

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOGAM MULIA
DI UNIT PEGADAIAN SYARIAH BONDOWOSO**

S K R I P S I

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

**AULIA MULTAZAM
NIM. 083 143 041**

Pembimbing

**Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I
NIP. 19770914 200501 2 004**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2020**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOGAM MULIA
DI UNIT PEGADAIAN SYARIAH BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh

AULIA MULTAZAM
083143041

Disetujui Pembimbing



Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I
NIP. 19770914 200501 2 004

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOGAM MULIA DI UNIT PEGADAIAN SYARIAH BONDOWOSO

SKRIPSI


Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 30 April 2020

Tim Penguji

Ketua



Muhammad Syaiful Anam, M.Ag
NIP. 19711114 200312 1 002

Sekretaris



Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu M.Si
NIP. 19750905 200501 2 003

Anggota:

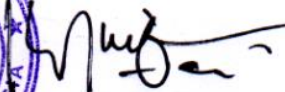
1. Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I.
2. Hj. Mariyah Ulfah, S.Ag., M.E.I.

()
()

Menyetujui



Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

❦ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَثِمَ بَعْضُكُم بَعْضًا
فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۚ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا
فَأِنَّهُ رَءِءَاءٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya :” Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa menyembunyikannya sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S Al-baqarah : 283)

IAIN JEMBER

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan segenap rasa syukur yang mendalam kepada Allah STW, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Nur Hida AR dan Ibu Masyitoh yang selalu memberikan kasih dan sayang, motivasi dan curahan hati dengan penuh kesabaran serta Ikhlas, membesarkan dan membiayai baik materil maupun spriritual serta mengalirkan doa untuk kebahagiaan putranya di dunia dan akhirat demi keberhasilan beliau memberikan yang terbaik bagi putranya.
2. Guru-guru saya mulai kecil hingga dewasa nanti seperti sekarang tanpa terkecuali, muali dari guru ngaji, guru SD sampai SMA, serta para Dosen di IAIN Jember yang telah ikhlas membimbing, memberi arahan kebaikan dan menularkan banyak ilmu pengetahuan, khususnya para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Terimakasih kepada Ibu Dosen pembimbing Hj. Mariya Ulfah yang sabar membimbing saya mulai dari Proposal sampai Skripsi ini selesai, juga sebagai motivasi dan curahan hati.
4. Terimakasih Adik Siti Anisah yang selalu memberi semangat, serta selalu mau direpotkan ketika saya membutuhkan. Selalu menemani mulai dari awal sampai skripsi ini selesai.
5. Untuk teman-temanku yang mana sudah saya anggap saudara sendiri selama kurang lebih 5 tahun bersama dalam suka maupun duka yang

tergabung dalam naungan Perbankan Syariah (J1) yang selalu memberikan motivasi dan semangat.

6. Untuk Unit Pegadaian Syariah Bondowoso yang telah sudi menjadi Objek penelitian skripsi ini, Terimakasih kerjasamanya.
7. Terimakasih untuk Ibu Sri Amaliyah yang selalu sabar serta Ikhlas membantu saya menyelesaikan penelitian dari awal sampai selesai.
8. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, dan semua sahabat-sahabatku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, kalian semua luar biasa.
9. Almamaterku IAIN Jember.



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Robbil ‘Alamin, segala puji bagi Allah SWT dan syukur saya panjatkan tanpa pertolongan Allah SWT. Selama empat tahun berjuang tanpa Do’a rasanya mustahil untuk bisa mencapai akhir. Semoga barokah.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa Iman dan Islam menjadi panutan kehidupan umat di dunia hingga akhirat.

Selanjutnya tugas akhir ini (Skripsi), bukanlah karya yang sempurna tapi sebagai bentuk pembelajaran dalam dunia akademis. Maka dari itu, sudah pasti ada kesalahan. Dengan demikian setidaknya menjadi ukuran proses selama lima tahun. Jerih payah ini terutama dalam judul skripsi Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso. Tanpa bantuan semua pihak skripsi ini tidak akan selesai dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan banyak terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE,MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifai, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE,M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah
4. Ibu Hj. Mariyah Ulfah M.E.I selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan nasihat dan arahan selama penyusunan Skripsi ini.

5. Segenap Dosen IAIN Jember khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan pada kami mudah-mudahan bermanfaat. Amin.
6. Segenap Unit Pegadaian Syariah Bondowoso
7. Dan semua pihak yang telah membantu baik Materil maupun non Materil dalam penyelesaian penulisan Skripsi.

Tiada balasan yang dapat penulis sampaikan kecuali ucapan “ *Jaza Kumullah kharul jaza* “ dan semoga amal baktinya diterima oleh Allah SWT.

Dalam pembuatan Skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun penulis menyadari apabila ditinjau dari kaca mata keilmuan, masih jauh dari kata sempurna. Karena kesempurnaan hanya milik Allah semata. Oleh karena itu penulis selalu mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ni.

Akhirnya penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya kepada pembaca pada umumnya. Amin.

Jember, 20 Maret 2020

Penulis

ABSTRAK

Aulia Multazam, Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I *Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso*

PT Pegadaian (Persero) cabang Syariah Bondowoso Merupakan salah satu Unit Pegadaian Syariah yang ada di Bondowoso. Unit Pegadaian Syariah ini menawarkan Produk-Produk gadai berbasis Syariah sehingga investasi emas kepada masyarakat, salah satunya produk logam mulia seperti tabungan emas yang menjadi andalannya. Pegadaian awalnya adalah suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa kredit pada masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman dan berubahnya logo PT. Pegadaian (Persero) tidak hanya memberikan jasa kredit dengan sistem gadai saja namun telah merambah ke bisnis penjualan Logam Mulia atau Emas batangan/lantaran bersertifikat dengan sistem angsuran. Begitupun dengan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Unit Bondowoso yang menyediakan produk dengan nama MULIA, merupakan layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Tabungan emas ini merupakan layanan pembelian dan penjualan emas ini dapat berupa cicilan maupun arisan yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

Fokus penelitian ini adalah : 1) bagaimana Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?, 2) bagaimana Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?.

Tujuan Penelitian ini adalah : 1) untuk mengetahui Implementasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso. 2) Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

Metode yang dipakai adalah pendekatan kualitatif yang menjelaskan tentang situasi, kegiatan atau peristiwa maupun fenomena tertentu baik menyangkut manusianya maupun hubungannya dengan manusia lainnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui Observasi, Wawancara, dan dokumentasi. Jenis penelitian ini adalah Empiris dapat di deskripsikan secara jelas dan akurat.

Hasil Penelitian ini adalah :1) Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso sudah dijalankan dengan baik, dengan cara melakukan Inovasi di Pegadaian untuk menarik Nasabah, mengadakan literasi ke setiap sekolah lembaga dan menyebarkan brosur. 2) Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso. Strategi pemasaran yang diutamakan di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso yaitu menemukan dan memenuhi kebutuhan pasar, mencintai pelanggan, berusaha menjual apa yang dapat dijual, mampu menghargai pelanggan dengan nilai, mutu dan kepuasan.

ABSTRACT

Aulia Multazam, Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I Analysis of Marketing Strategy for Precious Metal Products in Bondowoso Syariah Pawnshop Unit

PT Pegadaian (Persero) Syariah Branch Bondowoso Is one of the Syariah Pegadaian Units in Bondowoso. The Sharia Pegadaian Unit offers Sharia-based pawning products so that gold investment is offered to the community, one of which is precious metal products such as gold savings that are its mainstay. Pegadaian was originally a financial institution engaged in credit services in, asyariat. Along with the times and changes in the logo of PT. Pegadaian (Persero) not only provides credit services using the pawn system, but has penetrated the business of selling Precious Metals or Gold bars / because it is certified with an installment system. Likewise with PT. Pegadaian (Persero) Syariah Branch Unit Bondowoso that provides products under the name NOBLE, is a gold bar sales service to the public in cash or installments with an easy process and flexible time period. This gold saving is a gold buying and selling service that can be in the form of installments and social gathering that makes it easy for people to invest in gold.

The focus of this research is: 1) how is the Implementation of Precious Metal Product Marketing in Bondowoso Syariah Pawnshop Unit?

The objectives of this study are: 1) to find out the Implementation of Precious Metal Products in Bondowoso Syariah Pawnshop Unit. 2) To find out the Marketing Strategy of Precious Metal Product Investment in Bondowoso Syariah Pawnshop Unit.

The method used is a qualitative approach describing situations, activities or events or phenomena both related to humans and their relationships with other humans. Data collection techniques used are through observation, interviews, and documentation. This type of research is Empirical can be described clearly and accurately.

The results of this study are: 1) The implementation of the Marketing of Precious Metal Products in the Bondowoso Syariah Pawnshop Unit has been carried out well, by carrying out Innovations in Pegadaian to attract customers, hold literacy to every institution's school and distribute brochures. 2) Investment Strategy for Precious Metals Product Investment in Bondowoso Syariah Pegadaian Unit. The preferred marketing strategy in the Bondowoso Syariah Pegadaian Unit is finding and meeting market needs, loving customers, trying to sell what can be sold, being able to value customers with value, quality and satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis	8
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori	18
1. Tjauan Umum Tentang Rahn (Gadai)	18
2. Teori Strategi Pemasaran	21

BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Subyek Penelitian.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Analisis Data	34
F. Keabsahan Data.....	35
G. Tahap-tahap Penelitian.....	36
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	38
A. Gambaran Obyek Penelitian	38
B. Penyajian Data dan Analisis Data.....	54
1. Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Bondowoso	55
2. Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso	57
C. Pembahasan Temuan.....	59
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran-saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 17



DAFTAR BAGAN

BAGAN 4.1 41



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam Merupakan Agama yang tidak hanya berkaitan dengan masalah ritual, tapi Islam adalah Agama yang memiliki sistem yang *Komprehenship* dan *Universal*.¹ Artinya Bahwa *Komprehenship* berarti Syariah Islam menerangkan Seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (*Mu'amalah*). Sedangkan *Universal* berarti bahwa Syariah Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai hari kiamat.

Saat ini, semakin banyak masyarakat dunia yang sadar tentang kegiatan bermuamalah secara Islam. Salah satu buktinya adalah pesatnya perkembangan minat mereka terhadap ekonomi Islam. Pada saat ini perkembangan jumlah lembaga keuangan Syariah semakin meningkat, hal ini menyebabkan persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar semakin tajam. PT. Pegadaian Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang sangat penting dalam menunjang pertumbuhan perekonomian Syariah.

Pegadaian Menurut kitab Undang-undang hukum perdata pasal 1150 disebutkan : “ gadai adalah salah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang yang berhutang atau oleh seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara di dahulukan dari pada orang uang

¹ Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Cetakan Pertama, Gema Insani : 2001),4

berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan.²

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Bondowoso merupakan salah satu Unit Pegadaian Syariah yang ada di Bondowoso. Unit Pegadaian Syariah ini menawarkan Produk-produk gadai berbasis Syariah hingga investasi emas kepada masyarakat, salah satunya produk logam mulia seperti tabungan emas yang menjadi andalannya.

PT. Pegadaian (Persero) pada awalnya adalah suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa kredit pada masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman dan berubahnya logo PT. Pegadaian (Persero) tidak hanya memberikan jasa kredit dengan sistem gadai saja namun telah merambah ke bisnis penjualan Logam Mulia atau Emas batangan/lantakan bersertifikat dengan sistem angsuran.³

Begitupun juga dengan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Unit Bondowoso yang menyediakan produk dengan nama MULIA, merupakan layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang *fleksibel*.⁴ Tabungan Emas ini merupakan layanan pembelian dan penjualan emas ini dapat berupa cicilan maupun arisan yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

² Nurul Setianingrum, *Lembaga keuangan Syariah*, (Jember : STAIN Jember Press, 2013), 223

³ Agung Budi Setyawan, Skripsi “ *Analisis Strategi Pemasaran Produk Mulia PT Pegadaian (Persero) Cabang Kranggan, Bekasi*”, Bogor IPB, 2014., 2-3

⁴ www.pegadaian.co.id/pegadaian-mulia.php. diakses 6 Desember 2019

Strategi Pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi Pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.⁵ Strategi Pemasaran sebagai ujung tombak dari suatu rencana pemasaran dan sangat diperlukan dalam suatu perusahaan yang bertujuan agar rancangan yang telah dibuat dapat meminimalisir hambatan-hambatan yang ada.

Dalam menawarkan produknya maka terjadi persaingan antara pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional sehingga perlu adanya inovasi produk dalam masing-masing lembaga tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk yang di tawarkan.

Menurut Informasi Ibu Amalia, sejak awal meluncurnya Produk tersebut hingga sekarang ini peminatnya semakin meningkat di Pegadaian Syariah Unit Bondowoso, jumlah nasabah setiap bulannya meningkat. Meskipun Umur Pegadaian Unit Bondowoso dikategorikan Masih sangat Muda tapi sudah mampu melampaui Target.

Pegadaian Syariah Unit Bondowoso selalu ada rancangan-rancangan dan menyusun Strategi Pemasaran untuk menghadapi persaingan yang efektif agar masyarakat bisa mengenal dan mengerti tentang produk atau jasa yang di tawarkan, dengan produk yang ditawarkan sehingga akan berpengaruh

⁵ Sofjan Assauri, *manajemen Pemasaran* (Dasar, konsep dan strategi), (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004).,168

terhadap tingkat penjualan Logam Mulia yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah nasabah.

Pegadaian Syariah sebagai lembaga keuangan syariah yang menjual produk-produk syariah dituntut untuk mampu menerapkan pemasaran syariah dalam memasarkan produknya.

Misalnya : selama wabah corona, harga emas pegadaian melonjak 21 persen. Jakarta, sepanjang tahun ini hingga akhir pekan kemarin, harga emas pegadaian telah mencatat kenaikan 21 persen sehingga menjadikan logam mulia sebagai salah satu safe haven ditengah pandemi covid 19. Sekretaris perusahaan pt pegadaian (persero) amoeng widodo menyebutkan, pada bulan januari, emas masih bertengger dikisaran Rp 700.000/gram dan hingga akhirnya pekan ini berada diatas Rp 900.000/gram, tepatnya Rp 939.000/gram (per 27 april 2020). Menurut Amoeng, ditengah kondisi pandemi seperti saat ini, banyak orang kebingungan untuk memilih menjual atau menyimpan emas mereka. Pasalnya dalam kondisi tak menentu, masyarakat cenderung untuk memilih investasi yang paling aman dengan resiko rendah.

Saat terjadi kenaikan harga emas seperti saat ini, menabung emas adalah pilihan yang bijak. Hal ini dikarenakan menabung dalam bentuk emas merupakan investasi yang paling menguntungkan dan bersifat likuid atau mudah dicairkan. untuk memberikan kemudahan dalam menabung emas, amoeng mengungkapkan bahwa pegadaian telah menyediakan fasilitas tersebut melalui produk tabungan emas pegadaian sejak 2014. Produk tersebut memiliki sejumlah keunggulan yaitu pembelian dengan harga terjangkau,

transaksinya sangat mudah dan aman. Tabungan emas pegadaian merupakan tabungan keluarga karena bisa dimiliki anak dan orang tua.

Adapun biaya administrasi untuk menjadi nasabah sebesar Rp 10.000 (saat awal buka) dan biaya simpanan sebesar Rp 30.000/tahun. Pegadaian mencatat hingga saat ini terdapat kurang lebih 5,3 juta nasabah yang memiliki produk tabungan emas per maret 2020. Produk tabungan emas dapat dimiliki melalui transaksi digital melalui aplikasi pegadaian digital dan beberapa market place yang sudah bekerja sama. Transaksi digital dalam menabung ditabungan emas pegadaian pun cukup mudah, bisa dilakukan dengan cara transfer bank. Top up saldo tabungan emas juga dapat dilakukan melalui ATM ataupun secara online melalui channel perbankan. Artinya nasabah tidak perlu datang ke outlet.

Untuk transaksi secara manual, tabungan emas pegadaian dapat diakses masyarakat melalui transaksi di 4.115 outlet dan 9.674 agen yang tersebar diseluruh Indonesia. Produk tabungan emas ini memiliki keunggulan bisa dijual kembali (buyback) ke pegadaian bila sewaktu waktu nasabah memerlukan dana dengan harga emas tertinggi. Keunggulan lain dengan memiliki tabungan emas adalah, selain bisa dijual kembali juga bisa dijadikan agunan gadai, diwujudkan fisik berupa logam mulia atau perhiasan, hingga menjadi agunan biaya naik haji dan umroh. 6

⁶ <https://amp-kompas-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com>

Dari Pemasaran diatas maka dalam kesempatan ini, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana Strategi pemasaran yang dilakukan di PT. Pegadaian Syariah Unit Bondowoso dalam meningkatkan Jumlah Nasabah. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil Judul “ **Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso**”

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Fokus penelitian disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang digunakan dalam bentuk kalimat tanya.

Fokus penelitian yang di maksud (dalam metode penelitian) berarti masalah utama yang menjadi objek penelitian. Maka dari itu untuk mengarahkan sekaligus memberikan batasan yang jelas dalam pembahasan ini, fokus masalah yang dapat penulis rumuskan adalah :

1. Bagaimana Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso ?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan karena memiliki Tujuan, Tujuan utama suatu penelitian adalah memecahkan permasalahan yang jelas dalam latar belakang dan fokus masalah, maka peneliti menuliskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.
2. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

D. Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian Tujuan yang ingin dicapai dimana yang sudah di jelaskan sebelumnya, dalam penelitian ini diharapkan beberapa manfaat yang di peroleh dari penelitian tersebut sebagai bentuk aplikasi dari hasil penelitian.

Dalam penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember manfaat peneliti berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis maupun parktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.⁷

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan berguna untuk memberikan kontribusi
- b. Penelitian ini diharapkan sebagai pencerahan pemikiran bagi khasanah ilmu pengetahuan, khususnya mengenai permasalahan tentang Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Pegadaian Syariah.
- c. Hasil dalam penelitian ini agar dapat dipakai sebagai bahan acuan untuk memahami masalah Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia tersebut.

⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember : IAIN Jember Press, 2017),.45

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran untuk masyarakat di Jember khususnya dalam melihat praktik Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia yang ada di Pegadaian Syariah.

a. Bagi Masyarakat

Sebagai salah satu bentuk informasi pengetahuan yang bisa di praktekkan dalam Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk untuk menunjukkan eksistensi keserjanaan seorang serta referensi bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan Perbankan Syariah.

2) Dapat memberikan motivasi pada generasi penerus untuk pembuatan proposal atau karya ilmiah lain yang sehingga dapat mengharumkan Almamater IAIN Jember.

3) Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi penelitian ilmiah yang dapat di jadikan laporan serta tugas strata 1 (satu) Perbankan Syariah menjadi referensi untuk kajian-kajian keilmuan berikut.

E. Definisi Istilah

Sebagai gambaran dalam memahami suatu pembahasan, maka perlu sekali adanya pendefinisian yang bersifat operasional terhadap judul dalam tulisan skripsi ini, agar mudah dipahami serta jelas tentang arah dan tujuan

Skripsi ini. Definisi istilah di dalam judul peneliti. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.⁸

1. Analisis

Adalah Proses untuk mengetahui dan memahami fenomena suatu obyek dengan memanfaatkan berbagai informasi yang tersedia.⁹

2. Strategi Pemasaran

Adalah Pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran,dalam hubungandengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.¹⁰

3. Produk

Adalah suatu yang ditawarkan kepada konsumen (Nasabah) untuk mendapatkan perhatian, untuk memiliki, digunakan untuk dikonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.¹¹

4. Mulia

Adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mullia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah

⁸ Tim Penyusun IAIN Jember, Pedoman Penulisan karya ilmiah, (Jember, IAIN Jember Press, 2014),73

⁹ Ratminto dan Septi Antik Winarsih, Manajemen Pelayanan, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005),2

¹⁰ <https://majidbsz.wordpress.com/2008/06/30/pengertian-konsep-definisi-pemasaran/>

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta, kencana, 2005),.63

haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematikan pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi di mulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Dengan format penulisan dalam bentuk deskriptif.

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab dan masing-masing di susun dalam sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab satu adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, Fokus penelitian, Tujuan penelitian, Serta definisi istilah dan bab satu di akhiri sistematika pembahasan.

Bab dua, pada bab ini tentang penelitian terdahulu dua kajian teori yang erat kaitannya dengan masalah yang sedang di teliti yaitu Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

Bab tiga, pada bab ini menguraikan secara jelas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, Lokasi penelitian, Subjek penelitian, Pengumpulan data, Analisis data, Keabsahan data dan Tahap-tahap penelitian.

Bab Empat adalah laporan hasil penelitian di lapangan yang ada pada hakikatnya merupakan data-data yang dihasilkan melalui teknik pengumpulan data yang digunakan untuk analisis sesuai dengan teknik yang diterapkan

dalam pembahasan skripsi ini. Pada bab ini membahas tentang bagaimana Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

Bab Lima, pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan terhadap permasalahan yang telah diuraikan serta saran bagi semua pihak terkait dengan Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penelitian mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitiann yang sudah terpublikasikan (Skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya). Dengan ini melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.¹²

Dalam penelitian ini penulis memaparkan tiga penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan di teliti yaitu tentang Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia.

1. Skripsi yang disusun Oleh Jasmawati yang berjudul “ Kontribusi Produk Logam Mulia (Murabahah Emas Logam Mulia Untuk Investasi Abadi) dalam meningkatkan kesejahteraan Ekonomi nasabah Pegadaian Syariah Cabang H.R Soebrantas Panam”.¹³

Hasil penelitian dari Skripsi tersebut, Fokus Permasalahan adalah :

- a) bagaimana Operasional Produk Logam Mulia pada Pegadaian Syariah Cabang H.R Soebrantas panam ?, b) bagaimana kontribusi produk mulia pada pegadaian syariah cabang H.R soebrantas dalam meningkatkan kesejahteraan Ekonomi Nasabah?, c) bagaimana tinjauan ekonomi islam

¹² IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya ilmiah* (Jember : IAIN Jember Press, 2017),85

¹³ Jasmawati, dengan Judul “ *Kontribusi Produk Mulia (Murabahah Emas Logam Mulia untuk Investasi Abadi) dalam meningkatkan kesejahteraan Ekonomi Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang H.R Soebratas Panam.* (Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012)

terhadap kontribusi produk logam mulia pada pegadaian syariah cabang H.R Soebrantas panam?

Adapun kesimpulan dari Skripsi ini yaitu : pegadaian syariah Cabang H.R Soebrantas panam merupakan lembaga keuangan lainnya yang menawarkan produk mulia (Murabahah Emas Logam Mulia untuk investasi abadi) secara tunai maupun kredit diharapkan lebih disosialisasikan kepada masyarakat untuk memiliki logam mulia secara tunai maupun kredit sebagai salah satu alternatif investasi.

Ditinjau dari pemaparan hasil skripsi tersebut perbedaan dengan skripsi ini terletak pada fokus penelitian. Sedangkan dalam penelitian ini yaitu bagaimana implementasi pemasaran produk logam mulia dan bagaimana strategi pemasaran pada produk logam mulia.

Untuk kesamaan terletak pada sama-sama meneliti tentang Produk Logam Mulia yang mana sama-sama mempertanyakan tentang Produk Logam Mulia.

2. Skripsi yang disusun Oleh Agung Budi Setyawan yang berjudul “ Analisis Strategi pemasaran Produk Logam Mulia PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kranggan, Bekasi “¹⁴

Hasil penelitian dari Skripsi tersebut, fokus permasalahan adalah : a) faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi rumusan strategi pemasaran PT. Pegadaian (persero) Cabang Kranggan?, b) bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk PT. Pegadaian

¹⁴ Agung Budi Setyawan, “*Analisis Pemasaran Produk Logam Mulia PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kranggan Bekasi*”,(Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor,2014).

(Persero) Cabang Kranggan?, c) bagaimana strategi pemasaran yang tepat dan sesuai sebagai pilihan keputusan yang dapat direkomendasikan kepada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kranggan?.

Adapun kesimpulan dari Skripsi tersebut yaitu : a) beragam faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi rumusan strategi pemasaran pada PT. Pegadaian (Persero) cabang Kranggan adalah terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman kekuatannya terdiri dari kemudahan pelayanan dan transaksi, jangka waktu fleksibel, outlet mulia yang tersebar dan SDM yang berkualitas, sedangkan kelemahannya adalah kualitas pelayanan yang belum sesuai dengan keinginan nasabah, tingkat margin yang lebih tinggi, kurang efisien distribusi mulia dan pelayanan jual beli kembali yang masih terpusat, peluang yang mampu dimanfaatkan oleh perusahaan adalah harga emas yang fluktuatif, jumlah penduduk yang terus bertambah, sistem online pegadaian dan minat masyarakat terhadap emas bersertifikat. Adapun ancaman bagi perusahaan seperti munculnya pesaing baru produk sejenis, kelompok arisan LM masyarakat, jaringan internet yang lemah dan strategi promosi pesaing, b) alternatif strategi pemasaran yang tepat adalah (i) melakukan cross selling terhadap nasabah produk gadai (produk inti),(ii) memberikan kemudahan akses informasi bagi masyarakat terhadap produk mulia, (iii) pemanfaatan outlet tersebar untuk mendapatkan nasabah baru. (c) strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan pilihan keputusan yang dapat direkomendasikan kepada PT.

Pegadaian (Persero) cabang Kranggan adalah (1) pemberian diskon margin secara berkala untuk program kelompok masyarakat, (2) memberikan kemudahan akses informasi bagi masyarakat terhadap produk mulia, (3) pengajuan penambahan pegawai untuk meningkatkan pelayanan secara simpatik dan penjualan produk mulia.

Ditinjau dari pemaparan hasil Skripsi tersebut perbedaan dengan Skripsi ini terletak di fokus masalah yang mana skripsi tersebut ingin mengetahui faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran, sedangkan dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi pemasaran produk logam mulia.

Untuk kesamaan terletak pada produk yang diteliti yaitu sama-sama meneliti tentang Produk Logam Mulia yang ada di Pegadaian Syariah.

3. Skripsi yang disusun Arma Safitri yang berjudul “Pengaruh penjualan Produk Logam Mulia Terhadap Peningkatan Pendapatan pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere”.¹⁵

Hasil penelitian dari Skripsi tersebut, Fokus Permasalahan adalah :

- a) bagaimana pengaruh penjualan produk Logam Mulia dalam meningkatkan pendapatan Pegadaian Syariah Cabang Cinere?, b) kendala apa saja yang mempengaruhi penjualan produk logam Mulia terhadap Pegadaian Syariah Cabang Cinere?.

¹⁵ Arma Safitri, “ *Pengaruh Penjualan Produk Logam Mulia Terhadap Peningkatan pendapatan pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere*”, Skripsi (Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2011)

Adapun Kesimpulan dari Skripsi tersebut adalah : a) pengaruh penjualan Logam Mulia terhadap peningkatan pendapatan syariah cabang cinere laporan keuangan (periode tahun 2008 s/d 2010) berdasarkan hasil data print out SPSS yaitu sebagai berikut : hasil dari tabel summary, Nilai Adjusted R Square (R^2) adalah 0,286 atau 28,6. Hal ini berarti bahwa 2,86% variable pendapatan pegadaian Syariah (Y) dapat dijelaskan oleh Variable pendapatan penjualan logam mulia (X) artinya pendapatan Pegadaian Syariah (Y) dapat dijelaskan oleh penjualan logam mulia (X) sebesar 2,86%. Sedangkan sisanya 28% ($100\% - 28,6\% = 71,4\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Yang tidak diungkapkan dalam penelitian ini. Produk logam mulia ini masih relative kecil kontribusinya terhdap total pendapatan pegadaian syariah, b) kendala yang dihadapi pegadaian syariah cabang cinere dalam penjualan produk logam mulia : a. Tidak ada stok langsung produk logam mulia di pegadaian syariah, b. Lamanya menunggu pesanan barang (logammulia) dari PT ANTAM ke pegadaian pusat maka harus menunggu satu sampai tiga bulan untuk mendapatkan kiriman barang pesanan nasabah.

Ditinjau dari pemaparan hasil Skripsi tersebut perbedaan dengan skripsi ini terletak di fokus permasalahan yang mana skripsi tersebut menanyakan tentang pengaruh penjualan produk mulia sedangkan skripsi ini menanyakan tentang bagaimana implementasi pemasraan produk logam mulia di pegadaian.

Untuk kesamaan terletak pada produk yang diteliti sama-sama meneliti tentang produk handalan pegadaian syariah yaitu produk logam mulia atau emas.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Jasmawati (2012)	Kontribusi Produk Logam Mulia (Murabahah Emas Logam Mulia Untuk Investasi Abadi) dalam meningkatkan kesejahteraan Ekonomi Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang H.R Soebratas Panam.	fokus penelitian. Sedangkan dalam penelitian ini yaitu bagaimana implementasi pemasaran produk logam mulia dan bagaimana strategi pemasaran pada produk logam mulia.	Untuk kesamaan terletak pada sama-sama meneliti tentang Produk Logam Mulia yang mana sama-sama mempertanyakan tentang Produk Logam Mulia
2	Agung Budi Setyawan (2014)	Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kranggan Bekasi	perbedaan dengan Skripsi ini terletak di fokus masalah yang mana skripsi tersebut ingin mengetahui faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran, sedangkan dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi pemasaran produk logam mulia.	Untuk kesamaan terletak pada produk yang diteliti yaitu sama-sama meneliti tentang Produk Logam Mulia yang ada di Pegadaian Syariah.
3	Arma Safitri (2011)	Pengaruh penjualan Produk Logam Mulia terhadap peningkatan pendapatan pada pegadaian syariah	perbedaan dengan skripsi ini terletak di fokus permasalahan yang mana skripsi tersebut menanyakan tentang pengaruh penjualan produk mulia sedangkan	Untuk kesamaan terletak pada produk yang diteliti sama-sama meneliti tentang produk handalan pegadaian syariah yaitu produk logam mulia atau emas.

		cabang cinere	skripsi ini menanyakan tentang bagaimana implementasi pemasraan produk logam mulia di pegadaian.	
--	--	---------------	--	--

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang teori yang dijadikan sebagai persepektif dalam penelitian. Pembahasan teori yang terkait dengan penelitian secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan penelitian dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan Tujuan penelitian.¹⁶

1. Tinjauan Umum tentang Rahn (Gadai)

a. Pengertian Rahn (Gadai)

Pegadaian menurut kitab Undang-undang Hukum Perdata pasal 1150 disebutkan : “ Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang berhutang atau oleh orang lain atas namanya, dan yang memberikan ekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang

¹⁶ IAIN Jember, *Pedoman Penulisan*, 74

telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan.”¹⁷

Menurut Sayyid Tsabiq dalam kitabnya Fiqih as sunnah menjelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang, gadai atau menyimpan sementara harta milik si peminjam sebagai jaminan atau pinjaman yang diberikan oleh berpiutang (yang meminjamkan). Berarti, barang yang ditiptkan pada si piutang dapat diambil kembali dalam jangka waktu tertentu.¹⁸

b. Landasan Hukum

1) Al-Qur'an

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

Artinya : jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh orang yang berpiutang).¹⁹ (Al-Baqarah ayat :283

2) Al-Hadist

Dari A'masy, dari Ibrahim, dari Al-Aswad, dari Aisyah ra, bahwa Nabi Muhammad Saw membeli makanan dari orang yahudi

¹⁷ Nurul Setianingrum, *lembaga Keuangan Syariah*, (Jember: STAIN Jember Press,2013),.223

¹⁸ Rifqi Muhammad, *Akuntansi Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: P3ei Press, 2008),.66

¹⁹ Al-Qur'an 2:283 9:13

dengan cara ditangguhkan pembayarannya kemudian Nabi menggadaikan baju besinya. (HR.Bukhari)

3) Ijma'

Dari hadis dan ayat diatas, para ulama telah sepakat (Ijma')

bahwa :

- a) Barang sebagai jaminan utang (*Rahn*) dibolehkan (*jaiz*)
- b) Rahn dapat dilakukan baik dalam bepergian (*safar*) maupun tidak dalam *safar*. Pembatasan dengan safar dalam surah Al-Baqarah (2) ayat 283 adalah karena kelaziman saja, maka tidak boleh diambil makna sebaliknya (*mafhum mukhalafah*), karena adanya hadis-hadis yang membolehkan rahn tidak dalam bepergian, disamping itu safar dalam ayat itu karena tidak diperolehnya *katib* (penulis), maka lazimnya tidak perlu *rahn* kecuali dalam *safar*.²⁰

c. Ketentuan Hukum Gadai Syariah

Transaksi Gadai menurut Syariah haruslah memenuhi Rukun dan Syarat Tertentu, yaitu :

- 1) Rukun Gadai : adanya ijab dan kabul : adanya pihak yang berakad, yaitu pihak yang menggadaikan (Rahin) dan yang menerima gadai (Murtahin); adanya jaminan (Marhum) berupa barang atau harta; adanya utang (Marhum bih).

²⁰ Nurul Setianingrum, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jember: STAIN Jember Press 2013),.188

2) Syarat sah gadai : Rahin dan murtahin dengan syarat-syarat : kemampuan juga berarti kelayakan seseorang untuk melakukan transaksi pemikiran, setiap orang yang sah melakukan jual beli sah melakukan gadai. Sighat dengan syarat tidak boleh terkait dengan masa yang akan datang dan syarat-syarat tertentu. Utang (marhum bih) dengan syarat harus merupakan hak yang wajib diberikan atau diserahkan kepada pemiliknya, memungkinkan pemanfaatannya bila sesuatu yang menjadi utang itu tidak bisa dimanfaatkan maka tidak sah, harus dikuantifikasi atau dapat dihitung jumlahnya bila tidak dapat diukur atau tidak dikuantifikasi, rahn itu tidak sah. Barang (marhun) dengan syarat harus bisa diperjual belikan, harus berupa harga yang bernilai, marhun harus bisa dimanfaatkan secara syariah, harus diketahui keadaan fisiknya, harus dimiliki oleh rahn setidaknya harus seizin pemiliknya.²¹

2. Teori Strategi Pemasaran

a. Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani Strategi (Sratos= militer, dan ag= memimpin), yang artinya seni atau ilmu-ilmu untuk menjadi seorang Jenderal.²² Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana njenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat memenangkan perang. Strategi juga dapat diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian

²¹ Andri, Soemitra, *Bank dan Lembaga keuangan Syariah*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUUP: 2009),.385

²² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : ANDI,2002),.3

dan pengguna kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sistem orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.²³ Strategi merupakan daya kreativitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh pemimpin puncak perusahaan sedangkan fokus pemasaran dilakukan oleh manajer pemasaran.²⁴

Dari berbagai definisi diatas, dapat digaris bawahi strategi adalah suatu rencana yang dilakukan oleh pemimpin perusahaan untuk mencapai tujuan berdasarkan sumber-sumber perusahaan yang ada, serta lingkungan yang dihadapi.

b. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.²⁵ Menurut W.Y. Stanton, pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan

²³ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlanga,2012),.33

²⁴ Ibid.,34

²⁵ Philip Kotler,Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2008),.6

dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli maupun potensial.²⁶

Ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya Strategi-strategi yang diterapkan, diantaranya :

- 1) Pedoman yang konsisten bagi pelaksanaan keputusan-keputusan dalam perusahaan.
- 2) Perusahaan lebih menjadi peka terhadap lingkungan.
- 3) Membantu dalam mengambil keputusan.
- 4) Menekan terjadinya peluang-peluang kesalahan dalam penerapan tujuan.
- 5) Meminimalkan efek-efek dari kondisi dan perubahan yang merugikan.²⁷

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang bertujuan untuk memindahkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga memperoleh kepuasan karena kebutuhan dan keinginannya terpenuhi.

c. Strategi Pemasaran

Menurut Bygrave sebagaimana yang dikutip Buchari Alma mendefinisikan strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan Program

²⁶ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2012),.33

²⁷ Philip Kotler,Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2008),.80

pemasaran (Produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha.

Menurut Corey, Strategi Pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling terkait. Kelima elemen tersebut adalah

- 1) Pemilihan pasar, memilih pasar yang akan dilayani.
- 2) Perencanaan produk, meliputi spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan design penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian.
- 3) Pendapatan harga yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
- 4) Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk harga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
- 5) Komunikasi pemasaran (promosi) yang meliputi periklanan, personal selling, promosi penjualan, direct marketing, dan public relation.²⁸

Dari beberapa pengertian strategi pemasaran yang dikemukakan oleh penulis diatas, dapat digambarkan bahwa strategi pemasaran pada hakikatnya merupakan serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

²⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2002), 7

3. Fungsi dan tujuan strategi pemasaran

Fungsi strategi pemasaran yang dijadikan oleh sebuah perusahaan yaitu:²⁹

- a. Menetapkan basis konsumen secara strategis, rasional dan lengkap dengan informasinya.
- b. Mengidentifikasi kebutuhan sekarang dan yang akan datang dari konsumen dan calon konsumen.
- c. Menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen dengan tepat dan menguntungkan, serta mampu membedakan perusahaan dari para pesaing.
- d. Mengkomunikasikan dan mengantarkan produk tersebut kepada pasar sasaran.
- e. Memimpin bidang pemasaran untuk menjadi tenaga kerja yang disiplin, potensial, dan berpengalaman, berdedikasi pada perusahaan dalam mencapai tujuan.

Adapun tujuan dari strategi pemasaran yang dijalankan oleh sebuah perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Menetapkan arah dan tujuan kegiatan yang dijalankan oleh sebuah perusahaan.
- b. Sebagaimana untuk mengantisipasi berbagai permasalahan dan keadaan yang berubah dimasa mendatang

²⁹ Puji winah jurini, kristianti, *Bagian Proyek Pengembangan Kurikulum Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah*, Departemen Pendidikan Nasional, 2003.

- c. Membantu perusahaan dalam peningkatan kegiatan usaha memberikan kemudahan dalam mengontrol dan mengawasi kegiatan dan permasalahan dari sebuah perusahaan.³⁰



³⁰ Fandy tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi Press, 2001, cet ke-5, hlm. 6.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan langkah dan cara dalam mencari, merumuskan, menggali data, menganalisis, membahas dan menyimpulkan masalah dalam penelitian. Secara umum metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.³¹

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif (Deskriptif) yaitu yang menjelaskan tentang situasi, kegiatan atau peristiwa maupun fenomena tertentu baik menyangkut manusianya maupun hubungannya dengan manusia lainnya. Pendekatan ini menggunakan pendapat langsung dari orang-orang yang telah berpengalaman, pandangannya, sikapnya, kepercayaan serta jalan pikirannya.³² Penelitian kualitatif menggunakan data atau informasi dari pihak-pihak yang bersangkutan. Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena ingin melakukan pengamatan-pengamatan mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

Peneliti ini mengungkap tentang Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso merupakan penelitian yang spesifikasinya Empiris. Dikatakan Empiris dapat di deskripsikan secara jelas dan akurat. Sedangkan untuk jenis penelitian menggunakan penelitian

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2016),.2

³² A. Muri Yusuf, *Metode penelitian kuantitati, kualitatif & penelitian Gabungan* ,(Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri : 20017),.331

studi kasus dan lapangan (case study and field study research) adalah (i) penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas; (ii) penelitian penekanannya pada penelitian sosial; (iii) kecenderungan pendekatannya adalah induktif; (iv) penelitian identik dengan penelitian bersifat kualitatif. Subjeknya bisa juga individu, kelompok, institusi atau lembaga, atau masyarakat.³³

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang dijadikan sebagai lapangan penelitian atau tempat dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang desa, organisasi, peristiwa, teks dan sebagainya.

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian didalam Skripsi ini adalah Unit Pegadaian Syariah Bondowoso yang berdomisili di Jl. Imam bonjol kademangan kulon, kademangan, kecamatan Bondowoso, Kabupaten Bondowoso Jawa Timur 68217. Lokasi ini dijadikan penelitian karena Unit Pegadaian Syariah Bondowoso merupakan pegadaian yang umurnya masih muda akan tetapi sudah melampau target yang bergerak di lembaga keuangan Non Bank.

Di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso hanya memiliki 1 kepala yang menjabat sebagai kasir, penafsir dan lain sebagainya. Unit pegadaian Bondowoso masih umur kurang lebih 2 tahun akan tetapi Unit pegadaian

³³ Nur Anawi dan Mansyhuri, *Metode Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Malang Press (Anggota IKAPI),2009),.31

syariah bondowoso sudah bisa melampaui target yang sudah ditetapkan. Disana banyak nasabah yang sangat berminat terhadap Produk Logam Mulia.

C. Subyek Penelitian

Subyek Penelitian adalah orang yang menjadi sumber untuk memperoleh keterangan penelitian.³⁴ Subyek dalam penelitian kualitatif yaitu melaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informasi atau subyek penelitian, bagaimana data akan dicari dan dijangkau sehingga validitasnya dapat dijamin. Dalam menentukan sumber data pada penelitian ini, penentuan yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Arti dari *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahulu. Pertimbangan tertentu misalnya, orang tersebut yang dianggap paling tahu atau mungkin penguasa, sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang dijadikan informan ialah kepala Unit Pegadaian Syariah Bondowoso, bagian Pemasaran dan Nasabah Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

D. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan kredibilitas data, yaitu mengecek

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2010),.129

kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.³⁵

1. Observasi

Teknik ini menuntut adanya dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya.³⁶ Dengan cara ini peneliti berupaya memahami situasi dan kondisi obyektif permasalahan yang ditelitinya. Pengamatan langsung dimaksud akan membentuk persepsi dan interpretasi terhadap situasi permasalahan yang menjadi obyek penelitian. Persepsi Interpretasi situasional ini berguna untuk memperkuat Interpretasi dalam Proses analisis kualitatif.³⁷

Teknik yang digunakan untuk mengetahui mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso. Di dalam penelitian ini jenis teknik observasi yang lazim digunakan untuk alat pengumpulan data ialah.³⁸

a. Observasi Partisipan

Observasi ini sering digunakan dalam penelitian eksploratif. Yang dimaksud observasi partisipan ialah apabila observasi (orang yang melakukan observasi) turut ambil bagian atau berada dalam keadaan obyek yang diobservasi (disebut observes), apabila observasi partisipan tetapi jika unsur partisipan sama sekali pada observer dalam kegiatannya maka disebut observasi non partisipan.

³⁵ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2016).,241

³⁶ Moh Nazir, *Metode penelitian*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010).,83

³⁷ Muhammad Mulyadi, *Penelitian kualitatif serta Praktek kombinasinya dalam penelitian sosial*, (Jakarta: Publik Institute, 2012).,182

³⁸ Cholid Narkubo dan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2015).,72

b. Observasi Sitematik

Ciri pokok observasi sistematis adalah adanya kerangka yang memuat faktor-faktor yang telah diatur kategorinya, karena sering disebut observasi berkerangka/observasi berstruktur. Adapun sistematis pencacatan itu adalah meliputi : materi, cara-cara mencatat, dan hubungan observasi dengan observasi.

c. Observasi Eksperimental

Observasi Eksperimental adalah observasi yang dilakukan dimana observer mengadakan pengendalian unsur-unsur penting dalam situasi sedemikian rupa sehingga situasi ini dapat diatur sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat dikendalikan untuk menghindari atau mengurangi timbulnya faktor-faktor yang secara tak diharapkan mempengaruhi situasi itu.

Metode observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan/partisipatif. Dalam observasi ini, peneliti ikut terlibat dalam kegiatan orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut membuka dan menabung emas atau produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso. Dengan observasi partisipatif ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap dan sampai mengetahui tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Metode observasi partisipatif ini digunakan untuk memperoleh data tentang :

- 1) Letak Geografis Lokasi penelitian di Jlimam Bonjol, kademanganKulon, kademangan, kecamatan Bondowoso kabupaten Bondowoso
- 2) Aktivitas di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

2. Wawancara atau *Interview*

Wawancara merupakan proses tanya jawab antara informan dan peneliti yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka secara langsung mendengarkan informasi-informasi atau keterangan yang dibutuhkan.³⁹ Metode ini mencakup cara yang dipergunakan seseorang untuk suatu tujuan tertentu, mencoba mendapatkan keterangan secara langsung dari seseorang atau informan.

Informan yang diteliti oleh peneliti yakni kepala Unit Pegadaian Syariah Bondowoso, Bagian Pemasaran dan Nasabah. Pertanyaan yang ingin ditanyakan mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

Wawancara adalah pertemuan dua orang atau bertukar informasi dan ide melalui tanya Jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Jadi, dengan wawancara maka peneliti mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang persiapan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.

³⁹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010),.228

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis wawancara tak terstruktur, dimana wawancara dilakukan secara bebas tanpa membawa dan membuat pedoman wawancara, hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang ditanyakan kepada partisipan.

Adapun data yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah :

- a. Implementasi Pemasaran Produk logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso
- b. Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

3. Dokumentasi

Selain menggunakan teknik observasi dan wawancara peneliti juga menggunakan dokumentasi. Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumentasi biasanya berbentuk tulisan, gambaran atau karya-karya menumental dari seseorang.⁴⁰ Dengan demikian maka jelaslah bahwa metode yang dipakai dalam penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk mencari data-data yang sudah didokumentasikan.

Adapun data yang akan diperoleh dari dokumentasikan adalah :

- a. Keadaan Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.
- b. Bukti Visual berupa foto pelaksanaan wawancara dengan Kepala Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

⁴⁰ Cholid Narbuko DKK, Metodologi Penelitian, (Jakarta :PT Bumi Aksara, 2010),.240

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang harus dipelajari, dan membuat kesimpulan agar mudah di pahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Dikarenakan penelitian merupakan penelitian kualitatif maka data yang diambil adalah data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku orang-orang yang dapat diamati. Data-data tersebut diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan bahan-bahan lainnya.⁴¹

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model miles dan huberma. Yaitu data *reduction*, data *display* dan *conclusion* :

1. Data *Reduction* (Reduksi data)

Reduksi merupakan rangkuman, meneliti hal-hal yang pokok menfokuskan pada hal-hal yang penting dari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.⁴²

2. Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori,

⁴¹ Lexy J. Moleong, *Metode penelitian kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya,2008),.62

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2016),.247

flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.⁴³

3. *Conclusion/Verification* (Kesimpulan)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal di temukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.⁴⁴

F. Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian keabsahan data dilakukan untuk memperoleh hasil yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan serta dapat dipercaya oleh semua pihak. Sedangkan untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.⁴⁵ Menurut Moleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Denzim dalam Moleong, membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber metode, penyidik, dan teori. Triangulasi dilakukan melalui wawancara, observasi langsung dan observasi tidak langsung, observasi tidak langsung ini

⁴³ Ibid.,249

⁴⁴ Ibid.,252

⁴⁵ Di'am Santoso dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian kualitatif*, (Bandung : Alfabeta,2014),.170

dimaksudkan dalam bentuk pengamatan atas beberapa kelakuan dan kejadian yang kemudian dari hasil pengamatan tersebut diambil benang merah yang menghubungkan di antara keduanya. teknik pengumpulan data yang digunakan akan melengkapi dalam memperoleh data primer dan sekunder. Observasi dan interview digunakan untuk menjangkau data primer yang berkaitan evaluasi kinerja pegawai terhadap pelayanan publik yang diberikan, sementara studi dokumentasi digunakan untuk menjangkau data sekunder yang dapat diangkat dari berbagai dokumentasi tentang kinerja pegawai.⁴⁶

Peneliti menggunakan partisipatif wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data secara serempak dan juga mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

G. Tahap-tahap Penelitian

Selayaknya suatu kekuatan Ilmiah, sebuah penelitian dilaksanakan melalui prosedur kerja yang berurutan. Keurutannya diperlihatkan melalui cara-cara penemuan masalah. Secara garis besar prosedur kerja penelitian dilalui tahapan-tahapan yaitu : tahapan sebelum lapangan, pekerja lapangan, analisis data dan penulisan laporan.

Tahapan sebelum lapangan segala macam persiapan yang diperlukan sebelum penelitian terjun ke dalam kegiatan lapangan. Dalam tahap ini peneliti melakukan rancangan penelitian. Rencana ini berupa proposal penelitian, mengurus perijinan, dan Instrument penelitian.

⁴⁶ <http://digilib.unila.ac.id/9574/16/BAB%20III.pdf> diakses pada 19/02/2018

Tahap selanjutnya yaitu, tahap lapangan, dimana tahap lapangan adalah suatu dimana peneliti dengan sungguh-sungguh memahami latar belakang penelitian. Dalam tahap ini peneliti mencari dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang ditentukan.

Selanjutnya adalah tahap penulisan laporan, pada tahap ini penulis menganalisis data yang diperoleh dari lapangan. Setelah data di analisis barulah masuk pada tahap penulisan laporan.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah singkat Pegadaian dan Perkembangannya

Sejarah Pegadaian dimulai pada saat Pemerintah penjajahan Belanda (VOC) mendirikan BANK VAN LEENING yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai, lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 agustus 1746.⁴⁷

Ketika Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda (1811-1816) Bank Van Leening milik pemerintah dibubarkan, dan masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha pegadaian asal mendapat lisensi dari pemerintah Daerah setempat (*liecentie stelsel*). Namun metode tersebut berdampak buruk, pemegang lisensi menjalankan praktek rentenisi atau lintah darat yang dirasakan kurang menguntungkan pemerintah berkuasa (Inggris). Oleh karena itu, metode *liecentie stelsel* diganti menjadi *pacth stelsel* yaitu pendirian pegadaian diberikan kepada umum yang mampu membayarkan pajak yang tinggi kepada pemerintah.

Pada saat belanda berkuasa kembali, pola atau metode *pacth stelsel* tetap dipertahankan dan menimbulkan dampak yang sama dimana pemegang hak ternyata banyak melakukan penyelewengan dalam menjalankan bisnisnya. Selanjutnya pemerintah Hindia belanda menerapkan apa yang disebut dengan *cultuur stelsel* dimana dalam kajian

⁴⁷ Pirgon Matua, Sejarah Singkat Perusahaan Umu (PERUM) Pegadaian, (Jakarta : 2003),1

tentang pegadaian, saran yang dikemukakan adalah sebaiknya kegiatan pegadaian ditangani sendiri oleh pemerintah agar dapat memberikan perlindungan dan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan staatsblad (Stbl) No.131 tanggal 12 maret 1901 yang mengatur bahwa usaha pegadaian merupakan monopoli Pemerintah dan tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian Negara Pertama di Sukabumi (Jawa Barat), selanjutnya setiap tanggal 1 April siperingati sebagai hari ulang tahun pegadaian.

Pada masa pendudukan Jepang, gedung kantor pusat jawatan pegadaian yang terletak di jalan kramat Raya 162 dijadikan tempat tawanan perang dan kantor pusat jawatan pegadaian dipindahkan ke jalan kramat Raya 132. Tidak banyak perubahan yang terjadi pada masa pemerintahan Jepang, baik dari sisi kebijakan maupun Struktur Organisasi Jawatan Pegadaian. Jawatan Pegadaian dalam bahasa Jepang disebut *Sitiji Eigkyuku*, pimpinan Jawatan Pegadaian di pegang oleh orang Jepang yang bernama Ohno-san dengan wakilnya orang Pribumi yang bernama M.Saubari.

Pada masa awal pemerintahan Republik Indonesia, Kantor Jawatan Pegadaian sempat pindah ke Karang Anyar (Kebumen) karena situasi perang yang kian terus memanas. Agresi Militer Belanda yang kedua memaksa kantor Jawatan Pegadaian dipindah lagi ke Magelang. Selanjutnya, pasca perang kemerdekaan kantor jawatan Pegadaian kembali

lagi ke Jakarta dan pegadaian kembali dikelola oleh Pemerintah Republik Indonesia.

Dalam masa ini Pegadaian Sudah beberapa kali berubah status, yaitu sebagai perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961, kemudian berdasarkan PP.No.7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN), selanjutnya berdasarkan PP.No.10/1990 (yang diperbarui dengan PP.No.103/2000) berubah lagi menjadi perusahaan Umum (PERUM). Hingga pada tahun 2011, berdasarkan peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 tahun 2011 tanggal 13 Desember 2011, bentuk badan hukum pegadaian berubah menjadi perusahaan Perseroan (Persero) . sesuai dengan peraturan pemerintah Nomor 51 yang diterbitkan pada tanggal 13 Desember 2011 lalu, status badan hukum perum pegadaian berubah menjadi PT. Pegadaian.

Perkembangan dan tuntutan zaman saat ini telah menyebabkan dorongan untuk membentuk pegadaian syariah sebagai bentuk mengapresiasi tingginya permintaan konsumen agar bukan hanya perbankan saja yang berasaskan syariah, namun lembaga pegadaian juga juga berasaskan syariah. Peningkatan bisnis Gadai Syariah meningkat secara signifikan, perkembangan pegadaian syariah mengalami peningkatan yang pesat dari tahun-ketahun. Berdasarkan pengamatan dilapangan pertumbuhan Pegadaian Syariah menunjukkan peningkatan yang pesat semenjak pertama kali dirikannya pegadaian syariah yang dioperasikan pada tanggal 04 Januari 2003 di Unit layanan gadai Syariah

Cabang Dewi Sartika, Jakarta Timur. Kantor pusat Pegadaian di Jakarta dulu memiliki 15 kantor wilayah (kanwil) dan sekarang tinggal 12 kantor wilayah (kanwil), jumlah outlet (usaha gadai dan usaha syariah) yang beroperasi sebanyak 4.456 unit dan Semarang termasuk yang ke 11. Demikian prospek pegadaian syariah ke depan, cukup cerah.

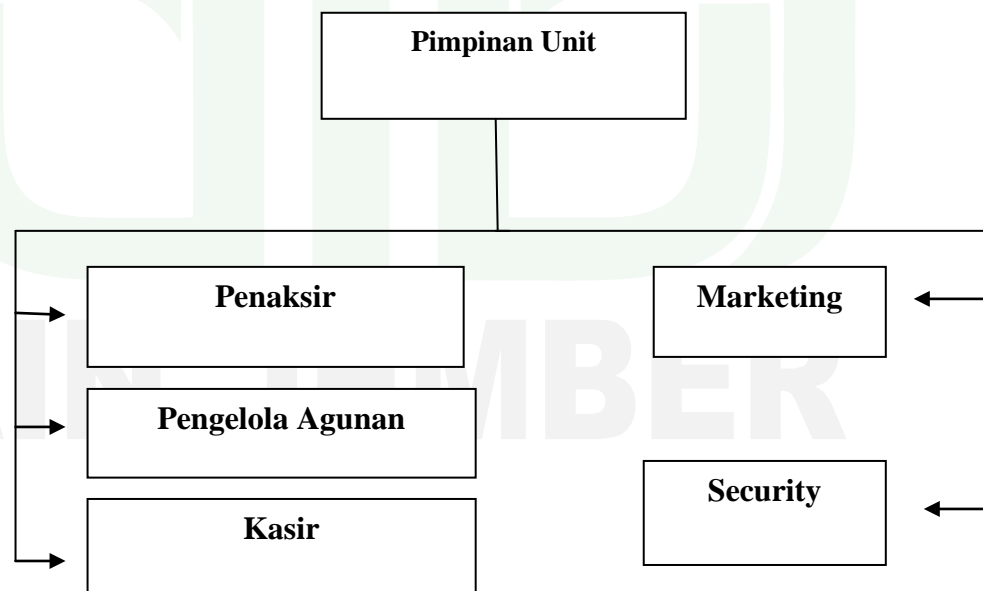
2. Letak Geografi Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

Unit Pegadaian Syariah Bondowoso merupakan Unit dari Kantor Cabang (KC) Syariah A. Yani Jember yang berada di Jl. Imam Bonjol Kademangan Kulon, Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso Jawa Timur, 68127 tepat di depannya Terminal Bondowoso.

3. Struktur Organisasi Unit Pegadaian Syariah Bondowoso

Gambaran 4.1 Struktur Organisasi

Unit Pegadaian Syariah Bondowoso



Sumber. Dokumentasi, Struktur Organisasi Unit Pegadaian Syariah Bondowoso, 20 November 2019

Keterangan :

- a. Pimpinan Unit : Sri Amaliyah Lestari, ST
- b. Penaksir : Sri Amaliyah Lestari, ST
- c. Kasir : Sri Amaliyah Lestari, ST
- d. Pengelola Agunan : Sri Amaliyah Lestari, ST
- e. Marketing : Ahmad Marzuki
- f. Security : Bambang Hermanto

4. Job Description Unit Pegadaian Syariah Bondowoso

- a. Pimpinan Unit

Fungsi Pimpinan Unit adalah Merencanakan, Mengorganisasikan, menyelenggarakan, mengendalikan kegiatan Operasional, administrasi dan keuangan usaha gadai dan usaha lain

- b. Penaksir

Fungsi penaksir adalah melaksanakan penaksir terhadap barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut penaksir mempunyai tugas :

- 1) Melaksanakan penaksiran terhadap tbarang jaminan untuk mengetahui mutu dari nilai barang serta bukti pemelikkannya dalam rangka menentukan dan menetapkan golongan taksiran dan uang pinjaman.

- 2) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang untuk mengetahui mutu dan nilai, dalam menentukan harga dasar barang yang akan dilelang.
- 3) Merencanakan dan menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan agar terjamin keamanannya.

c. Kasir

Fungsi kasir adalah melakukan tugas penerimaan, penyimpanan dan pembayaran uang sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan kantor Unit Pegadaian Syariah Bondowoso. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut kasir mempunyai tugas :

- 1) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Membayarkan uang pinjaman kredit kepada nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Mengatur pelaksanaan pelunasan marhum dan pendapatan ujah
- 4) Menerima uang dari hasil penjualan dari barang jaminan yang dilelang
- 5) Menyusun laporan keuangan.
- 6) Melakukan pemeriksaan hitungan dan taksiran marhum.

d. Pengelola Agunan

- 1) Secara berkala memeriksa keadaan gudang penyimpanan barang jaminan emas dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka keamanan dan keutuhan baang jaminan.

- 2) Menerima barang jaminan emas dan perhiasan dari manajer cabang atau asisten manajer untuk disimpan dalam gudang penyimpanan barang jaminan emas.
- 3) Mengeluarkan barang jaminan emas dan perhiasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain.

5. Visi dan Misi Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

a. Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis Gadai yang selalu menjadi Market Leader dan Mikro berbasis Fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.

b. Misi

1. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
2. Memastikan pemerataan pelayanan dan Infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
3. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

6. Budaya Perusahaan

Budaya Kerja Unit Pegadaian Syariah Bondowoso disimbolkan dari kata INTAN, yang merupakan singkatan dari :

a. INOVATIF

Berupaya melakukan penyempurnaan yang mempunyai nilai tambah dan tanggapan terhadap perubahan.

b. NILAI MORAL TINGGI

Mengetahui dan mematuhi ajaran agama masing-masing serta selalu belajar dengan penuh tanggung jawab

c. TERAMPIL

Mengetahui dan mematuhi tugas yang diemban serta selalu belajar dengan penuh tanggung jawab.

d. ADIL LAYANAN

Memberikan layanan dengan memuaskan orang lain, fokus pada privasi kenyamanan dan kecepatan.

e. NUANSA CITRA

Senantiasa peduli dan menjaga nama baik serta reputasi perusahaan.

7. Sepuluh Prilaku utama Insan Pegadaian

a. Berinisiatif, Kreatif, Produktif dan Adaptif

b. Taat Beribadah

c. Jujur dan Berpikir Positif

d. Berorientasi pada solusi bisnis

e. Kompeten di bidang tugasnya

- f. Selalu mengembangkan diri
- g. Peka dan cepat tanggap
- h. Emotik, santun dan ramah
- i. Bangga sebagai Insan Pegadaian
- j. Bertanggung jawab atas aset dan reputasi perusahaan

8. Produk-produk Unit Pegadaian Syariah Bondowoso

9. Produk Pembiayaan

- a. Gadai Syariah (Rahn) adalah produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah dengan mengacu pada sistem administrasi modern. Gadai Syariah ini termasuk skim pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dengan sistem gadai sesuai Syariah dengan barang jaminan berupa emas, perhiasan, berlian, elektronik dan kendaraan bermotor. Dengan berkembangnya zaman produk ini juga berkembang hingga menjadi 3 yaitu :

- 1) Rahn Bisnis adalah fitur layanan kredit cepat dan aman yang tepat untuk pendanaan bisnis anda dengan proses mudah, cepat dan aman.

Keunggulan dari Rahn bisnis adalah :

- a) Uang Pinjaman Mulai dari Rp 100.000.000.,-sampai lebih Rp 1 Milyar.
- b) Dapat diperpanjang berulang kali
- c) Sewa modal dari 0,6% per 15 Hari
- d) Layanan mudah, cepat dan aman

- e) Tanpa perlu buka rekening
 - f) Uang pinjaman dapat di Transfer ke rekening nasabah
 - g) Nilai taksiran yang lebih besar
 - h) Dilayani lebih 440 outlet Pegadaian.
- 2) Rahn Flexi adalah fitur layanan kredit cepat dan aman sebagai solusi pendanaan yang flexibel untuk membuat hidup lebih mudah
- 3) Rahn adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat sesuai Syariah. Prosesnya cepat hanya waktu 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik, atau kendaraan bermotor. Produk ini diluncurkan pada tahun 2007, produk Rahn ini mempunyai keunggulan dan persyaratan yang sangat mudah, keunggulan dari Rahn ini adalah :
- a) Layanan Rahn tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia.
 - b) Prosedur pelayanan sangat mudah. Calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya ke outlet pegadaian
 - c) Proses pinjaman sangat cepat, hanya butuh 15 menit.
 - d) Pinjaman (maksimum) mulai dari 50 ribu Rupiah sampai 200 juta Rupiah atau lebih
 - e) Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan cara membayar ijaroh saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman.

- f) Pelunasan dan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan ijarah selama masa pinjaman.
- g) Tanpa perlu membuka rekening.
- h) Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai.
- i) Barang jaminan tersimpan aman di Pegadaian.
- j) Barang jaminan tersimpan aman di Pegadaian

Persyaratan :

- (1) Fotocopy KTP atau Identitas resmi lainnya.
- (2) Menyerahkan barang jaminan
- (3) Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli.

4) Rahn Hasan adalah produk Pegadaian yang bisa menjangkau mahasiswa dan masyarakat menengah ke bawah selama ini belum tersentuh layanan perbankan. Produk ini diluncurkan pada tanggal 1 April 2018.

- b. Ar-rum (Ar-Rahn untuk usaha mikro kecil) Arrum adalah skim pemberian pembiayaan berprinsip syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan usaha yang didasarkan atas kelayakan usaha. Pembiayaan diberikan dalam jangka waktu tertentu dengan pengembalian pinjaman dilakukan secara angsuran dengan menggunakan kontruksi pinjaman Gadai maupun Fidusia. Pegadaian Syariah terus berkomitmen mengembangkan Produk jasa keuangan

yang dibutuhkan masyarakat. Salah satunya adalah pembiayaan Produk Ar-Rahn untuk usaha mikro atau bisa disebut Ar-rum.

1) Arrum BPKB, melayani skema pinjaman berprinsip Syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha melalui sistem pengembalian secara angsuran. Jaminan dapat berupa BPKB kendaraan sehingga fisik kendaraan tetap berada di tangan nasabah untuk kebutuhan operasional usaha.

a) Layanan Arrum tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia

b) Prosedur pengajuan Marhum Bih (Pinjaman) cepat dan mudah

c) Agunan cukup BPKB Kendaraan bermotor

d) Proses Marhum Bih (Pinjaman) hanya butuh 3 hari, dan dana dapat segera cair.

e) Ijarah relatif murah dengan angsuran tetap perbulan

f) Pilih jangka waktu pinjaman dari 12, 18, 24, 36 bulan.

g) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu

h) Persyaratannya mudah yaitu dengan cara :

(1) Memiliki usaha yang memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 (satu) tahun.

(2) Fotocopy KTP dan Kartu Keluarga

(3) Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB asli, Fotocopy STNK dan faktur pembelian).

2) Arrum Emas

Layanan Investasi batangan bisa tunai, angsuran, logam mulia atau mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia di samping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis Investasi yang nilainya stabil, liquid dan amanah secara riil. penjualan emas yang dilakukan Pegadaian kepada masyarakat secara tunai maupun angsuran dalam jangka waktu tertentu. Mulia merupakan Produk pegadaian Syariah yang diluncurkan pada tahun 2008 dan cukup mendapatkan respon yang baik dari pihak pelanggan. Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi) memfasilitasi emas batangan dari 1gr, 5gr, 10gr, 25gr, 100gr, 1kg, sampai 5kg. Akad Murabahah dan Rahn Logam Mulia untuk Investasi Abadi adalah Persetujuan atau kesepakatan yang di buat bersama antara Pegadaian dengan nasabah atas sejumlah pembelian Logam Mulia disertai keuntungan dan biaya-biaya yang disepakati, adapun keunggulan Mulia ini adalah :

- a) Proses mudah dengan layanan Profesional
- b) Alternatif Investasi yang aman untuk menjaga portofolio asset
- c) Sebagai aset likuid untuk memenuhi dana mendesak
- d) Tersedia pilihan Logam Mulia dengan berat mulai 1gr sampai dengan 1kg.

- 3) Arrum Haji, Merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan anda untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas dan layanan yang memberikan anda kemudahan pendaftaran dan pembiayaan haji.

Keunggulan Produk Arrum Haji ini adalah :

- a) Memperoleh tabungan haji yang langsung dapat di gunakan untuk memperoleh nomor porsi haji.
- b) Emas ada dokumen haji aman tersimpan di Pegadaian.
- c) Biaya pemeliharaan barang jaminan terjangkau.
- d) Jaminan Emas dapat dipergunakan untuk pelunasan biaya haji pada saat lunas.

Dan memiliki syarat yang sangat mudah yaitu :

- a) Memenuhi syarat sebagai pendaftaran haji
- b) Fotocopy KTP
- c. Amanah adalah pembiayaan berprinsip Syariah kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan karyawan Swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.
 - 1) Layanan Amanah tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia
 - 2) Prosedur Pengajuan Cepat dan mudah
 - 3) Uang muka terjangkau
 - 4) Biaya Administrasi murah dan angsuran tetap

- 5) Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan
- 6) Transaksi sesuai prinsip Syariah yang adil dan menentramkan.
- 7) Persyaratan :
 - a) Pegawai tetap suatu instansi Pemerintah/Swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun.
 - b) Melampirkan kelengkapan :
 - (1) Fotocopy KTP (suami)
 - (2) Fotocopy Kartu Keluarga
 - (3) Fotocopy SK pengangkatan sebagai/karyawan tetap
 - (4) Rekomendasi dari atasan langsung
 - (5) Slip gaji 2 bulan terakhir.
 - c) Mengisi dan mendatangi Form Aplikasi Amanah
 - d) Membayar uang muka yang disepakati (minimal 20%)
 - e) Menandatangani akad Amanah.

10. Produk Jasa

- a. Pegadaian KUCICA (Kiriman uang cara instan cepat dan Aman) bentuk layanan kepada masyarakat untuk pengiriman uang, dari ke/dalam dan luar negeri. Layanan kiriman uang ini bekerja sama dengan Western Union. Kucica merupakan solusi terpercaya untuk kiriman dan terima uang kapanpun dan dimanapun secara instan, cepat dan aman.

Keunggulan KUCICA adalah :

- 1) Layanan KUCICA tersedia di kantor cabang Pegadaian Indonesia.

- 2) Keamanan bertransaksi yang terpercaya, hanya di bayarkan kepada yang di tuju.
- 3) Biaya cukup kompetitif.
- 4) Prosedur sangat mudah, penerima uang tidak harus memiliki rekening bank.
- 5) Tidak dikarenakan biaya apapun untuk penerimaan uang.

Persyaratan

- a) Mengisi dan melengkapi Form pengiriman uang
- b) Membawa kartu tanda pengenal (KTP/SIM/Passport)

Syarat bagi nasabah penerima uang melalui Pegadaian.

- a) Mengisi dan melengkapi Form penerimaan uang
 - b) Membawa nomor control kiriman uang
 - c) Mengetahui dengan benar nama pengirim.
 - d) Mengetahui tempat asal uang
 - e) Mengetahui dengan pasti jumlah yang akan diterima.
- b. Multi pembayaran Online (MPO)

MPO adalah layanan pembiayaan berbagai tagihan bulanan (listrik, telepon, PDAM), pembelian pulsa, pembelian tiket kereta Api, pembayaran premi asuransi BPJS Kesehatan, pembayaran Finance, Pembayaran TV berlangganan dan lain-lain. MPO ini di luncurkan pada tahun 2014. MPO ini merupakan salah satu bisnis usaha yang menjalin kerjasama dengan pihak komperasi Nusantara untuk melayani kebutuhan masyarakat.

Keunggulan :

- 1) Layanan MPO tersedia di outlet Pegadaian seluruh Indonesia
- 2) Layanan secara Real time, sehingga memberi kepastian dan kenyamanan dalam bertransaksi.
- 3) Biaya administrasi kompetitif
- 4) Pembiayaan tagihan selain dapat dilakukan secara tunai juga dapat bersinergi dengan gadai emas.
- 5) Untuk pembiayaan tagihan dengan gadai emas, maka nilai hasil gadai akan di potong untuk pembiayaan rekening. Seluruh Proses dilakukan dalam satu loket layanan.
- 6) Prosedur sangat mudah. Nasabah tidak harus memiliki rekening di bank.

Persyaratan :

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

B. Penyajian Data dan Analisis Data.

Setiap penelitian haruslah disertai dengan penyajian data sebagai penguat. Sebab data inilah yang dianalisa sesuai dengan analisa yang akan digunakan. Sehingga dari data yang dianalisa tersebut dapat menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan metode Observasi,

wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk meraih data sebanyak mungkin terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Data yang dijadikan sebagai berikut :

1. Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

Implementasi ialah pelaksanaan tindak oleh Individu, Pejabat, Instansi pemerintah, maupun kelompok Swasta dengan tujuan untuk menggapai cita-cita yang telah di gariskan dalam keputusan tertentu. Istilah Implementasi ini banyak di gunakan dalam segala hal sehingga pengertiannya memang cukup luas. Implementasi ini banyak digunakan untuk menggambarkan pelaksanaan yang dilakukan oleh individu, pejabat, Instansi pemerintah, maupun kelompok Swasta dengan tujuan untuk menggapai cita-cita.

Di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso ada beberapa Implementasi Pemasaran. Implementasi pemasaran yang dimaksud yaitu mengenai pemasaran Produk Pegadaian Syariah.

Berikut Informasi yang peneliti dapatkan saat wawancara mengenai Implementasi Pemasaran. Sebagaimana yang di jelaskan Oleh Ibu Amaliyah selalu Pimpinan Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

“ Untuk mencapai target, tiap tahun disini kan setiap tahun di target, maka dari itu disini untuk hal kecilnya menggunakan inovasi penyediaan Permen dan minuman di pegadaian, untuk dilapangan setiap minggu sekali menyebarkan Brosur, literasi ke kampung-kampung, masuk ke instansi-instansi, masuk ke dalam rapat perkumpulan Ibu-ibu, akan tetapi kita ijin terlebih dahulu, ke

sekolahan-sekolahan, mengadakan literasi Bonus-bonus biasanya kita ngasih Pulsa, Souvenir-souvenir.”⁴⁸

Hal serupa yang disampaikan Oleh Bapak Ahmad selaku pegawai Pemasaran di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

“ Untuk pemasaran kita mengadakan peyebaran Brosur dan literasi ke kampung-kampung, masuk ke Instansi-instansi, untuk pemasaran arrum haji datang ke Pengajian-pengajian.”⁴⁹

Berdasarkan penjelasan di atas terkait Implementasi Pemasaran di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso dapat diketahui bahwasanya untuk Pemasaran yang ada di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso yaitu mengadakan Penyebaran Brosur, Literasi-literasi ke lembaga-lembaga misalnya ke sekolah TK, SD dll, dan masuk ke dalam rapat perkumpulan Ibu-ibu akan tetapi Pegadaian Meminta Ijin terlebih dahulu.

Dari wawancara yang telah peneliti lakukan kepada beberapa Informan tersebut diatas maka dapat diketahui gambaran secara umum bagaimana Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso. Untuk pemasaran yang ada disana yaitu menyebarkan Brosur-brosur setiap satu minggu satu kali, apabila ada anak magang maka pihak Pegadaian juga mengajak mereka untuk mengikuti kegiatan yang ada di Pegadaian. Mengadakan Literasi-literasi, masuk kemasyarakat seperti perkumpulan ibu-ibu arisan serta ke lembaga-lembaga misalnya ke Perusahaan, sekolah TK dan SD.

⁴⁸ Ibu Amaliyah, Pimpinan Unit Pegadaian Syariah Bondowoso, wawancara, Bondowoso 22 November 2019.

⁴⁹ Bpk Ahmad, Pegawai Pemasaran Unit Pegadaian Syariah Bondowoso, wawancara, Bondowoso 28 November 2019.

2. Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso

Strategi Pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.

Berdasarkan hasil Observasi dan wawancara dengan beberapa Informan.

Hasil wawancara dengan Staf Pemasaran Bapak Ahmad beliau mengatakan bahwa :

“ Strategi dalam Memasarkan Produk dimulai dari Strategi Produk Pegadaian terlebih dahulu, melakukan penggolongan Produk berdasarkan Pelayanan, jenis konsumen seperti Pedagang kecil atau besar, Eksportir, Lembaga Perorangan atau nasabah perusahaan dan tidak lupa para pelajar. Produk Tabungan Emas ini sangat cocok untuk semua kalangan masyarakat Khususnya untuk para pelajar, karena tabungan ini sifatnya adalah tabungan sekaligus Investasi.”⁵⁰

Hasil wawancara dengan Ibu Amaliyah selaku Kepala Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

“Produk Logam Mulia ini atau Tabungan Emas termasuk Produk yang variatif dan inovatif karena dalam bentuk tabungan Emas, lebih Investasi Pada Pegadaian Syariah karena harganya yang murah dan Prosedurnya juga mudah, Produk Tabungan Emas ini benar-benar bermanfaat dan mengerti keadaan Nasabah, mereka bisa memiliki Emas dengan cara menabung melalui tabungan emas yang dimiliki emas dengan cara menabung melalui tabungan emas yang dimiliki dari Unit Pegadaian Syariah Bondowoso tanpa terikat waktu dan Angsuran rutin Tiap bulannya melainkan berapapun nasabah memiliki Uang bisa langsung menabungnya, tetapi dengan Jumlah yang disetorkan harus minimal 0,01 gram yang telah ditentukan oleh Pihak Unit Pegadaian Bondowoso pada

⁵⁰ Bpk Ahmad, wawancara bondowoso 22 November 2019.

awal perjanjian pembukuan rekening tabungan Emas pertama kali.”⁵¹

Dari pemaparan beberapa informan terkait Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia maka dapat diketahui bahwasanya strategi dalam memasarkan produk dimulai dari strategi produk Pegadaian terlebih dahulu, melakukan penggolongan produk berdasarkan pelayanan, jenis konsumen seperti pedagang kecil maupun besar, Ekspordir, Lembaga perorangan atau nasabah Perusahaan dan tidak lupa para Pelajar, karena produk tabungan emas ini sangat cocok untuk semua kalangan masyarakat khususnya untuk para pelajar, karena tabungan ini sifatnya adalah tabungan sekaligus investasi. Produk logam mulia ini termasuk produk yang variatif dan inovatif karena dalam bentuk tabungan emas, harganya yang murah dan prosedurnya juga mudah. Produk tabungan emas ini benar-benar bermanfaat dan mengerti keadaan nasabah, masyarakat bisa memiliki emas dengan cara menabung melalui tabungan emas yang dimiliki dari Unit Pegadaian Syariah tanpa terikat waktu dan angsuran rutin tiap bulannya melainkan berpapun nasabah memiliki uang bisa langsung menabungnya tetapi dengan jumlah yang disetorkan minimal Rp 5.000.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa informan tersebut maka dapat diketahui gambaran secara umum bagaimana Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso yaitu dengan cara menghargai dan mencintai

⁵¹ Ibu Amaliyah, wawancara Bondowoso 22 November 2019.

pelanggan, mampu memberikan nilai mutu dan kepuasan terhadap pelanggan, serta mampu memproses dan meningkatkan produk logam mulia.

C. Bahasan Temuan.

Mengacu pada hasil Observasi, Interview (Wawancara), dan Dokumentasi serta analisis data yang dilakukan dan mengacu pula pada rumusan masalah, maka disini peneliti akan membahas temuan-temuan dilapangan.

Mengenai hak tersebut Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso ada beberapa hal yaitu sebagai berikut :

1. Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

Implementasi ialah pelaksanaan tindak oleh individu, pejabat, Instansi pemerintah, maupun kelompok swasta dengan tujuan untuk menggapai cita-cita yang telah digariskan dalam keputusan tertentu. Di unit Pegadaian Syariah Bondowoso ada beberapa Implementasi Pemasaran. Implementasi Pemasaran yang dimaksud yaitu mengenai pemasaran Pegadaian Syariah.

Unit Pegadaian Syariah Bondowoso dapat diketahui bahwasanya untuk pemasaran yang ada di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso dapat diketahui untuk pemasaran Yang dilakukan yaitu dengan cara mengadakan penyebaran Brosur, Literasi-literasi ke lembaga, misalnya kesekolahan

TK,SD Dll. Dan masuk kedalam rapat perkumpulan Ibu-ibu akan tetapi pegadaian meminta ijin terlebih dahulu.

2. Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.

Strategi Pemasaran merupakan Pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran, dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran ada 3 faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu : daur hidup produk, posisi persaingan perusahaan dipasar dan situasi ekonomi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian “Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso” adalah sebagai berikut :

1. Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso sudah dijelaskan dengan baik, dengan cara melakukan Inovasi di pegadaian untuk menarik Nasabah, mengadakan literasi ke setiap lembaga, menyebarkan Brosur.
2. Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso. Strategi pemasaran yang diutamakan di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso yaitu menemukan dan memenuhi kebutuhan pasar, mencintai pelanggan, berusaha menjual apa yang dapat dijual, mampu menghargai pelanggan dengan nilai, mutu dan kepuasan.

B. SARAN

Dalam mencapai tujuan yang lebih optimal sesuai dengan target dan keinginan berbagai pihak, maka penulis menyumbangkan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan proses pengembangan lebih lanjut. Saran-sarannya sebagai berikut :

1. UPS bondowoso harus mengoptimalkan kebijakan promosi, dan lebih efektif dalam hal pemasaran sehingga mampu menjangkau pasar potensial terutama daerah Bondowoso.

2. Kaitannya dalam mengembangkan dan memasarkan produk-produk yang ada di UPS Bondowoso perlu memiliki tenaga pemasar secara khusus, agar kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat lebih optimal dan mampu menjangkau pasar potensial.
3. Dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan pemasaran produk UPS Bondowoso hendaknya lebih mengembangkan strategi pemasaran khusus guna meningkatkan keunggulan kompetitif agar lebih baik, sehingga mampu menarik minat masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : UUP STIM YKPN.
- Anawi, Nur & Mansuri. 2009. *Metode riset manajemen Pemasaran*. Malang : UIN-Malang Press (Anggota IKAPI).
- Anoraga, Pandi. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : Rineka cipta.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Cetakan Pertama, Gema Isnani.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka cipta.
- Budisetiawan, Agung. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Mulia PT Pegadaian (Persero) Cabang Kranggan, Bekasi*. Bogor IPB.
- Cholid Narbuko Dkk. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Jasmawati, 2012. *Kontribusi produk mulia (Murabahah Emas Logam Mulia untuk Investasi Abadi) dalam meningkatkan kesejahteraan Ekonomi Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang H.R Soebratas Panam*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim : Riau.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank, Ed. 1 cetakan 2*. Jakarta : Kencana.
- _____. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Matua, Pirgon. 2003. *Sejarah singkat perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian*. Jakarta.
- Moh. Nazir. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Mohammad Mulyadi, 2012. *Penelitian kualitatif serta praktek kombinasinya dalam penelitian sosial*. Jakarta : Publik Institute.

- Muhammad, Rifqi. 2008. *Akuntansi keuangan Syariah*. Yogyakarta : P3ei Press.
- Moleong, L.J. 2008. *Metode Penelitian kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmad. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Ratminto dan Septi Antik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Safitri, Arma. 2011. *Pengaruh Penjualan Produk Logam Mulia Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere*. Fakultas Syariah dan hukum, Universitas Negeri Syarif Hidayatullah : Jakarta.
- Santoso, Di'am dan Aan Komariah. 2014. *Metodologi Peneiltian kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Setianingrum, Nurul. 2013. *Lembaga keuangan Syariah*. Jember : STAIN Jember Press.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga keuangan Syariah*. Jakarta : PRENADA MEDIA GROUP.
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung :Alfabeta.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember : IAIN Jember Press.
- Tjiptono, Fandi. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI.

Internet

- <https://amp-kompas-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com>. Diakses 13 Mei 2020
- <http://digilib.unila.ac.id/9574/16/BAB%20III.pdf> diakses 19 Februari 2018
- <https://majidbsz.wordpress.com/2008/06/30/pengertian-konsep-definisi-pemasaran/>. Diakses 13 mei 2020
- www.pegadaian.co.id/pegadaian-mulya.php. Diakses 6 Desember 2019

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulia Multazam
Nim : 083143041
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso**” merupakan hasil penelitian dan karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 16 Maret 2020
Saya yang menyatakan



Aulia Multazam
NIM : 083143041

Matrik

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah	1. Strategi Pemasaran 2. Investasi Produk Logam Mulia	1. pengetahuan Teori Pemasaran 2. Teori Pemasaran 1. Macam-macam Produk 2. Akad Pegadaian	a. Pengertian Pemasaran a. Segmentasi Pemasaran b. bauran Pemasaran c. saluran Pemasaran a. Arrum Haji b. Arrum BPKB c. Arrum Emas d. Amanah e. Rahn a. Rukun Akad b. Syarat Akad	1. Wawancara a. Kepala Unit Pegadaian b. Pegawai Pemasaran c. Nasabah 2. Dokumentasi 3. kepustakaan	1. pendekatan kualitatif, Deskriptif 2. Penentuan Sumber data, purposive sampling 3. metode pengumpulan data : Observasi, wawancara, dokumentasi 4. metode analisis data deskriptif 5. keabsahan data. Triangulasi sumber	1. bagaimana Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso? 2. bagaimana Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?
2. Ada dimana Letak Geografis Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?
3. Bagaimana Struktur Organisasi Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?
4. Bagaimana deskripsi Kerja Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?
5. Bagaimana Visi Misi Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?
6. Bagaimana Budaya Pegadaian ?
7. Bagaimana Prilaku utama Insan Pegadaian ?
8. Bagaimana Produk Pembiayaan Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?
9. Bagaimana Produk Jasa Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?
10. Bagaimana Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?
11. Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso?



PEDOMAN PENGUMPULAN DATA

(Observasi, Wawancara, Dokumentasi)

Observasi

1. Tata cara pengelolaan Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso

Wawancara

1. Mengetahui tata cara pengelolaan Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso
2. Mengentahui Sejarah berdirinya Unit Pegadaian Syariah Bondowoso
3. Mengetahui Letak Geografis Unit Pegadaian Syariah Bondowoso
4. Mengetahui Struktur Organisasi Unit Pegadaian Syariah Bondowoso
5. Mengetahui Job deskripsi Unit Pegadaian Syariah Bondowoso
6. Mengetahui Visi dan Misi Unit Pegadaian Syariah Bondowoso
7. Mengetahui Budaya Pegadaian
8. Mengetahui Prilaku utama Insan Pegadaian
9. Mengetahui Produk Pembiayaan
10. Mengetahui Produk Jasa
11. Mengetahui Implementasi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah
12. Mengetahui Strategi Pemasaran Investasi Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso

Dokumentasi

1. Keadaan Unit Pegadaian Syariah Bondowoso
2. Bukti Visual Berupa foto Pelaksanaan wawancara dengan Kepala Unit, Pegawai Pemasaran dan Nasabah Unit Pegadaian Syariah Bondowoso.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
website:www.iain-jember.ac.id email: febi.iain.jember@gmail.com

Nomor : B- /In.20/7.a/PP.00.9/ /2019
Lamp : 1 (satu)
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Pegadaian Pusat Pasar Tanjung Kabupaten Jember

di-
TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Aulia Multazam
NIM : 083143041
Semester : XI
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpon : 085232978382
Dosen Pembimbing : Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I.
NIP : 19770914 200501 2 004
Judul Penelitian : Analisis Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso

Demikian surat permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Jember, 30 Oktober 2019
a.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan :
1. Dekan
2. LP2M IAIN Jember

Nomor : 341/12.00759.05/2019
Lampiran :
Urgensi : S

Jember, 14 November 2019

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas/Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
di-
Jember

Hal : Ijin Pelaksanaan Penelitian

Dengan Hormat

Sehubungan dengan surat saudara nomor : B-462/ln.20/7.a/PP.00.9/04/2019 tanggal 17 Juli 2019 dan proposal perihal seperti tersebut pada pokok surat yang ditujukan ke PT Pegadaian (Persero) Deputy Bisnis Jember, dengan ini diberitahukan hal-hal sebagai berikut :

1. Diberikan ijin kepada Aulia Multazam NIM : 083143041 Program Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah untuk melaksanakan penelitian di PT Pegadaian (Persero) CPS A.Yani Jember. Dengan judul penelitian : **Analisis Strategi Pemasaran Inventasi Produk Mulia Pegadaian Syariah Jember**
2. Praktek Kerja Lapangan (PKL)/Penelitian hanya dapat dilaksanakan maksimal 1 (satu) bulan , dan akan terhitung mulai tanggal 14 November 2019 sampai dengan tanggal 14 Desember 2019.
3. Sebelum melakukan kegiatan PKL/Penelitian, kepada mahasiswa diwajibkan untuk melakukan transaksi produk yang memungkinkan dan dilampirkan pada surat permohonan.
4. Selama melakukan kegiatan PKL/Penelitian , peserta wajib mematuhi peraturan /tata tertib yang berlaku di PT. Pegadaian (Persero).
5. Laporan hasil kegiatan PKL/Penelitian hanya digunakan untuk memenuhi syarat kurikulum,tidak untuk dipublikasikan atau untuk kepentingan lain dan dikirim 1 (satu) eksemplar ke Kantor Area Jember JL. Syamanhudi No.47 Kaliwates-Jember.
6. Seterima surat ini kepada yang bersangkutan agar segera menghadap Pemimpin Cabang dimana dilaksanakannya kegiatan PKL/Penelitian untuk mendapatkan penjelasan lebih lanjut.

Demikian untuk diketahui dan digunakan sebagaimana mestinya.

PT PEGADAIAN (Persero)
Deputy Bisnis Area Jember



YOHANIS WULANG
NIK.P.80477

Tembusan :

1. Pemimpin Cabang PT PEGADAIAN (Persero) CPS A.Yani.
2. Siswa yang bersangkutan.

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SRI AMALIYAH LESTARI, ST
Jabatan : Pengelola Unit Ups Pasar Tanjung

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Aulia Multazam
NIM : 083143041
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Benar telah melakukan Penelitian di Pegadaian Syariah Ups Pasar Tanjung Terhitung mulai Tanggal 14 November 2019 sampai dengan 14 Desember 2019 untuk pengumpulan data sebagai suatu syarat untuk menyelesaikan pendidikan yang berjudul

**“ ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOGAM MULIA DI UNIT
PEGADAIAN SYARIAH BONDOWOSO”**

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagai mana mestinya.

Bondowoso 28 Februari 2020

Pengelola Unit

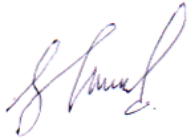

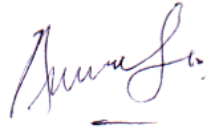
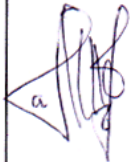


Pegadaian
Syariah

SRI AMALIYAH LESTARI, ST

NIP : P. 85329

JURNAL PENELITIAN

NO	TANGGAL	KEGIATAN	TTD
1	14 November 2019	Mengantar surat Izin penelitian ke Unit Pegadaian Syariah Bondowoso	
2	22 November 2019	Wawancara dengan Ibu Amaliyah selaku kepala Unit Pegadaian Syariah Bondowoso	
3	28 November 2019	Wawancara dengan Bapak Ahmad Selaku Pegawai Pemasaran di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso	
4	28 November 2019	Wawancara dengan Ibu Nur Jannah selaku Nasabah di Unit Pegadaian Syariah Bondowoso	

IAIN JEMBER

DOKUMENTASI



Bersama kepala Unit Pegadaian Syariah Bondowoso



Bersama Pegawai Pemasaran Unit Pegadaian Syariah Bondowoso



Bersama Nasabah Unit Pegadaian Syariah Bondowoso



Wawancara bersama Ibu Nur jannah

BIODATA PENULIS



A. Data Diri :

Nama : Aulia Multazam
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 15 Februari 1996
Agama : Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Alamat Lengkap : Tegalpare RT 03 RW 02 Wringin Putih Muncar,
Banyuwangi
No HP : 085232978382

B. Riwayat Pendidikan

MI : MI MIFTAHUL HUDA 2002-2008
MTS : MTS MIFTAHUL HUDA 2008-2011
MA : MA MIFTAHUL HUDA 2011-2014