng jumlahnya.
- d. *Marhun*. Harus berupa harta yang bisa dijual dan nilainya seimbang dengan *marhun bih* ; marhum harus mempunyai nilai dan dapat dimanfaatkan; harus jelas dan spesifik; marhun itu secara sah dimiliki oleh *rahin*; merupakan harta yang utuh, tidak bertebaran dalam beberapa tempat.³⁴

³⁴ Irham Fahmi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabet, 2014), h.149-150

Disamping itu, menurut Fatwa DSN-MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 gadai syariah harus memiliki ketentuan umum berikut:

- a. *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua utang *rahn* (yang menyerahkan barang) dilunasi
- b. *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahn*. Pada prinsipnya, *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* kecuali seizin *rahn*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya perawatannya.
- c. Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahn*, namun dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahn*
- d. Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
- e. Penjualan *marhun*
 - 1) Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingati *rahn* untuk segera melunasi utangnya.
 - 2) Apabila *rahn* tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka *marhun* dijual paksa/ dieksekusi melalui lelang sesuai syariah

- 3) Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan

5. Jenis-Jenis Akad

Pada dasarnya penggadaian syariah berjalan diatas dua akad transaksi yaitu

- a. *Akad Rahn.Rahn* yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagai piutangnya. Dengan akad ini penggadaian menahan barang atas utang nasabah.
- b. *Akad ijarah* yaitu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upahsewa, tanpa diikutidengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini di mungkinkan bagi pegadai untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad

Mekanisme oprasional penggadaian syariah melalui akad *rahn* nasabah menyerahkan barang bergerak dan kemudian pegadaian menyimpan dan merawatnya ditempat yang telah disediakan oleh pegadaian. Akibat yang timbul dari proses penyimpanan adalah timbulnya biaya-biaya yang meliputi nilai investasi tempat penyimpanan, biaya perawatan dan keseluruhan proses kegitannya atas dasar ini dibenarkan bagi pegadaian

mengenakan biaya sewa kepada nasabah sesuai jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak. Pegadaian syariah akan memperoleh keuntungan hanya dari biaya sewa tempat yang ditipkan bukan tambahan berupa bunga atau sewa modal yang diperhitungkan dari uang pinjaman.³⁵

³⁵Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), h. 391-392

BAB III

PEMBAHASAN

A. PT. BPRS Metro Madani

7. Sejarah Berdirinya PT.BPRS Metro Madani

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani adalah salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip Syariah Islam dalam kegiatan operasionalnya. Dasar hukum undang-undang no 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana diubah dengan UU no 10 tahun 1998 dan terakhir UU no 21 tahun 2008 tentang perbankan syari'ah. PT BPRS Metro Madani mulai beroperasi tanggal 20 september 2005, didirikan berdasarkan akta anggaran dasar notaris Hermazulia,SH di Bandar Lampung No. 1 tanggal 03 Maret 2005 yang disahkan oleh menteri hukum dan hak asasi manusia (HAM) No C-16872 HT 01.01.TH.2005 tanggal 08 September 2005.

Saat ini BPRS Metro Madani memiliki 4 kantor cabang yang pertama yaitu di Unit II Jl. Lintas Timur Unit II Banjar Agung, Tulang Bawang sejak 14 januari 2008, cabang yang kedua yaitu di Jl. Jend. Sudirman Pasar Kalirejo, Kalirejo, Lampung Tengah sejak 01 November 2009, yang ketiga terletak di Jl. Jend. Sudirman Daya Asri Kec. Tumijajar, Tulang Bawang Barat sejak tanggal 23 Juli 2012, dan kantor cabang yang keempat terletak di Jl. Senopati No. 99 Jati Mulyo Kec. Jati Agung, Lampung Selatan sejak 2013, serta memiliki kantor kas di Jl. Ki. Hajar

Dewantara 15 a Kampus, Kota Metro sejak 01 Oktober 2011 dan layanan kas di Jl. Soekarno Hatta No. 42 16c Mulyojati, Kota Metro.

8. **Prinsip-Prinsip Operasional PT.BPRS Metro Madani**

Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan syariah (penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya) .

Prinsip syariah yang dipakai sebagai landasan operasional PT.BPRS Metro Madani Kc.Jatimulyo diantaranya :

1. Bebas dari bunga (riba) dalam pengertian ini bunga dianggap sama dengan riba PT.BPRS Metro Madani menjalankan operasionalnya bebas dari riba dan tidak menggunakan sistem bagi hasil.

2. Bebas dari kegiatan spekulatif dan non produktif (judi dan maysir)

Dalam artian tidak diperkenankan dalam sistem syariah seseorang melakukan sesuatu yang bersifat spekulatif dengan keuntungan besar serta resikonya yang besar.

3. Bebas dari hal-hal meragukan (gharar)

Dalam operasionalnya PT.BPRS Metro Madani sangat menghindari hal-hal yang meragukan .

Hal-hal yang meragukan tersebut diantaranya :

- a) Menjual barang yang belum ditangan penjual
 - b) Penjualan barang yang sulit dipindah tangankan
 - c) Penjualan yang belum ditentukan harga, jumlah dan kualitasnya
 - d) Penjualan yang menguntungkan satu pihak saja
4. Bebas dari hal-hal rusak(batil).

9. Produk BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

Saat ini PT. BPRS Metro Madani telah melayani lebih dari 11.500 nasabah penyimpan dana dan lebih dari 2.000 nasabah UMKM yang telah menggunakan layanan pembiayaan dari BPRS Metro Madani. Sebagai lembaga yang berfungsi menjadi intermediasi antara masyarakat yang memiliki kelebihan dana (*shahibul maal*) dengan masyarakat yang membutuhkan dana (*mudharib*), dalam menjalankan operasional perbankan syariah, produk – produk BPRS Metro Madani adalah sebagai berikut :

1. Produk Penghimpunan Dana

a. Tabungan syariah metro madani

Merupakan simpanan yang diperuntukan bagi perorangan maupun badan usaha yang dikelola berdasarkan prinsip syariah. Simpanan pada BPRS Metro Madani bebas dari potongan biaya administrasi bulanan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat kapan saja nasabah membutuhkan.

b. Simpanan dengan akad wadiah (titipan)

Merupakan titipan (*wadiah yad dhamanah*) yang dapat disetor dan ditarik setiap saat kapanpun nasabah memerlukan dana. BPRS Metro Madani dapat memperlakukan dana sesuai prinsip syariah. Dapat diberikan bonus, namun tidak diperjanjikan di muka/awal.

c. Simpanan dengan akad *mudharabah* (bagi hasil)

Merupakan simpanan dengan akad *mudharabah al mutlaqah* yang penarikannya disesuaikan dengan kebutuhan. Bagi hasil yang

kompetitif, diperhitungkan setiap akhir bulan dan langsung ditambahkan pada saldo tabungan sesuai nisbah yang disepakati. Jenis tabungan ini adalah tabungan qurban, walimah, dan pendidikan.

d. Tabungan pendidikan

Merupakan tabungan yang ditunjukan untuk pelajar dalam merencanakan pendidikan yang akan datang. Biasanya masyarakat memilih tabungan ini untuk menghadapi masa-masa saat akan diadakannya ujian semester, jadi tabungan akan boleh ditarik ketika sebelum ujian semester dilaksanakan.

e. Tabungan haji

Merupakan tabungan yang ditunjukan untuk mereka yang memiliki keinginan menunaikan kewajiban ibadah haji dan umrah di tanah suci.

f. Deposito investasi mudharabah

Adalah investasi berdasarkan prinsip mudharabah al mutlaqah dengan jangka waktu satu, tiga, enam, dan dua belas bulan. Dana anda akan dikelola secara optimal untuk membiayai usaha yang produktif dan berguna bagi kepentingan umat.

2. Produk Pembiayaan

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani menyediakan layanan pembiayaan untuk modal kerja, investasi maupun konsumtif yang dikelola secara syariah sehingga lebih menentramkan karena terhindar dari

transaksi ribawi dan berlandaskan pada prinsip keadilan. Produk pembiayaan IB BPRS Metro Madani sebagai berikut:

a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli

1) Murabahah

Pembiayaan dengan akad jual beli, BPRS Metro Madani akan membelikan barang-barang halal apa saja kebutuhan nasabah dengan margin/keuntungan dan jangka waktu angsuran yang disepakati.

2) Istishna

Pembiayaan dengan akad jual beli untuk memenuhi kebutuhan nasabah khusus untuk barang yang memerlukan proses produksi/pesanan terlebih dahulu. Spesifikasi dan harga pesanan disepakati diawal akad dengan pembayaran secara bertahap sesuai kesepakatan jika pihak lain yang mengadakan barang pesanan maka hal ini disebut istishna paralel.

b. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

1) Mudharabah muqayyadah

Jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus (restricted investment) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat tertentu yang harus dipatuhi bank. Misalnya: digunakan pada bisnis tertentu, akad tertentu atau nasabah tertentu. Penyaluran dana mudharabah muqayyadah ini langsung kepada pelaksana usaha, sedangkan bank bertindak sebagai prantara

(arrenger). Bank menerima kondisi atas jasa mempertemukan kedua belah pihak, sedangkan antara pemilik dana dan pelaksana usaha berlaku nisbah bagi hasil.

c. Sewa menyewa

Merupakan kerjasama dengan sistem sewa menyewa (ijarah) atau dengan sewa beli (ijarah muntahia bitamlik).

1) Pembiayaan ijarah (sewa menyewa)

Adalah akad antara bank (Muajir) dengan nasabah (Musta'jir) sebagai penyewa suatu barang dan bank menerima imbalan jasa atas barang yang disewakannya. Objek kontrak adalah manfaat penggunaan aset, ijarah muntahiya bitamlik jika nasabah pada akhir masa diberi opsi untuk memiliki barang/ aset yang disewakan.

2) Pembiayaan multijasa (sewa menyewa)

Merupakan fasilitas pembiayaan untuk kebutuhan manfaat seperti jasa pendidikan, umroh, travel dan jasa lainnya yang halal dan baik.

d. Jasa layanan *)

1) Transfer online antar bank

Menyediakan jasa layanan transfer uang antar bank

2) Payment poin jasa telekomunikasi

Menyediakan jasa layanan dalam hal pembayaran tagihan bulanan telephone, flexi, speedy, Yes TV

3) Payment poin PLN

Jasa layanan penerimaan pembayaran tagihan listrik

4) Talangan Haji

Menyediakan jasa talangan haji yang akan mempermudah pemesanan kursi haji, sehingga memberikan kepastian memperoleh porsi keberangkatan haji.

e. Rahn Emas (Gadai emas syariah)

Gadai emas syariah (rahn emas) diperuntukan bagi masyarakat yang membutuhkan uang tunai dengan proses cepat, mudah, murah dan tanpa bunga. Pinjaman ini didasarkan pada akad Qard yaitu pinjaman tanpa kelebihan apapun. Nasabah cukup menyertakan agunan barang emas baik berupa perhiasan atau barang lain yang terbuat dari emas. Nasabah cukup membayar biaya sewa tempat penyimpanan emas tersebut di BPRS Metro Madani.

B. Produk Rahn Gadai Emas Syariah PT BPRS Metro Madani

Pengertian Produk Rahn Gadai Emas Syariah PT BPRS Metro Madani gadai merupakan produk pembiayaan yang memudahkan masyarakat yang membutuhkan dana cepat sesuai dengan syariah.³⁶

Manfaat atau kemudahan produk Produk Rahn Gadai Emas Syariah PT BPRS Metro Madani.

a. Membantu nasabah mendapatkan dana cepat

³⁶ Brosur PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

- b. Prosesnya cepat, mudah dan bebas biaya administrasi(proes pencairan dana relatif singkat)
- c. Sesuai dengan syariah
- d. Asuransi barang jaminan(barang jaminan di asuransikan secara syariah)
- e. biaya nya terjangkau(hanya dikenakan biaya penitipan mulai dari Rp.7.200)
- f. Jangka waktu yang fleksibel(dapat diperpanjang) / (dapat di angsur)

Persyaratan Produk Rahn Gadai Emas Syariah PT BPRS Metro Madani Adapun persyaratan yang harus diajukan oleh nasabah gadai emas syariah pada PT BPRS Metro Madani adalah:

- a. Identitas diri (KTP/SIM) atau identitas lainnya
- b. Jaminan berupa emas (berat minimal 1 gram)
- c. Surat emas (tidak wajib)³⁷

Prosur pemberian pembiayaan akad baru gadai emas di PT BPRS Metro Madani adalah sebagai berikut:

- a. Nasabah gadai emas datang ke BPRS Metro Madani dengan membawa persyaratan data diri (KTP) dan emas atau logam mulia yang akan digadaikan
- b. Nasabah mengisi formulir akad rahn, kemudian menyerahkan barang yang akan dijaminkan kepada petugas

³⁷ Brosur PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo

- c. Barang yang akan dijaminkan terlebih dahulu diteliti kualitasnya oleh petugas penaksir untuk menerapkan besarnya jumlah pembiayaan yang akan diberikan.
- d. Jika menurut penaksir permohonan layak maka bank akan menerbitkan surat gadai pinjaman. Jumlah pinjaman disesuaikan dengan maksimal pinjaman sebesar 90% dari taksiran emas
- e. Taksiran pinjaman dapat dicairkan setelah akad pinjaman sesuai dengan ketentuan bank dan nasabah dikenakan biaya titipan dari penitipan emas.³⁸

Menetapkan besarnya jumlah pembiayaan yang akan diberikan, terlebih dahulu barang jaminan akan ditaksir oleh petugas taksir (penaksir emas) dan akan diuji kemurniaannya. Metode penaksiran ini dilakukan untuk mengetahui kadar karat emas dari hasil ini dapat ditetapkan batas maksimum pinjaman yang dapat diperoleh oleh nasabah.³⁹

C. Strategi Pemasaran yang ada di PT BPRS Metro Madani

Pada PT BPRS Metro Madani menggunakan prinsip strategi pengembangan produk yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah melalui produk gadai emas syariah. Kemudian untuk presentase gadainya yaitu Upaya peningkatan nasabah melalui produk gadai emas syariah sebagai berikut:

³⁸ Wawancara dengan Edi Fitriadin, Penaksir Emas di BPRS Metro Madani kantor Cabang Jatimulyo, pada tanggal 4 April 2019

³⁹ Wawancara dengan Edi Darmadi, marketing di BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, pada tanggal 5 April 2019

1. Mengandalkan pola tradisional yaitu dengan menggunakan sistem jemput bola. promosi melalui brosur, sehingga calon nasabah mengetahui produk-produk yang ditawarkan di PT BPRS Metro Madani baik produk dana maupun pembiayaan khususnya produk gadai emas syariah dan calon nasabah bisa mengetahui keberadaan BPRS Metro Madani.
2. Meningkatkan pelayanan yang ditunjukan kepada calon nasabah dengan dukungan sarana dan prasarana untuk memudahkan pelayanan dan kenyamanan calon nasabah pada produk gadai emas syariah.
3. Menjaga harta benda produk gadai emas dengan penuh tanggung jawab dan amanah, mempertahankan hubungan baik kepada nasabah dan tetap mempertahankan pendekatan kepada calon nasabah.⁴⁰

Strategi yang diterapkan pada PT BPRS Metro Madani menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan. Hal tersebut di analisis dan disesuaikan dengan *marketing mix* yang dikenal dengan 4(P) yaitu *Place* (tempat), *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi) yang dijabarkan sebagai berikut:

a. Place (Tempat)

Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjual, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. Oleh karena itu, PT BPRS Metro Madani memilih tempat di

⁴⁰Wawancara dengan Edi Fitriadin, Penaksir Emas di BPRS Metro Madani kantor Cabang Jatimulyo, pada tanggal 29 Maret 2019

Jl.Senopati No.369 Blok II Jatimulyo Kec.Jati Agung. Pemilihan lokasi ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya:

- 1) Aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.
- 2) Tepat diberada di depan jalan raya, sehingga keberadaan kantor mudah dilihat oleh nasabah dan calon nasabah
- 3) Dekat dengan pusat pembelanjaan seperti chandra, pasar Jatimulyo

b. Product (produk)

Pembiayaan produk gadai emas syariah merupakan produk yang memiliki beberapa manfaat dan kemudahan seperti prosesnya mudah dan cepat, sesuai syariah, asuransi barang jaminan,tidak hanya perhiasan 24 K namun bisa juga logam mulia sehingga bagi calon nasabah yang membutuhkan dana cepat bisa menggadaikan perhiasan atau logam mulianya.

c. Price (harga)

Strategi yang sangat berperan dalam meningkatkan minat nasabah pada produk gadai. Strategi harga disini sesuai dengan *Standar Harga Emas* (SHE) Rp.540.000 per gram. Dengan catatan: harga SHE dapat berubah sewaktu-waktu, jadi pihak bank hanya boleh memberikan pinjaman senilai 80% dari harga tersebut.selain itu proses cepat, mudah dan bebas biaya administras, dan proses penggadaian hingga pencairan membutuhkan waktu 45 menit, setiap 3 atau 6 bulan sekali pihak bank mengevaluasi harga emas sesuai dengan SHE (*standar harga emas*)

d. Promotion (promosi)

Untuk mempromosikan produk gadai petugas bank biasanya membagikan brosur kepada teman, saudara, keluarga dan masyarakat sekitar supaya mereka tertarik untuk bergabung sebagai nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani. Selain itu penyebaran brosur digunakan untuk memasarkan atau mempromosikan usahanya melalui penyebaran brosur-brosur ke tempat-tempat yang dianggap sesuai dengan targetnya. menyebarkan brosur biasanya berisi mengenai penjelasan dari produk yang ada di PT BPRS Metro Madani. Biasanya pihak BPRS Metro Madani menyebarkan brosur-brosur ini di perempatan jalan, rumah-rumah warga , di pasar atau biasanya di gedung-gedung tertentu misalnya sekolahan produk gadai dengan cara membagikan brosur ke lingkungan masyarakat sampai keluar desa sehingga masyarakat desa pun tahu kalau ingin mengadaikan bisa tau tempat ataupun denahnya. Dengan cara ini masyarakat akan merasa nyaman kemudian memberikan kemudahan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kemudian spanduk merupakan yaitu suatu media informasi, spanduk ialah kain yang membentang yang biasanya berada di tepi-tepi jalan dan spanduk yang dipakai di PT BPRS Metro Madani hanya berada di titik-titik tertentu misalnya di pasar di depan kantor BPRS Metro Madani gunanya spanduk yaitu agar masyarakat mengetahui produk gadai syariah yang ada di BPRS Metro Madani dengan melihat spanduk yang

menarik masyarakat pun akan tertarik untuk saat ini media spanduk yang murah dan efektif untuk saat ini.

Dan promosi yang terakhir dilakukan adalah menjemput bola “getok tular” merupakan metode yang dilakukan dari mulut ke mulut. dari hasil wawancara saya dengan bapak Edi Fitriadin yang merupakan salah satu pihak bank menjelaskan bahwasannya getok tular sangat efektif dalam oprasional produk di bank tersebut. Metode ini dilakukan pihak bank dengan memberikan informasi kepada nasabah yang sudah lama melakukan transaksi di bank tersebut.

Dengan begitu biasanya nasabah akan menyampaikan kepada teman atau saudara yang ada di sekelilingnya. Menurut pihak bank dari hasil survey nasabah yang datang ke bank, mereka mendapatkan informasi dari metode menjemput bola “getok tular” ini.⁴¹

⁴¹ Wawancara dengan Edi Fitriadin, Penaksir Emas di BPRS Metro Madani kantor Cabang Jatimulyo, pada tanggal 4 april 2019

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah prinsip strategi pengembangan produk yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah yaitu mengandalkan pola tradisional yaitu dengan menggunakan sistem jemput bola, meningkatkan pelayanan yang ditunjukan kepada calon nasabah dengan dukungan sarana dan prasarana untuk memudahkan pelayanan dan kenyamanan calon nasabah, Menjaga harta benda produk gadai emas dengan penuh tanggung jawab dan amanah.

Strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya meningkatkan minat nasabah pada PT BPRS Metro Madani dilakukan dengan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni dengan menggunakan 4P yaitu *Place* (tempat), *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi).

Place (tempat) dilakukan dengan pemilihan tempat pemasaran yakni lektak kantor dan pemasaran yang strategis. *Product* (produk) dilakukan dengan menawarkan produk berdasarkan syariat islam yang terbebas dari riba. *Price* (harga) dilakukan dengan harga sesuai *standar harga emas* (SHE). *Promotion* (promosi) dilakukan dengan melakukan promosi yang bervariasi yaitu penyebaran brosur, spanduk dan getok tular.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan diharapkan untuk terus mempertahankan pemasaran karena persaingan saat ini bagi perusahaan lebih memngutamakan pelayanan dikarenakan produk Yang telah banyak diterbitkan oleh perusahaan lain. Selain itu, untuk menjangkau kalangan remaja bank dapat melaksanakan pemasaran dengan memanfaatkan jejaring sosial atau media internet karena tidak hanya untuk menjangkau kalangan remaja melainkan menjangkau para pembisnis yang disibukan oleh aktifitasnya akan memilih layanan yang dapat diterimanya tanpa harus meluangkan waktu untuk sekedar mendengarkan wiraniaga mempromosikan produknya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk melaksanakan penelitian mengenai faktor pemasaran produk melalui media elektronik secara lebih mendalam dengan memperhatikan perkembangan teknologi ynag semakin cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perbankan Syari'ah*, (Bandung :PT. Rafika Aditama,2009)
- Adiwarman A. Karim,*Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta:Dar Al-Muslim,2004)
- Andri Soemita, *Bankdan Lembaga Keuangan Syariah*,(Jakarta:Kencana,2010)
- Ascarya,*Akad dan Produk Bank Syariah*,(Jakarta: Rajawali Pers,2013)
- Edi Kusnadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ramayana Pres dan STAIN Metro, 2008)
- Imam Mustofa,*Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Depok:PT RajaGrafindo Persada,2016)
- Irham Fahmi,*Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*,(Bandung:Alfabet,2014)
- Kasmir, *Kewirausahaan*,(Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2013)
- M. Nur Rianto ,*Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*,(Bandung: CV Pustaka Setia,2012)
- M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* ,(Bandung: Alfabeta,2012)
- M.Mursid, *Manajemen Pemasaran* ,(Jakarta: PT Bumi Aksara,2003)
- Mahmud, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011)
- Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3S, 1995)
- Muhammad Syafi'i Antonio,*Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*,(Jakarta:Gema Insani,2011)
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* , (Bandung :CV Pustaka Setia,2015)
- Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cet. 19

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), Cet. 12

Suhendi, *pengantar bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014)

Suraya Murcatiningrum, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandar Lampung: Ta'lim Press, 2013), h. 29

Sutrisno Hadi, *Metodologi Reasearch Jilid 1*, (Yoyogyakarta: UGM, 1994)

W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Grasindo, 2002)

LAMPIRAN

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI SYARIAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT NASABAH PADA PT. BPRS METRO MADANI

A. Dokumentasi

1. Sejarah berdirinya BPRS Metro Madani?
2. Visi dan misi BPRS Metro Madani?
3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani KC Jatimulyo?
4. Produk BPRS Metro Madani KC Jatimulyo?

B. Wawancara (*interview*)

Wawancara kepada bagian penaksir rahn dan marketing di BPRS Metro Madani kc.Jatimulyo

1. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas di BPRS Metro Madani?
2. Apa saja strategi yang diterapkan di BPRS Metro Madani?
3. Apa saja persyaratan gadai emas di BPRS Metro Madani?
4. Apa saja manfaat dari gadai emas di BPRS Metro Madani?
5. Jenis barang apa saja yang boleh digadaikan?
6. Bagaimana prosedur dalam menggadaikan emas?
7. Bagaimana upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk gadai?

Pembimbing I



Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19900103 201503 2 010

Metro, Agustus 2019
Mahasiswa Ybs,



Maida Ambar Wati
NPM. 1602080033



**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-1388/In.28.3/PP.00.9/05/2019
Lampiran :-
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

28 Mei 2019

Kepada Yth:
Era Yudistira, M.Ak.
di - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Maida Ambar Wati
NPM : 1602080033
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. BPRS Metro Madani

Dengan ketentuan :

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

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Maida Ambar Wati
NPM : 1602080033

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

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu/ 14-12 8	✓	- Lengkapi daftar pustaka dan lampiran lainnya. - perbaiki kesm- pulan sesuai dg saran yg diberikan. Ace uti di managesikan. 16-12 8	ef ef ef

Dosen Pembimbing

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19900103 201503 2 010

Mahasiswa Ysb,

Maida Ambar Wati
NPM. 1602080033








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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Maida Ambar Wati
NPM : 1602080033

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

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kabu/ 31-19 7	✓	- fenomena di lapangan belum muncul di latar belakang - harus disertai data dukung baik sifatnya kuanti/kualitatif.	 
	Senin/ 17-19 7	✓	- apakah observasi perlu dilakukan? apa alasannya. - istilah asing ketik miring. - pengisian tabel diberikan judul serta sumbernya.	  

Dosen Pembimbing



Era Yudistira, M.Ak.

NIP. 19900103 201503 2 010

Mahasiswa Ysb,



Maida Ambar Wati

NPM. 1602080033



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

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






FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Maida Ambar Wati

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 PBS

NPM : 1602080033

Semester/TA : VI/2019/2020

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat/ 02/ - 19/8		- hasil wawancara disajikan secara terstruktur sesuai dg teori yg di gunakan dan di sajikan pd Bab 2.	
	Selasa/ 13/ - 19/8		- deskripsikan ter lebih dahulu mengenai produk rumah gadai. Berikan	
			- hilangkan pembahasan yg tidak perlu sesuai arahan.	
			- hasil wawancara cukup disajikan dg analisa berdasarkan teori.	
			- cover disesuaikan dg pedoman yg ada.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ysb,


Era Yudistira, M.Ak.

NIP. 19900103 201503 2 010


Maida Ambar Wati

NPM. 1602080033






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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Maida Ambar Wati
NPM : 1602080033

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

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis/ 01/10/19		- landasan teori menyesuaikan dg bahan kajian yg akan diteliti. - pd pembahasan TA berbeda dg penyajian laporan magang, harus terfokus dg apa yg diteliti. - teori yg ada pd bab 2 dijadi- kan dasar/patokan pd penyajian pembahasan.	  

Dosen Pembimbing

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19900103 201503 2 010

Mahasiswa Ysb,

Maida Ambar Wati
NPM. 1602080033



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

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-736/In.28/S/OT.01/08/2019**

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

Nama : MAIDA AMBAR WATI
NPM : 1602080033
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 Perbankan Syariah
Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1602080033.

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, 21 Agustus 2019
Kepala Perpustakaan


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



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



GADAI EMAS SYARIAH

"DANA CEPAT SESUAI SYARIAH"

MANFAAT & KEMUDAHAN

- Proses MUDAH dan CEPAT
Proses pencairan dana relatif singkat
- Sesuai SYARIAH (bebas dari ribaa)
Sesuai syariah (Fatwa MUI-Dewan Syariah Nasional)
- Asuransi barang jaminan
Barang jaminan diansuransikan secara syariah
- Biaya terjangkau
Hanya dikenakan biaya penitipan mulai
Rp. 5.500,-/gram/bulan (Harga dapat berubah sewaktu-waktu)
- Jangka waktu fleksibel.
- Dapat diperpanjang
- Dapat Diangsur

SYARAT ADMINISTRATIF

- Identitas diri (KTP/SIM) atau identitas lainnya.
- Jaminan berupa Emas (berat minimal 1 gram, kadar minimal 80% / 20 K)
- Surat emas (tidak diwajibkan)

Kantor Pusat :

Jl. Diponegoro No.5 Metro Pusat, Kota Metro - Lampung
Telp. (0725) 44365 Faks : (0725) 49069
e-mail : bprsmetrokadani@gmail.com

Kantor Cabang Jatimulyo :

Jl. Senopati No. 369 Blok II Jatimulyo Kec. Jati Agung
Telp. (0721) 8011920 Faks : (0721) 8011920

RAHN GADAI EMAS SYARIAH

**BUTUH
DANA CEPAT**

*Proses Cepat, Mudah
dan Bebas Biaya Admin*



Ilustrasi RAHN (Gadai Emas Syariah)

Standar Harga Emas (SHE) Rp. 540.000 Per Gram

Berat	Jenis Emas	Pinjaman*	Ijarah / Sewa / Bulan **
1	Logam Mulia	Rp. 486.000	Rp. 7.200
	Perhiasan 24 K	Rp. 476.000	
5	Logam Mulia	Rp. 2.400.000	Rp. 36.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 2.350.000	
10	Logam Mulia	Rp. 4.850.000	Rp. 72.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 4.750.000	
15	Logam Mulia	Rp. 7.290.000	Rp. 108.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 7.100.000	
20	Logam Mulia	Rp. 9.700.000	Rp. 144.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 9.500.000	
35	Logam Mulia	Rp. 17.000.000	Rp. 252.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 16.650.000	
42	Logam Mulia	Rp. 20.400.000	Rp. 303.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 20.000.000	
55	Logam Mulia	Rp. 26.700.000	Rp. 396.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 26.200.000	
105	Logam Mulia	Rp. 51.000.000	Rp. 756.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 50.000.000	
150	Logam Mulia	Rp. 72.900.000	Rp. 1.080.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 71.400.000	
210	Logam Mulia	Rp. 102.000.000	Rp. 1.512.000
	Perhiasan 24 K	Rp. 100.000.000	



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



Catatan :

* Harga SHE Dapat Berubah Setiap Waktu.

** Harga Sewa Dapat Berubah Sewaktu-waktu.

RIWAYAT HIDUP



MAIDA AMBAR WATI dilahirkan di Adijaya, kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah pada Tanggal 05 Mei 1998. Merupakan putri ke dua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Sumarno dan Ibu Sunarsih.

Pendidikan dasar penulis di tempuh di SD Negeri 1 Adijaya selesai pada tahun 2010, kemudian melanjutkan di SMP Negeri 2 Terbanggi Besar selesai pada tahun 2013, selanjutnya menempuh pendidikan di SMK Negeri 1 Terbanggi Besar selsai pada tahun 2016 , lalu melanjutkan pendidikan di IAIN Metro PROGRAM Diploma tiga (D-III) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam di mulai dari semester 1 pada tahun ajaran 2016/2017