

**STRATEGI PEMASARAN *DIRECT SELLING*
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH GADAI EMAS
DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU JEMBER BALUNG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Lailatul Badriyah

NIM: E20181059

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
SEPTEMBER 2022**

**STRATEGI PEMASARAN *DIRECT SELLING*
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH GADAI EMAS
DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU JEMBER BALUNG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Lailatul Badriyah

NIM: E20181059

Disetujui Pembimbing



Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I

NIP. 198209222009012005

**STRATEGI PEMASARAN *DIRECT SELLING*
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH GADAI EMAS
DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU JEMBER BALUNG**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 01 September 2022

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris


Toton Fanshurna, M.E.I

NIP. 198112242011011008


Nadia Azalia Putri, M.M

NIP. 199403042019032019

Anggota :

1. **Dr. H. Fauzan, S. Pd., M.Si** (

)

2. **Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I** (

)

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Chabun Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ أَبِي يَعْقُوبَ الْكِرْمَانِيُّ حَدَّثَنَا حَسَنًا حَدَّثَنَا شَيْبَانُ بْنُ حَدَّ شَيْبَانُ قَالَ مُحَمَّدُ بْنُ الزُّهْرِيِّ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ أَوْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَشْرِهِ فَلْيُصِلْ رَحْمَةً

“Telah diriwayatkan kepada kami dari Muhammad bin Abi Yaqub Al-Kirmani dari Hasan dari Yunus dari Muhammad Az-Zuhri dan Anas bin Malik berkata bahwa pernah mendengar Rasulullah SAW bersabda barangsiapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya maka bersilaturahmi.” (HR. Bukhari dan Muslim)¹

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنُمْ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَتَى بَعْضُكُمْ بِعَصَا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

 عَلِيمٌ

“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). Akan tetapi jika sebagian diantara kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah orang yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Baqarah: 283)²

¹ Muhammad ibn Isma'il al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Vol. 3 (Beirut: Dar Tuq al-Najah, 1442 H), 56.

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2007), 49.

PERSEMBAHAN

Bersyukur tanpa batas kepada Allah SWT yang melimpahkan kekuatan serta keberkahan ilmu. Dalam hal ini penulis mendapati bahwa tidak mungkin skripsi ini terselesaikan tanpa sumbangsih doa, dukungan, serta nasehat. Penulis sangat berterimakasih dengan sungguh-sungguh kepada:

1. Bapak dan Ibu (A. Fandi dan Nurhamimah) selaku orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan kesabaran yang sangat luar biasa pada setiap langkah hidup penulis yang menjadi anugerah terbesar.
2. Kakak (Sri Wahyuningsih) terimakasih telah memberikan semangat, motivasi dan dukungan kepada penulis di setiap proses jenjang pendidikan yang ditempuh penulis.
3. Saudara kembar (Lailatul Khoiriyah) terimakasih banyak, penulis merasa bersyukur kepada Allah SWT bahwa penulis telah diciptakan dengan sempurna karena setiap manusia memiliki kekurangan dan kelebihan tersendiri, serta penulis termotivasi untuk menjadi anak yang dapat membanggakan kedua orang tua penulis dengan mendapatkan gelar sarjana.
4. Sahabat penulis (Uli Mashfiyah Soraya, Nur Faizah, dan Silviana Adiyanto) terimakasih telah menjadi teman yang baik selama dibangku kuliah baik suka maupun duka telah dilewati bersama dan berjuang mendapatkan gelar sarjana.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rasa terimakasih serta syukur atas keagungan Allah SWT menghantar rahmat juga hidayah sehingga skripsi ini terselesaikan sebagai ketentuan Program Sarjana (S1).

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini, penulis berjuang dan bekerja keras serta mendapatkan sokongan dari berbagai pihak dengan doa dan semangat serta tanggung jawab yang penuh. Terelesainya skripsi bukanlah bentuk akhir dari sebuah pencarian, melainkan awal dari langkah menuju insan pribadi yang lebih baik. Dengan demikian, penulis sangat berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., M.M selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E, M.M selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah membagi saran, arahan, kesabaran, dan membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Nur Hidayat, SE., M.M selaku DPA memberikan semangat dan motivasi dengan sangat tulus.

6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ringan hati menghadiahkan ilmunya dan menghantarkan semangat bagi penulis untuk meraih kesuksesan.
7. Kepala perpustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember serta seluruh karyawan menunjang dalam menyajikan berbagai literatur untuk memperkuat teori-teori penelitian ini.
8. Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang sudah mengulurkan tangan membantu dalam memberikan informasi mengenai pembahasan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis sadar bahwa dalam penyusunan isi skripsi ini jauh dari kata sempurna, kritik dan saran diperlukan bagi penulis untuk kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Dengan harapan segala amal baik Bapak/Ibu bagikan kepada penulis mendapatkan ganjaran yang baik dan berlipat ganda oleh Allah SWT.

Jember, 18 Juli 2022

Penulis

Lailatul Badriyah
NIM. E20181059

ABSTRAK

Lailatul Badriyah, Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I, 2022: Strategi Pemasaran Direct Selling dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Sejalan dengan pertumbuhan lembaga keuangan yang memberikan layanan gadai emas, menjadikan emas sebagai suatu aset yang menjadi pilihan bagi para penyedia layanan serta nasabah, emas sendiri memiliki risiko rendah, harga cenderung stabil dan emas mudah dicairkan untuk memperoleh dana tunai dengan waktu yang singkat. Strategi pemasaran *direct selling* merupakan strategi pemasaran unik yang dapat menciptakan hubungan dan relasi yang kuat dengan pelanggan.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: (1) Bagaimana pelaksanaan akad gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ? (2) Bagaimana strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ? (3) Bagaimana manfaat strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Untuk mengetahui pelaksanaan akad gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung (2) Untuk mengetahui strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung (3) Untuk mengetahui manfaat strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kasus. Lokasi penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, dan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pelaksanaan akad gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yaitu dengan menerapkan akad *rahn* dan akad *qardh*, memberikan informasi kepada nasabah tentang peraturan, barang jaminan, dan biaya *ujrah*. (2) Strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yaitu dengan melakukan periklanan (sebar brosur/*banner*, *member get member*, dan *intelijen*), interaksi personal dan datang langsung ke lokasi nasabah (3) Manfaat Strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yaitu mengetahui karakteristik nasabah, memudahkan dalam bertransaksi, berinteraksi, dan relasi yang kuat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Direct Selling, Gadai Emas

ABSTRACT

Lailatul Badriyah, Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I, 2022: *Direct Selling Marketing Strategy in Increasing the Number of Gold Pawn Customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.*

In line with the growth of financial institutions that provide gold pawn services, making gold an asset of choice for service providers and customers, which gold itself has low risk, prices that to be stable and gold itself is easy to liquidate to obtain cash in a timely manner short. Direct selling marketing strategy is a unique marketing strategy that can create strong relationships and relationships with customers.

The focus in this thesis are: (1) How is the implementation of the gold pawn contract at the Indonesian Islamic Bank KCP Jember Balung? (2) What direct selling marketing strategy is used in increasing the number of gold pawn customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung? (3) What are the benefits of direct selling marketing strategy in increasing the number of gold pawn customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?

The objectives in this thesis are (1) To determine the implementation of the gold pawn contract at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung (2) To determine the direct selling marketing strategy in increasing the number of gold pawn customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung (3) To find out the benefits direct selling marketing strategy in increasing the number of gold pawn customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

This research used a qualitative approach and type of case study research. The research location at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Determination of research subjects used purposive techniques. Data collection techniques used observation techniques, interviews, and documentation. Data analysis used descriptive analysis, and the validity of the data used source triangulation.

The results showed that (1) Implementation of the gold pawn contract Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung in its transactions, namely by applying rahn contract and qardh contract, providing information to customers about regulations, collateral, and ujah fees (2) Direct selling marketing strategy in increasing the number of gold pawn customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, namely doing advertising (distribution of brochures/banners, member get member, and intelligence), personal interaction and coming directly to the customer's location (3) The benefits of Direct selling marketing strategy in increasing the number of gold pawn customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, namely being able to know customer characteristics, making transactions easier, interacting, and having strong relationships.

Keywords: Marketing Strategy Direct Selling, Gold Pawn

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus penelitian	9
C. Tujuan penelitian.....	9
D. Manfaat penelitian.....	10
E. Definisi istilah	11
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori.....	35

1. Strategi pemasaran	35
a. Pengertian Strategi Pemasaran	35
b. Konsep Pemasaran	36
c. Konsep Bauran Pemasaran	41
d. Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i>	47
2. Gadai Emas	51
a. Pengertian Gadai (<i>Rahn</i>)	51
b. Rukun dan Syarat Gadai (<i>Rahn</i>)	53
c. Biaya Penitipan (<i>Ujrah</i>)	55
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	58
B. Lokasi Penelitian	59
C. Subyek Penelitian	60
D. Teknik Pengumpulan Data	61
E. Analisis Data	64
F. Keabsahan Data	66
G. Tahap-Tahap Penelitian	66
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	68
A. Gambaran Obyek Penelitian	68
B. Penyajian Data dan Analisis	86
1. Pelaksanaan Akad Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	86

a. Akad <i>Rahn</i>	86
b. Terdapat Jaminan (<i>Marhun</i>) Berupa Emas	89
c. <i>Rahin</i> (penggadai) dan <i>Murtahin</i> (penerima).....	92
d. Biaya Penitipan (<i>Ujrah</i>)	95
2. Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i> pada Produk Gadai Emas	
Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.....	97
a. <i>Face to Face Selling</i>	98
b. <i>Direct Mail</i>	101
c. <i>Kiosk Marketing</i>	103
d. <i>Telemarketing</i>	105
1) Periklanan.....	107
2) Menyenangkan	111
3) Bersifat Personal	113
4) Datang Langsung Kepada Konsumen	116
3. Manfaat Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i> yang Diterapkan oleh	
Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.....	119
a. Rasa senang, nyaman, bebas dari pertengkaran	119
b. Interaktif dan segera	121
c. Fleksibel	122
d. Dapat Terjalannya Hubungan Berkesinambungan	124
C. Pembahasan Temuan.....	125
1. Pelaksanaan Akad Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP	

Jember Balung.....	125
a. Akad <i>Rahn</i>	125
b. Terdapat Jaminan (<i>Marhun</i>) Berupa Emas	127
c. <i>Rahin</i> (penggadai) dan <i>Murtahin</i> (penerima).....	128
d. Biaya Penitipan (<i>Ujrah</i>)	129
2. Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i> dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	131
a. Periklanan	131
b. Menyenangkan	133
c. Bersifat Personal.....	134
d. Datang Langsung Kepada Konsumen	136
3. Manfaat Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i> dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.....	139
a. Rasa senang, nyaman, bebas dari pertengkaran	139
b. Interaktif dan segera	140
c. Fleksibel	140
d. Dapat Terjalannya Hubungan Berkesinambungan	141
BAB V PENUTUP ATAU KESIMPULAN DAN SARAN.....	142
A. Kesimpulan.....	142
B. Saran-saran	144

DAFTAR PUSTAKA145

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Surat Ijin Penelitian
3. Surat ACC Ijin Penelitian
4. Surat Keterangan Selesai Penelitian
5. Foto
6. Gambar/Denah
7. Lembar Observasi
8. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
9. Biodata Penulis



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Layanan Produk Gadai Emas	2
Tabel 1.2 NoA dan Outstanding Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	3
Tabel 1.3 Sistem Pemasaran Gadai Emas	6
Tabel 1.4 Strategi Pemasaran Gadai Emas Bank Syariah Indonesia	8
Tabel 2.1 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Jumlah Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung di beberapa Daerah/Wilayah.....	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Jember Balung merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai prinsip syariah dan sistem operasional yang berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia tentang Perbankan Syariah. Sistem operasional perbankan syariah yang termuat dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana bagi bank yang melaksanakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah yang ditegaskan wajib untuk melaksanakan kegiatan dan penghimpunan dana sesuai pada peraturan Bank Indonesia sesuai prinsip syariah yang terhindar dari unsur *gharar, maysir, riba, zalim, risywah, barang haram dan maksiat*.³

Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memiliki kualitas produk yang baik salah satunya pada produk gadai emas. Gadai adalah suatu hak atas benda bergerak (perhiasan) dan tidak bergerak (surat-surat piutang) yang diperuntukkan sebagai jaminan hutang. Gadai dalam Islam atau disebut sebagai *rahn* merupakan penyerahan barang sebagai jaminan hutang yang bermaksud untuk memberikan keyakinan, ketenangan, dan keamanan atas utang yang telah

³ Rachmadi Usman, *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2009), 17.

diberikan.⁴ Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam melakukan proses administrasi dan penaksiran pada gadai emas dilakukan dengan waktu yang relatif cepat, maksimal dalam batas waktu 1 jam dana sudah akan diterima oleh nasabah. Selain itu, gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dana yang akan didapat oleh nasabah sesuai dengan taksiran harga emas pada saat akad berlangsung tanpa perlu menunjukkan keterangan surat emas, dan menetapkan biaya *ujrah* yang kecil.

Tabel 1.1
Layanan Produk Gadai Emas

Layanan	Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	Unit Pegadaian Lain
Biaya Sewa Modal/ <i>Ujrah</i>	a. 500.000 s.d. kurang 20.000.000 adalah 1,8% b. 20.000.000 s.d. kurang 100.000.000 adalah 1,5% c. Lebih dari 100.000.000 adalah 1,1 % terhadap pembiayaan dalam perhitungan waktu per satu bulan.	50.000 sampai dengan 100.000.000 atau lebih adalah 1,2 % dalam perhitungan waktu per 15 hari.
Biaya Administrasi	a. 500.000 s.d. kurang 20.000.000 sebesar 25.000 b. 20.000.000 s.d. kurang 100.000.000 sebesar 80.000 c. Lebih dari 100 juta sebesar 125.000	50.000 sampai dengan 100.000.000 atau lebih yaitu 125.000
Jatuh tempo	Biaya sewa dihitung per 15 hari dan perpanjangan otomatis pada saat jatuh tempo, sebab sistem Bank Syariah Indonesia dilakukan secara tertib dan transaksi harus terselesaikan saat jatuh tempo.	Jatuh tempo sewa tetap dihitung pada saat hari libur dan dianggap sebagai denda, dihitung per 15 hari untuk konvensional dan per 10 hari untuk syariah.

Sumber: *bankbsi.co.id* & *pegadaian.co.id*

⁴ Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), 4.

Produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung diminati oleh beberapa kalangan masyarakat khususnya bagi masyarakat yang berkecimpung pada dunia bisnis. Seperti yang telah dijelaskan pada tabel 1.1 terdapat perbandingan dari sistem layanan yang diberikan yaitu biaya penitipan gadai dan sewa penyimpanan yang ringan menjadikan perkembangan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung meningkat.

Tabel 1.2
NoA dan Outstanding Gadai Emas
Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

Tahun	NoA (Jumlah Nasabah Gadai Emas)	Outstanding (Jumlah Nominal Gadai Emas)
2018	104	1.584.300.00
2019	235	3.675.750.000
2020	575	9.410.918.562
2021	817	13.297.296.390

Sumber: Pawning Officer Gadai Emas BSI KCP Jember Balung

Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memiliki sistem pemasaran produk gadai emas yang unik dari sistem pemasaran di beberapa pegadaian lain yang menerapkan sistem pemasaran secara digital di beberapa media informasi yang dapat diakses dengan memberikan layanan produk gadai emas melalui aplikasi *Digital Service* atau dapat dilakukan pada outlet Pegadaian. Sistem secara digital dapat diakses bagi masyarakat modern yang mengerti pada teknologi dan informasi yang telah berkembang, namun tidak semua masyarakat maupun

konsumen dapat mengetahui dan memahami secara jelas mengenai suatu produk yang ditawarkan tanpa adanya informasi dan penjelasan yang diberikan secara langsung mengenai suatu produk tertentu. Berbeda dengan sistem pemasaran yang dijalankan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, lembaga keuangan ini menerapkan sistem pemasaran secara langsung kepada konsumen dengan mendatangi lokasi konsumen untuk menawarkan produk gadai emas oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung di mana strategi ini merupakan strategi pemasaran yang unik karena tidak semua lembaga keuangan bank atau non bank melakukan teknik pemasaran secara langsung. Selain itu, bukan hanya mendatangi lokasi konsumen untuk melakukan penawaran produk gadai emas namun juga terdapat kunjungan-kunjungan berikutnya ke lokasi nasabah yang hendak melakukan transaksi gadai emas baik untuk melakukan transaksi gadai emas atau perpanjangan gadai emas baru. Pemasaran langsung dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan untuk mengetahui dan memahami suatu produk secara jelas bagi konsumen dan layanan yang telah diberikan pada produk gadai emas dapat diakses secara *online* maupun *offline* melalui *Mobile Banking* atau dapat secara langsung dilakukan di outlet/kantor Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Melihat usaha dan proses yang dilakukan dalam memasarkan suatu produk oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung untuk meningkatkan nasabah dengan dilakukan strategi pemasaran langsung sejalan dengan praktik pemasaran yang dikenal dengan sistem strategi pemasaran *direct selling*.

Direct selling merupakan suatu strategi dalam pemasaran secara langsung melalui berbagai media untuk berinteraksi secara langsung kepada konsumen baik secara satu lawan satu (*person to person* atau *one on one*) untuk menawarkan suatu produk dengan mudah.⁵ *Direct selling* adalah pemasaran dan penjualan produk langsung kepada konsumen jauh dari lokasi ritel tetap. Pemasaran *direct selling* dilakukan dengan mengunjungi rumah atau lokasi tempat tinggal pelanggan atau calon pelanggan untuk dapat memudahkan nasabah dalam memahami yang dapat menciptakan ketertarikan dan kenyamanan bagi pelanggan atau calon pelanggan serta untuk menciptakan hubungan yang berlangsung lama. Dalam pencapaian tingkat keberhasilan pemasaran suatu produk, sebuah perusahaan penting memperhatikan tujuan yang akan ditargetkan agar dapat menarik konsumen untuk produk yang akan dipasarkan dan dapat mempertahankan produk-produk agar tetap bertahan pada tingkat kualitasnya.⁶

⁵ Robert A. Peterson & Thomas R. Wotruba, "What is Direct Selling? Definition, Perspectives, and Research Agenda", *Journal of Personal Selling & Sales Management*, Vol. 16 No. 4 (2015), 16.

⁶ Onny Fitriana Sitorus dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: Universitas Muhammadiyah, 2017), 49.

Tabel 1.3
Sistem Pemasaran Gadai Emas

Kegiatan	Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	Unit Pegadaian Lain
Transaksi Gadai Emas	Difasilitasi <i>online (mobile banking)</i> dan <i>offline</i> (di kantor BSI)	Dilakukan di outlet Pegadaian dan aplikasi Pegadaian <i>Digital</i>
Perpanjangan Gadai Emas	Perpanjangan gadai dan melayani proses <i>take over</i> (perpindahan) dari instansi gadai emas lain.	Perpanjangan atau gadai ulang melalui aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i> atau di <i>outlet</i> Pegadaian
Layanan Pemasaran	Perluasan layanan pemasaran dengan sistem <i>direct selling</i> kunjungan langsung ke lokasi konsumen (rumah/pasar/instansi)	Perluasan layanan pemasaran produk dengan sistem <i>Indirect Partnership</i>

Sumber: pawning officer gadai emas BSI KCP Jember Balung & pegadaian.co.id

Masing-masing perusahaan pasti menyimpan khusus strategi pemasaran produk dengan kelebihan dan keunggulannya tersendiri, namun dari berbagai strategi-strategi pemasaran oleh unit Pegadaian lain, Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memiliki keunikan dan keunggulan pada sistem pemasaran produk gadai emas yang telah disebutkan pada tabel 1.3 yang terlihat memiliki perbedaan dalam sistem pemasaran diantara keduanya. Sistem pemasaran di unit Pegadaian lain dilakukan secara digital melalui beberapa aplikasi dan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung melakukan sistem pemasaran secara langsung atau *direct selling* yang dilakukan langsung ke lokasi konsumen seperti yang telah dijelaskan pada tabel di atas dengan keunggulan dan keunikannya. Berbagai majelis keuangan baik bank atau non bank yang juga menawarkan produk dan layanan yang sama yaitu produk gadai emas khususnya di wilayah Jember Balung, sistem

pemasaran secara langsung atau *direct selling* pada produk gadai emas memang hanya ditemukan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang mana menjadi keunikan dan kelebihan dari strategi pemasaran produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung pada produk gadai emas melalui proses tatap muka dengan mendatangi langsung lokasi atau rumah nasabah oleh divisi gadai emas dari Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung untuk memasarkan produk gadai emas atau melakukan transaksi gadai emas yang mana kegiatan tersebut adalah bentuk dari pemasaran *direct selling* secara *face to face* yang bersifat *personal* (pribadi), selain itu pemasaran yang dilakukan juga dengan memanfaatkan media komunikasi atau telepon untuk melayani nasabah yang hendak melakukan transaksi gadai emas dan hal tersebut merupakan contoh dari *telemarketing* pada *direct selling* dengan memasarkan produk melalui telepon. Pemasaran oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menunjukkan fakta bahwa pemasaran-pemasaran yang dilakukan adalah bagian dari bentuk strategi pemasaran *direct selling*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tabel 1.4
Strategi Pemasaran Gadai Emas Bank Syariah Indonesia

Instansi	Alamat	Strategi Pemasaran
Bank Syariah Indonesia KC Sudirman	Jl. P. B. Sudirman NO. 41-43, Jember Jawa Timur	Sosialisasi
Bank Syariah Indonesia KC A Yani	Jl. Ahmad Yani NO. 39, Jember	Sosialisasi & Sebar Brosur
Bank Syariah Indonesia KC Trunojoyo	Jl. Trunojoyo NO. 101, Jember	<i>Collaboration Marketing</i>
Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	Jl. Rambipuji NO. 78 , Kabupaten Jember, Jawa Timur	<i>Direct Selling</i>
Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu	Jl. Ahmad Yani NO. 59, Ambulu Kabupaten Jember	<i>Collaboration Marketing</i>
Bank Syariah Indonesia KCP Kencong	Jl. Krakatau NO. 45, Kencong Jember	<i>Collaboration Marketing</i>

Sumber: Bank Syariah Indonesia di wilayah Kabupaten Jember

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh beberapa Bank syariah Indonesia yang berada di wilayah Kabupaten Jember seperti pada tabel 1.4 menunjukkan adanya perbedaan dengan sistem pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dengan menggunakan strategi pemasaran *direct selling* dan menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung adalah Bank Syariah Indonesia dengan keunikannya tersendiri menggunakan sistem pemasaran secara langsung atau *direct selling*.

Dengan demikian, berdasarkan observasi pada lokasi penelitian dan fakta-fakta yang ditemukan oleh peneliti, peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.”

B. Fokus Penelitian

Bagian ini berisi pokok bahasan atau pertanyaan kunci yang dijawab dengan jalan penelitian. Fokus penelitian disampaikan secara ringkas, jelas, tegas, konkrit, serta dapat ditindaklanjuti juga disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁷

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini dapat dirumuskan melalui pertanyaan pokok penelitian, yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan akad gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
2. Bagaimana strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
3. Bagaimana manfaat strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah representasi mengenai aspek penelitian yang dilakukan. Tujuan penelitian perlu berpacu dan konsisten dengan pertanyaan yang telah dirumuskan dalam fokus penelitian.⁸

1. Untuk mengetahui pelaksanaan akad gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember : IAIN Jember Press, 2018), 44.

⁸ *Ibid.*, 45

3. Untuk mengetahui manfaat strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

D. Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian tentunya diharapkan dapat memberikan manfaat yang diambil sebagai bentuk penerapan dari hasil penelitian. Manfaat penelitian termasuk sebuah sumbangsih setelah menyelesaikan kegiatan penelitian yakni manfaat secara teoritis serta praktis serta harus realistis.⁹

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharap bisa ikut andil meneruskan pengetahuan tentang isu-isu yang dikaji terkait dengan masalah ekonomi atau perbankan, khususnya yang berkaitan dengan pemasaran dan dapat digunakan sebagai salah satu sumber ilmiah untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang menjadi dasar atau perbandingan untuk penelitian kedepan.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharap bisa menjadi pijakan serta ilmu pengetahuan kepada para pelaku ekonomi yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

a. Bagi peneliti

Dapat bermanfaat dalam wawasan ilmu pengetahuan selama di bangku kuliah, khususnya pada ilmu pengetahuan tentang strategi

⁹ Ibid., 45.

pemasaran. Serta menjadi pemenuhan syarat wajib akhir kuliah demi mendapatkan gelar Sarjana Strata (S1).

b. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Semoga penelitian ini bisa digunakan rujukan para pembaca serta mahasiswa untuk digunakan referensi penelitian.

c. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan dapat menjadi bahan evaluasi kinerja Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung pada umumnya, khususnya strategi pemasaran pada produk gadai emas.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah yaitu memuat bahasan esensial yang dicatat oleh peneliti yang bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman tentang arti kata-kata yang ingin peneliti gunakan.¹⁰

1. Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, riset pemasaran, pengembangan produk, penetapan harga, pendistribusian dan promosi. Strategi pemasaran merupakan proses usaha yang dilakukan oleh pemangku kepentingan sebuah organisasi atau perusahaan dalam mencapai tingkat keberhasilan bisnis yang telah ditargetkan dan dilakukan untuk

¹⁰ Ibid., 45.

mendapat respon secara cepat dari konsumen yang bertujuan untuk menarik minat konsumen dalam menawarkan produk maupun jasa sesuai kebutuhan.¹¹

2. *Direct Selling*

Direct selling adalah strategi pemasaran yang menggunakan saluran langsung untuk menjangkau konsumen dan menyediakan barang dan jasa kepada pelanggan. *Direct selling* merupakan pemasaran atau penjualan langsung dengan tujuan untuk memasarkan produk atau jasa supaya konsumen tahu dan mengenal produk yang ditawarkan. *Direct selling* dilakukan dalam strategi pemasaran *door to door* yang mengarahkan pemasaran ke tempat potensial dengan membujuk yang membuat konsumen tertarik melalui komunikasi yang bersifat pribadi atau secara langsung.¹²

3. Gadai Emas

Gadai adalah hak yang didapat dari benda yang dipergunakan sebagai jaminan hutang yang diberikan kepada pihak penerima gadai. Barang yang digunakan dalam proses gadai termasuk dalam benda bergerak yang dapat dipindahkan. Menurut Anshori, *rahn* adalah perjanjian atas pemberian barang untuk diserahkan sebagai jaminan hutang sehingga pihak yang bersangkutan dapat melakukan pinjaman dan mengambil utang.¹³ Gadai emas adalah penyerahan hak terhadap penguasaan atas barang berharga secara fisik yaitu

¹¹ Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 1.

¹² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 59.

¹³ Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah* (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), 4.

berupa emas dari *rahin* (nasabah) sebagai jaminan hutang kepada *murtahin* (bank) untuk diproses atau dikelola dengan prinsip-prinsip syariah *al-rahm*. Gadai emas merupakan pembiayaan yang dilakukan lembaga keuangan syariah atau konvensional dengan memberikan fasilitas pinjaman kepada seseorang khususnya bagi nasabah yang ingin melakukan pinjaman dengan memenuhi syarat jaminan berupa emas sebagai agunan sesuai dengan prosedur yang ada.

Strategi pemasaran bertujuan untuk melakukan usaha yang terbaik, melakukan pertahanan, dan pengembangan dalam menawarkan atau memasarkan suatu produk tertentu. Mengenai masalah atau judul yang diangkat dalam penelitian ini tentang “Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung” bermaksud untuk mengetahui strategi pemasaran yaitu seperti perencanaan atau usaha yang dilakukan dalam memasarkan produk gadai emas yang dibuktikan adanya peningkatan jumlah nasabah yang dijalankan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung melalui pemasaran langsung yaitu *direct selling* yang merupakan jenis pemasaran dengan berkomunikasi, bertemu atau mengunjungi konsumen secara langsung yang dapat meningkatkan jumlah nasabah pada gadai emas.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam memperoleh rancangan suatu penelitian serta melanjutkan kegiatan penelitian, peneliti akan memaparkan pembahasan untuk menghasilkan alur pemikiran yang jelas dan sistematis untuk dipahami.

Bab pertama merupakan pembahasan yang meliputi tentang pendahuluan yakni latar belakang permasalahan, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah serta sistematika pembahasan. Pada bab pertama sebagai bab mencapai skema universal dalam bahasan skripsi.

Bab kedua menerangkan perihal catatan penelitian studi terdahulu dan literatur terkait “Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas”. Pada bab kedua ini berfungsi sebagai landasan teori penelitian.

Bab ketiga menjelaskan dengan tegas mengenai metode penelitian, yakni pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data serta langkah-langkah pada proses penelitian.

Bab keempat menguraikan terkait penyajian serta analisis data yakni deskripsi objek penelitian, penyajian data, analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

Bab kelima adalah bab terakhir dari skripsi yakni berisi Penutup atau Kesimpulan dan Saran.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Dalam memperoleh suatu informasi terkait penelitian, maka penyajian hasil kajian atau penelitian terdahulu perlu disajikan yang berkaitan dengan strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, sebagai berikut:

- a. Salma, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Meningkatkan Nasabah di Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kabupaten Pinrang”, 2018. penelitian Salma berfokus pada perencanaan strategi pemasaran, implementasi strategi pemasaran dan evaluasinya pada strategi pemasaran produk gadai syariah. Tujuan penelitian Salma untuk mengetahui perencanaan strategi pemasaran, implementasi strategi pemasaran dan evaluasi strategi pemasaran produk gadai syariah dalam meningkatkan nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Hasil penelitian menjelaskan strategi Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kabupaten Pinrang antara lain dengan penyebaran brosur, sosialisasi dan pemberian pelayanan yang baik pada produk gadai. Perencanaan strategi pemasaran dilakukan dengan sebaik mungkin, dan pada implementasi strategi pemasaran dilakukan dengan jujur,

benar dan tidak ada unsur kebohongan. Evaluasi yang dilakukan pada strategi pemasaran dapat dilihat dari laporan keuangan dan laporan omset.

Terdapat dua persamaan antara penelitian Salma dengan penelitian ini, terkait dengan fokus penelitian di mana keduanya mengulas terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah, dan metode penelitian keduanya yakni pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian keduanya yaitu terkait jenis penelitian dan jenis strategi pemasaran. Jenis penelitian Salma adalah menerapkan jenis penelitian fenomenologi dan penelitian ini menerapkan jenis penelitian studi kasus dan strategi pemasaran penelitian Salma menggunakan strategi pemasaran melalui penyebaran brosur dan sosialisasi sedangkan penelitian ini menggunakan strategi pemasaran langsung.¹⁴

- b. Luh Mirayani, “Analisis Penerapan Strategi *Direct Selling* dan Dampaknya terhadap Volume Penjualan pada PT. Karya Pak Oles Stocker di Desa Bengkel Tahun 2016”, 2018. Fokus penelitian pada jurnal Luh Mirayani berfokus pada pengaplikasian strategi *direct selling* dan dampaknya terhadap volume penjualan pada PT. Karya Pak Oles Stocker di Desa Bengkel Tahun 2016. Tujuan penelitian untuk mengetahui penerapan strategi *direct selling* dan dampaknya terhadap volume penjualan pada PT. Karya Pak Oles Stocker di Desa Bengkel Tahun 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif serta jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian ini

¹⁴ Salma, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Meningkatkan Nasabah di Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kabupaten Pinrang”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2018), 75.

menjelaskan bahwa strategi *direct selling* yang dilakukan dengan mengikuti Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ada seperti menghubungi konsumen melalui telepon seluler untuk mengetahui produk yang dibutuhkan pelanggan dan strategi *direct selling* yang diterapkan oleh perusahaan yaitu dengan langsung menjangkau ke lokasi-lokasi pelanggan yang sudah ditargetkan yang mana strategi *direct selling* membuktikan bahwa dapat memberikan dampak yang baik terhadap volume penjualan produk tahun 2016.

Terdapat dua persamaan penelitian antara penelitian Luh Mirayani dengan penelitian ini yaitu keduanya mengulas strategi *direct selling* dan metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian keduanya yaitu jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif sedangkan penelitian ini menerapkan studi kasus, serta perbedaan lainnya pada fokus penelitian yaitu jurnal Luh Mirayani berfokus pada dampak volume penjualan, namun penelitian ini fokus pada strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah.¹⁵

- c. Fazar Maulana, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (*Ar-Rahn*) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung”, 2019. Fokus penelitian skripsi Fazar Maulana yaitu strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Arif Rahman

¹⁵ Luh Mirayani, “Analisis Penerapan Strategi *Direct Selling* dan Dampaknya terhadap Volume Penjualan pada PT. Karya Pak Oles Stocker di Desa Bengkel Tahun 2016”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Uindiksha*, Vol. 10 No. 1 (2018), 135.

Hakim Bandar Lampung dalam meningkatkan jumlah nasabah. Tujuan pada penelitian Fazar untuk mengungkap strategi yang dijalankan Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung dalam melaksanakan pemasaran produk gadai syariah (*ar-rahn*). Metode yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian Fazar menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung dalam meningkatkan jumlah nasabah menggunakan strategi pemasaran langsung dan tidak langsung melalui proses tatap muka, penyebaran katalog atau brosur serta melalui jejaring sosial media.

Persamaan penelitian Fazar Maulana dengan penelitian ini adalah bahwa tujuan penelitian mengacu pada strategi pemasaran produk gadai untuk meningkatkan basis pelanggan dan metode penelitian yang diterapkan adalah kualitatif. Perbedaan antara keduanya adalah jenis penelitian dan fokus penelitian. Jenis penelitian Fazar Maulana menentukan jenis penelitian deskriptif kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan studi kasus. Fokus penelitian Fazar Maulana yakni membahas strategi pemasaran produk gadai secara umum sedangkan penelitian ini berfokus pada produk gadai khususnya emas dalam strategi pemasaran *direct selling*.¹⁶

¹⁶ Fazar Maulana, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (*Ar-Rahn*) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung”, (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), 80.

d. Masrom, “Strategi Pemasaran Gadai Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Cabang Ende)”, 2019. Fokus penelitian skripsi Masrom yaitu penerapan dan implementasi strategi pemasaran oleh Pegadaian Syariah Cabang Ende dalam meningkatkan jumlah nasabah. Tujuan penelitian skripsi Masrom untuk mengetahui penerapan strategi Pegadaian Syariah Cabang Ende dan apakah strategi yang diterapkan terbukti meningkatkan jumlah nasabah?. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field research*. Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan strategi pemasaran yang digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Ende adalah strategi 4P yaitu strategi *product*, *place*, *price* dan *promotion*. Strategi produk dengan cara pengembangan produk *ar-rahn* menjadi *arrum* (*ar-rahn* untuk usaha mikro kecil) dan pengoptimalan taksiran, strategi harga dengan menetapkan biaya *ujrah* dan biaya administrasi, strategi tempat dengan membuka UPC (Unit Pelayanan Cabang) dan periklanan menjadi pola promosi yang diterapkan berupa pamflet, brosur, spanduk, *souvenir*, publisitas dan melalui sosialisasi kepada ibu-ibu pengajian, mendatangi ibu-ibu yang mengantarkan anaknya ke sekolah, dan melalui promosi karyawan terhadap keluarganya sebagai bentuk *personal selling*. Strategi pemasaran yang telah dijalankan terbukti mampu meningkatkan jumlah nasabah.

Persamaan penelitian yaitu mengkaji perihal strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah dan metode penelitian menerapkan pendekatan

kualitatif. Perbedaan penelitian Masrom yaitu pada jenis penelitian yang digunakan adalah *field research*, sedangkan penelitian ini menggunakan studi kasus, kemudian berbeda dalam fokus penelitian di mana penelitian terdahulu menerapkan strategi pemasaran yang dilakukan dengan strategi 4P sedangkan pada penelitian ini menerapkan strategi pemasaran langsung atau *direct selling* dan yang terakhir fokus penelitian pada penelitian terdahulu berfokus pada gadai secara umum sedangkan penelitian ini berfokus pada gadai emas.¹⁷

- e. Fachrudin Fiqri Affandi dan Siti Jum Iyyah, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura”, 2020. Fokus penelitian terdahulu ini tentang penerapan strategi pemasaran produk gadai emas di Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura dan kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas. Tujuan penelitian terdahulu untuk menelaah strategi pemasaran produk gadai emas dan hambatan mempromosikan produk gadai emas Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura. Metode penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian terdahulu menjelaskan bahwa strategi pemasaran di Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura melalui strategi produk, harga, promosi, tempat dan strategi orang atau strategi tersebut dikenal sebagai strategi bauran

¹⁷ Masrom, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), 71.

pemasaran. Pada strategi promosi dilakukan melalui brosur dan media *online*. Kendala yang dihadapi adalah dari segi eksternal seperti faktor cuaca tidak kurang mendukung yang menyulitkan penyebaran brosur. Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura dalam hal keuntungan yang tidak menekan pada pemberian bunga sebab dalam lembaga keuangan syariah keuntungan dalam transaksi gadai diperoleh dari biaya penitipan jasa atau *ujrah* yang digadaikan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yakni terkait strategi pemasaran produk gadai emas dan metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya yakni penelitian terdahulu menerapkan deskriptif sedangkan penelitian ini studi kasus, kemudian perbedaan lainnya yang mana penelitian terdahulu ini berpusat pada strategi pemasaran gadai emas secara umum dengan bauran pemasaran, namun penelitian ini yakni strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah.¹⁸

- f. Siti Nurul Unsa, “*Personal Selling, Direct Selling, Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah*”, 2020. Fokus penelitian terdahulu ini yaitu bagaimana pengaruh *personal selling, direct selling, relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMT Fastabiq Cabang Mayong Jepara?. Tujuan penelitian untuk

¹⁸ Fachrudin Fiqri Affandi dan Siti Jum Iyyah, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1 No. 1 (2020), 99.

menganalisis pengaruh *personal selling*, *direct selling*, *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMT Fastabiq Cabang Mayong Jepara. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa adanya pengaruh positif antara *personal selling*, *direct selling*, *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah secara simultan. *Personal selling* berpengaruh positif dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah *Personal selling* menjadi bagian dari bauran promosi, *direct selling* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan menekan pada tanggapan yang dapat diukur khususnya pada pesanan pelanggan, dan *relation marketing* juga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang mana *relation marketing* digunakan untuk memahami pelanggan.

Persamaan penelitian Nurul Unsa dengan penelitian ini adalah *direct selling* yang dijalankan dengan media komunikasi untuk respon langsung. Perbedaan penelitian yakni pada metode penelitian Nurul Unsa adalah kuantitatif dan jenis penelitian adalah deskriptif asosiatif, fokus penelitian yakni *personal selling*, *direct selling*, *relationship marketing* dan kualitas pelayanan untuk kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian ini metode penelitian yang diterapkan yakni kualitatif dan jenis penelitian studi kasus

serta fokus penelitian yakni strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah.¹⁹

- g. Nunik Dwi Sulistiyowati, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Kopsyah BMT Sahara Istiqomah Tulungagung”, 2020. Fokus penelitian terdahulu yaitu bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah serta apa kendala dan bagaimana solusi yang dihadapi Kopsyah BMT Sahara Istiqomah Tulungagung dalam melakukan strategi pemasaran?. Tujuan penelitian terdahulu untuk menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah penabung, untuk menganalisis kendala dan solusi yang dihadapi dalam melakukan strategi pemasaran oleh Kopsyah BMT Sahara Istiqomah Tulungagung. Metode penelitian yakni pendekatan kualitatif dan jenis penelitian secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang digunakan adalah strategi 4P: *product, price, place, promotion*. Kendala melakukan pemasaran yang dihadapi adalah kondisi perekonomian yang menurun, minimnya inovasi produk, promosi melalui media cetak tidak terlalu aktif, pengetahuan masyarakat yang minim. Solusi yang dilakukan dengan lebih giat melakukan kegiatan pemasaran, meningkatkan inovasi produk, dan sosialisasi pemberian pemahaman tentang BMT kepada masyarakat.

¹⁹ Siti Nurul Unsa, “*Personal Selling, Direct Selling, Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2020), 80.

Persamaan yakni terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah dan metode penelitian adalah pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian Nunik dengan penelitian ini yaitu jenis penelitian dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu jenis penelitian yang diterapkan yakni deskriptif kualitatif sedangkan pada peneliti ini menggunakan studi kasus, penelitian terdahulu berfokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah penabung dengan strategi 4P sedangkan penelitian ini berfokus pada meningkatkan jumlah nasabah gadai emas dengan strategi pemasaran langsung atau *direct selling*.²⁰

- h. Aulia Bakhtiar Sasaah, “Analisis Penerapan Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Asuransi Syariah pada Agensi (Studi Kasus PT. Takaful Keluarga Kantor Kota Serang, Banten)”, 2021. Fokus penelitian skripsi Aulia Bakhtiar yaitu tentang konsep strategi pemasaran *direct selling* dan implementasi penerapan strategi *direct selling* dalam meningkatkan jumlah peserta asuransi. Tujuan penelitian untuk mengimplementasi penerapan strategi *direct selling* dan untuk menganalisa konsep penerapan strategi pemasaran *direct selling*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *direct selling* PT. Takaful Keluarga Kantor Kota Serang Banten adalah segmentasi pasar, strategi posisi pasar

²⁰ Nunik Dwi Sulistiyowati, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Kopsyah BMT Istiqomah Tulungagung”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020), 111.

(*positioning*), strategi penentuan harga (*targeting*), bauran pemasaran dan strategi keagenan. Penerapan strategi *direct selling* tersebut strategi keagenan yang menjadi unggul dalam pemasaran yang menjadi ujung tombak dalam pemasaran adalah agen pemasaran *direct selling* dilakukan melalui penjualan tatap muka, email, *telemarketing* atau *online*. Strategi *direct selling* juga dicapai melalui komunikasi dengan calon peserta atau pelanggan secara baik serta hubungan pribadi secara langsung antara calon peserta dan agen asuransi, sehingga agen dapat beradaptasi dengan kondisi yang ada di perusahaan untuk memenuhi kebutuhan calon peserta.

Persamaan penelitian adalah tentang strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah peserta dan menerapkan metode penelitian kualitatif. Terdapat dua perbedaan antara penelitian Aulia Bakhtiar dengan penelitian ini yaitu jenis penelitian Aulia Bakhtiar adalah deskriptif kualitatif dan berfokus pada peningkatan jumlah peserta asuransi, sedangkan penelitian ini menggunakan studi kasus berfokus pada peningkatan jumlah nasabah gadai emas.²¹

- i. Suci Syafitri, “Penerapan Strategi *Direct Selling* dalam Meningkatkan Minat Konsumen pada Bisnis Madhising Pinrang (Etika Bisnis Islam)”, 2021. Fokus penelitian terdahulu yaitu tentang, *pertama* penerapan strategi *direct*

²¹ Aulia Bakhtiar Sasaah, “Analisis Penerapan Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Asuransi Syariah pada Agensi (Studi Kasus PT. Takaful Keluarga Kantor Kota Serang, Banten)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2021), 89.

selling untuk peningkatan minat konsumen. *Kedua*, sistem *direct selling* dari pandangan konsumen dan *direct selling* dalam analisis etika bisnis Islam. Tujuan penelitian untuk mengetahui penerapan strategi *direct selling*, pandangan dari konsumen mengenai sistem *direct selling* dan analisisnya pada etika bisnis Islam. Metode penelitian yang ditetapkan adalah kualitatif dengan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa penerapan strategi *direct selling* dilakukan melalui promosi penjualan, penjualan langsung dan penjualan pribadi. Pandangan konsumen tentang strategi *direct selling* dapat memudahkan konsumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan, dapat mengurangi biaya transportasi masyarakat, dapat menciptakan kepuasan konsumen dan strategi melalui *direct selling* dengan menggunakan promosi penjualan dapat memudahkan konsumen untuk melihat barang yang ditawarkan.

Persamaan penelitian Suci Syafitri dengan penelitian ini yaitu pokok bahasan strategi *direct selling* dan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian. Perbedaan penelitian Suci Syafitri dengan penelitian ini adalah penelitian Suci Syafitri memfokuskan meningkatkan minat konsumen melalui strategi *direct selling*, sebaliknya penelitian ini berfokus dalam meningkatkan jumlah nasabah.²²

²² Suci Syafitri, “Penerapan Strategi *Direct Selling* dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Bisnis Madhising Pinrang (Etika Bisnis Islam)”, (Skripsi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2021), 62.

- j. Syarifuddin dan Moh. Helmi Hidayat, “Strategi Pemasaran Produk Jasa Gadai Syariah (*Rahn*) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”, 2021. Fokus penelitian terdahulu tentang penerapan strategi pemasaran Pegadaian Syariah Cabang Prenduan Sumenep supaya jumlah nasabah meningkat dan tujuan penelitian untuk mendeskripsikan penerapan strategi pemasaran tersebut. Metode penelitian yakni penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian menjelaskan terdapat tiga strategi pemasaran yang dilakukan yakni strategi tempat, strategi produk, dan strategi promosi atau strategi bauran pemasaran 3P yang bisa meningkatkan jumlah nasabah. Pemasaran dijalankan melalui penyebaran brosur, sosialisasi, pemasangan *banner*, menginformasikan melalui radio dan iklan televisi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yakni mengulas strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah. Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian yaitu pada jenis penelitian, fokus penelitian dan penerapan strategi pemasaran. Jenis penelitian pada penelitian terdahulu yakni deskriptif kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan studi kasus. Penelitian terdahulu berfokus pada produk jasa gadai secara umum sedangkan penelitian ini berfokus pada gadai emas dan penerapan strategi pemasaran pada penelitian terdahulu berfokus

pada strategi 3P (tempat, strategi produk, dan promosi) sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran langsung.²³

“Tabel 2.1”
“Mapping Penelitian Terdahulu”

No.	Penulis & Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	2	3	4	5
1	Salma, 2018.	Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Meningkatkan Nasabah di Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kabupaten Pinrang.	a. Membahas strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah. b. Penggunaan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif.	a. Jenis Penelitian: Penelitian Salma menggunakan fenomenologi sedangkan penelitian ini menggunakan studi kasus. b. Strategi pemasaran penelitian terdahulu menggunakan strategi pemasaran melalui penyebaran brosur dan sosialisasi sedangkan penelitian ini menggunakan strategi pemasaran langsung.
2	Luh Mirayani, 2018.	Analisis Penerapan Strategi <i>Direct Selling</i> dan Dampaknya terhadap Volume Penjualan pada PT. Karya Pak	a. Strategi <i>direct selling</i> . b. Menerapkan metode penelitian pendekatan kualitatif.	a. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif sedangkan peneliti adalah studi kasus. b. Fokus Penelitian: Penelitian terdahulu berfokus pada dampak volume penjualan sedangkan

²³ Syarifuddin dan Moh. Helmi Hidayat, “Strategi Pemasaran Produk Jasa Gadai Syariah (Rahn) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1 No. 2 (2021), 64.

1	2	3	4	5
		Oles Stocker di Desa Bengkel Tahun 2016.		penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah.
3	Fazar Maulana, 2019.	Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (<i>Ar-Rahn</i>) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung.	<p>a. Sama-sama membahas strategi pemasaran produk untuk meningkatkan jumlah nasabah.</p> <p>b. Menerapkan metode penelitian pendekatan kualitatif.</p>	<p>a. Penelitian Fazar Maulana menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif sedangkan penelitian ini adalah studi kasus.</p> <p>b. Fokus Penelitian: Penelitian terdahulu fokus pada strategi pemasaran produk gadai secara umum sedangkan penelitian ini fokus pada produk gadai emas dalam strategi pemasaran <i>direct selling</i>.</p>
4	Masrom, 2019.	Strategi Pemasaran Gadai Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Cabang Ende).	<p>a. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah.</p> <p>b. Menerapkan metode penelitian pendekatan kualitatif.</p>	<p>a. Penelitian Masrom menerapkan jenis penelitian <i>field research</i> sedangkan penelitian ini adalah studi kasus.</p> <p>b. Fokus Penelitian: Penelitian Masrom berfokus pada penerapan strategi pemasaran 4P sedangkan pada penelitian ini fokus pada strategi pemasaran langsung/<i>direct selling</i> dan fokus penelitian Masrom</p>

1	2	3	4	5
				tentang gadai secara umum sedangkan penelitian ini pada gadai emas.
5	Fachrudin Fiqri Affandi, Siti Jum Iyyah, 2020.	Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura.	<ul style="list-style-type: none"> a. Membahas tentang strategi pemasaran produk gadai emas. b. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Jenis penelitian penelitian terdahulu secara deskriptif, namun penelitian ini menerapkan studi kasus. b. Fokus Penelitian: Penelitian terdahulu berfokus pada strategi pemasaran gadai emas secara umum dalam bauran pemasaran sedangkan penelitian ini adalah strategi pemasaran <i>direct selling</i>.
6	Siti Nurul Unsa, 2020.	<i>Personal Selling, Direct Selling, Relationship Marketing</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.	<ul style="list-style-type: none"> a. Sama-sama membahas <i>direct selling</i> yang menggunakan berbagai media komunikasi untuk meningkatkan respon langsung. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Penelitian terdahulu menerapkan metode penelitian kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif asosiatif, namun penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis studi kasus. b. Fokus Penelitian: Penelitian terdahulu berfokus tentang <i>personal selling, direct selling, relationship marketing</i> dan kualitas pelayanan

1	2	3	4	5
				untuk kepuasan nasabah sedangkan penelitian ini fokus pada strategi pemasaran <i>direct selling</i> dalam meningkatkan jumlah nasabah.
7	Nunik Dwi Sulistiyo wati, 2020.	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Kopsyah BMT Sahara Istiqomah Tulungagung.	<ul style="list-style-type: none"> a. Sama-sama membahas strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah. b. Menerapkan metode penelitian pendekatan kualitatif. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Penelitian Nunik menerapkan jenis penelitian deskriptif kualitatif sedangkan penelitian ini adalah studi kasus. b. Fokus Penelitian: Penelitian Nunik merujuk pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah penabung dengan strategi 4P, sedang penelitian ini fokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas dengan strategi pemasaran secara langsung.
8	Aulia Bakhtiar Sasaah, 2021.	Analisis Penerapan Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i> dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Asuransi Syariah pada	<ul style="list-style-type: none"> a. Bahasan terkait strategi pemasaran <i>direct selling</i> dalam meningkatkan jumlah peserta atau nasabah. b. Metode penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> a. Penelitian terdahulu pada jenis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif, namun peneliti ini menggunakan jenis penelitian studi kasus. b. Fokus Penelitian: Penelitian terdahulu

1	2	3	4	5
		Agensi (Studi Kasus PT. Takaful Keluarga Kantor Kota Serang, Banten).	menggunakan pendekatan kualitatif.	berfokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta asuransi, namun penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas.
9	Suci Syafitri, 2021.	Penerapan Strategi <i>Direct Selling</i> dalam Meningkatkan Minat Konsumen pada Bisnis Madhising Pinrang (Etika Bisnis Islam).	a. Mengulas strategi <i>direct selling</i> b. Metode penelitian secara kualitatif.	a. Fokus Penelitian: Suci Syafitri fokus dalam strategi <i>direct selling</i> untuk meningkatkan minat konsumen sedangkan penelitian ini berfokus dalam meningkatkan jumlah nasabah. b. Penelitian Suci Syafitri menggunakan jenis penelitian secara deskriptif kualitatif sedangkan penelitian ini dengan pendekatan studi kasus.

1	2	3	4	5
10	Syarifudin dan Moh. Helmi Hidayat, 2021.	Strategi Pemasaran Produk Jasa Gadai Syariah (<i>Rahn</i>) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.	<ul style="list-style-type: none"> a. strategi pemasaran produk gadai dalam meningkatkan jumlah nasabah. b. Metode penelitian pendekatan kualitatif. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Penelitian terdahulu jenis penelitian deskriptif kualitatif namun, penelitian ini adalah studi kasus. b. Fokus Penelitian: Penelitian sebelumnya berfokus pada produk jasa gadai secara umum dengan strategi 3P (tempat, strategi produk, dan promosi) sedangkan penelitian ini berfokus pada gadai emas dengan strategi pemasaran langsung.

Sumber: Data penelitian terdahulu yang diolah

Berdasarkan penjelasan kajian terdahulu di atas dapat dijelaskan bahwa semua penelitian memiliki tujuan dan karakteristik masing-masing dalam menganalisa strategi pemasaran dalam produk gadai. Keseluruhan dari penelitian terdahulu telah disebutkan bahwa strategi pemasaran pada produk gadai yang dilakukan adalah menggunakan strategi bauran pemasaran baik strategi 3P (*product, price, place*) maupun 4P (*product, price, place, promotion*) di mana kedua strategi pemasaran ini telah umum dilakukan, seperti contoh strategi pemasaran melalui sosialisasi atau penyebaran brosur dan terdapat penerapan

strategi langsung dan tidak langsung. Terlebih lagi, mayoritas penelitian terdahulu menggunakan deskriptif kualitatif untuk menjelaskan gambaran masalah yang diangkat oleh masing-masing peneliti dan penelitian terdahulu berfokus pada strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan minat. Lokasi penelitian pun dilakukan pada lembaga keuangan baik bank maupun non bank dan yang lebih dominan yaitu dilaksanakan di lembaga keuangan non bank.

Oleh karena itu, dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perbedaan ataupun hal yang menarik antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian ini nampak jelas. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan akad gadai emas, strategi pemasaran *direct selling* dan manfaat strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas yang mana belum dijelaskan secara jelas pada penelitian sebelumnya. Fokus penelitian ini yakni strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah yang masih jarang diteliti pada penelitian sebelumnya dan penelitian ini berfokus pada produk gadai emas. Jenis penelitian penelitian ini adalah studi kasus untuk memperoleh gambaran yang utuh serta mendalam tentang suatu kelompok atau organisasi tentang masalah tertentu dengan menghasilkan data dan dianalisis untuk menunjukkan suatu teori. Pengumpulan data penelitian ini melalui data observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam tentang kegiatan pada objek penelitian. Lokasi penelitian yang dilakukan pada lokasi yang benar-benar sesuai dengan masalah yang terjadi. Oleh karena itu penelitian ini berfokus pada strategi

pemasaran dalam produk gadai dengan judul “Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung”.

B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan suatu hal penting dalam pemilihannya guna menjadikan landasan dari penelitian yang dilakukan. Kajian teori dapat memberikan suatu pengetahuan yang baru dan menjelaskan ruang lingkup penelitian secara jelas. Dengan demikian peneliti menggunakan acuan teori sebagai berikut.

1. Strategi pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi berdasar dari bahasa Yunani “*strategos*” yakni komandan militer. Kata strategi sering terdengar dalam suatu perang atau dalam sebuah pertandingan olahraga. Strategi adalah ilmu yang menjelaskan mengenai rencana dan penetapan arah suatu metode bisnis dengan parameter tinggi, mengorganisasikan seluruh sumber daya dalam perusahaan yang dapat memberikan keuntungan lebih nyata dalam bisnis.²⁴ Menurut Ahmad, terdapat dua pendekatan untuk memahami arti strategi yaitu pendekatan tradisional dan pendekatan baru. Strategi pendekatan tradisional adalah sebuah rencana kedepan yang bersifat antisipatif atau yang akan terjadi. Strategi dalam definisi pendekatan baru

²⁴ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 29.

adalah sesuatu yang diartikan sebagai pola yang bersifat reflektif yang membutuhkan respon secara cepat.²⁵

Pemasaran merupakan suatu aktivitas dari fungsi organisasi untuk menciptakan sebuah proses komunikasi, memberikan nilai dan bertukar penawaran kepada para pelanggan atau masyarakat pada umumnya.²⁶ Pemasaran adalah cara bagaimana dapat memuaskan kebutuhan para pelanggan dengan memiliki nilai yang baik dalam menetapkan harga, serta promosi dan mendistribusikan produk atau jasa.

Strategi pemasaran adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan usaha seseorang dalam memasarkan produk dan jasa dengan pola taktik tertentu yang dirancang dalam meningkatkan jumlah penjualan. Strategi pemasaran adalah kegiatan penting yang menjadi pokok utama bagi para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan bisnis dan usaha yang dilakukan untuk mengembangkan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Serta bertujuan untuk menjadi benteng pertahanan dalam persaingan pasar dan untuk mencegah penurunan jumlah konsumen.²⁷

b. Konsep Pemasaran

Dalam melakukan pemasaran penting dalam menguasai fungsi pemasaran dengan mengetahui konsep inti dari pemasaran.

²⁵ Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), 2.

²⁶ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management ed. 15 Global Edition* (Inggris: Pearson Education, 2016), 27.

²⁷ Saidah Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 3.

1) Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan

Kebutuhan adalah ketentuan sebagai syarat utama dan tuntutan yang menjadi dasar kehidupan manusia. Kebutuhan akan berubah menjadi bentuk keinginan pada saat keinginan tersebut difokuskan pada suatu topik tertentu. Permintaan merupakan suatu keinginan pada produk-produk tertentu yang mendukung kemampuan untuk membeli.

2) Pasar Sasaran, *Positioning* dan Segmentasi

Bagi seorang pemasar tidak seluruhnya bisa memenuhi dan memuaskan permintaan konsumen pada pasar. Oleh sebab itu, pemasar memulai membagi pasar di segmen-segmen tertentu. Pemasar mencatat dan membuat gambaran kelompok-kelompok dari pembeli yang berbeda atau pembeli yang mungkin lebih suka pada jenis produk dan jasa yang beragam.

3) Penawaran dan Merek

Penawaran dapat berbentuk beberapa penggabungan dari produk, jasa, informasi dan pengalaman. Merek adalah penawaran dari sumber yang diketahui.

4) Nilai dan Kepuasan

Nilai adalah menggambarkan suatu manfaat yang terlihat wujudnya atau tidak, dan biaya yang diperkirakan oleh pelanggan.

Kepuasan adalah sesuatu yang menggambarkan penilaian mengenai hasil kinerja suatu produk yang berkaitan harapan.

5) Saluran Pemasaran

Dalam pencapaian sasaran pasar, pemasar melakukan tiga bentuk usaha yang penting untuk digunakan yaitu bentuk pemasaran melalui jaringan komunikasi, distribusi, dan pemasaran melalui jaringan layanan.

6) Rantai Pasokan (*Supply Chain*)

Rantai pasokan merupakan suatu alur panjang yang menghubungkan bahan awal sampai komponen produk akhir disalurkan kepada pembeli.

7) Persaingan

Persaingan terdiri dari seluruh penawaran dan substitusi produk yang diberikan oleh pesaing yang nyata ataupun yang tersembunyi untuk ditinjau oleh pembeli.

8) Lingkungan pemasaran

Lingkungan pemasaran mencakup ruang lingkup terkait misi, termasuk bisnis, mitra, agen, dan pelanggan. Ruang lingkup tersebut kemudian menjadi lingkungan ekonomi, teknologi, fisik, politik hukum dan sosial budaya.²⁸

²⁸ Yusuf Saleh, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV. SAH MEDIA, 2019), 9.

Islam mengajarkan semua perilaku dan perbuatan yang dilakukan manusia harus sesuai dengan yang telah diperintahkan oleh Allah SWT dan diajarkan Nabi Muhammad SAW. Strategi pemasaran adalah suatu hal berguna bagi perusahaan dalam menjalankan bisnis. Allah SWT telah memerintahkan dalam berbisnis untuk tidak melakukan sistem penjualan dan pemasaran yang telah dilarang. Dalam Islam berbisnis harus tetap menjalaninya sesuai dengan perintah Al-Qur'an dan Hadits yaitu secara jujur, adil, tidak memonopoli penjualan dan juga tidak menimbulkan kecelakaan atau kerusakan bagi lainnya.

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

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa': 29)²⁹

Ayat ini telah menegaskan bahwa Allah SWT sangat mendukung para umat manusia untuk menjadi pedagang yang bijak, bahkan Rasulullah SAW. merupakan pebisnis yang sukses sebelum beliau

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2007), 83.

diperintah menjadi rasul. Allah SWT melarang hamba-hambanya mengkonsumsi harta yang didapat secara batil, yaitu jual beli yang terdapat aspek perjudian, penipuan, riba dan batil dari perbuatan mencuri atau mengambil hak orang lain. Rasulullah sangat mengedepankan kejujuran yang mana hal tersebut bukan menjadikan kerugian dalam berbisnis, melainkan Rasulullah sangat maju dalam berdagang. Sebab itu, sepatutnya seorang pebisnis mengikuti jejak Rasulullah SAW dalam berbisnis.³⁰

Dalam Hadits Rasulullah SAW Bersabda :

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ أَبِي يَعْقُوبَ الْكِرْمَانِيُّ حَدَّثَنَا حَسَنُ بْنُ حَدَّ شَنَايُونُسُ قَالَ قَالَ مُحَمَّدُ هُوَ
الرُّهْرِيُّ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ
مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ أَوْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَشْرِهِ فَلْيَصِلْ رَحْمَهُ

Artinya: “Telah diriwayatkan kepada kami dari Muhammad bin Abi Yaqub Al-Karim dari Hasan dari Yunus dari Muhammad Az-Zuhri dan Anas bin Malik berkata bahwa pernah mendengar Rasulullah SAW bersabda barangsiapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya maka bersilaturahmi.” (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadist tersebut menjelaskan bahwa seorang muslim dalam mencari rizki carilah dengan rizki yang halal dan dapat didukung dengan melakukan silaturahmi. Dalam transaksi jual beli disarankan dapat melakukan jual beli secara langsung yaitu dengan bertemu langsung dari dua belah pihak antara penjual ataupun pembeli yang mana akan

³⁰ Tati Handayani dan Anwar Fathoni, *Manajemen Pemasaran Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 21.

menumbuhkan tali persaudaraan. Dalam keterkaitan itu, kedua pihak dapat saling bergotong royong dengan bekerja sama untuk meringankan kesulitan secara sukarela atau dengan imbalan.³¹

c. Konsep Bauran Pemasaran

Komposisi terbaik dalam variabel pemasaran yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran untuk mencapai sasaran pasar yang terarah sekaligus untuk mencapai tujuan sasaran perusahaan dengan menerapkan konsep bauran pemasaran.³²

1) *Product Strategy* (Strategi Produk)

Produk merupakan barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan yang dibutuhkan oleh konsumen. Barang dan jasa harus dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen dan diperlukan juga nilai lebih dibandingkan produk lain agar produk yang ditawarkan lebih mudah diterima oleh konsumen.

- a) Produk utama, yaitu produk yang memberikan manfaat inti (*core benefit*) seperti manfaat dasar atau jasa yang dibeli oleh pelanggan.
- b) Produk harapan, yaitu menyiapkan produk yang diharapkan untuk dapat disetujui oleh pembeli ketika membeli produk yang ditawarkan (*expected product*).

³¹ Ibid., 24.

³² Husni Muharram Ritonga et al., *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi* (Medan: Manhaji, 2018), 117.

- c) Produk generik, yaitu produk dapat diubah manfaat inti oleh pemasar menjadi produk dasar (*basic product*).
- d) Produk pelengkap, yaitu pemasar harus bisa menyiapkan produk sebagai pelengkap sebagai tujuan untuk memenuhi keinginan pelanggan yang melampaui harapan (*augmented product*).
- e) Produk potensial, yaitu suatu perusahaan harus memiliki produk yang menjadi potensial dalam peningkatan dan juga transformasi di masa akan datang untuk memuaskan para pelanggan.³³

2) *Price Strategy* (Strategi Harga)

Harga yakni kewajiban nilai diserahkan konsumen pada penjual dan sebaliknya diperuntukkan memperoleh suatu barang atau jasa dalam bentuk penyerahan uang. Sebab uang adalah alat tukar yang dapat digunakan sebagai pembelian barang dan jasa. Harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan atau elemen lain menjadi unsur yang berhubungan dengan biaya.

- a) Penentuan harga *mark-up*, peningkatan pada harga yang ditambahkan pada biaya produk.
- b) Penetapan harga standar berdasarkan sasaran pengembalian (*return target pricing*), penentuan metode harga digunakan untuk membentuk tingkat pengembalian yang diinginkan.

³³ Heri Sudarsono, *Manajemen Pemasaran* (Pustaka Abadi: Jember, 2020), 32.

- c) Penetapan harga atas nilai yang dipersepsikan, yaitu suatu metode yang melihat pada persepsi pelanggan atau pembeli bukan melihat pada biaya penjual sebagai penetapan harga.
- d) Penetapan harga nilai, yaitu pada penetapan harga nilai ini bahwa setidaknya dapat mewakili penawaran yang bernilai tinggi bagi pelanggan dengan menetapkan harga yang cukup rendah.
- e) Penetapan sesuai harga berlaku, yaitu metode ini kurang memperhatikan biaya atau pada permintaan, melainkan berdasarkan harga yang sesuai dengan pesaing.
- f) Penetapan harga penawaran tertutup, yaitu pada metode ini menentukan harga sesuai dengan perkiraan pesaing dalam menentukan harga bukan pada biaya atau permintaan.³⁴

3) *Promotion Strategy* (Strategi Promosi)

Promosi adalah kegiatan bisnis yang dimaksudkan untuk membuat para konsumen lebih mengenal dan tertarik dengan produk bisnis yang ditawarkan. Bagi seseorang yang mengerjakan suatu bisnis penting sekali dalam menguasai keanekaragaman seorang pembeli dan harus mampu mengubah persepsi konsumen menjadi positif mengenai suatu bisnis. Banyak sekali teknik promosi yang

³⁴ Ujang Sumarwan, *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan* (Bogor: IPB Press, 2015), 72.

dapat diterapkan baik secara langsung (*face to face*) atau promosi secara *online*.

- a) *Sales Promotion* (promosi penjualan), promosi penjualan adalah program pengembangan terhadap produk dan jasa yang dilakukan secara langsung pada kekuatan atau keahlian penjualan dan pendistribusian dengan tujuan terjadinya penjualan langsung. Promosi penjualan memiliki teknik pemasaran taksis yang dirancang untuk menambah nilai produk atau jasa dalam mencapai tujuan penjualan dan pemasaran spesifik.
- b) *Public Relation* (hubungan/relasi), *public relation* adalah manajemen suatu perusahaan yang berperan menentukan keberhasilan citra perusahaan atau produk. *Public relation* merupakan hubungan berjangka dengan masyarakat yang dibentuk melalui penyajian, promosi, penyebaran ide, barang dan jasa.
- c) *Personal Selling* (penjualan pribadi), *personal selling* merupakan bagian dari bentuk presentasi lisan dengan satu atau lebih calon pelanggan bertujuan untuk penjualan. *personal selling* adalah strategi yang dilakukan untuk membangun preferensi, keyakinan dan tindakan pembeli.

d) *Direct Marketing/Direct Selling* (pemasaran langsung), pemasaran langsung merupakan suatu sistem pemasaran interaktif menggunakan satu atau lebih media promosi untuk menghasilkan berbagai tanggapan dan transaksi yang diukur pada suatu lokasi. *Direct marketing/direct selling* adalah strategi pemasaran langsung yang dilakukan dengan proses berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan dan mendatangi lokasinya untuk memperoleh tanggapan segera maupun untuk membentuk hubungan dengan pelanggan yang dapat menumbuhkan rasa ketertarikan dan kenyamanan konsumen dalam menerima informasi mengenai suatu produk.³⁵

4) *Place Strategy* (Strategi Tempat)

Place atau pendistribusian adalah aktivitas perusahaan untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk. Tempat merupakan lokasi dalam melakukan proses jual beli. Strategi pendistribusian suatu produk meliputi sejumlah keputusan seperti lokasi, dan area perdagangan, inventaris produk, ruang panjang produk serta jenis pengiriman produk.³⁶

³⁵ Astri Rumondang Banjarnahor, *Manajemen Komunikasi Pemasaran* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 102.

³⁶ Hendra Poltak, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi pada Era Digital)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 18.

5) *People Strategy* (Strategi Orang)

Dalam konsep bauran pemasaran *people/orang* adalah campuran dari pasar sasaran dan orang-orang yang berhubungan langsung dengan bisnis. Dalam sebuah bisnis, departemen SDM atau karyawan memegang peran penting dalam kegiatan pemasaran sebab mereka akan terlibat langsung memberikan pelayanan terhadap pelanggan.³⁷

6) *Process Strategy* (Strategi Proses)

Proses adalah langkah-langkah yang dilakukan antara penjual dan konsumen dalam bisnis yang meliputi proses pelayanan serta proses transaksi. Strategi proses suatu perusahaan harus memiliki proses yang disesuaikan dengan baik untuk meminimalkan biaya dalam menjalankan bisnis kerja berjalan secara baik.³⁸

7) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical Evidence merupakan segala perangkat atau peralatan yang digunakan untuk mendukung bisnis yang dijalankan. Dalam suatu industri suatu pembuktian akan menjadi hal yang sangat penting dengan membuktikan bahwa produk atau jasa telah dipakai oleh konsumen.³⁹

³⁷ Fitria Halim, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 6.

³⁸ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 21.

³⁹ *Ibid.*, 6.

d. Strategi Pemasaran *Direct Selling*

Direct selling adalah model bisnis penjualan dan pemasaran langsung atau saluran distribusi untuk produk dan layanan konsumen. *Direct selling* merupakan aktivitas pemasaran secara tatap muka *face to face* jauh dari lokasi ritel tetap.⁴⁰ *Direct selling* merupakan pemasaran produk kepada konsumen dengan sarana pemasaran melalui pemasaran tatap muka di rumah atau di kantor yang mencakup sistem pemasaran *door to door* atau mendatangi secara langsung konsumen untuk memberikan informasi mengenai produk.⁴¹ Strategi pemasaran *direct selling* yakni bagian dari skema promosi *direct marketing*.

- 1) Bentuk-bentuk *direct selling* (pemasaran langsung) antara lain:
 - a) *Face to face selling* merupakan kunjungan penjualan yang dilakukan oleh para penjual atau pemasar untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan calon pelanggan.
 - b) *Direct mail marketing* merupakan bentuk promosi barang dan jasa secara langsung kepada konsumen atau pelanggan melalui beberapa media, seperti *audio*, *faximile* dan bentuk lainnya untuk menciptakan transaksi langsung.

⁴⁰ Sara L. Cochran et al., *Direct Selling Global and Social Business Model* (Business Expert Press, 2021), 22.

⁴¹ Uzochukwu, "Direct Selling Strategies and Customers Loyalty in the Nigerian Deposit Money Banks", *Journal of Business Economics & Management*, Vol. 4 No. 1 (2021), 129.

- c) *Kiosk marketing* adalah sistem dari penjualan langsung dengan menggunakan teknologi yaitu melalui mesin penyedia produk.
- d) *Telemarketing* adalah penjualan atau pemasaran melalui telepon atau bentuk lainnya secara langsung kepada konsumen. Pemasaran melalui alat internet/elektronik secara langsung memberikan peluang pemasar dan konsumen untuk berinteraksi dan individualisasi.⁴²

2) Konsep Pemasaran *Direct Selling*

a) Periklanan

Periklanan adalah suatu bentuk komunikasi dalam pemasaran dengan mempresentasikan atau mempromosikan barang dan jasa yang dilaksanakan berdasarkan kegiatan proses rencana, pelaksanaan dan evaluasi, dirancang secara menyeluruh yang menggambarkan seluruh aktivitas periklanan untuk mencapai tujuan atau sasaran periklanan. Pemasaran *direct selling* dengan menggunakan periklan untuk merangsang perubahan perilaku konsumen sehingga perilaku tersebut dapat

⁴² Sri Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: FEB-UP Press, 2017), 341.

ditelusuri, direkam, dianalisis untuk memperoleh tanggapan sehingga menumbuhkan respon keputusan pembelian.⁴³

b) Menyenangkan

Pemasaran secara *direct selling* adalah penjualan langsung ke perorangan, di rumah-rumah maupun tempat kerja melalui transaksi oleh penjual yang mana *direct selling* bersifat menyenangkan, mudah dan pribadi yang akan memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan pelayanan yang diberikan dan dapat menciptakan loyalitas.⁴⁴

c) Penjualan Personal

Penjualan Personal adalah strategi dalam pemasaran yang didasarkan pada komunikasi penjual dan pembeli. Penjualan secara personal merupakan bentuk kegiatan presentasi secara lisan yang bertujuan melakukan penjualan. Dalam kegiatan presentasi yang dilakukan terjadi adanya interaksi secara pribadi antara pemasar dan konsumen, interaksi yang terjadi akan berpengaruh kepada konsumen atau calon pembeli apakah mereka memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidak yang mana penjualan personal dapat membangun preferensi,

⁴³ Ragina Warindrasti dan Abdul Aziz Nugraha Pratama, "Mampukah Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh *Personal Selling*, *Direct Selling* dan Nilai-Nilai Islam terhadap Loyalitas Nasabah", *Journal of Management and Digital Business* Vol. 1 No. 1 (2021), 25-36.

⁴⁴ *Ibid.*, 25-36.

keyakinan dan tindakan pembelian oleh calon pembeli dengan pemasar.⁴⁵

d) Mendatangi Konsumen secara Langsung

Komunikasi dengan *audiens* yang paling ideal adalah dengan melakukan pertemuan secara langsung, sehingga akan terjadi interaksi secara tatap muka antara perusahaan dengan target *audiensnya*. Komunikasi secara bertemu langsung dengan target memungkinkan target atau calon pembeli dapat menerima pesan atau informasi secara langsung. Akibat dari dilakukannya strategi dalam pemasaran secara langsung akan terbangunnya hubungan antara pelanggan dengan penjual. Komunikasi langsung kepada konsumen dapat dilakukan melalui pesanan langsung, permintaan informasi secara lebih lanjut dan kunjungan ke toko atau lokasi tertentu.⁴⁶

3) Manfaat *Direct Selling*

Pemasaran *direct selling* atau pemasaran langsung dapat memberikan manfaat bagi para pelanggan dalam beberapa hal antara lain:

- a) Rasa senang, nyaman, dan bebas dari pertengkaran
- b) Menghemat waktu

⁴⁵ Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 272.

⁴⁶ *Ibid.*, 337.

- c) Dapat melakukan perbandingan dengan melihat *catalog*
- d) Dapat memesan barang dengan mudah
- e) Interaktif dan segera
- f) Dapat menggunakan sejumlah saluran pemasaran yang ada untuk menjangkau calon pelanggan
- g) Fleksibel
- h) Dapat terjalinnya hubungan yang berkesinambungan dengan pelanggan.⁴⁷

2. Gadai Emas

a. Pengertian Gadai (*Rahn*)

Menurut Syafii Antonio, gadai atau *rahn* adalah menahan aset pihak yang berhutang sebagai jaminan hutang yang diterima.⁴⁸ Istilah *rahn* dapat dikatakan sebagai agunan, yang mana agunan merupakan barang yang dijaminan atas sesuatu hal khususnya pada masalah pinjam-meminjam.⁴⁹ *Rahn* atau gadai merupakan penyerahan barang sesuai dengan perjanjian sebagai jaminan untuk pelunasan hutang yang telah diberikan. Dalam Islam sebutan atas barang jaminan gadai adalah *al-marhun*, bagi pihak yang memberikan barang jaminan atas hutang atau orang yang melakukan gadai disebut *ar-rahin*, dan seseorang yang

⁴⁷ Husni Muharram Ritonga et al., *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi* (Medan: Manhaji, 2018), 157.

⁴⁸ Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta Depok: Gema Insani, 2001), 128.

⁴⁹ Sutan Remy Sjahdeni, *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya* (Jakarta: Kencana, 2018), 363.

menjadi pihak penerima barang jaminan atau pemberi hutang adalah *al-murtahin*.

Barang-barang yang bisa dipergunakan sebagai barang jaminan gadai:

- 1) Perhiasan : emas, perak, intan, berlian, mutiara.
- 2) Kendaraan: mobil, sepeda motor.
- 3) Elektronik : handphone, televisi, laptop.
- 4) Peralatan rumah tangga : kulkas, surat tanah.
- 5) Surat berharga: SK PNS, SK Dosen.⁵⁰

Gadai emas dalam perbankan syariah dikenal dengan nama *qardh* yang dimaksud adalah beragun emas. *Qardh* adalah akad penyaluran dana yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah kepada suatu nasabah sebagai utang piutang dengan ketentuan yang telah disepakati bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang telah dipinjam kepada lembaga keuangan syariah pada waktu yang telah ditetapkan.⁵¹

Para ulama bersepakat bahwa gadai di dalam hukum Islam diperbolehkan untuk dilakukan sesuai dengan syarat dan rukun tertentu, sebagaimana firman Allah SWT dan hadits Nabi Muhammad SAW.

⁵⁰ Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)* (Malang: Maliki Malang Press, 2018), 124.

⁵¹ Nanda Safarida, "Gadai dan Investasi Emas: antara Konsep dan Implementasi", *Jurnal Investasi Islam*, Vol. 6 No. 1 (2021), 94.

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَتَىٰ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي
 أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۖ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ
 بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

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). Akan tetapi jika sebagian diantara kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah orang yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Baqarah: 283)⁵²

Di dalam hadits telah dijelaskan bahwa gadai diperbolehkan di dalam

Islam sebagaimana hadits dari Aisha r.a..

وَعَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: إِشْتَرَىٰ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَىٰ طَعَامًا مِنْ
 يَهُودِيٍّ، إِلَىٰ أَحْلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Artinya: “Dari Aisha r.a. bahwa sesungguhnya Rasulullah SAW pernah membeli makanan dengan berhutang dari seorang yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya.” (HR. Bukhari dan Muslim).⁵³

b. Rukun dan Syarat Gadai (*Rahn*)

Rukun gadai (*rahn*) terbagi menjadi empat yang terdiri sebagai berikut:

⁵² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2007), 49.

⁵³ Ainul Yaqin, *Fiqh Muamalah Kajian Komprehensif Ekonomi Islam* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2018), 67.

- 1) *Rahin*, yaitu seseorang yang menggadaikan barang
- 2) *Murtahin*, yaitu pihak penerima barang gadai
- 3) *Marhun*, yaitu barang yang digadaikan
- 4) *Marhun Bih*, yaitu bentuk utang yang dilakukan.

Dalam memberikan dan melayani jasa proses gadai syariah, lembaga keuangan harus memenuhi syarat dalam pelaksanaannya.

a) *Rahin* dan *Murtahin*

Seseorang yang menjadi *rahin* dan *murtahin* harus memenuhi kualifikasi dalam melakukan suatu perjanjian. *Rahin* dan *murtahin* harus mempunyai kecakapan dalam bertindak hukum seperti *rahin* dan *murtahin* haruslah orang yang berakal, *baligh*, dan *rusyd* (kematangan berfikir) yang dapat mengelola keuangan.

b) Akad (*ijab qobul*)

Dalam akad *rahn* dalam muamalah tidak diperbolehkan mengandung unsur baik syarat-syarat atau ketentuan-ketentuan yang dilarang oleh syariat. Ulama Madzhab Hanafi mengatakan bahwa akad *rahn* tidak boleh dikaitkan dengan syarat tertentu atau dikaitkan dengan masa yang akan datang, sebab dalam akad *rahn* sama dengan dalam akad jual beli.

c) *Marhun Bih* (utang)

- 1) Wajib dikembalikan oleh debitur kepada kreditur
- 2) Utang tersebut dapat dilunasi dengan agunan

3) Utang harus jelas dan harus spesifik

d) *Marhun* (barang gadai)

Menurut para ahli Fiqih ada beberapa syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk barang jaminan dalam gadai (agunan) yaitu:

- 1) Agunan harus dapat dijual dan nilainya seimbang dengan besarnya utang
- 2) Agunan tersebut haruslah bernilai dan dapat dimanfaatkan sesuai dengan syariah Islam
- 3) Agunan harus jelas dan spesifik
- 4) Agunan itu milik debitur sendiri secara sah
- 5) Agunan tidak berkaitan dengan hak orang lain
- 6) Agunan dapat diberikan kepada pihak lain, baik materinya atau manfaatnya
- 7) *Rahn* dapat sempurna apabila barang yang digunakan ada ditangan *rahin*, dan uang yang dibutuhkan ada pada *murtahin*.⁵⁴

c. Biaya Penitipan (*Ujrah*)

Ujrah berkaitan dengan *ijarah* yang timbul dari akibat adanya akad *ijarah*. *Ijarah* merupakan transaksi manfaat atau jasa dengan suatu imbalan tertentu. *Ijarah* yakni perjanjian kemanfaatan yang didapat dan dimaksudkan memberikan dan memungkinkan imbalan yang diketahui

⁵⁴ Harun, *Fiqih Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 134.

ketika itu.⁵⁵ Perbankan syariah mendefinisikan *ujrah* sebagai suatu imbalan yang diberikan atas pekerjaan yang dilakukan. Dalam bahasa Arab *ujrah* berarti gaji atau biaya sewa, sehingga *ujrah* termasuk dalam bahasan *ijarah* termasuk kata imbalan atau gaji dalam akad yang disebut *ujrah*. *Ujrah* merupakan imbalan atau upah yang dimaksudkan dari akad pemindahan hak guna barang atau jasa tanpa pemindahan hak kepemilikan.⁵⁶

1) Rukun *ujrah*

- a) Dua orang yang berakad, dalam proses berakad untuk seseorang yang menyerahkan upah atau bersewa disebut sebagai *mu'jir* dan bagi seseorang yang menerima upah disebut *musta'jir*.
- b) *Sighat (ijab dan qabul)*, *ijab qabul* dapat dilakukan oleh *mu'jir* dan *musta'jir* dapat melalui lisan, tulisan dan isyarat yang jelas.
- c) Upah (*ujrah*), dalam hal ini *ujrah* yang akan diberikan sebaiknya diketahui oleh kedua belah pihak secara jelas dan terperinci.
- d) Barang yang disewakan, barang yang hendak disewakan atau digunakan sebagai jaminan gadai haruslah barang yang bukan dilarang oleh syariat.

⁵⁵ Darwis Harahap, *Fiqh Muamalah* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), 134.

⁵⁶ Rahman Ghazaly, Gufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 277.

2) Syarat-syarat *ujrah*

- a) Pemberian *ujrah* harus didasari dengan rasa kerelaan dari kedua belah pihak yang melakukan akad sesuai pada perjanjian yang telah disepakati.
- b) Besaran *ujrah* telah disepakati kedua belah pihak yang berakad.
- c) *Ujrah* harus didasari pada perbuatan yang jelas batas waktu pekerjaannya.
- d) *Ujrah* harus diberikan dalam bentuk harta yang bernilai dan dibuktikan secara jelas dari segi jenis *ujrah* dan besaran *ujrah*.⁵⁷

⁵⁷ Harahap, *Fiqih Muamalah*, 134.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif berjenis penelitian studi kasus. Penelitian kualitatif yakni bersumber dari pemikiran induktif berdasarkan atas pengamatan objektif partisipatif tentang gejala (fenomena) sosial.⁵⁸ Penelitian kualitatif yakni penelitian yang berusaha memahami keadaan sosial atau keadaan manusia yang dipaparkan melalui kata-kata, berusaha memaparkan pikiran seseorang secara terperinci yang menjadi kunci penelitian.

Jenis penelitian studi kasus merupakan pengkajian secara empiris untuk mengkaji suatu keadaan kontemporer dalam kehidupan nyata yang mana metode penelitian studi kasus cocok bagi penelitian dengan jenis pertanyaan *how* atau *why*.⁵⁹ Jenis penelitian studi kasus berusaha untuk menjelaskan serangkaian keputusan mengapa suatu keputusan diambil atau bagaimana penerapan dan hasilnya.

Penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus yang bermaksud untuk menggali secara lebih dalam dengan memahami dan mengungkap makna data-data untuk menemukan kebenaran yang logis tentang bagaimana strategi pemasaran secara *direct selling* yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia

⁵⁸ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing, 2020), 7.

⁵⁹ Robert K. Yin, *Case Study Research Design and Methods Fourth Edition* (Sage, 2009), 103.

KCP Jember Balung untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk gadai emas.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara lebih dalam mengenai proses pemasaran secara *direct selling* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember yang berhasil menarik minat dan kepercayaan nasabah khususnya nasabah Pesisir Puger Jember Jawa Timur yang dapat berkembang dan meningkatkan jumlah pada nasabah. Dalam proses data peneliti mengajukan beberapa pertanyaan, mengumpulkan data secara spesifik kemudian menganalisis data tersebut dan mengartikan arti dari data yang telah diperoleh.

B. Lokasi Penelitian

Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menjadi pilihan peneliti. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian oleh peneliti berdasarkan suatu alasan. Pada saat peneliti melakukan observasi dan wawancara di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung peneliti mendapatkan informasi dari *Pawning Officer* gadai emas bahwasanya produk gadai emas mengalami kemajuan.⁶⁰ Minat nasabah dapat dilihat dari antusiasme masyarakat yang lokasinya jauh sekitar (15 km) dari Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yakni masyarakat pesisir Puger Jember Jawa Timur dimana mayoritas pencahariannya sebagai nelayan dan pengambek. Profesi ini juga didukung dengan letak Desa Puger yang berdekatan dengan beberapa pantai yakni pantai Pancer, pantai Bandalit, pantai Paseban, pantai Watu Ulo, pantai Papuma.

⁶⁰ Maulana, *wawancara*, Jember, 18 November 2021.

Tabel 3.1
Jumlah Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung
dibeberapa Daerah/Wilayah

Wilayah/Daerah	Jumlah Nasabah
Wuluhan	33
Puger	654
Balung	65
Rambipuji	41
Tanggul	24
Jumlah	817

Sumber: Pawning Officer Gadai Emas BSI KCP Jember Balung

Terlihat pada tabel 3.1 bahwa nasabah gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung tertinggi yakni masyarakat Puger. Seperti telah diketahui masih banyak instansi lain atau lembaga keuangan lain yang juga melayani gadai emas yang cukup mudah dijangkau oleh nasabah pesisir Puger seperti PT Pegadaian (Persero) UPC Puger, PT Pegadaian UPC Ambulu, PT Pegadaian (Persero) Kencong, dan juga terdapat Pegadaian UPC Balung. Dari semua lembaga tersebut yang juga memiliki dan melayani proses gadai emas, namun nasabah pesisir Puger masih tetap memilih transaksi gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

C. Subjek Penelitian

Teknik *purposive* digunakan peneliti mengidentifikasi informan. *Purposive* merupakan cara dalam penentuan subjek penelitian melalui seleksi atau dengan memilih secara individu yang memiliki informasi sesuai dengan

kriteria.⁶¹ Kriteria yang dipilih oleh peneliti yaitu yang bertugas dalam menangani produk gadai emas dan bertugas dalam memasarkan produk gadai emas terutama secara *direct selling*.

Tujuan dari kriteria di atas adalah untuk mengetahui secara lebih mendalam terkait akad gadai emas, pelaksanaan, dan manfaat pemasaran *direct selling*. Adapun informan yang dipilih oleh peneliti yaitu:

- 1) *Pawning Officer* Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember : Bapak Maulana Fathur Rozak
- 2) *Staff Pawning* Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung : Bapak Rudi Eko Prasetyo
- 3) *Back Office* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung : Bapak Arifin.
- 4) Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a) Observasi

Observasi merupakan cara yang efektif untuk menemukan perilaku seseorang dalam konteks tertentu, pola kebiasaan dan pola interaksi dari kehidupan sehari-sehari. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung yaitu dengan gaya observasi partisipasi pasif.

⁶¹ John W. Creswell, *Educational Research Planning, Conducting and Evaluating Qualitative and Quantitative Research Fourth Edition* (Boston: Pearson Education, 2012), 206.

Partisipasi pasif adalah teknik observasi dimana peneliti datang langsung ke lokasi objek penelitian atau subjek yang diawasi, namun tidak andil dalam kegiatan tersebut.⁶² Penerapan teknik observasi dalam penelitian, peneliti mendapatkan data berupa:

- 1) Lokasi obyek yang diteliti yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
- 2) Orang-orang yang terlibat dalam tindakan-tindakan yang diteliti yaitu pegawai dan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung .
- 3) Benda-benda terkait dengan apa yang diteliti seperti sarana atau prasarana dari Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

b) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dua pihak yang bertemu untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab dan untuk membangun makna pada topik tertentu.⁶³ Percakapan oleh dua pihak, pewawancara yang menguraikan pertanyaan serta terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disebutkan. Dalam teknik wawancara yang dilakukan peneliti yakni bersifat semi struktur yang bertujuan menemukan permasalahan secara terbuka. Wawancara diterapkan secara mendalam yakni (*in-depth interview*) interaksi pewawancara dengan informan yang

⁶² Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: CV. Jejak, 2018), 110.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 231.

cenderung bersifat informal dengan *guideline* pertanyaan maupun tidak yang dikembangkan secara fleksibel selama wawancara berlangsung.⁶⁴

Menggunakan teknik wawancara, peneliti mendapatkan data:

- 1) Pelaksanaan akad gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
- 2) Strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
- 3) Manfaat strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

c) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data tentang segala sesuatu dalam bentuk catatan, transkrip, dan lain sebagainya. Kebenaran penelitian terjadi jika ada dokumentasi pendukung.⁶⁵ Dengan menggunakan teknik dokumentasi, peneliti mendapatkan data:

- 1) Struktur organisasi produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
- 2) Bukti surat perjanjian dilaksanakannya transaksi gadai emas.
- 3) Dokumen persyaratan bagi nasabah yang hendak transaksi gadai emas.
- 4) Foto pada saat pemasaran dilakukan secara langsung dengan nasabah.

⁶⁴ Asfi Manzilati, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2017), 72.

⁶⁵ Samsu, *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)* (Jambi: PUSAKA, 2017), 99.

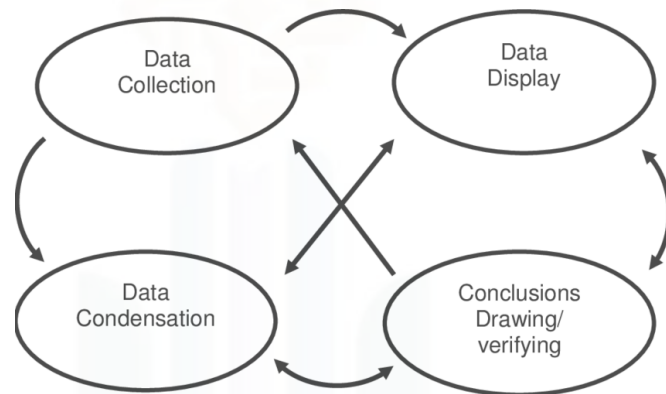
E. Analisis Data

Analisis data yakni proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis, transkrip, catatan lapangan dan materi lainnya untuk memungkinkan peneliti menemukan suatu temuan. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilaksanakan saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu selesai yakni saat dilakukannya wawancara, peneliti telah menjalankan analisis terhadap jawaban informan. Apabila analisis jawaban tersebut belum memuaskan maka peneliti melanjutkan pertanyaan sampai perolehan data dianggap kredibel.⁶⁶

Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang diterapkan terhadap peristiwa yang sedang berlangsung. Proses ini berbentuk pengambilan atau sintesis (penyusunan) data dan interpretasi (penafsiran) data deskriptif untuk memberikan gambaran reflektif atau komparatif dengan membandingkan perbedaan atau persamaan fenomena tertentu. Miles dan Huberman mengemukakan kegiatan analisis data kualitatif dilaksanakan secara berkelanjutan hingga tuntas. Teknik analisis data penelitian ini sebagai berikut:

⁶⁶ Feny Rita Fiantika, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 64.

Gambar 3.2
Analisis Data *Interactive Model Miles and Huberman*



- 1) *Data Condensation* (kondensasi data) yakni proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi serta mengoreksi catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan materi atau temuan lainnya.
- 2) *Data Display* (penyajian data) yakni menampilkan data yang bersifat naratif. Menampilkan suatu data dapat memudahkan dalam memahami apa yang terjadi yang bisa berupa grafik, matrik, serta *chart*.
- 3) *Drawing and Verifying Conclusions* (penarikan kesimpulan dan verifikasi data) yakni tahap akhir pada proses analisis data dengan menjelaskan kesimpulan data-data sudah telah didapat.⁶⁷

⁶⁷ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis Third Edition* (London: Sage Publications, 2014), 10.

F. Keabsahan Data

Dalam teknik validasi data penentuan keabsahan data melalui teknik triangulasi. Triangulasi yakni cara eksplorasi keabsahan data, selain data untuk keperluan verifikasi atau pembandingan data.⁶⁸

Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber yakni suatu teknik yang bertujuan untuk memeriksa kualitas data atau informasi tertentu yang telah diperoleh dari beberapa sumber.⁶⁹ Dalam hal ini peneliti memadukan hasil wawancara dari setiap informan dan memeriksa melalui observasi dan dokumentasi yang diperoleh.

G. Tahap-tahap Penelitian

Memasuki lapangan yakni tahap implementasi dengan melihat dan menginspeksi lokasi penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Data-data dipersiapkan melalui alat-alat baik tertulis, direkam maupun didokumentasikan. Proses yang dilaksanakan peneliti selama proses penelitian meliputi:

1) Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan yakni tahapan di mana mencari perspektif tentang masalah, khususnya latar belakang dan literatur mengenai topik peneliti sebelum memasuki lapangan. Peneliti menemukan gambaran topik terkait strategi pemasaran produk gadai emas melalui strategi *direct selling*

⁶⁸ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Data Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 135.

⁶⁹ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 118.

pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dengan mengangkat judul “Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadaai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung”.

Tahap-tahap identifikasi yang dilaksanakan yakni:

- a) Mengatur kegiatan
 - b) Pemilihan tempat
 - c) Pengajuan izin penelitian
 - d) Merangkum berbagai bahan yang didapat
 - e) Persiapan penelitian
- 2) Tahap Pelaksanaan

Peneliti memasuki objek yang diteliti, meninjau objek penelitian yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Data-data dikumpulkan baik secara tertulis atau melalui rekaman dan dokumentasi untuk diproses guna mendapatkan informasi.

- 3) Tahap Analisis Data

Analisis data diterapkan sesuai teknik yang telah ditentukan dan teknik analisis dilakukan terhadap data yang diperoleh selama penelitian. Teknik analisis data diaplikasikan terhadap jenis data yang didapat dari observasi dan wawancara.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Bagian ini memaparkan mengenai hasil penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mengenai strategi pemasaran *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas, dan hal-hal yang berkaitan dengan objek yang dikaji yakni:

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diperkirakan akan terus meningkat dengan adanya dukungan pemerintah di sektor perbankan, yang diharapkan dapat memicu pertumbuhan ekonomi dan mendukung lingkungan bisnis dan industri syariah. Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, potensi industri keuangan syariah ke depan cukup menjanjikan, yang akan diwujudkan melalui sinergi para perencana serta kesadaran masyarakat Indonesia pada halal syariah yang terus menerus ditegakkan dalam prinsip ekonomi.

Bank syariah merupakan bank yang memiliki peran penting sebagai fasilitator dalam semua kegiatan ekonomi pada ekosistem industri halal. Peningkatan dan keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia cukup signifikan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Selain itu adanya inovasi produk, peningkatan layanan dan pengembangan jaringan merupakan *trend*

yang positif dari tahun ke tahun. Semangat Indonesia untuk melakukan percepatan yang terlihat dari banyaknya Bank Syariah dalam melakukan korporasi tidak terkecuali pada bank syariah yang dimiliki Bank BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Tepatnya pada tanggal 1 Februari 2021 yaitu tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang menjadi satu entitas sebagai Bank Syariah Indonesia (BSI). Bergabungnya tiga bank syariah ini bermaksud untuk menyatukan kelebihan yang dimiliki ketiga bank syariah tersebut untuk menciptakan jangkauan lebih luas, layanan yang lengkap dan permodalan dengan kapasitas yang lebih baik. Selain itu, didukung dengan sinergi oleh perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) dan komitmen pemerintah dari kementerian BUMN untuk Bank Syariah Indonesia yang didorong agar dapat bersaing pada tingkat global.

Penggabungan dari tiga bank syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah diharapkan dapat menjadi energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional serta kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dengan melahirkan bank syariah kebanggaan umat. Adanya Bank Syariah Indonesia ini Perbankan Syariah Indonesia menjadi cerminan wajah yang universal, modern dan menyebarkan kebaikan.⁷⁰

⁷⁰ Arifin, *wawancara*, Jember, 08 Juni 2022.

2. Profil Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

- a. Perusahaan : Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung
- b. Alamat : Jl. Rambipuji NO. 78, Kabupaten Jember, Jawa Timur
- c. Telepon : (336) 621717
- d. Website : www.bankbsi.co.id

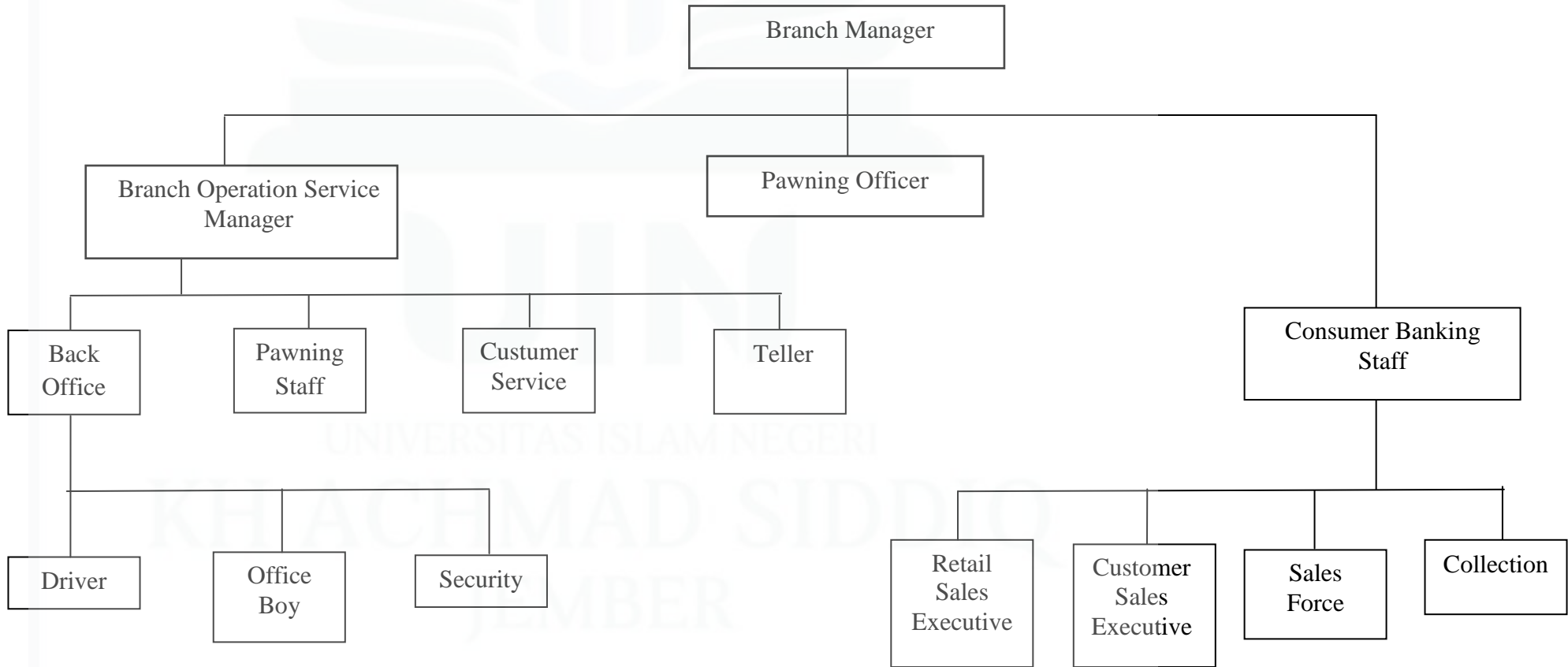
3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

Bank Syariah Indonesia secara umum telah dijelaskan pada *website* resmi Bank Syariah Indonesia. Setiap *website* dari tiga gabungan Bank Syariah yaitu Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah memiliki visi dan misi yang sama, karena menjadi satu entitas sebagai Bank Syariah Indonesia dengan visi sebagai *Top 10 Global Islamic Bank*. Bank Syariah Indonesia memiliki misi sebagai berikut:

- a) Akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- c) Menjadi perusahaan pilihan serta kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

Gambar 4.1
STRUKTUR ORGANISASI
BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBER BALUNG



Deskripsi pelaksanaan tugas pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember

Balung antara lain:

- 1) *Branch Manager* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
 - a) Mengawasi dan melakukan kegiatan koordinasi operasional
 - b) Memimpin kegiatan pemasaran produk-produk perbankan
 - c) Monitoring kegiatan operasional
 - d) Memantau prosedur operasional dengan memantau manajemen risiko
 - e) Pengembangan kegiatan operasional
 - f) Observasi kinerja karyawan
 - g) Memberikan solusi pada segala masalah Manajer cabang yang terjadi pada kinerja karyawan
 - h) Memberikan penilaian pada kinerja karyawan di perusahaan
 - i) Memastikan tercapainya atas target *profit* yang ditetapkan
- 2) *Branch Operation and Service Manager* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
 - a) Mengendalikan biaya *Operational Branch Office* dengan efektif dan efisien
 - b) Mengecek transaksi aktif harian mengikuti SOP yang ditetapkan
 - c) Memastikan pelayanan optimal dan memenuhi layanan standar *cabang*
 - d) Jaminan likuiditas penuh
 - e) Memastikan semua proses kegiatan administrasi, dokumentasi, dan pengarsipan sesuai dengan peraturan yang telah berlaku

- f) Memastikan terpenuhinya kewajiban catatan keuangan
 - g) Memastikan penyusunan laporan keuangan telah benar
 - h) Pengelolaan sarana dan prasarana pada *Branch Office*
 - i) Memastikan penerapan ketentuan dalam perusahaan di bidang ketenagakerjaan dan peraturan perusahaan kepada semua pegawai
 - j) Memberikan perizinan atau penolakan terhadap transaksi bank
 - k) Menyetujui bilyet deposito dan buku tabungan
- 3) *Pawning Officer* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Memastikan pencapaian target bisnis gadai emas
 - b) Memastikan akurasi penaksiran barang jaminan gadai emas
 - c) Mengidentifikasi dan mitigasi potensi risiko seperti pemalsuan emas yang dapat merugikan perusahaan
 - d) Memastikan tingkat kesehatan, kepatuhan dan keamanan dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku
 - e) Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah bisnis gadai emas
 - f) Memastikan ketepatan waktu dan akurasi pada pelaporan gadai emas
 - g) Memastikan kelanjutan atas perizinan atau penolakan permohonan pembiayaan gadai emas
 - h) Menyelesaikan sarana tunggakan pembiayaan gadai emas
 - i) Menerima nasabah, pengumpulan dokumen dan verifikasi dokumen sesuai RAC
 - j) Melakukan pemenuhan dokumen persyaratan akad

- k) Melakukan *fillin* dokumen pembiayaan
 - l) Melakukan konfirmasi harga emas
- 4) *Consumer Banking Staff* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Meningkatkan pertumbuhan portofolio pendanaan, pembiayaan dan *fee based* pada konsumen
 - b) Memastikan tersedianya data dan rencana kerja berdasarkan data calon nasabah
 - c) Melaksanakan kerja sama dengan pihak *developer*, perusahaan, satuan kerja perangkat daerah (SKPD) pemerintah daerah atau instansi lainnya
 - d) Membuat rencana kerja dan pengembangan *business network* dengan *Branch Manager*.
 - e) Memastikan tersedianya data pada laporan dana atau pembiayaan, serta transaksi nasabah *segment affluent* dan *high networth*.
 - f) Memantau dan memastikan tujuan pinjaman dan pembiayaan penjualan langsung terpenuhi
 - g) Menerima nasabah griya, pensiun dan implan
 - h) Melakukan permintaan informasi debitur individual
 - i) Mengumpulkan dokumen pembiayaan dan pengecekan sesuai RAC
 - j) Melaksanakan persetujuan *income* dan keaslian SK Pensiun
 - k) Mengatur Surat Penawaran Pemberian Pembiayaan (SP3)
 - l) Melaksanakan dokumen pemenuhan ketentuan akad dan pelaksanaan akad pembiayaan

- m) *Initial Data Entry* dan *Detail Data Entry*
 - n) Melaksanakan penagihan
- 5) *Back Office* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Proses *front office* dipastikan telah sesuai dengan aplikasi nasabah dan prosedur
 - b) Menjalankan supervisi dan pencapaian target *funding* dan *lending direct sales*
 - c) Dokumen atas persyaratan akad dan pembuatan akad pembiayaan dapat terpenuhi
- 6) *Pawning staff* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Memastikan kelengkapan dokumen gadai
 - b) Memastikan kualitas atas barang jaminan
 - c) Menindaklanjuti permohonan pembiayaan gadai sesuai ketentuan
 - d) Memastikan proses pencairan pembiayaan telah sesuai dengan keputusan Komite Pembiayaan gadai
 - e) Memutakhirkan dokumen dan data nasabah
 - f) Memenuhi seluruh standar layanan gadai
- 7) *Customer Service* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Memberikan pelayanan kepada calon nasabah atau nasabah mengenai produk-produk yang dimiliki serta syarat-syarat dan prosedurnya
 - b) Melayani nasabah dalam pembukaan rekening sesuai keinginan nasabah
 - c) Menerima permintaan cek dan bilyet giro

- d) Menerima permintaan pemblokiran rekening giro atau tabungan oleh nasabah
 - e) Melayani investor dalam mendapatkan informasi mengenai saldo dan mutasi rekening
 - f) Melayani nasabah mengenai laporan kehilangan tabungan atau bilyet deposito dan meminta pendapat kepada manajer operasi untuk permintaan selanjutnya
- 8) *Teller* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Melayani nasabah dalam proses setoran dan penarikan baik dalam bentuk tunai, pemindahan buku, transfer dan lain sebagainya.
 - b) Membuka dan menutup brankas atau kasanah secara bersama-sama dengan manajer operasional, mengecek uang sebelum masuk, mengambil ataupun menyimpan uang dari brankas
 - c) *Box teller* dari brankas disimpan dan diambil pada awal dan akhir hari
 - d) Melayani penyetoran uang tunai maupun bukan tunai
- 9) *Retail Sales Executive* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Memberikan informasi mengenai produk dan layanan
 - b) Memenuhi target atas penjualan baik bulanan atau tahunan
 - c) Menjaga dan menghasilkan prospek penjualan secara langsung
 - d) Memelihara basis data CRM (*Consumer Relationship Management*)
 - e) Melakukan pertemuan untuk melakukan penjualan
 - f) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan

- g) Mempersiapkan dokumen *invoice* (rincian transaksi)
 - h) Meninjau kinerja penjualan
- 10) *Customer Sales Executive* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Memberikan pelayanan kepada pelanggan atau calon pelanggan mengenai produk dan layanan
 - b) Membantu pelanggan dalam proses pembiayaan yang akan dilakukan
 - c) Melayani pelanggan atau calon pelanggan dalam memenuhi persyaratan dokumen-dokumen pembiayaan
 - d) Membantu dan memberikan informasi kepada pelanggan atau calon pelanggan dalam proses pembiayaan, griya, pensiun atau implan
- 11) *Sales Force* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Menyusun daftar pelanggan khusus yang sesuai pemetaan bank
 - b) Menjalankan penjualan sesuai target
 - c) Menjalankan kegiatan penjualan hingga pada proses pembuatan kesepakatan dengan nasabah
 - d) Membuat laporan aktivitas yang dilakukan sesuai dengan format yang ditentukan
- 12) *Collection* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Melakukan pengecekan *invoice* (rincian transaksi)
 - b) Menyiapkan data pembiayaan atau piutang pelanggan
 - c) Melakukan penagihan kepada pelanggan pada saat jatuh tempo atau melakukan tunggakan

- d) Mengumpulkan dan mengelompokkan data-data *invoice* pelanggan
 - e) Membuat laporan atas transaksi yang telah dilakukan secara berkala
- 13) *Driver* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Membantu kelancaran transportasi yang diperlukan kantor
 - b) Merawat mobil agar tetap bersih dan siap pakai
 - c) Bersama petugas kantor dan satpam untuk membawa uang setoran dari kantor cabang pembantu ke kantor cabang utama dan sebaliknya
- 14) *Security* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Menjaga keamanan kantor dan fasilitas kantor
 - b) Menyambut ramah nasabah yang datang
- 15) *Office Boy* memiliki tugas dan wewenang yaitu:
- a) Membersihkan kantor dan menjaga keamanan kerja, gudang kantor, peralatan dan barang-barang lainnya
 - b) Melakukan tugas ekspedisi korespondensi kantor
 - c) Membantu kegiatan operasional harian di kantor
 - d) Membantu pencarian file atau berkas, data, barang dan lainnya.

5. Ruang Lingkup Usaha Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

Bank Syariah Indonesia adalah bank di Indonesia yang bergerak dalam bidang perbankan syariah yang mana bank ini merupakan hasil merger dari tiga Bank Syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI syariah yang digabung menjadi satu. Bank Syariah Indonesia memiliki tugas menghimpun dana masyarakat sesuai dengan akad yang telah ditentukan oleh

syariah, memberikan pembiayaan kepada masyarakat tanpa penambahan atau bunga, membantu dalam pengembangan perekonomian masyarakat dan menyediakan jasa sesuai akad syariah. Bank Syariah Indonesia memiliki produk dan layanan perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat, sebagai berikut:

a. Tabungan

Tabungan yakni simpanan uang yang dilakukan sesuai dengan Akad Syariah dalam hukum Islam dan penarikan ataupun penyetorannya dapat dilakukan saat jam buka kas di BSI atau melalui mesin ATM. Tabungan BSI terbagi antara lain:

- 1) BSI Tabungan Valas adalah tabungan dalam bentuk mata uang dolar dimana penarikannya dan setoran dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan ketentuan bank.
- 2) BSI Tabungan Haji Indonesia adalah tabungan dalam bentuk mata uang rupiah yang bertujuan untuk membantu nasabah menabung dalam pelaksanaan ibadah haji.
- 3) BSI Tabungan *Easy Mudharabah* adalah tabungan dalam bentuk mata uang rupiah yang penarikannya dan setoran dapat dilakukan setiap saat selama jam kas bank atau melalui mesin ATM.
- 4) BSI Tabungan Pendidikan adalah tabungan yang ditawarkan untuk merencanakan pendidikan.

- 5) BSI Tabungan Bisnis adalah tabungan yang dapat memudahkan dalam transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah*.
- 6) BSI TabunganKu adalah tabungan yang ditujukan untuk perorangan dengan menggunakan akad *Wadiah Yad Dhamanah*.
- 7) BSI Tabungan Pensiun yakni tabungan nasabah perorangan yang telah terdaftar pada lembaga pengelola pensiun dan bekerjasama dengan bank.
- 8) BSI Tabungan Efek Syariah yakni tabungan nasabah atau rekening dana nasabah yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek pasar modal.
- 9) BSI Tabungan *Smart* adalah tabungan dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah* yang merupakan literasi OJK dengan persyaratan yang mudah dan ringan untuk menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 10) BSI Tabungan Prima adalah tabungan yang ditujukan bagi segmentasi nasabah dengan kalangan yang lebih tinggi.
- 11) BSI Tapenas Kolektif adalah tabungan perencanaan jangka pendek atau jangka panjang bagi karyawan atau tenaga kontrak berdasarkan perjanjian kerjasama.

- 12) BSI Tabungan *Payroll* adalah tabungan dari turunan tabungan *Wadiah* atau *Mudharabah Reguler* yang dikhususkan untuk nasabah *Payroll* dan nasabah Migran.
 - 13) BSI Tabungan Mahasiswa adalah tabungan yang berakad *Wadiah* bagi para mahasiswa atau pegawai yang bekerjasama dengan bank.
 - 14) BSI Tabungan *Junior* adalah tabungan yang dikhususkan bagi anak-anak atau pelajar yang berusia dibawah 17 tahun.
 - 15) BSI Tabungan Simpanan Pelajar adalah tabungan bagi para pelajar mulai dari tingkat PAUD, TK, SD, SMP.
 - 16) BSI Tabungan *Easy Wadiah* adalah tabungan dengan mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya setiap saat selama jam operasional kas bank dan tidak ada potongan atau bagi hasil.
 - 17) BSI Tabungan Rencana adalah tabungan yang diperuntukkan bagi perorangan dalam merencanakan keuangan melalui sistem *autodebet* dan gratis perlindungan asuransi.
 - 18) Rekening *Autosave* dan *Qurban* adalah tabungan yang dapat memudahkan nasabah yang ingin menabung dana untuk *Qurban* secara otomatis.
- b. Haji dan Umrah
- 1) BSI Tabungan Haji Indonesia adalah tabungan dalam perencanaan haji atau umrah yang berlaku bagi seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah* dan *Mudharabah*.

- 2) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia adalah tabungan perencanaan haji dan umrah yang berlaku bagi seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah* dan *Mudharabah*.

c. Pembiayaan

Pembiayaan adalah penyediaan suatu dana sesuai dengan persetujuan dan kesepakatan yang dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah, pembiayaan BSI terbagi menjadi antara lain:

- 1) BSI Griya adalah pembiayaan yang bertujuan untuk kepemilikan rumah.
- 2) BSI Griya Spesial *Milad* adalah pembiayaan kepemilikan rumah dengan promo margin yang super ringan.
- 3) BSI Multiguna *Hasanah* adalah pembiayaan yang bertujuan untuk pembelian barang konsumtif, seperti perlengkapan rumah, pernikahan, rumah sakit dan lain-lain. Serta pembiayaan untuk pengalihan utang pembiayaan konsumtif.
- 4) BSI OTO adalah pembiayaan untuk kepemilikan kendaraan.
- 5) BSI Pensiun Berkah adalah pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan.
- 6) Mitraguna *Online* adalah pembiayaan tanpa agunan yang bertujuan untuk multiguna yang dilakukan secara *online* tanpa datang ke bank.
- 7) BSI Mitra Beragun Emas (Non *Qardh*) adalah bentuk pembiayaan sebagai produk konsumtif atau produktif dengan agunan emas.

- 8) BSI Distributor *Financing* adalah pembiayaan *post Financing* atau dana talangan sebagai pembayaran *invoice* atas suatu pekerjaan yang telah terselesaikan yang diberikan kepada *supplier*.
- 9) BSI KPR Sejahtera adalah pembiayaan produk konsumtif untuk kebutuhan primer subsidi pemerintah.
- 10) BSI *Cash Collateral* adalah sumber dana yang dijamin dengan agunan likuid berupa simpanan giro, deposito atau tabungan.
- 11) BSI Umroh adalah pembiayaan konsumtif untuk membeli jasa *travel* ibadah umrah.
- 12) BSI KUR Kecil adalah pembiayaan yang diperuntukkan bagi usaha Mikro Kecil Menengah untuk modal kerja.
- 13) BSI KUR Mikro adalah pembiayaan yang diperuntukkan bagi usaha Mikro Kecil Menengah untuk modal kerja.
- 14) BSI KUR Super Mikro adalah pembiayaan untuk usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam hal modal kerja.
- 15) BSI Mitraguna Berkah adalah keuangan tanpa jaminan yang fleksibel, bermanfaat dan mudah bagi pegawai *payroll* BSI.
- 16) *Bilateral Financing* adalah pembiayaan dalam valuta rupiah atau mata uang asing sebagai modal kerja jangka pendek atau untuk tujuan lainnya.

d. Investasi

Investasi adalah kegiatan menanam modal yang dapat ditarik di masa depan dengan nilai yang berkembang atau lebih besar. BSI memiliki layanan jasa dalam hal produk investasi sebagai berikut:

- 1) BSI Deposito Valas adalah suatu investasi yang berjangka (1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan) dengan akad *Murabahah* yang ditujukan bagi nasabah perorangan atau perusahaan dalam mata uang USD.
- 2) Deposito Rupiah adalah suatu investasi yang berjangka (1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan) dengan menggunakan akad *Murabahah* yang ditujukan bagi nasabah perorangan atau perusahaan dalam mata uang rupiah.
- 3) BSI Reksa Dana Syariah adalah suatu wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemilik modal atau pemilik harta dan kemudian dikelola dalam portofolio efek syariah.
- 4) *Bancassurance* adalah suatu kerjasama pemasaran produk asuransi dengan Perusahaan Asuransi dengan Bank Syariah Indonesia.
- 5) SBSN Ritel adalah produk investasi syariah oleh Pemerintah kepada masyarakat Indonesia sebagai instrumen investasi.
- 6) *Cash Waqf Linked Sukuk Ritel* adalah dana wakaf tunai yang diinvestasikan oleh Pemerintah pada sukuk negara untuk membantu *Wakif* memperkuat ekonomi umat.

- 7) *Referral Retail Brokerage* adalah bentuk layanan untuk memperkenalkan produk-produk investasi kepada nasabah potensial untuk bekerjasama dengan perusahaan sekuritas.
- 8) Sukuk Negara Ritel Seri SR 016 adalah suatu SBSN tanpa warkat (*scripless*).

e. Transaksi

- 1) BSI Giro Valas merupakan dana titipan dari pihak ketiga dengan akad *Wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja menggunakan cek, bilyet giro atau dengan pemindahbukuan untuk menunjang bisnis usaha dalam mata uang valas.
- 2) BSI Giro Rupiah merupakan dana titipan dari pihak ketiga dengan pilihan akad *Wadiah Yad Dhamanah* atau *Mudharabah Muthlaqah* yang dapat ditarik sewaktu-waktu dengan cek, bilyet giro atau dengan pemindahbukuan untuk menunjang bisnis usaha dalam mata uang rupiah.

f. Emas

- 1) BSI Gadai Emas adalah produk pembiayaan berbasis agunan berupa emas sebagai alternatif likuiditas cepat.
- 2) BSI Cicil Emas merupakan suatu bentuk investasi dalam bentuk pembiayaan dengan mencicil emas berbentuk logam mulia yang dikelola dengan prinsip syariah.

B. Penyajian Data dan Analisis

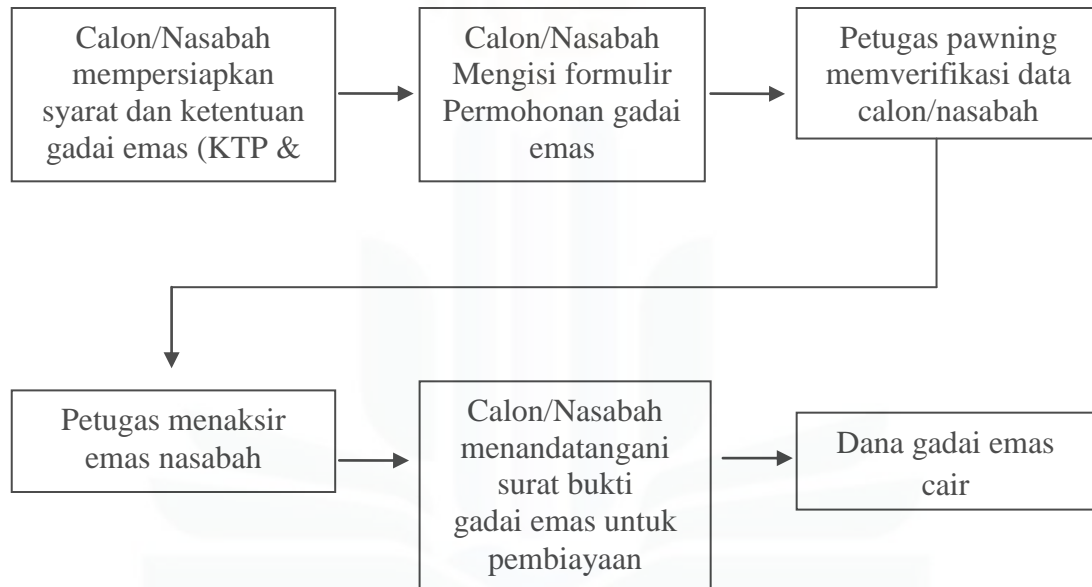
Data-data didapat dari proses penelitian melalui berbagai macam metode yang dijalankan, yakni data umum sampai menjadi khusus. Kemudian dianalisis tegas dan kritis, berharap bisa mendapatkan hasil akurat. Data tersebut akan disajikan secara berurutan dengan merujuk pada inti fokus penelitian yaitu “Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.”

1. Pelaksanaan Akad Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

a. Akad *Rahn*

Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung beroperasi dalam segala transaksi berprinsip syariah. Islam menerangkan bahwa transaksi pada gadai menggunakan suatu akad tertentu dengan syarat-syarat yang harus terpenuhi di dalam pelaksanaannya. Aturan dan syarat pada transaksi gadai yaitu dengan menggunakan akad *rahn* dan *qardh*. Pelaksanaan gadai dengan menahan harta milik peminjam atau nasabah oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yakni dengan menggunakan jaminan berupa emas atau perhiasan oleh peminjam atau *rahin* sesuai dengan kriteria tertentu yang mana gadai emas dilaksanakan dengan beberapa langkah tertentu sampai proses gadai emas dalam pembiayaannya cair.

Gambar 4.2
FlowChart Transaksi Gadai Emas
Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung



Sumber: Pawning Staff Gadai Emas BSI KCP Jember Balung

Proses pelaksanaan akad dalam transaksi gadai emas yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung secara teratur seperti pada *flowchart* di atas, selain itu akad yang dilakukan merujuk pada ketentuan akad dalam syariah sebagaimana proses interviu yang telah dilakukan peneliti bersama bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yakni :

Akad yang digunakan di gadai emas itu memakai akad *rahn* dan akad *qardh* mbak. Jadi kami memberikan pembiayaan kepada nasabah dengan nilai pinjaman sesuai taksiran emas dengan

memakai akad *qardh* sedangkan untuk transaksi gadainya yang beragun emas itu memakai akad *rahn*.⁷¹

Pernyataan oleh bapak Maulana mengenai akad gadai emas sesuai dengan informasi yang telah disampaikan oleh bapak Arifin selaku *back office* yang menyatakan bahwa :

Pembiayaan yang digunakan pada produk gadai emas itu menggunakan akad *rahn* mbak dan akad *qardh*. Sebelum nasabah menerima dana atau uang, kami pihak BSI KCP Balung mengecek dan menaksir emas nasabah terlebih dahulu dengan menggunakan alat yang sudah terstandarisasi layak atau tidak untuk diterima. Pembiayaan yang dapat diterima nasabah adalah 70% dari taksiran emas yang dapat dicairkan. Semisal harga emasnya pada saat itu 800.000 dan berat emasnya 10 gram jadi perhitungannya 800.000 x 10 gram totalnya kan 8.000.000 dan dikali dengan 70% nih mbak, jadi bank hanya bisa mencairkan 5.600.000, mengapa demikian karena hal itu sebagai antisipasi kami jika terjadi penurunan harga jadi kita punya sisa 30% untuk menutupi pembiayaan yang ada.⁷²

Dengan pernyataan tersebut bahwa akad transaksi gadai emas dilaksanakan sesuai peraturan syariah. Selain itu, dalam pelaksanaan transaksi gadai emas sebelum terikatnya akad, pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memberikan penjelasan secara terperinci kepada nasabah mengenai peraturan yang harus dipenuhi. Sebagaimana interviu dengan bapak Rudi yakni *staff officer* yang menyatakan:

Dalam peraturan BSI memang harus dijelaskan mbak mengenai segala aturan dan syarat-syarat dalam transaksi gadai emas seperti akad-akadnya yang harus dijelaskan kepada nasabah dengan interaksi secara langsung kepada nasabah supaya nasabah paham pada akad-akad transaksi gadai emas di BSI KCP

⁷¹ Maulana, *wawancara*, Jember, 16 April 2022.

⁷² Arifin, *wawancara*, Jember, 07 Juni 2022.

Balung dan peraturan-peraturan yang ditetapkan dalam transaksi gadai emas. Peraturan dan akad-akad yang digunakan memang sudah diatur oleh ketentuan perundangan yang berlaku di BSI. Akad yang dipakai pada produk gadai emas BSI KCP Balung ini pakai akad *rahn* dan akad *qardh* mbak. Jadi akad *rahn* itu digunakan untuk barang gadainya atau jaminan berupa emas mbak sedangkan akad *qardh* digunakan untuk transaksi pembiayaannya.⁷³

Berdasarkan dari hasil wawancara bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sudah melaksanakan layanan gadai emas sesuai dengan peraturan yang ada di dalam syariah Islam dengan menerapkan akad-akad gadai yaitu dengan menerapkan akad *rahn* dan akad *qardh*, Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung juga telah melaksanakan ketentuan yang berlaku dalam Bank Syariah Indonesia dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah mengenai informasi gadai emas dan peraturan dalam pelaksanaan transaksinya dengan proses atau langkah-langkah transaksi gadai emas yang harus dilaksanakan dengan peraturan yang berlaku, sehingga proses gadai emas berjalan dengan baik.

b. Terdapat Jaminan (*Marhun*) Berupa Emas

Ajaran Islam sangat adil dalam segala aturannya, seperti yang telah ditetapkan Allah SWT dengan memberikan keadilan dan perlindungan terhadap seseorang yang berhutang dan yang telah memberikan hutang yaitu dengan ditetapkannya barang gadai sebagai

⁷³ Rudi, wawancara, Jember, 08 Juni 2022.

jaminan atau agunan atas hutang yang dilakukan yang memberikan manfaat tertentu.

Barang jaminan dalam transaksi hutang piutang sangat penting sebagai bukti kepercayaan dari penerima hutang terhadap pemberi hutang dan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menetapkan dalam transaksi gadai dengan beragun emas yang mana emas sendiri bersifat likuid yaitu mudah untuk dicairkan atau diuangkan yang dipergunakan sebagai jaminan nasabah atas suatu pembiayaan. Peneliti melakukan interviu dengan bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mengenai jaminan yang ditetapkan sebagai agunan transaksi gadai yang mana menyatakan bahwa :

BSI sendiri pada produk gadai melayani nasabah yang membutuhkan dana dengan menggadaikan emas mbak dan emas yang kami terima sesuai dengan peraturan BSI karena emas itu bersifat likuid atau mudah dicairkan. Memang BSI sendiri layanan gadainya itu adalah emas karena harga emas itu sendiri cenderung stabil tidak seperti barang-barang atau aset yang lain dan untuk penjagaannya sendiri terbilang mudah.⁷⁴

Pernyataan bapak Maulana diperkuat kembali oleh hasil interviu antara peneliti dengan bapak Arifin mengenai ketentuan tertentu yang harus dipenuhi oleh nasabah ataupun calon nasabah pada barang agunan atau jaminan gadai bahwa “Objek gadai yang bisa kami terima itu adalah emas perhiasan, logam mulia atau yang dikenal dengan emas

⁷⁴ Maulana, *wawancara*, Jember, 16 April 2022.

batangan, dan koin dinar mbak dengan karatase 16 sampai dengan 24 karat.”⁷⁵

Ketentuan emas sebagai barang jamnian hutang dalam transaksinya yakni emas dengan karatase tertentu yang mana diperkuat oleh pernyataan dari bapak Rudi selaku *staff Officer* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung :

Mengenai barang jaminan atau agunan kami BSI KCP Balung sendiri menggunakan emas sebagai jaminan hutang atau agunan dalam gadai. Terdapat beberapa jenis emas yang dapat kami terima atau kami proses transaksi gadai emas dari nasabah mbak yaitu emas antam (emas batangan), emas perhiasan 16 karat atau emas 700 lebih gampangannya dalam masyarakat dikenal sebagai emas tua.⁷⁶

Berdasarkan hasil wawancara bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mengenai gadai, barang jaminan atas hutang piutang adalah beragunan emas. Sedikit berbeda dengan lembaga keuangan lain yang dapat melayani transaksi gadai dengan beberapa barang atau aset sebagai jaminan. Namun hal tersebut terdapat alasan yang kuat dalam pemilihan gadai berupa emas sebagai jaminan untuk meminimalisir kerugian yang kemungkinan akan terjadi, sebab disamping emas yang bersifat likuid (mudah dicairkan) emas juga sangat mudah dalam penyimpanan dan perawatannya pada saat berada ditangan bank. Nilai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

⁷⁵ Arifin, wawancara, Jember, 07 Juni 2022.

⁷⁶ Rudi, wawancara, Jember, 08 Juni 2022.

pada objek gadai yang menjadi standar diterimanya layanan gadai emas yang telah ditentukan oleh Bank Syariah Indonesia yaitu emas yang memiliki karatase 16 sampai dengan 24 karat seperti logam mulia, emas perhiasan, dan koin dinar.

c. *Rahin* (pihak penggadai) dan *Murtahin* (pihak penerima gadai)

Seseorang dalam melakukan kegiatan gadai menggadai haruslah yang telah *baligh* atau telah dewasa dan mengerti mengenai suatu hal atau cakap dalam hukum, baik *murtahin* (pihak penerima gadai) maupun *rahin* (pihak penggadai). Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memiliki peraturan dan syarat tertentu terhadap *rahin* dalam transaksi gadai emas untuk memberikan *feedback* yang baik terhadap pertahanan dan perkembangan produk gadai emas, apalagi mengenai pelayanan terhadap nasabah yang menjadi kewajiban Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sebagai lembaga keuangan yang berjalan dibagian produk dan jasa. Sebagaimana hasil interviu peneliti bersama bapak Maulana sebagai *pawning officer* mengatakan bahwa :

Kami sangat berhati-hati mengenai nasabah mbak bukan hanya pada nasabah produk gadai emas saja, bahkan divisi pada produk-produk lain yang ada di BSI KCP Balung sangat berhati-hati mengenai pelayanan nasabah. Kami dalam melayani transaksi gadai emas itu perlu adanya rasa kehati-hatian mbak karena setiap orang memiliki karakter yang berbeda-beda. Pengecekan keaslian emas dan penaksiran emas dengan sangat teliti sangat kami utamakan mbak, selain itu penting sekali bagi kami mengenai nasabah yang memiliki karakter yang baik demi kemaslahatan bersama dan kami sebagai pihak penerima gadai mbak, harus sangat paham dan mengerti mengenai proses

transaksi ataupun akad-akad yang dilaksanakan dalam transaksi gadai emas serta paham mengenai jenis emas dan juga taksiran emas. Apalagi kita sebagai bank yang berprinsip syariah yang segala kegiatannya mulai dari layanan sampai akad-akad yang dipergunakan harus benar-benar sesuai dan harus bisa memberikan pemahaman kepada nasabah yang belum tahu mengenai gadai syariah.⁷⁷

Pelayanan yang baik sangat diutamakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sebagai bentuk menjalankan kegiatan perbankan sesuai dengan etika bisnis dalam Islam. Selain itu, dalam transaksi gadai emas juga menjalankannya sesuai dengan syariah yakni mengenai pihak yang melayani transkasinya haruslah seseorang yang cakap dan paham mengenai transaksi gadai syariah. Sebagaimana interviu bapak Arifin selaku *Back Office* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bahwa :

Syarat dan ketentuan bagi calon/nasabah menjalankan gadai emas di BSI KCP Balung sendiri yaitu dengan melengkapi persyaratan yang ada mbak dengan memiliki KTP (kartu tanda pengenal) dan memiliki emas sebagai jaminan yang sesuai dengan kriteria, yang mana KTP sendiri diperlukan untuk pembuatan rekening BSI dan nanti bila diperlukan dana atau uang nasabah setelah emas diproses dan dicairkan bisa dikirimkan melalui rekening nasabah. Sebagai pihak yang sangat bertanggung jawab penuh dalam transaksi gadai emas, kami sangat berhati-hati sekali mbak, tidak sembarang orang atau *staff* BSI KCP Balung yang bisa melaksanakan proses taksiran dan pengecekan emas. Semua divisi yang ada di BSI KCP Balung ini bisa melakukan atau membantu dalam pemasaran gadai emas, namun tidak sembarang orang bisa menaksir atau mengecek barang jaminan atau agunan emas nasabah, pihak tersebut telah

⁷⁷ Maulana, *wawancara*, Jember, 16 April 2022.

menjalankan proses pelatihan terlebih dahulu untuk menjaga keamanan dan kenyamanan baik dari nasabah atau bank sendiri.⁷⁸

Interviu tersebut membuktikan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung benar-benar sangat memperhatikan pelayanan serta ketentuan-ketentuan dalam Syariah. Hasil interviu tersebut didukung oleh bapak Rudi selaku *staff officer* gadai emas yang mengatakan bahwa:

Untuk yang hendak melakukan gadai emas di BSI KCP Balung sendiri tidak memiliki persyaratan yang cukup rumit mbak, nasabah yang telah memiliki KTP dan memiliki barang jaminan atau agunan berupa emas yang sesuai dengan karakteristik yang berlaku. Transaksi gadai emas bisa kami proses sesuai dengan SBGE (surat bukti gadai emas) dan mampu melakukan pembayaran pembiayaan dengan menginformasikan nomor nasabah yang dapat dihubungi atau kediaman nasabah. Kami memiliki tanggung jawab yang penuh terhadap barang gadai atau emas nasabah mbak sebagai jaminan hutang, kami berusaha menjaga sebaik mungkin dengan aman dan terjamin sebagai bentuk tanggung jawab sebagai pihak penerima gadai mbak yang sangat kami prioritaskan. Penyimpanan emas nasabah sendiri kami simpan di suatu tempat namanya hasanah (brankas emas).⁷⁹

Menjadi lembaga keuangan bank yang dalam pelaksanaannya sesuai dengan aturan syariah Islam dalam menerima ataupun melakukan pelayanan terhadap nasabah haruslah dijalankan sesuai aturan atau syarat-syarat gadai dalam Islam dengan mengedepankan kemanfaatan bagi seluruh umat manusia. Sesuai dengan pelaksanaan transaksi gadai emas yang mana Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung berusaha

⁷⁸ Arifin, *wawancara*, Jember, 07 Juni 2022.

⁷⁹ Rudi, *wawancara*, Jember, 08 Juni 2022.

menjadi lembaga keuangan yang sangat bertanggung jawab atas nasabah dan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung telah melaksanakan aturan-aturan yang ada dalam syariat Islam bahwa *rahin* atau nasabah dan *murtahin* (pihak bank) yang hendak melakukan gadai emas harus memenuhi syarat seperti telah mencapai umur atau telah memiliki kartu tanda pengenal atau KTP dan memiliki barang gadai sebagai jaminan atas pembiayaan salah satunya berupa jaminan emas untuk terjaganya keadilan dan kenyamanan bagi nasabah maupun bank.

d. Biaya Penitipan (*Ujrah*)

Dalam transaksi gadai emas, Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menetapkan *ujrah* sebagai upah atau biaya titipan barang gadai yang bermaksud untuk penjagaan barang jaminan gadai emas nasabah. Biaya *ujrah* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ditetapkan dengan ringan atau kecil. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas bahwa :

Biaya *ujrah* pada produk gadai emas yang Bank Syariah Indonesia tetapkan cukup ringan dan terdapat perhitungannya tersendiri mbak di setiap pembiayaan yang dilakukan. Jadi kami BSI KCP Balung menetapkan *ujrah* sesuai peraturan yang ada dan kami selalu menginformasikan kepada nasabah untuk perhitungan *ujrahnya*. Selain itu, jika nasabah telah selesai proses pembiayaan atau gadai emas telah berakhir (tuntas) yang dilakukan, kami segera menghubungi nasabah untuk mengambil barang gadai mereka mbak karena jika tidak segera dilakukan pengambilan barang jaminan dengan waktu yang berbeda atau

lebih dari jangka waktu yang ditentukan maka *ujrahnya* akan berbeda juga mbak.⁸⁰

Ujrah yang ringan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ditetapkan sesuai dengan peraturan oleh Bank Syariah Indonesia yang mana hasil interviu di atas juga didukung dengan hasil interviu bapak Arifin selaku *Back Office* “Untuk biaya penitipan atau *ujrah* BSI KCP Balung memang ringan mbak. Biaya *ujrah* ditetapkan sebagai biaya untuk jaga-jaga apabila nilai emas menurun dan bermaksud untuk biaya perawatan penjagaan barang jaminan gadai emas nasabah.”⁸¹

Biaya *ujrah* yang ditetapkan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bermaksud sebagai penjagaan barang jaminan gadai emas nasabah serta biaya *ujrah* tersebut terbukti memang telah dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang dapat memberikan kenyamanan bagi nasabah. Sebagaimana hasil interviu bersama ibu-ibu yang menjadi nasabah gadai emas yakni interviu bersama Ismawati bahwa :

Sebelum saya jadi nasabah BSI KCP Balung saya nasabah lembaga lain mbak, terus saya ditawari gadai emas di BSI KCP Balung sama mas Maulana ini pas di TPI (tempat pelelangan ikan) saya coba kok saya merasa sangat nyaman mbak, disamping pelayanan yang baik juga nilai taksiran emas yang mereka kasih lumayan tinggi terus biaya *ujrohnya* juga ringan mbak dibandingkan lembaga keuangan lainnya.⁸²

⁸⁰ Maulana, *wawancara*, Jember, 16 April 2022.

⁸¹ Arifin, *wawancara*, Jember, 07 Juni 2022.

⁸² Ismawati, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

Sebagaimana interviu di atas juga didukung dengan hasil interviu oleh Imah sebagai nasabah gadai emas mengatakan bahwa :

Untuk biaya penitipan sangat ringan mbak di BSI KCP Balung, dibandingkan lembaga keuangan lain, soalnya saya pernah jadi nasabah lembaga lain untuk biaya administrasi dan biaya titipnya itu agak mahal mbak, terus taksiran yang diberikan emasnya BSI KCP Balung tinggi mbak dan pastinya saya dapetnya lebih banyak.⁸³

Berdasarkan hasil interviu bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bisa memberi kenyamanan serta kepercayaan kepada nasabah bahwa peraturan Bank Syariah Indonesia dalam penentuan biaya *ujrah* dengan sangat ringan dan terdapat perhitungan tersendiri di setiap pembiayaan nasabah dan hal tersebut memang benar-benar dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sesuai peraturan serta biaya *ujrah* ringan memberikan kepuasan kepada nasabah.

2. Strategi Pemasaran *Direct Selling* pada Produk Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

Strategi pemasaran menjadi hal yang fundamental bagi setiap perusahaan dalam mempertahankan dan mengembangkan suatu produk ataupun jasa. Strategi pemasaran adalah usaha dalam mencari berbagai cara yang dapat memberikan kepuasan dan nyaman terhadap konsumen yang dipersiapkan dalam meningkatkan penjualan. Bank syariah Indonesia KCP

⁸³ Imah, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

Jember Balung memiliki strategi pemasaran untuk memperluas penjualan dan jumlah nasabah pada gadai emas dengan metode pemasaran secara *direct selling* yang berfokus pada pendekatan langsung kepada target penjualan yaitu konsumen potensial. Strategi pemasaran dengan *direct selling* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memiliki beberapa bentuk dalam penerapannya.

a. *Face to face selling*

Strategi pemasaran *direct selling* secara *face to face* merupakan strategi penjualan dengan kunjungan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung secara tatap muka atau bertemu langsung kepada nasabah. Sebagaimana interviu bersama bapak Maulana *pawning officer* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bahwa :

Pemasaran oleh BSI KCP Balung ini dilakukan secara langsung mbak melalui kunjungan ke lokasi atau rumah nasabah, jadi kami memasarkan produk gadai emas ini dengan bertemu langsung dengan nasabah atau calon nasabah dengan tatap muka secara langsung seperti yang kami lakukan kepada masyarakat Puger, kebetulan masyarakat Puger itu memiliki perkumpulan ibu-ibu arisan mbak yang mana di hari-hari tertentu mereka kumpul untuk acara arisan dan hal itu menjadi peluang bagi kami untuk melakukan pemasaran yaitu memperkenalkan produk gadai emas kepada mereka dan adanya perkumpulan arisan tersebut semisal ada yang mau melakukan transaksi gadai emas oleh anggota arisan ibu-ibu tersebut kami langsung mengunjungi lokasi atau rumah ibu yang menjadi ketua arisan dan pemasaran tersebut terus kami jalankan hingga saat ini.⁸⁴

⁸⁴ Maulana, *wawancara*, Jember, 15 April 2022.

Pemaparan mengenai pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung secara bertemu langsung dengan nasabah telah didukung oleh pernyataan dari bapak Arifin selaku *back office* bahwasanya :

Gadai emas sendiri dalam pemasaran, kami lakukan dengan kunjungan-kunjungan mbak, jadi kami dapat memberikan informasi mengenai produk gadai emas bisa lebih jelas kepada nasabah ataupun calon nasabah. Pemasaran gadai emas melalui kunjungan tersebut kami lakukan dengan kunjungan ke rumah nasabah yang hendak melakukan transaksi gadai emas, kunjungan ke instansi dan pasar-pasar untuk memperkenalkan dan memperluas produk gadai emas. Pemasaran melalui kunjungan-kunjungan tersebut dilakukan secara bertemu langsung dengan nasabah ataupun calon nasabah mbak seperti bertatap muka secara langsung dengan mereka yang mana hal tersebut akan memberikan kemudahan bagi mereka untuk mengetahui produk gadai emas dan memberikan kemudahan juga bagi kami dalam mengetahui batas informasi yang didapat dari nasabah tentang gadai emas, semisal jika terdapat masalah ketidakpahaman nasabah mengenai prosedur ataupun hal-hal yang ingin didapat oleh nasabah dan calon nasabah.⁸⁵

Pihak *marketing* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menjalankan pemasaran secara langsung bukan tidak memiliki tujuan, namun hal yang menjadi perhatian yakni kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan seperti pernyataan yang telah disampaikan oleh bapak Rudi selaku *staff officer* gadai emas bahwa “Strategi BSI KCP Balung untuk pemasaran itu dilakukan melalui proses tatap muka secara langsung dengan nasabah mbak seperti

⁸⁵ Arifin, wawancara, Jember, 07 Juni 2022.

ke rumah nasabah langsung, hal itu memberikan kemudahan bagi mereka.”⁸⁶

Sebagaimana hasil interviu bersama ibu Kholif sebagai nasabah gadai emas yang mana proses tatap muka dalam pemasaran dapat memudahkan konsumen mengetahui produk atau jasa secara jelas yang mengatakan “Pak Maulana itu sering kesini mbak buat melayani transaksi gadai emas saya, jadi kalau dikunjungi langsung gitu kan orangnya bisa berhadapan langsung mbak jadi memudahkan saya, bisa tanya secara leluasa dan juga emas atau uang saya akan lebih aman mbak.”⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara bahwa strategi pemasaran pada produk gadai emas dilakukan secara langsung atau *direct selling* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung melalui proses *face to face* yaitu dengan proses tatap muka dengan mengunjungi lokasi nasabah dan calon nasabah dalam memberikan informasi produk gadai emas yang dilakukan dengan baik. Strategi pemasaran melalui proses tatap muka antara Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yakni calon/nasabah akan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga pelanggan atau calon pelanggan akan menjalankan proses percobaan pembelian dan akan berkelanjutan membeli dan berlangganan.

⁸⁶ Rudi, wawancara, Jember, 08 Juni 2022.

⁸⁷ Kholif, wawancara, Jember, 22 April 2022.

b. *Direct Mail*

Strategi pemasaran *direct selling* melalui *direct mail* adalah bentuk promosi barang dan jasa yang secara langsung kepada konsumen atau pelanggan melalui media *audio, faximile* atau bentuk lainnya. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menjalankan sistem pemasaran langsung dalam hal promosi dilaksanakan dengan menyebarkan informasi kepada nasabah maupun calon nasabah dengan peraturan dan ketentuan yang telah berlaku, sebagaimana dikatakan oleh bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, bahwa “Promosi-promosi di BSI KCP Balung ini selalu diinfokan ke nasabah mbak, jadi nanti kita *WhatsApp* atau sms nasabah, kita bilang kalau lagi ada promosi gitu dan untuk promosi-promosi itu kita ada surat perintah mbak jadi ada buktinya.”⁸⁸

Pernyataan dari bapak Maulana selaku *pawning officer* didukung oleh hasil interviu dengan bapak Arifin sebagai *back office* yang juga ikut mensukseskan program pemasaran sebagai tingkat pencapaian produk gadai emas bahwa :

Di BSI KCP Balung memang kami mengedepankan kenyamanan nasabah mbak, jadi kami terus berusaha untuk dekat dengan nasabah. Jadi dalam hal promosi-promosi kami langsung terjun ke target, seperti kita selalu memberikan informasi mengenai kabar emas dan juga semisal ada promosi sebar brosur atau ada program spesial kami.⁸⁹

⁸⁸ Maulana, *wawancara*, Jember, 15 April 2022.

⁸⁹ Arifin, *wawancara*, Jember, 07 Juni 2022.

Selain dengan pemasaran secara langsung atau terjun langsung ke lapangan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung juga berusaha memperluas pemasaran produk gadai emas yakni dengan cara memasarkan melalui media informasi baik *internet* maupun media komunikasi lainnya. Seperti yang telah dipaparkan oleh bapak Rudi selaku *staff officer* gadai emas bahwa :

Untuk promosi dalam pemasaran gadai emas BSI KCP Balung mbak kami melakukan dengan beberapa media mbak seperti terjun langsung ke lapangan dan melalui media lainnya seperti menginfokan ke nasabah lewat sms atau *WhatsApp* nanti pasti nasabah BSI KCP Balung akan merekomendasikan ke masyarakat yang belum kenal gadai emas BSI KCP Balung yang akan menciptakan ketertarikan.⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara bahwa strategi pemasaran melalui *direct mail* pada produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yaitu pada kegiatan promosi dijalankan secara terjun langsung pada target pemasaran yaitu nasabah atau calon nasabah dan memanfaatkan media komunikasi untuk memberikan informasi yang jelas. Promosi-promosi gadai emas memang sengaja dilakukan secara langsung kepada target untuk menciptakan ketertarikan tersendiri dan kepercayaan yang penuh oleh pelanggan dan proses promosi-promosi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memiliki bukti yakni dalam bentuk surat resmi tugas untuk melakukan promosi dalam pemasaran.

⁹⁰ Rudi, wawancara, Jember, 08 Juni 2022.

c. *Kiosk Marketing*

Kiosk Marketing merupakan suatu strategi pemasaran *direct selling* dengan menggunakan sistem penjualan langsung dengan menggunakan teknologi melalui mesin penyedia produk. Sebagaimana Indonesia KCP Jember Balung telah menyediakan segala produk dan jasa pada *mobile banking* termasuk gadai emas yang dapat diakses oleh nasabah, seperti yang telah disampaikan oleh bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas bahwa :

Produk gadai emas sendiri sudah tersedia di *mobile banking* BSI mbak jadi nasabah jika ingin melihat bagaimana melihat harga atau biaya sewanya bisa dilihat disana. Bahkan nasabah bisa pesan layanan gadai emas secara langsung, jadi nanti kita tinggal proses mbak sesuai dengan peraturan.⁹¹

Memberikan kemudahan terhadap nasabah dalam bertransaksi akan menjadikan kepuasan yaang dirasakan nasabah. Selain pernyataan yang disampaikan oleh bapak Maulana, peneliti juga mewawancarai bapak Arifin selaku *back office* yang mengatakan bahwa :

Untuk layanan gadai emas BSI KCP Balung terdapat dua metode mbak bisa *online* bisa *offline*. Maksudnya untuk *online* tersedia *mobile banking* BSI yang bisa nasabah akses untuk transaksi pemesanan gadai emas nanti kita proses secara *offline* di kantor atau kunjungan langsung ke nasabah.⁹²

⁹¹ Maulana, wawancara, Jember, 14 April 2022.

⁹² Arifin, wawancara, Jember, 07 Juni 2022.

Dari pernyataan bapak arifin, juga terdapat hasil interviu bapak Rudi selaku *staff officer* gadai emas yang mengatakan bahwa :

Kami selalu mengecek transaksi gadai emas dari nasabah mbak, jadi BSI KCP Balung ini selain bisa transaksi langsung ke nasabah kami juga melayani gadai emas melalui *mobile banking* yang mana disana sudah tersedia besaran karatase emas bisa dipesan oleh nasabah dan nanti kami proses secara langsung untuk memberikan informasi secara jelas.⁹³

Dapat diketahui secara jelas bahwa layanan gadai emas dapat dilakukan baik *online* maupun *offline*. Hal tersebut menjadikan nasabah dapat terbantuan serta Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung membuktikan dengan memberikan pelayanan yang sangat baik dan memudahkan nasabah seperti hasil interviu bersama Imah selaku nasabah gadai emas yang mengatakan bahwa “Di BSI KCP Balung itu sudah lengkap mbak bisa transaksi gadai emas lewat *online* dan *offline* seperti di *mobile banking* nanti setelah pesan gadai langsung didatangi kesini mbak kalau saya memang sedang repot tidak bisa ke kantor di *mobile banking* itu sudah bisa mbak.”⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara bahwa *kiosk marketing* pada strategi *direct selling* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dilakukan dengan menggunakan media *mobile banking* untuk menyediakan produk gadai emas yang mana hal ini menjadi peningkatan teknologi dan komunikasi pesat yang dimanfaatkan oleh Bank Syariah

⁹³ Rudi, wawancara, Jember, 08 Juni 2022.

⁹⁴ Imah, wawancara, Jember, 20 April 2022.

Indonesia KCP Jember Balung. Selain itu bukan hanya pada *mobile banking* saja namun pihak *pawning* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung akan menjelaskan secara lebih jelas lagi mengenai produk gadai emas secara langsung dan untuk memproses gadai emas secara langsung baik di kantor atau langsung mengunjungi lokasi nasabah.

d. *Telemarketing*

Telemarketing pada *direct selling* adalah strategi dalam penjualan atau pemasaran melalui media telepon atau lainnya secara langsung kepada konsumen melalui alat elektronik/*internet* yang dapat memberikan peluang pemasar dan konsumen untuk berinteraksi. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memanfaatkan media telepon atau komunikasi dalam melayani transaksi nasabah, seperti yang telah disampaikan oleh bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas pada proses interviu bahwa :

Strategi pemasaran yang kami lakukan dengan menjangkau target secara langsung ya mbak jadi kami menghubungi satu persatu nasabah jika akan melakukan kunjungan ke lokasi nasabah mbak. Terkadang nasabah sendiri yang menghubungi kami pihak *pawning* BSI KCP Balung untuk transaksi gadai emas karena kesibukan nasabah, hal tersebut dapat menciptakan interaksi secara individual antara kami dan nasabah.⁹⁵

⁹⁵ Maulana, *wawancara*, Jember, 14 April 2022.

Media komunikasi, informasi serta teknologi yang semakin berkembang juga telah menjadi pilihan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam memasarkan produk gadai emas untuk menyebar luaskan produk gadai emas, sebagaimana interviu bersama bapak Arifin selaku *back office* bahwa :

Dalam pemasaran kami lakukan dengan semaksimal mungkin termasuk pada produk gadai emas, jadi selain melakukan pemasaran langsung melalui kunjungan, kami juga melakukan pemasaran dengan memperluas informasi produk gadai emas dengan membuat status *whatsapps, instagram, facebook* dan media lainnya yang kami pasarkan secara langsung.⁹⁶

Pernyataan oleh bapak Arifin di atas didukung dari hasil interviu antara peneliti bersama bapak Rudi, yang mana layanan gadai emas memang bisa dilakukan nasabah melalui media telepon atau media lain dalam transaksinya bahwa :

Disini saya pihak yang bertanggung jawab menerima layanan gadai emas di kantor mbak, namun misal ada nasabah yang menghubungi saya untuk melakukan transaksi gadai emas itu bisa, semisal ingin perpanjangan atau pembayaran pembiayaan gadai, nanti untuk uangnya bisa transfer dan surat gadainya dihantarkan oleh pihak kami. Jadi pemasaran ataupun layanan yang kami memberikan sangat akan mempermudah nasabah dalam transaksi gadai emas.⁹⁷

Terbukti bahwa pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung pada produk gadai sangatlah baik dan tidak mempersulit kebutuhan nasabah. Hasil interviu peneliti bersama

⁹⁶ Arifin, *wawancara*, Jember, 07 Juni 2022.

⁹⁷ Rudi, *wawancara*, Jember, 08 Juni 2022.

Ismawati selaku nasabah yang mengatakan bahwa “Gadai emas di BSI KCP Balung itu tidak rumit menurut saya mbak, saya selalu dimudahkan, nanti semisal saya lagi sibuk saya tinggal telpon pak Maulana buat transaksi gadai emas.”⁹⁸

Berdasarkan hasil wawancara bahwa strategi pemasaran *direct selling* melalui *telemarketing* dapat terlaksana secara baik serta *telemarketing* juga bisa memudahkan nasabah untuk berinteraksi secara langsung. Media telepon dapat menjangkau nasabah secara langsung yang mana Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bertanggung jawab penuh dalam memberikan pelayanan yang mudah dan baik terhadap nasabah.

Strategi pemasaran pada produk gadai emas oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dijalankan secara langsung yakni metode *direct selling* yang mana setelah mengetahui beberapa bentuk atau jenis strategi pemasaran *direct selling* pada produk gadai emas bahwa strategi pemasaran *direct selling* yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung terdapat beberapa konsep *direct selling* dalam pelaksanaannya pada produk gadai emas sebagai berikut:

1) Periklanan

Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung berfokus pada layanan serta kenyamanan nasabah. Bank Syariah Indonesia KCP

⁹⁸ Ismawati, wawancara, Jember, 20 April 2022.

Jember Balung memiliki pencapaian target melakukan pengenalan produk atau periklanan yang ditawarkan kepada nasabah untuk mengenalkan produk gadai emas yang dapat membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhannya. Sebagaimana hasil interviu peneliti bersama bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bahwa :

Saya dibagian gadai emas ini mbak mulai tahun 2018 dan awal mulanya itu kita diberi target untuk gadai emas BSI Balung sekitar 8 M, untuk mencapai itu kan harus ada *effort* lebih dan akhirnya kita menjalankan 6 program untuk memperkenalkan produk gadai emas mbak yaitu *Pertama*, GESERBRO (gerakan sebar brosur) itu kita nyebarin brosur ke pasar-pasar mbak sama pasang banner juga di jalan raya dan masjid. *Kedua*, *Member Get Member* itu program promosi yang didalamnya ada kegiatan melibatkan orang lain misalnya ada nasabah gadai emas BSI Balung punya saudara atau teman untuk diajak atau ditawari gadai emas ke BSI Balung. *Ketiga*, Presentasi dengan mengunjungi instansi, sekolah, rumah sakit. *Keempat*, melakukan kegiatan webinar untuk mempromosikan produk gadai emas. Keempat, Seminar *Offline* dan kita berkolaborasi dengan BSI Sudirman di pada waktu awal itu bertempat di Hotel Aston Jember. *Kelima*, *Dancing in the Ball* kita nyebarin brosur ke nasabah BSI Balung yang menunggu transaksi atau sedang menunggu antrian karena waktu itu nasabah BSI Balung masih belum banyak yang tahu kalau BSI Balung juga memiliki produk gadai emas. Dan *Intelijen* yaitu mengunjungi rumah calon nasabah dengan cara bertamu ke rumah mereka dan nawarin program gadai emas. Program-program yang kita laksanakan itu untuk memperkenalkan produk gadai emas, bisa dikatakan program cukup membuahkan hasil itu GESERBRO, *Member Get Member*, dan *Intelligen* dan yang kurang efektif itu menggunakan program seminar karena mungkin pembawaan kami yang kurang menonjol dan lingkungan yang kurang mendukung untuk masyarakat pedesaan.⁹⁹

⁹⁹ Maulana, wawancara, Jember, 15 April 2022.

Lokasi yang sangat potensial dalam memasarkan suatu produk menjadi titik fokus menjalankan strategi pemasaran unggul pada produk. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memfokuskan suatu tempat sebagai lokasi yang berpotensi mengembangkan produk gadai emas. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Arifin selaku *back office* yang mengatakan :

Kebetulan disini kami masih dekat dengan daerah pantai mbak yang memungkinkan untuk kami jangkau yaitu wilayah Puger yang mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai nelayan, wilayah Puger memang tempat potensial untuk produk gadai emas BSI KCP Balung mbak, untuk itu dalam memperkenalkan produk gadai emas, BSI KCP Balung melakukan program sebar brosur mbak seperti ke pasar-pasar dan juga TPI (tempat pelelangan ikan) dan kunjungan ke lokasi nasabah. Untuk perkembangan gadai emas BSI KCP Balung sendiri cukup pesat.¹⁰⁰

Penyebarluasan produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dapat dikatakan cukup unik, bukan hanya dengan sebar brosur saja seperti yang sudah biasa dijalankan di beberapa perusahaan, namun pemasaran yang dilakukan adalah melalui jaringan nasabah. Seperti yang dikatakan oleh Imah berdasarkan hasil wawancara bahwa :

Saya menjadi nasabah gadai emas BSI KCP Balung sudah lama mbak sekitar 2 tahun. Saya tahu kalau BSI Balung juga melayani gadai emas dari saudara saya mbak, saudara saya itu nasabah gadai emas BSI Balung. Saya diajak saudara saya dan dia bilang kalau pelayanan di BSI Balung enak mbak dan prosesnya juga cepet, jadi karena saya butuh

¹⁰⁰ Arifin, wawancara, Jember, 07 Juni 2022.

modal untuk bisnis saya mbak, ya saya tertarik melakukan gadai emas di BSI Balung.¹⁰¹

Pengenalan produk gadai emas selain melalui jaringan nasabah yang dilaksanakan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, namun juga dilaksanakan langsung terjun ke lokasi untuk mengetahui secara lebih jelas tolak ukur pemasaran yang dicapai. Sebagaimana interviu peneliti dengan Ismawati bahwa memang benar Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung langsung mendatangi lokasi konsumen yakni :

Saya sudah lama mbak jadi nasabah gadai emas BSI KCP Balung, saya itu tahu kalau BSI KCP Balung melayani gadai emas ya dari pak Maulana sendiri. Waktu itu pak Maulana datang ke TPI (tempat pelelangan ikan) nawarin gadai emas kayak nyebarin brosur itu mbak. Awalnya saya gak percaya mbak, mana ada gadai emas sampai keliling ke pasar cari nasabah buat transaksi gadai, terus pak Maulana jelasin tentang gadai emas BSI itu, kemudian saya coba, awalnya itu saya gadaikan kalung sama gelang mbak dan enak nya di BSI Balung kalau minta pas ya dipaskan dapetnya, mulai dari itu sudah saya kenal gadai emas BSI KCP Balung.¹⁰²

Berdasarkan dari hasil wawancara bahwa pada tahun 2018 BSI KCP Jember Balung sudah mampu memperkenalkan produk gadai emas dengan melakukan periklanan sesuai dengan metode-metode yang diterapkan melalui sebar brosur ke lokasi-lokasi strategis dan melakukan periklanan melalui kerjasama bersama nasabah dengan mengajak anggota keluarga atau orang terdekat

¹⁰¹ Imah, *wawancara*, Jember, 20 Juni 2020.

¹⁰² Ismawati, *wawancara*, Jember, 20 April 2020.

nasabah yang akan menciptakan jaringan lebih luas. Karena BSI KCP Jember Balung bukan hanya bertujuan untuk mencapai *omzet* target namun juga untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

2) Menyenangkan

Pemasaran *direct selling* merupakan sebuah proses yang dilakukan dengan memberikan ide, produk atau layanan kepada *audiens* secara langsung dengan metode komunikasi secara langsung. Pemasaran *direct selling* dilakukan dengan strategi yang unggul melalui penyampaian informasi mengenai produk secara jelas untuk menciptakan peningkatan penjualan dan menonjolkan nilai suatu produk. Adanya keunggulan dan variasi strategi pemasaran secara langsung yang dilakukan menjadikan *direct selling* dapat memberikan rasa senang dan nyaman. Namun, rasa senang dan nyaman tersebut lebih diarahkan kepada usaha dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam memasarkan produk gadai emas, seperti pernyataan dari bapak Maulana selaku *pawning officer* yang mengatakan bahwa :

Sebenarnya hal yang paling susah dalam melakukan pemasaran itu menghadapi nasabah mbak seperti harus memahami karakter ataupun pola pikir si nasabahnya. Karakter nasabah yang bermacam-macam itu membuat kita bekerja keras untuk mengetahui karakter satu persatu dari

nasabah apalagi nasabah yang memiliki karakter yang keras mbak, ya pastinya harus dihadapi dengan sabar dan berhati-hati. Kalau ditanya gimana rasanya melakukan pemasaran itu, pasti ada sedihnya mbak ngerasain panas matahari belum lagi ngadepin nasabah yang ruwet, tapi ketika hal sulit yang sudah dialami lama-lama menikmati mbak seperti terjalinnya jaringan sama nasabah serta hubungan yang baik dan dekat dengan nasabah, itu enak mbak.¹⁰³

Strategi pemasaran *direct selling* yang memberikan rasa senang dan nyaman, sedikit berbeda dengan keadaan yang dirasakan oleh nasabah. Bahwa *direct selling* memang menyenangkan karena dapat memberikan kemudahan dalam menjangkau suatu produk dan jasa. Sebagaimana interviu bersama Imah nasabah gadai emas yang mengatakan “Saya merasa senang mbak kalau pak Maulana itu datang kesini jadi saya gak perlu ke kantor.”¹⁰⁴

Pernyataan Imah di atas didukung oleh hasil interviu dengan Ismawati nasabah gadai emas bahwa “Kalau disuruh memilih ya saya lebih suka didatangi langsung ke rumah mbak dari pada saya harus datang ke kantor. Tapi memang gadai di BSI KCP Balung ini memang sangat mudah mbak saya dimudahkan gitu.”¹⁰⁵

Nasabah gadai emas yakni Kholif yang juga mengatakan bahwa “Saya lebih merasa aman mbak kalau pak Maulana datang

¹⁰³ Maulana, *wawancara*, Jember, 15 April 2022.

¹⁰⁴ Imah, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

¹⁰⁵ Ismawati, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

kesini buat melayani transaksi gadai saya. Tidak perlu ke kantor saya suka gadai di BSI KCP Balung ini mbak saya selalu dimudahkan.”¹⁰⁶

Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung berdasarkan hasil wawancara bahwa pelayanan sangat diutamakan terhadap kenyamanan nasabah. Pemasaran yang dilakukan dapat dikatakan menyenangkan dengan berbagai rintangan dan usaha yang telah dilakukan dan ketika telah terjalinnya relasi dengan nasabah yang membuat hubungan yang berkelanjutan, memberikan kemudahan dan dapat memberikan efek yang baik bagi perusahaan.

3) Bersifat Personal

Peningkatan kualitas suatu produk sangat penting dan adanya lembaga-lembaga atau perusahaan sejenis muncul yang juga memiliki dan menawarkan produk serta layanan yang sama, menjadikan setiap perusahaan harus terus menjaga kestabilan nilai produk itu sendiri. Pelayanan yang baik juga menjadi keharusan bagi setiap perusahaan untuk menciptakan nyaman dan kepuasan bagi konsumen. Penjualan personal adalah lengan bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dalam pemasaran secara lebih pribadi untuk mengenal karakteristik pelanggan dan dapat membangun hubungan yang baik dengan para pelanggan. Sebagaimana yang

¹⁰⁶ Kholif, *wawancara*, Jember, 22 April 2022.

dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam memasarkan produk gadai emas dengan berusaha menciptakan hubungan yang dekat dan akrab kepada nasabah. Seperti pada hasil interviu dengan bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas yang mengatakan bahwa :

Bagi saya mbak nasabah itu seperti teman atau saudara saya sendiri, jadi saya berusaha untuk kenal dan dekat dengan nasabah, bahkan mbak untuk mengikat nasabah buat tertarik atau merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan dana yang saya pakai bukan berasal dari biaya promosi kantor demi dekat dengan nasabah, mengenal nasabah lebih jauh, akrab dengan nasabah. Terkadang semisal nasabah itu punya acara seperti acara hajatan atau nasabahnya lagi sakit, ya saya datang mbak sambil membawa buah tangan untuk nasabah saya. Efek dari kegiatan itu akan bermanfaat, bisa menjalin hubungan yang lebih lama dengan nasabah dan khususnya bagi keberhasilan perusahaan. Terkadang kalau pas saya lagi ke lokasi nasabah buat transaksi gadai emas, si nasabahnya cerita masalah hidupnya ya saya berusaha untuk menjadi pendengar yang baik buat nasabah, pokoknya kita harus memfasilitasi nasabah secara elok agar mereka nyaman dari layanan kami.”¹⁰⁷

Pemasaran secara langsung yang bersifat pribadi atau personal bermaksud untuk memberikan kenyamanan dan keluasan nasabah dalam mengenal maupun mengetahui produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang mana pemasaran *direct selling* yang bersifat personal bisa menciptakan kepercayaan nasabah itu sendiri, sebagaimana yang dikatakan oleh Ismawati selaku nasabah bahwa :

¹⁰⁷ Maulana, *wawancara*, Jember, 15 April 2022.

Saya ngerasa nyaman sekali mbak menjadi nasabah gadai emas BSI KCP Balung yang selalu memudahkan saya dalam melakukan gadai emas. Pak Maulana juga sering banget kesini mbak buat ngelayani gadai emas dan mulai dulu sampai sekarang gak pernah ada masalah sama sekali, jadi hal itu menciptakan rasa saling percaya ke nasabah gak khawatir untuk dipermainkan oleh bank. Terkadang kalau memang pak Maulana sibuk banget di kantor buat datang kesini, saya tinggal telpon mbk buat perpanjangan gadai emas saya transfer uangnya, nanti suratnya tinggal menyusul.”¹⁰⁸

Kedekatan dan mengenal nasabah secara akrab juga dapat memberikan efek yang baik, selain bagi perusahaan yang dapat mempertahankan tingkat jumlah nasabah, namun juga memberikan manfaat bagi nasabah yakni sebagaimana dikatakan oleh Imah selaku nasabah bahwa “Karna sudah dekat dan akrab dengan pak Maulana, saya merasa mudah gitu mbak, kebetulan kan disini saya ada usaha ikan tinggal menghubungi pak Maulana kalau saya pas mau gadai emas buat modal.”¹⁰⁹

Pernyataan di atas juga sesuai seperti yang telah disampaikan oleh Kholif selaku nasabah gadai emas pada hasil interviu yakni “Sangking seringnya pak Maulana kesini buat ngelayani gadai emas, sampai akrab gitu mbak jadi saya kayak lebih enak gitu tidak ada rasa sungkan. Jadi kan lebih enak mbak, semisal ada masalah atau hal yang saya kurang mengerti.”¹¹⁰

¹⁰⁸ Ismawati, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

¹⁰⁹ Imah, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

¹¹⁰ Kholif, *wawancara*, Jember, 22 April 2022.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa dalam pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bisa berkomunikasi secara pribadi yang dapat menciptakan rasa kepercayaan nasabah tumbuh tanpa ada rasa khawatir dari nasabah itu sendiri. Pemasaran secara personal yang dilakukan bukan hanya pada saat keperluan perusahaan saja, namun Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung berusaha untuk menciptakan emosional individu terjalin dengan baik dengan memahami keadaan nasabah, masalah nasabah dan kebutuhan nasabah.

4) Datang Langsung Kepada Konsumen

Mendatangi konsumen atau nasabah secara langsung adalah bentuk komunikasi dengan *audiens*, sehingga dapat berinteraksi kepada konsumen melalui tatap muka secara langsung dan pribadi. Pemasaran secara langsung adalah pemasaran interaktif dengan berbagai media untuk mendapatkan respon serta transaksi bisa dinilai pada suatu lokasi. Sebagaimana dikatakan oleh bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bahwa :

Meningkatnya jumlah nasabah gadai emas BSI KCP Balung itu tahun 2019. Saya dan tim menyebarkan brosur dan memperkenalkan produk gadai emas BSI Balung ke masyarakat Puger mbak, karena saya mendapat informasi dari *area manager* bahwa perkembangan gadai tinggi itu di wilayah Jember Selatan yaitu Puger. Namun awalnya respon mereka kurang baik, saya telisik ternyata mereka punya

pengalaman buruk dengan suatu bank yang pernah menipu mereka dengan menutup bank mereka tanpa adanya konfirmasi kepada masyarakat Puger. Kami berusaha menjelaskan bahwa kami bukan dari bank yang dimaksud, dan kami menjelaskan secara detail perusahaan sampai produk gadai emas yang kami tawarkan dan akhirnya mereka percaya. Produk gadai emas kita sedikit demi sedikit mulai berkembang hingga sekarang dan sampai saat ini kami tetap mendatangi lokasi atau rumah nasabah untuk melayani transaksi gadai emas yaitu dengan menggunakan layanan *back up service* (menjemput bola langsung) dan memang lokasi potensial gadai emas BSI KCP Balung adalah di Puger mbak.¹¹¹

Mendatangi dan mengunjungi lokasi atau tempat nasabah menjadi strategi kunci dalam pemasaran gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, seperti yang dikatakan oleh bapak Arifin selaku *back office* bahwa :

Kalau pemasaran gadai emas sendiri kita *outside* sih mbak seperti kunjungan-kunjungan ke TPI, sekolah, instansi dan juga ke pasar-pasar. Untuk gadai emas sendiri kan sudah ada layanan melalui *mobile banking* mbak jadi nasabah sendiri sudah bisa melakukan transaksi secara *online* melalui HP, nanti nasabah tinggal pesan gadai emas dan semisal nasabah ada kesibukan atau tidak ada waktu untuk datang ke kantor, nanti pihak kami mengunjungi lokasi nasabah untuk menaksir emasnya sekaligus menyerahkan uangnya jika memungkinkan.”¹¹²

Kemudahan dalam bertransaksi produk maupun jasa, sangat digemari oleh sebagian besar nasabah khususnya bagi nasabah gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Seperti

¹¹¹ Maulana, wawancara, Jember, 15 April 2022.

¹¹² Arifin, wawancara, Jember, 07 Juni 2022.

hasil interviu peneliti bersama Kholif nasabah gadai emas yang mengatakan bahwa :

Sebelum jadi nasabah BSI KCP Balung saya pernah mbak jadi nasabah lembaga lain di Puger, dan waktu itu saya di ajak temen saya buat gadai emas di BSI Balung ya saya coba mbak kok enak ternyata transaksinya mudah terus kalau pak Maulana gak sibuk di kantor sering banget kesini mbak buat melayani transaksi gadai atau perpanjangan gadai emas.”¹¹³

Dari pernyataan beberapa informan di atas yakni bapak Maulana, bapak Arifin serta Kholif terbukti bahwa memang datang langsung kepada nasabah telah dilaksanakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung serta lebih dipilih dan disukai oleh nasabah. Sebagaimana juga yang dikatakan oleh Imah nasabah gadai emas bahwa “Pak Maulana sering banget mbak kesini kayak keluar masuk, kadang buat nganterin surat gadai saya. Kalau disuruh pilih datang ke kantor atau didatangi langsung ya saya lebih suka didatangi langsung mbak, memudahkan saya gak harus datang ke kantor.”¹¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara ternyata Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mengejar target dan tujuan tepat dalam memasarkan produk gadai emas. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung berhasil memperkenalkan gadai emas serta memperluas jaringan-jaringan yang ada dengan nasabah dan

¹¹³ Kholif, *wawancara*, Jember, 22 April 2022.

¹¹⁴ Imah, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

membuktikan yakni peningkatan nasabah bisa terwujud. Selain itu, Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung juga terus berusaha memberikan kemudahan juga kenyamanan bagi nasabah dengan pelayanan yang baik kepada nasabah dengan mendatangi langsung lokasi atau rumah nasabah yang dapat memudahkan nasabah dalam mengetahui secara lebih jelas mengenai gadai emas dan juga nasabah lebih terbantuan dan meminimalisir resiko yang akan dirasakan oleh nasabah seperti barang jaminan (emas) ataupun uang yang nasabah bawa.

3. Manfaat Strategi Pemasaran *Direct Selling* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

Dalam setiap usaha dalam melakukan strategi pemasaran tentunya berharap akan memberikan hasil atau efek dari usaha yang telah dilakukan yaitu manfaat yang dapat diberikan dari strategi pemasaran tersebut, seperti strategi pemasaran *direct selling* yang dapat dirasakan manfaatnya oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

a. Rasa Senang, Nyaman, dan Bebas dari Pertengkaran

Strategi pemasaran *direct selling* yang dikenal dengan kemudahan dan kenyamanannya menjadikan kemanfaatan terhadap sesuatu yang diharapkan bisa memberikan timbal balik pada kegiatan dan usaha yang dilakukan. Sebagaimana usaha yang dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung untuk *direct selling* produk gadai emas

yang dikatakan oleh bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas bahwa :

Keunikan dan ide-ide dalam pemasaran itu memang sangat penting mbak, dan kita harus memahami posisi kita dalam memasarkan produk, cocok apa tidak, nyaman apa tidak dilingkungan calon nasabah tersebut. Jadi strategi pemasaran yang kita lakukan itu disesuaikan dengan sosial masyarakat atau sosial budaya yang ada untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada nasabah. Kalau nasabah puas pada fasilitas dan produk kita, hal itu juga akan bermanfaat buat kita untuk mengetahui calon nasabah secara mendalam dari segi hal karakteristik mereka.”¹¹⁵

Rasa senang, nyaman serta keakraban menjadi hal yang dipilih dan menjadi alasan bagi para konsumen atau nasabah dalam memilih kualitas suatu produk dan jasa maupun perihal pelayanan. Seperti yang dikatakan oleh bapak Rudi sebagai *staff officer* gadai emas bahwa :

Selama saya menjadi *staff* gadai emas BSI KCP Balung ini, nasabah lebih suka dikunjungi dari pada datang ke kantor mbak. Untuk itu kami harus terus berusaha memberikan pelayanan baik pada nasabah. Pemasaran-pemasaran yang kami lakukan sekiranya dapat membuat nasabah-nasabah gadai emas puas.¹¹⁶

Berdasarkan hasil interviu bapak Rudi bahwa nasabah-nasabah gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung merasa adanya kelebihan dari pelayanan yang diberikan sebagaimana wawancara peneliti bersama beberapa nasabah yakni Imah yang mengatakan “Pak Maulana kan sering ya mbak buat ngelayani gadai emas saya, terus pelayanan yang diberikan sangat baik, itu menciptakan rasa saling percaya karena saya

¹¹⁵ Maulana, *wawancara*, Jember, 15 April 2022.

¹¹⁶ Rudi, *wawancara*, Jember, 08 Juni 2022.

sama pak Maulana sudah cukup kenal dan akrab.”¹¹⁷ Selain itu juga didukung oleh pernyataan dari Ismawati yang mengatakan “Saya dengan pak Maulana ini sampai kayak saudara mbak, saya gak pernah ada masalah transaksi di BSI KCP Balung ini. Jadi saya tetap percayakan gadai emas disana.”¹¹⁸ Pernyataan tersebut memberikan penafsiran bahwa memang benar-benar Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memiliki kualitas baik pada produknya serta pelayanan yang diberikan. Selain pemaparan dari interviu nasabah Ismawati, pernyataan nasabah Kholif mendukung pernyataan sebelumnya yakni “Saya senang sekali mbak kalau pak Maulana datang kesini, jadi saya gak perlu ke kantor.”¹¹⁹

b. Interaktif (saling berhubungan) dan segera

Saling berhubungan dalam strategi *direct selling* bermaksud untuk menjaga tali hubungan agar tetap baik dengan para konsumen. Sebagaimana hasil interviu bersama bapak Maulana selaku *pawning officer* gadai emas bahwa :

Untuk pemasaran yang kami lakukan itu kan secara langsung mbak, seperti mendatangi rumah-rumah nasabah atau lokasi nasabahnya. Hal tersebut membuat kami mengetahui kesulitan nasabah dalam bertransaksi gadai emas dan juga kita memberikan kemudahan kepada nasabah tanpa perlu datang ke kantor. Terkadang dalam hal komunikasi nasabah kita menggunakan media telepon untuk menghubungi nasabah jika adanya kunjungan ke rumah nasabah yang mana dengan menghubungi nasabah

¹¹⁷ Imah, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

¹¹⁸ Ismawati, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

¹¹⁹ Kholif, *wawancara*, Jember, 22 April 2022.

melalui telepon ataupun *whatsapp* dapat menjangkau nasabah yang akan dituju.¹²⁰

Pernyataan oleh bapak Maulana bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam menjalankan strateginya secara *direct selling* memang sangat memberikan kemudahan pada nasabah seperti yang dikatakan oleh Imah selaku nasabah gadai emas yang mengatakan “Kalau saya sedang sibuk tidak bisa datang ke kantor dan pak Maulana juga sedang sibuk untuk ke sini, saya tinggal telpon mbak kalau misal lagi mau perpanjang gadai. Suratnya nanti nyusul pak Maulana nganterin kalau pas ada waktu luang. Pokok enak mbak d BSI KCP Balung.”¹²¹ Selain itu, pernyataan Imah juga didukung oleh Ismawati yang mengatakan “Gak ribet sama sekali menurut saya mbak gadai di BSI KCP Balung itu, selain *ujroh* ringan, pelayanan yang baik terus pak Maulana juga enakan orangnya jadi saya merasa mudah gitu mbak.”¹²²

c. Fleksibel

Beradaptasi pada lingkungan baru atau lingkungan yang berbeda memang sangat sulit, namun beradaptasi menjadi hal yang sangat penting demi kelangsungan kehidupan. Seperti halnya menjalankan pemasaran tidak serta merta dapat diterima oleh kalangan masyarakat yang mana

¹²⁰ Maulana, *wawancara*, Jember, 15 April 2022.

¹²¹ Imah, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

¹²² Ismawati, *wawancara*, Jember, 22 April 2022.

harus terdapat usaha dan taktik tertentu untuk mencapainya. Sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Maulana selaku *pawning officer* bahwa :

Dalam dunia kerja perlu adanya penyesuaian diri, sama halnya didalam pemasaran mbak, jadi kita berusaha memahami jenis dari sifat-sifat nasabah yang kita temui. Apalagi jika berhubungan dengan nasabah yang memiliki karakteristik fanatik dan keras, dalam memasarkan produk gadai emas harus bisa menyesuaikan diri mbak. Dengan pemasaran secara langsung yang kita lakukan seperti bertemu secara *face to face* dengan nasabah, hal tersebut dapat memudahkan dalam beradaptasi dengan mereka khususnya bagi calon nasabah yang membuat kemudahan bagi mereka untuk mengetahui informasi mengenai produk gadai emas.¹²³

Ketika penyesuaian diri dalam beradaptasi dapat dikontrol, maka hal tersebut akan memberikan dukungan baik manfaat atau timbal balik yang akan dirasakan. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung terus mencapai tingkat pelayanan yang baik supaya nasabah terus menyerahkan kepercayaannya yang dapat memberikan efek baik pada perusahaan. Sebagaimana hasil interviu bersama Imah nasabah gadai emas yang mengatakan “Saya gak khawatir mbak kalau gadai emas di BSI KCP Balung karena saya sudah kenal dan akrab sekali dengan pak Maulana, persyaratannya juga gak rumit. Mudah banget mbak gadai di BSI KCP Balung saya selalu dimudahkan transaksi gadai emasnya.”¹²⁴ Hal tersebut didukung oleh Kholif yang mengatakan “Selama saya menjadi nasabah

¹²³ Maulana, wawancara, Jember, 15 April 2022.

¹²⁴ Imah, wawancara, Jember, 20 April 2022.

gadai emas BSI Balung saya merasa dimudahkan mbak transaksi gadainya. Sebelumnya saya kan gadai di lembaga lain.”¹²⁵

d. Dapat Terjalannya Hubungan yang Berkesinambungan dengan Pelanggan.

Hubungan yang baik menjadi efek yang sangat berpotensi pada kemajuan dan kualitas pelayanan perusahaan. Sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Maulana *pawning officer* gadai emas bahwa :

Komunitas dan jaringan itu sangat penting mbak apalagi mengenai hubungan yang baik dengan nasabah. Kalau kita melayani nasabah dengan baik, ramah, sampai bisa akrab dengan nasabah itu manfaatnya akan kembali ke kita mbak sendiri. Jadi hubungan yang baik dengan nasabah akan menumbuhkan hubungan baik yang berkelanjutan dengan nasabah, misalkan nasabah yang memiliki karakteristik buruk, namun saya ataupun tim lain gadai emas BSI Balung telah terjalin hubungan yang cukup dekat mereka akan merasa tidak enak untuk melakukan tunggakan atau hal-hal lain yang dapat merugikan perusahaan karena mereka sudah cukup dekat dan itu menciptakan terjalannya hubungan yang berkelanjutan untuk kedepan.¹²⁶

Pernyataan oleh bapak Maulana membuktikan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung benar-benar menjalankan pelayanan dalam pemasarannya sangat baik sebagaimana yang dikatakan oleh Ismawati “Saya sudah sekitar 2 tahunan mbak jadi gadai emas BSI KCP Jember Balung, dan sampai sekarang tetap sama, pelayanan yang diberikan tetap baik.”¹²⁷ Dan juga didukung oleh Imah yang mengatakan “Pak Maulana ini telaten gitu mbak melayani nasabah, sabar gitu jadi

¹²⁵ Ismawati, *wawancara*, Jember, 22 April 2022.

¹²⁶ Maulana, *wawancara*, Jember, 15 April 2022.

¹²⁷ Ismawati, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

nasabah merasa nyaman dan puas. Kalau emang ada kesalahan atau pas jatuh tempo gitu beliau telpon kasih tau kalau pas mau jatuh tempo, jadi nasabah bisa mempersiapkan uang.”¹²⁸

Berdasarkan hasil wawancara ternyata strategi pemasaran *direct selling* dapat memberikan manfaat yang cukup baik dalam meningkatkan kemajuan perusahaan dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan terhadap nasabah gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, serta memberikan hal positif terhadap perusahaan maupun nasabah yang mana perusahaan sendiri memiliki jaringan yang luas dengan para nasabah dan nasabah sendiri dapat menjangkau produk gadai emas dengan mudah.

C. Pembahasan Temuan

Bahasan ini peneliti memaparkan temuan penelitian pada pokok bahasan pada bab 1 yang peneliti temukan tentang Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, diantaranya yaitu:

1. Pelaksanaan Akad Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

a. Akad *Rahn*

Rahn adalah menahan harta yang dimiliki oleh pihak yang berhutang sebagai jaminan atas hutang yang diterima.¹²⁹ Dalam Islam

¹²⁸ Imah, *wawancara*, Jember, 20 April 2022.

pelaksanaan gadai dilakukan dengan dua akad yang dianggap sah yaitu dengan menggunakan akad *rahn* dan *qardh*. Akad *rahn* yakni digunakan pada transaksi gadai, sedangkan akad *qardh* adalah akad penyaluran dana yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah kepada suatu nasabah sebagai utang piutang dengan ketentuan bahwa dana tersebut wajib dikembalikan kepada lembaga keuangan syariah pada waktu yang telah ditetapkan.¹³⁰

Dari teori akad *rahn* yang telah disebutkan oleh Syafii Antonio dan Safarida, teori tersebut didukung dengan hasil wawancara antara peneliti dengan pihak *pawning* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang menunjukkan bahwa dalam transaksi gadai emas dilakukan dengan menerapkan akad-akad gadai yaitu menggunakan akad *rahn* dan akad *qardh* melalui proses yang sesuai dengan peraturan Bank Syariah Indonesia.¹³¹ Teori serta wawancara didukung dengan lembar observasi peneliti pada saat proses penelitian berlangsung, yang mana proses akad gadai emas dilakukan dengan beberapa tahapan hingga proses transaksi gadai emas selesai dan pencairan dana diterima oleh nasabah.

Berdasarkan teori, hasil wawancara dan observasi bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung penerapan akad dalam gadai

¹²⁹ Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta Depok: Gema Insani, 2001), 128.

¹³⁰ Nanda Safarida, "Gadai dan Investasi Emas: antara Konsep dan Implementasi", *Jurnal Investasi Islam*, Vol. 6 No. 1 (2021), 94.

¹³¹ Rudi, *wawancara*, Jember, 08 Juni 2020.

telah sesuai dengan aturan dalam syariah Islam dan peraturan Bank Syariah Indonesia dengan menerapkan akad *rahn* dan akad *qardh*.

b. Terdapat Jaminan (*Marhun*) Berupa Emas

Marhun adalah suatu barang yang digunakan untuk jaminan atas hutang yang dilakukan. *Marhun* harus terpenuhi sesuai dengan syarat-syarat dalam transaksi sesuai syariah bahwa *marhun* memiliki nilai jual yang seimbang dengan besaran hutang, *marhun* memiliki bentuk yang jelas dan spesifik, serta *marhun* harus milik *rahin* secara sah yang tidak berkaitan dengan orang lain.¹³² Sebagaimana teori tersebut didukung dengan hasil wawancara antara peneliti dengan pihak *pawning* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bahwa barang jaminan yaitu emas sesuai dengan peraturan Bank Syariah Indonesia yang menyatakan emas dapat diterima sebagai agunan dalam transaksi gadai yaitu emas yang memiliki karatase 16 sampai 24 karat yaitu logam mulia, emas perhiasan, dan koin dinar.¹³³ Barang gadai atau *marhun* yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sebagai jaminan hutang yakni emas sesuai syarat yang telah ditentukan yang mana emas sendiri digunakan sebagai *marhun*, hal ini didukung dari teori yang

¹³² Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 134.

¹³³ Arifin, *wawancara*, Jember, 07 Juni 2022.

dikemukakan oleh Hasan bahwa emas dapat digunakan sebagai barang jaminan gadai.¹³⁴

Berdasarkan teori dan hasil wawancara bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam menetapkan *marhun* atau barang jaminan gadai berupa emas telah sesuai dengan aturan yang ditetapkan syariah Islam yang mana emas sendiri adalah benda atau aset yang memiliki nilai dengan karatase sesuai dengan peraturan yang berlaku.

c. *Rahin* (pihak penggadai) dan *Murtahin* (pihak penerima gadai)

Rahin dan *murtahin* di dalam aturan syariah Islam haruslah seseorang yang memenuhi syarat atau kualifikasi untuk melakukan suatu perjanjian. *Rahin* dan *murtahin* harus memiliki kecakapan dalam bertindak hukum yaitu orang yang berakal, *baligh* dan *rusyid* (kematangan berfikir).¹³⁵ Dari teori yang dikemukakan oleh Harun tentang *rahin* dan *murtahin* didukung dengan hasil wawancara bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menetapkan persyaratan tertentu bagi calon nasabah yaitu calon nasabah haruslah sudah memiliki kartu tanda pengenal/KTP yang mana secara tidak langsung calon nasabah berkedudukan sebagai *rahin* yang telah mencapai umur dan memiliki barang gadai berupa emas sebagai agunan atau jaminan dalam transaksi gadai. Selain itu, tanggung jawab yang harus dipegang Bank

¹³⁴ Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)* (Malang: Maliki Malang Press, 2018), 124.

¹³⁵ Harun, *Fiqh Muamalah*, 134.

Syariah Indonesia KCP Jember Balung sebagai syarat seorang *murtahin*, yaitu pihak *pawning* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bertanggung jawab untuk memfasilitasi nasabah, menjaga dengan sangat hati-hati terhadap barang jaminan nasabah, dan pihak *pawning* yang telah menjalankan pelatihan sebagai *murtahin* yang bertugas untuk menerima gadai emas nasabah serta mengecek dan menaksir emas nasabah dengan teliti.¹³⁶

Temuan peneliti berdasarkan teori, hasil wawancara dan observasi bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam menetapkan *rahin* serta *murtahin* memiliki tujuan menjaga tanggung jawab yang harus dijalankan, karena Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung adalah lembaga keuangan berprinsip sesuai syariah Islam dalam segala peraturan dan kegiatan transaksi.

d. Biaya Penitipan (*Ujrah*)

Ujrah adalah bentuk dari *ijarah* yang mana *ijarah* yakni perjanjian kemanfaatan yang nampak serta sengaja demi meneruskan dan mengizinkan imbalan yang diserahkan. *Ujrah* harus diberikan dalam bentuk harta yang bernilai dan dibuktikan secara jelas dari segi jenis atau besaran *ujrah* dan didapati oleh keduanya.¹³⁷ Teori ini didukung dengan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa biaya sewa atau

¹³⁶ Arifin, *wawancara*, Jember, 07 Juni 2022.

¹³⁷ Darwis Harahap, *Fiqih Muamalah* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), 134.

ujrah yang ditetapkan cukup ringan dan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menginformasikan terlebih dahulu mengenai biaya *ujrah* yang dapat dibayarkan oleh nasabah atau calon nasabah hingga pada proses kesepakatan. Karena Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung tidak mempergunakan sistem bunga dan *margin* (laba) yang didapat hanya berasal dari biaya *ujrah* dari nasabah.¹³⁸ Hal ini didukung dengan penelitian pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa dalam Lembaga Keuangan Syariah tidak menetapkan atau menekan pemberian bunga pada transaksi gadai karena transaksi gadai yang sesuai dengan aturan syariah *margin* (laba) yang diperoleh didapat dari biaya penitipan jasa atau *ujrah* dari barang yang digadaikan.¹³⁹

Temuan peneliti berdasarkan teori, hasil wawancara dan observasi bahwa biaya *ujrah* yang dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung pada peraturan Bank Syariah Indonesia yakni *margin* (laba) yang diperoleh berasal dari biaya *ujrah* bukan diperoleh dari sistem bunga.

Berdasarkan hasil temuan peneliti bahwa pelaksanaan akad gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yakni melalui prosedur-prosedur yang harus dijalankan oleh nasabah dan bank. Akad

¹³⁸ Maulanan, *wawancara*, Jember, 16 April 2022.

¹³⁹ Fachrudin Fiqri Affandi dan Siti Jum Iyyah, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1 No. 1 (2020), 99.

yang digunakan pada transaksi gadai emas menggunakan dua akad yaitu akad *rahn* dan akad *qardh*. Jaminan atau *marhun* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yakni emas sesuai karatase 16 sampai 24 karat diantaranya emas logam mulia, emas perhiasan, dan koin dinar. Kemudian, *rahin* dan *murtahin* yaitu nasabah dan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung haruslah memiliki kecakapan, yakni nasabah dalam bertransaksi gadai emas adalah seseorang yang telah cukup umur dan memiliki kartu tanda pengenal/KTP serta barang gadai (emas). Sedangkan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sendiri dalam melayani dan menerima gadai nasabah adalah pihak yang telah menjalankan pelatihan khusus dan memahami betul tentang transaksi gadai syariah. Dan untuk biaya *ujrah* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menetapkan *ujrah* ringan sesuai peraturan Bank Syariah Indonesia dan kesepakatan antara bank dan nasabah, karena *margin* (laba) yang didapat berasal dari biaya *ujrah*.

2. Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

a. Periklanan

Periklanan yakni bentuk komunikasi pemasaran seraya mempresentasikan atau mempromosikan barang dan jasa yang dilakukan mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang dirancang secara menyeluruh yang menggambarkan seluruh aktivitas

periklanan untuk mencapai tujuan atau sasaran periklanan. Pemasaran *direct selling* dengan menggunakan periklanan untuk merangsang perubahan perilaku konsumen sehingga perilaku tersebut dapat ditelusuri, direkam, dianalisis untuk memperoleh tanggapan sehingga menumbuhkan respon keputusan pembelian.¹⁴⁰

Teori periklanan dalam konsep pemasaran *direct selling* oleh Ragina dan Aziz didukung dengan hasil wawancara peneliti dengan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, menunjukkan bahwa pada tahun 2018 mereka telah mampu memperkenalkan produk gadai emas dengan melakukan periklanan melalui gerakan sebar brosur dan promosi penjualan yang disebut dengan *member get member* yaitu melakukan kerjasama dengan nasabah untuk mengajak anggota keluarga atau orang terdekat untuk bertransaksi gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, serta pendekatan terhadap nasabah bisa menciptakan jaringan lebih luas.¹⁴¹ Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 yang menyatakan promosi dengan melakukan periklanan melalui metode sebar brosur atau spanduk berhasil dan mampu meningkatkan jumlah jumlah nasabah.¹⁴²

¹⁴⁰ Ragina Warindrasti dan Abdul Aziz Nugraha Pratama, “Mampukah Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh *Personal Selling*, *Direct Selling* dan Nilai-Nilai Islam terhadap Loyalitas Nasabah”, *Journal of Management and Digital Business* Vol. 1 No. 1 (2021), 25-36.

¹⁴¹ Maulana, wawancara, Jember, 15 April 2022.

¹⁴² Masrom, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), 71.

Temuan peneliti berdasarkan teori, hasil wawancara dan observasi bahwa periklanan yang dijalankan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung melalui gerakan sebar brosur, *member get member*, dan hubungan dekat dengan nasabah dapat menciptakan respon atau tanggapan secara cepat oleh nasabah dan dibuktikan mampu meningkatkan jumlah nasabah.

b. Menyenangkan

Direct selling adalah penjualan langsung di rumah-rumah maupun tempat kerja melalui transaksi oleh penjual yang mana *direct selling* bersifat menyenangkan, mudah dan pribadi yang akan memberikan kepuasan terhadap konsumen melalui fasilitas dan bisa menumbuhkan kesetiaan.¹⁴³ Dari teori yang disebutkan oleh Raginan dan Aziz mengenai *direct selling* yang bersifat menyenangkan, mudah dan pribadi, namun segala strategi pemasaran yang dilakukan oleh berbagai perusahaan pasti tidak secara langsung akan menumbuhkan hasil yang maksimal yang dapat dikatakan menyenangkan, melainkan ada tahapan dan proses untuk mencapai keberhasilan.

Temuan peneliti berdasarkan dengan hasil wawancara antara peneliti dengan pihak *pawning* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bahwa strategi pemasaran gadai emas yang dilakukan dapat

¹⁴³ Ragina Warindrasti dan Abdul Aziz Nugraha Pratama, “Mampukah Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh *Personal Selling*, *Direct Selling* dan Nilai-Nilai Islam terhadap Loyalitas Nasabah”, *Journal of Management and Digital Business* Vol. 1 No. 1 (2021), 25-36.

dikatakan memberikan rasa senang dan menyenangkan apabila ketika pemasar dan juga pembeli yaitu nasabah telah terjalinnya relasi yang kuat dan hubungan yang berkelanjutan serta memberikan efek yang baik bagi perusahaan yang mana relasi tersebut dilalui dengan berbagai rintangan dan usaha.¹⁴⁴ Sebagaimana dalam teori pemasaran bahwa *public relation* yaitu hubungan atau relasi adalah manajemen suatu perusahaan yang berperan menentukan keberhasilan citra perusahaan atau produk.¹⁴⁵

Berdasarkan teori *direct selling* yang dinyatakan oleh Ragina dan Aziz bersifat menyenangkan. Pada hasil wawancara bahwa pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memberikan penafsiran tersendiri dalam pemasaran gadai syariah, yang mana semua usaha yang dilakukan dalam pemasaran tidak serta merta secara langsung memberikan keberhasilan, namun terdapat tantangan tersendiri, dimana ketika suatu pemasaran yang dilakukan dengan berbagai metode dan usaha, hal tersebut dapat menumbuhkan hasil yang maksimal yaitu terjalinnya relasi yang kuat.

c. Bersifat Personal

Penjualan personal adalah strategi dalam pemasaran yang didasarkan pada komunikasi antara penjual dan pembeli. Penjualan

¹⁴⁴ Maulana, *wawancara*, Jember, 15 April 2022.

¹⁴⁵ Astri Rumondang Banjarnahor, *Manajemen Komunikasi Pemasaran* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 102.

personal merupakan bentuk kegiatan presentasi secara lisan untuk melakukan penjualan, yang mana akan menciptakan adanya interaksi secara pribadi yang berpengaruh kepada konsumen untuk keputusan pembelian yang dapat membangun preferensi, keyakinan dan tindakan calon pembeli dan pemasar.¹⁴⁶

Dari teori *direct selling* yang bersifat personal oleh Sri Widyastuti didukung dengan hasil wawancara peneliti dengan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yaitu pihak *pawning* bahwa pemasaran dengan berkomunikasi secara personal sangat penting dan bermanfaat, baik bagi perusahaan atau bagi nasabah itu sendiri. Pemasaran secara personal oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember mampu dilakukan yang dapat menciptakan kepercayaan nasabah tumbuh dan emosional individu terjalin dengan baik dengan memahami keadaan nasabah dan kebutuhan nasabah.¹⁴⁷ Hasil wawancara tersebut juga didukung dengan penelitian pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa strategi *direct selling* dilakukan melalui komunikasi yang baik dengan calon peserta atau pelanggan dan melibatkan interaksi personal

¹⁴⁶ Sri Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: FEB-UP Press, 2017), 272.

¹⁴⁷ Maulana, wawancara, Jember, 15 April 2022.

secara langsung sehingga dapat mengadaptasi terhadap keadaan yang ada.¹⁴⁸

Temuan peneliti berdasarkan teori, hasil wawancara dan observasi bahwa strategi *direct selling* yang bersifat personal dapat membentuk emosional nasabah yang mana, Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung telah berhasil menciptakan kepercayaan nasabah yang dapat memudahkan dalam berkomunikasi serta memberikan peluang untuk memahami keadaan dan kebutuhan nasabah.

d. Datang Langsung Kepada Konsumen

Datang langsung kepada konsumen merupakan strategi pemasaran dalam *direct selling* yang menjadi bentuk dari komunikasi dengan *audiens*. Komunikasi langsung kepada konsumen dapat dilakukan melalui pesanan langsung, permintaan informasi secara lebih lanjut dan kunjungan ke toko atau lokasi tertentu.¹⁴⁹ Teori *direct selling* melalui datang langsung kepada konsumen didukung dengan hasil wawancara antara peneliti dengan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran *direct selling* dengan mengunjungi rumah atau lokasi nasabah melalui proses

¹⁴⁸ Aulia Bakhtiar Sasaah, “Analisis Penerapan Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Asuransi Syariah pada Agensi (Studi Kasus PT. Takaful Keluarga Kantor Kota Serang, Banten)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2021), 89.

¹⁴⁹ Sri Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: FEB-UP Press, 2017), 272.

face to face yang sangat membantu nasabah dalam menjangkau produk gadai emas yang ditawarkan.¹⁵⁰

Strategi *direct selling* melalui proses *face to face* bertujuan untuk membangun hubungan dengan pelanggan atau calon pelanggan.¹⁵¹ Selain itu, layanan yang diberikan dapat membantu nasabah untuk mengetahui secara lebih jelas mengenai produk gadai emas serta dapat meminimalisir resiko yang akan terjadi pada barang jaminan (emas) nasabah ataupun uang nasabah.¹⁵² Hal ini juga didukung dengan penelitian yang telah dilakukan pada tahun 2018 yang menyatakan strategi pemasaran *direct selling* dilakukan untuk mengetahui produk yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan menghubungi konsumen dan menjangkau langsung ke lokasi-lokasi pelanggan yang sudah ditargetkan yang mana dapat memberikan dampak yang baik terhadap volume penjualan.¹⁵³ Penelitian pada tahun 2020 juga mengatakan bahwa strategi *direct selling* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan menekan pada tanggapan yang dapat diukur khususnya pada pesanan pelanggan.¹⁵⁴ Selain itu hal tersebut juga didukung pada

¹⁵⁰ Maulana, wawancara, Jember, 15 April 2022.

¹⁵¹ Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 341.

¹⁵² Arifin, wawancara, Jember, 07 April 2022.

¹⁵³ Luh Mirayani, "Analisis Penerapan Strategi *Direct Selling* dan Dampaknya terhadap Volume Penjualan pada PT. Karya Pak Oles Stocker di Desa Bengkel Tahun 2016", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Uindiksha*, Vol. 10 No. 1 (2018), 135.

¹⁵⁴ Siti Nurul Unsa, "*Personal Selling, Direct Selling, Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2020), 80.

penelitian di tahun 2021 menunjukkan bahwa pada pandangan konsumen tentang strategi *direct selling* dapat memudahkan konsumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan, dapat mengurangi biaya transportasi konsumen, dan dapat menciptakan kepuasan konsumen.¹⁵⁵

Dari teori yang ada dan hasil wawancara serta observasi bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menerapkan *direct selling*/bertemu langsung dengan dapat menciptakan relasi yang kuat dan memudahkan nasabah dalam menjangkau produk gadai emas.

Berdasarkan temuan peneliti, strategi pemasaran *direct selling* sebagai peningkatan nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember melalui beberapa proses. *Pertama*, periklanan yaitu dengan proses gerakan sebar brosur, *member get member*, dan hubungan yang dekat dengan nasabah. *Kedua*, *direct selling* yang bersifat menyenangkan bahwa dalam proses pemasaran *direct selling* tidak secara langsung dapat dikatakan menyenangkan, namun terdapat usaha dan strategi dalam melakukan pemasaran yang akan memberikan hasil secara bertahap, dan dapat dirasakan secara maksimal ketika telah terjalinnya relasi yang kuat. *Ketiga*, *direct selling* yang bersifat personal bahwa *direct selling* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember memudahkan dalam berkomunikasi secara pribadi dengan nasabah dan

¹⁵⁵ Suci Syafitri, "Penerapan Strategi *Direct Selling* dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Bisnis Madhising Pinrang (Etika Bisnis Islam)", (Skripsi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2021), 62.

dapat memahami keadaan atau kebutuhan nasabah yang akan membentuk emosional seseorang dan menciptakan kepercayaan. *Keempat*, mengunjungi nasabah atau calon nasabah dengan mendatangi langsung ke tempat konsumen melalui proses *face to face* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember bertujuan untuk membangun hubungan yang dekat dengan nasabah yang mana hal tersebut berhasil dilakukan yang dapat membantu nasabah dalam menjangkau produk gadai emas. Dari keempat proses *direct selling* yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Jember terbukti bahwa strategi pemasaran *direct selling* dapat meningkatkan jumlah nasabah pada produk gadai emas.

3. Manfaat Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

a. Rasa Senang, Nyaman, dan Bebas dari Pertenggaran.

Strategi pemasaran *direct selling* dapat membantu Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung untuk menjangkau nasabah atau calon nasabah. Strategi pemasaran *direct selling* dilakukan melalui proses bertemu langsung yaitu secara tatap muka dengan nasabah yang memberikan manfaat dalam mengetahui karakteristik calon nasabah secara lebih mendalam, serta memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara lebih aman dan nyaman.

b. Interaktif (saling berhubungan) dan Segera

Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam memasarkan gadai emas, lalu memberikan pelayanan terhadap nasabah berusaha untuk memahami kesulitan nasabah dalam bertransaksi, yang dibuktikan dengan memberikan kemudahan kepada nasabah melalui strategi pemasaran *direct selling* yang dapat dilakukan dengan menghubungi secara langsung melalui jaringan telepon atau media lain yang mana dapat memudahkan proses interaksi dan komunikasi antara nasabah dengan pihak gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sehingga nasabah secara cepat dapat menjangkau produk gadai emas.

c. Fleksibel

Penyesuaian diri terhadap lingkungan menjadi tantangan tersendiri bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam melakukan pemasaran. Strategi *direct selling* dilakukan untuk mendapatkan respon yang baik oleh calon nasabah maupun nasabah. Strategi *direct selling* dapat memberikan apresiasi tersendiri dari nasabah gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang secara pola pikir konsumen serta respon konsumen, bahwa *direct selling* sangat membantu nasabah untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan.

- d. Dapat Terjalannya Hubungan yang Berkesinambungan dengan Pelanggan.

Jaringan dan hubungan yang baik dapat memberikan efek positif bagi perusahaan. Strategi pemasaran *direct selling* yang dijalankan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dengan beberapa metode pemasaran melalui kunjungan langsung kepada nasabah dengan proses *face to face* dapat menciptakan relasi yang kuat dengan nasabah dan juga dapat membentuk hubungan baik dan dekat dengan nasabah secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara antara peneliti dengan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jember bahwa manfaat strategi *direct selling* dalam meningkatkan jumlah nasabah gadai emas yaitu: *Pertama*, dapat mengetahui karakteristik calon nasabah maupun nasabah secara lebih mendalam dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara lebih aman dan nyaman. *Kedua*, dapat memudahkan proses interaksi dan komunikasi sehingga nasabah secara cepat dapat menjangkau produk gadai emas. *Ketiga*, mendapatkan respon secara cepat dari nasabah atau calon nasabah untuk memperoleh informasi yang lengkap. *Keempat*, dapat menciptakan relasi yang kuat dan membentuk hubungan baik dan dekat dengan nasabah secara berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung diantaranya:

1. Pelaksanaan Akad Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, menunjukkan, pelaksanaan akad gadai emas dilaksanakan dan diterapkan dengan baik sesuai pada peraturan dan syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi sesuai syariah Islam serta peraturan Bank Syariah Indonesia yaitu dalam pelaksanaan akad gadai atau *rahn* dilaksanakan dengan prosedur dan proses gadai emas sesuai *flowchart* transaksi gadai emas dengan melaksanakan akad *rahn* dan akad *qardh* serta memberikan informasi kepada nasabah mengenai peraturan transaksi gadai emas, barang jaminan atau agunan, dan biaya *ujrah* atau sewa yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah untuk berkomunikasi dalam mengenal maupun mengetahui secara lebih tentang prosedur-prosedur dalam transaksi gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
2. Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung pada hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran *direct selling* pada

produk gadai emas telah berhasil diterapkan kepada nasabah khususnya bagi nasabah yang sangat potensial. Strategi pemasaran *direct selling* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menyimpan empat komponen pemasaran yakni periklanan, menyenangkan, bersifat personal dan datang langsung kepada konsumen. Pemasaran *direct selling* pada produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung telah mampu membuktikan keberhasilan dalam peningkatan total nasabah setiap tahunnya serta strategi pemasaran *direct selling* dapat menciptakan hubungan yang dekat dan berkelanjutan dengan nasabah dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah dalam menjangkau produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

3. Manfaat Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam hasil penelitian menunjukkan adanya manfaat strategi pemasaran *direct selling* yang diterapkan pada produk gadai emas bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yaitu bisa mengetahui karakteristik calon/nasabah secara lebih mendalam dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara lebih aman dan nyaman, dapat memudahkan proses interaksi dan komunikasi sehingga mendapatkan respon secara cepat dari nasabah atau calon nasabah serta menciptakan relasi yang kuat dan membentuk hubungan baik dan dekat dengan nasabah secara berkelanjutan.

B. Saran

Simpulan hasil penelitian diatas, peneliti memiliki sedikit saran yakni:

1. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung harus mampu mempertahankan kualitas pelayanan agar kualitas layanan dan jumlah nasabah gadai emas terus meningkat.
2. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung harus tetap melaksanakan strategi pemasaran *direct selling* dengan baik kepada nasabah yang akan mempertahankan hubungan yang telah terjalin dengan nasabah dan dapat melaksanakan pemasaran *direct selling* yang semakin luas.
3. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bisa melakukan peningkatan di semua program pemasaran *direct selling* pada periklanan yang belum terlaksana dengan maksimal oleh divisi gadai emas yaitu program pemasaran melalui presentasi, webinar, dan *dancing in the ball*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. 2020. *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV. Jejak.
- Antonio, Syafii. 2001. *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*. Jakarta Depok: Gema Insani.
- Banjarnahor, Astri Rumondang. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Creswell, John W. 2012. *Educational Research Planning, Conducting and Evaluating Qualitative and Quantitative Research Fourth Edition*. Boston: Pearson Education.
- Darwis Harahap. 2021. *Fiqih Muamalah*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Group.
- Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2007.
- Fachrudin, Fiqri Affandi dan Siti Jum Iyyah. 2020. "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura." *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1 No. 1: 87-99.
- Ghazaly, Rahman, Gufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq. 2010. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Kencana.
- Halim, Fitria. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Harahap, Nursapia. 2020. *Penelitian Kualitatif*. Medan Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing.
- Harun. 2017. *Fiqih Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasan, Farroh. 2018. *Fiqih Muamalah dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*. Malang: Maliki Malang Press.

- Hidayani, Tati Anwar dan Fathoni. 2019. *Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management ed. 15 Global Edition*. Inggris: Pearson Education.
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Manzilati, Asfi. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. 2017. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Masrom. 2019. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.
- Maulana, Fazar. 2019. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (*Ar-Rahn*) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung.” Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman and Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis Third Edition*. London: Sage Publications.
- Mirayani, Luh. 2018. “Analisis Penerapan Strategi Direct Selling dan Dampaknya terhadap Volume Penjualan pada Pt. Karya Pak Oles Stocker di Desa Bengkel Tahun 2016.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Uindiksha* Vol. 10 No. 1: 126-135.
- Moleong, Lexy. 2001. *Metodologi Penelitian Data Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulazid, Ade Sofyan. 2016. *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Poltak, Hendra. 2021. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi pada Era Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Ritonga, Husni Muharram, Miftah El Fikri, Nurafrina Siregar, Roro Rian Agustin dan Rahmat Hidayat. 2018. *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Medan: Manhaji.

- Robert A. Peterson & Thomas R. Wotruba. 2015. "What is Direct Selling?- Definition, Perspectives, and Research Agenda". *Journal of Personal Selling & Sales Management*, Vol. 16 No. 4: 1-16.
- Safarida, Nanda. 2021. "Gadai dan Investasi Emas: antara Konsep dan Implementasi." *Jurnal Investasi Islam*, Vol. 6 No. 1: 78-94.
- Saleh, Yusuf. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. SAH MEDIA.
- Salma. 2018. "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Meningkatkan Nasabah di Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kab. Pinrang". Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
- Samsu. 2017. *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. Jambi: PUSAKA.
- Sara L. Cochran, Anne T. Coughlan, Victoria L. Crittenden, William F. Crittenden, Linda K. Ferrell, O. C. Ferrell, W. Alan Luce, Robert A. Peterson. 2021. *Direct Selling Global and Social Business Model*. Business Expert Press.
- Sasaah, Aulia Bakhtiar. 2021. "Analisis Penerapan Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Asuransi Syariah pada Agensi (Studi Kasus PT. Takaful Keluarga Kantor Kota Serang, Banten)." Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Sjahdeni, Sutan Remy. 2018. *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi: Jember.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, Nunik Dwi. 2020. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Kopsyah BMT Istiqomah Tulungagung." Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press.
- Syafarida, Nanda. 2021. "Gadai dan Investasi Emas: antara Konsep dan Implementasi." *Jurnal Investasi Islam*, Vol. 6 No. 1: 78-94.

- Syafitri, Suci. 2021. "Penerapan Strategi *Direct Selling* dalam Meningkatkan Minat Konsumen pada Bisnis Madhising Pinrang (Etika Bisnis Islam)." Skripsi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
- Syarifuddin dan Moh. Helmi Hidayat. 2021. "Strategi Pemasaran Produk Jasa Gadai Syariah (Rahn) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1 No. 2: 58-64.
- Tim Penyusun. 2018. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Unsa, Siti Nurul. 2020. "*Personal Selling, Direct Selling, Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah." Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Usman, Rachmadi. 2009. *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Uzochukwu. 2021. "Direct Selling Strategies and Customers Loyalty in the Nigerian Deposit Money Banks." *Journal of Business, Economics & Management*, Vol. 4 No. 1: 116-129.
- Warnadi dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Widyastuti, Sri. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: FEB-UP Press.
- Yaqin, Ainul. 2018. *Fiqih Muamalah Kajian Komprehensif Ekonomi Islam*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Yin, Robert K. 2009. *Case Study Research Design and Methods Fourth Edition*. Sage.
- Zainurossalamia, Saidah. 2020. *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lailatul Badriyah
NIM : E20181059
Prodi/jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung**" adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 05 Agustus 2022

Saya yang menyatakan



Lailatul Badriyah
NIM. E20181059

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
<p>Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i> dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung</p>	<p>Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i></p> <p>Gadai Emas</p>	<p>Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i></p> <p>Gadai Emas</p>	<p>a. Periklanan b. Menyenangkan c. Bersifat Personal d. Datang Langsung kepada Konsumen</p> <p>a. Akad <i>Rahn</i> b. Terdapat Jaminan (<i>marhun</i>) berupa emas c. <i>Rahin</i> dan <i>Murtahin</i> d. Biaya Penitipan (<i>ujroh</i>)</p>	<p>Informan: a. <i>Pawning Officer</i> Gadai Emas b. <i>Staff Pawning</i> Gadai Emas c. <i>Back Office</i> d. Nasabah Gadai Emas</p> <p>Kepustakaan: a. Buku b. Jurnal</p>	<p>1. Pendekatan Penelitian: a. Kualitatif</p> <p>2. Jenis Penelitian: a. Studi Kasus</p> <p>3. Teknik Penentuan Subjek Penelitian: <i>Purposive</i></p> <p>4. Teknik Pengumpulan Data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi</p> <p>5. Teknik Analisis Data: a. Deskriptif • Kondensasi Data • Penyajian Data • Verifikasi Data</p> <p>6. Teknik keabsahan data: a. Triangulasi sumber</p>	<p>1. Bagaimana Pelaksanaan Akad Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?</p> <p>2. Bagaimana Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i> dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?</p> <p>3. Bagaimana Manfaat Strategi Pemasaran <i>Direct Selling</i> dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?</p>

**JURNAL PENELITIAN
DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU JEMBER BALUNG**

NO	Tanggal	Kegiatan	Informan	Paraf
1	03 Februari 2022	Pengajuan Surat Izin Penelitian	Bapak Bayu	
2	14 April 2022	Wawancara dengan <i>Pawning Officer</i> Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mengenai Pemasaran <i>Direct Selling</i>	Bapak Maulana	
3	15 April 2022	Wawancara dengan <i>Pawning Officer</i> Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mengenai Proses <i>Direct Selling</i> melalui Periklanan, secara Personal sampai proses Mendatangi Langsung kepada Konsumen	Bapak Maulana	
4	16 April 2022	Wawancara dengan <i>Pawning Officer</i> Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mengenai Akad Gadai Emas	Bapak Maulana	
5	20 April 2022	Observasi ke Lokasi Nasabah pada saat Pemasaran produk Gadai Emas dan Wawancara dengan Nasabah Gadai Emas	Ibu Imah Ibu Ismawati	
6	22 April 2022	Wawancara dengan Nasabah Gadai Emas	Ibu Kholif	
7	07 Juni 2022	Wawancara dengan <i>Back Office</i> Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	Bapak Arifin	
8	08 Juni 2022	Wawancara dengan <i>Staff Pawning</i> Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mengenai proses Akad Gadai Emas	Bapak Rudi	
9	15 Juni 2022	Mengajukan Surat Selesai Penelitian	Bapak Bayu	

Jember, 15 Juni 2022

Pimpinan BSI KCP Jember Balung


**BANK SYARIAH
INDONESIA**
 KCP Jember Balung
Bayu Krisna Wardana
 Branch Manager

PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Observasi

1. Lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung
2. Kegiatan pemasaran *direct selling* yang dilakukan

B. Pedoman Wawancara

1. Wawancara dengan *back office* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - b. Bagaimana perkembangan serta kemajuan produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - c. Bagaimana Visi Misi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - d. Bagaimana Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - e. Bagaimana penerapan konsep pemasaran produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - f. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan pada produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
2. Wawancara dengan *pawning officer* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung
 - a. Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan pada produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?

- b. Bagaimana Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dalam memperkenalkan produk gadai emas ?
 - c. Apa keunggulan produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dengan yang lain ?
 - d. Bagaimana cara Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menciptakan hubungan yang sangat dekat dengan nasabah ?
 - e. Bagaimana manfaat yang didapat dalam strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - f. Apa bentuk tanggung jawab yang harus dipegang oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
3. Wawancara dengan *officer staff* gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung
- a. Bagaimana pelaksanaan akad gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - b. Bagaimana proses transaksi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung setelah akad telah dilaksanakan dengan nasabah?
 - c. Bagaimana *marhun* (barang jaminan gadai) dan biaya *ujrah* oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - d. Apa syarat dan ketentuan bagi *rahin* (nasabah) dan *murtahin* (bank) oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?

4. Wawancara dengan nasabah gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung
- a. Sudah berapa lama menjadi nasabah gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - b. Apa alasan menjadi nasabah gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?
 - c. Bagaimana tanggapan nasabah mengenai produk gadai emas, dan pelayanan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung ?



DOKUMENTASI PEMASARAN GADAI EMAS BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBER BALUNG



Wawancara dengan *pawning officer* gadai emas



Wawancara dengan *back office*



Wawancara dengan *pawning staff* gadai emas



Mengunjungi rumah nasabah untuk melakukan transaksi gadai emas



Mengunjungi rumah nasabah untuk melakukan transaksi gadai emas dan melakukan wawancara dengan nasabah



Mengunjungi rumah nasabah untuk melakukan transaksi gadai emas baru atau gadai ulang



Mengunjungi lokasi nasabah di pasar TPI (tempat pelelangan ikan) Puger Jember



Sebar Brosur ke lokasi nasabah di pasar TPI (tempat pelelangan ikan) Puger Jember



Mengunjungi rumah nasabah untuk mengantarkan surat keterangan gadai emas dan melakukan wawancara dengan nasabah



Mengunjungi rumah nasabah untuk mengantarkan surat keterangan gadai emas dan melakukan wawancara dengan nasabah



Pemasaran melalui pemasangan *banner* di masjid



Pemasaran melalui pemasangan *banner* di masjid



Pemasaran dengan menyebarkan brosur ke pasar-pasar



Pemasaran dengan menyebarkan brosur ke pasar-pasar



Kunjungan ke rumah nasabah untuk transaksi perpanjangan gadai emas



Kunjungan ke rumah nasabah untuk transaksi perpanjangan gadai emas

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

Gadai Emas & Cicil Emas Lebih Menguntungkan
 Nilai Taksiran Tinggi, Biaya Titip Ringan

Solusi Kebutuhan Dana dengan Mudah, Cepat dan Aman

PINDAHKAN GADAI ANDA SEKARANG

MAULANA 081358575157
RUDI K 085236945299

MELAYANI BSI

1. GADAI EMAS
 (PERHIASAN/ EMAS BATANGAN)

Syarat dan Ketentuan gadai emas BSI :
 - KTP, SIM, PASPOR & Rek. Tabungan BSI
 - Jaminan Emas 16 s/d 24 karat (Perhiasan/ Batangan)
 - Biaya admin (dibayar dimuka)
 - Pembiayaan : Min Rp. 500 ribu & Max Rp. 250 Jt
 - Jangka Waktu 4 bulan & dapat digadai ulang

Pembiayaan Gadai	Biaya Titip Per 15 hari	
	Emas Batangan	Emas Perhiasan
Rp. 1.000.000	Rp. 7.500	Rp. 8.500
Rp. 5.000.000	Rp. 35.000	Rp. 38.750
Rp. 20.000.000	Rp. 135.000	Rp. 150.000
Rp. 50.000.000	Rp. 325.000	Rp. 362.500
Rp. 100.000.000	Rp. 600.000	Rp. 500.000
Rp. 250.000.000	Rp. 1.250.000	Rp. 1.250.000

*Biaya s.d 0,75% per 15 hari

2. TAKE OVER
 GADAI EMAS DARI LEMBAGA LAIN

HANYA DENGAN MEMBAWA SURAT BUKTI GADAI DARI LEMBAGA GADAI LAIN

3. CICIL EMAS
 CICIL EMAS Bank Syariah Indonesia

BIAYA ASURANSI EMAS 0,25% /TAHUN GRATIS BIAYA MATERAI Selama Masa Promo BIAYA ADMINISTRASI PENCAIRAN

Nilai Emas	Harga Emas	Jumlah Emas	Nettoman	Jangka Waktu (bulan)				
				12	24	36	48	
10	8.809.000	1.832.272	27.047.200	636.068	341.495	244.294	156.129	167.652
25	21.872.000	4.548.376	17.487.600	1.579.304	848.400	626.560	486.971	416.267
50	43.995.000	9.067.760	34.876.000	3.147.840	1.691.800	1.208.988	970.625	829.698
100	87.009.000	18.097.872	69.667.200	6.282.428	3.375.800	2.412.956	1.937.220	1.655.950
250	217.223.000	46.723.000	150.000.000	13.538.747	7.272.997	5.199.799	4.174.612	3.568.490

*Harga Beli Emas menggunakan Harga Emas Pasar pada saat akad

Brosur produk Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

Formulir Permohonan Gadai Emas

No: **FG21AO 968087**

Bismillahirrahmanirrahim

Cabang: _____ Tanggal: _____

INFORMASI UMUM
 Anda memperoleh informasi pembiayaan Gadai Emas PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk dari:
 Teman/Saudara/Kerabat Koran Seminar Media Sosial
 Spanduk Bioskop Jalan TV/Radio Lainnya, sebutkan: _____

DATA PRIBADI
 No. KTP: _____ Beraku s/d: _____
 Nama Lengkap: _____
 Alamat: _____ Kode Pos: _____
 Telepon: _____ HP: _____
 Nama Ibu Kandung: _____
 Alamat e-mail: _____

KNOW YOUR CUSTOMER PRINCIPLES (KYC) & ANTI MONEY LAUNDERING (AML)
 Bertindak secara jujur dan baik dalam hubungan dengan Bank yang kita tempuh untuk memperoleh nomor Anti Pencucian Uang (Anti Money Laundering) sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam UU No. 8 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang, UU No. 37 Tahun 2013 tentang Perubahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang, Peraturan Menteri dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 12/POJK.01/2017 tentang Pencegahan Program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pencegahan Terorisme di Sektor Jasa Keuangan, serta Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 12/SE.OJK.03/2017 tentang Penerapan Program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pencegahan Terorisme di Sektor Perbankan.

1. Apakah Bank/Usaha yang Anda peroleh dari perusahaan Bank/Usaha (termasuk grup) pernah memperoleh fasilitas pembiayaan:
 a. Dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk Ya, sebutkan _____ Tidak
 b. Dari Bank/Revisor Lain: _____ Ya, sebutkan _____ Tidak

2. Apakah Bank/Usaha:
 a. Partisipan (perbankan afdil) pada salah satu (atau lebih) kelompok Persepsi (Persepsi Finansial Persepsi)
 b. Memiliki hubungan keterkaitan/berkaitan dengan PEP/ Pihak Berisiko (Pihak Berisiko)
 c. Memiliki hubungan keterkaitan/berkaitan dengan VVIP
 3. Apakah Bank/Usaha saat ini:
 a. Sedang menghadapi permasalahan hukum Ya, sebutkan _____ Tidak
 b. Diakibatkan sebagai Tersebutnya Tersebutnya Ya, sebutkan _____ Tidak
 c. Memiliki hubungan keterkaitan/berkaitan dengan Tersebutnya Tersebutnya Ya, sebutkan _____ Tidak

PERNYATAAN NASABAH
 Dengan menandatangani dokumen ini, Saya menyatakan:
 a. Saya yang ada pada formulir ini adalah benar.
 b. Semua yang diinformasikan pada formulir ini adalah benar dan tidak ada informasi yang tidak benar.
 c. PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk berhak melakukan pemeriksaan terhadap informasi yang saya berikan.
 d. Saya setuju dan menyetujui bahwa semua informasi yang saya berikan adalah benar dan tidak ada informasi yang tidak benar.
 e. PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk akan memberikan pengingat yang sesuai mengenai kewajiban produk pembiayaan yang akan saya gunakan dan saya akan membaca, mengerti dan menyetujui segala ketentuan, persyaratan, penggunaan produk pembiayaan yang dimuat termasuk manfaat, risiko dan biaya-biaya yang terkait pada produk pembiayaan yang tersebut.
 f. Saya bersedia dan menyetujui bahwa apabila Bank atau pihak ketiga yang ditunjuk Bank untuk mengoperasikan atau itu, yang tidak dapat dihindari, terjadi kegagalan, produk pembiayaan yang saya gunakan akan mengalami kerugian yang disebabkan oleh Bank atau pihak ketiga yang ditunjuk Bank.
 g. Saya bersedia dan menyetujui bahwa apabila Bank atau pihak ketiga yang ditunjuk Bank untuk mengoperasikan atau itu, yang tidak dapat dihindari, terjadi kegagalan, produk pembiayaan yang saya gunakan akan mengalami kerugian yang disebabkan oleh Bank atau pihak ketiga yang ditunjuk Bank.
 h. Saya menyetujui dan menyetujui bahwa apabila Bank atau pihak ketiga yang ditunjuk Bank untuk mengoperasikan atau itu, yang tidak dapat dihindari, terjadi kegagalan, produk pembiayaan yang saya gunakan akan mengalami kerugian yang disebabkan oleh Bank atau pihak ketiga yang ditunjuk Bank.

KUASA DEBIT
 Dengan menandatangani formulir ini, saya memberikan kuasa debit kepada PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk untuk mendebet rekening saya ini, untuk membayar sejumlah biaya yang saya tentukan di bawah ini, UNTA, kecuali:
 Biaya Pemeliharaan di Atas Periode Biaya Administrasi Gadai
 Biaya Pemeliharaan di Atas Periode Biaya lain yang berkaitan dengan Gadai Emas (KEI) **

PER-80 1/2 Lembar Bank

DATA PEMBIAYAAN GADAI
 Jenis Pembiayaan: Baru Perpanjang Top-up Tunai/Piutang
 Asal Keyakinan Barang Agunan: Pembelian Warisan Hibah/Hutang Lainnya, sebutkan: _____
 Apakah jaminan/Agunan yang dijamin berasal dari sumber terkait tindak pidana atau kegiatan agunan:
 Ya Tidak
 Tujuan dari Jenis Penggunaan Pembiayaan (Kategori, Jangka Pendek) untuk: **KOLUKTIF**
 Pendidikan Kesehatan Pengobatan Multiguna Lainnya: _____ Modal Kerja Lainnya: _____
 Sumber Pelunasan: Gaji Usaha Rata-rata Orang Tua Suami/Istri Lainnya, sebutkan: _____
 Sumber dana untuk penjangkauan/pelunasan pembiayaan berasal dari pendapatan/Usaha yang sah? Ya Tidak
 Apakah atau tidak terkait dengan uang (money laundering) Ya Tidak

PERPAJANGAN OTOMATIS (*) Ya Tidak
 *Peraturan Menteri akan dibuatkan bila dana perampasan dan biaya-biaya tersebut di rekening nasabah.
 **KDE sebagaimana yang terdapat di PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang terdapat kepada rekening Bank Indonesia atau Otoritas Jasa Keuangan.

DEGI OLEH PETUGAS BANK:
 Riwayat Barang Agunan: _____

DEGI OLEH NASABAH:
 No. CIP: _____ Program Promosi: _____
 No. Rekening: _____
 Taksiran: Rp. _____
 Pembayaran: Rp. _____
 Biaya Sewa Penyimpanan: Rp. _____
 Biaya Administrasi: Rp. _____
 No. SBGE: _____
 Kode AD/SA/SA Code: _____

PA/PCS/ Teller PSI/ PCL/ BM/ AMM/ AM Nasabah
 CIB/SIG/PER/REG/GEN/2

FG21AO 968087

Formulir Permohonan Gadai Emas

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

Surat Bukti Gadai Emas
 Mitra Untuk Dana Cepat & Mudah

SG21 A 081385

*Hai orang-orang yang beriman, penuhilah agad-agad itu! (QS Al-Maidah 5:1)

Bismillahirrahmanirrahim

Kantor Cabang/Tip: _____

No. KTP/Passpor: _____
 Nama lengkap: _____
 Alamat (sesuai identitas): _____
 Kode Pos: _____
 Telp: _____

Rincian Agunan: _____

BANK: _____

Terbilang: _____

SURAT BUKTI GADAI EMAS
 Nomor: _____
 Tanggal: _____
 Tanggal jatuh tempo: _____
 Tanggal jual agunan: _____
 Nilai taksiran (Rp): _____
 Biaya administrasi (Rp): _____
 Biaya Sewa Penyimpanan (Rp): _____
 Pembayaran (Rp): _____

SLIP PENGAMBILAN
 PERHATIKAN TANGGAL JUAL AGUNAN
 Agunan
 yang Menyerahkan: _____ yang Menerima: _____
 Petugas: _____ Nasabah: _____

Keterangan Pembiayaan:
 1) SBGE tidak berlaku apabila pembiayaan sudah lunas
 2) SBGE harap disimpan baik oleh nasabah sehingga apabila terjadi penyalahgunaan terhadap SBGE ini merupakan tanggung jawab nasabah.
 3) SBGE rusak/hilang maka BANK tidak akan memberikan bukti SBGE baru.
 4) Apabila SBGE hilang maka harus ada surat keterangan kehilangan dari pihak kepolisian, dan BANK tidak akan memberikan bukti SBGE baru.
 5) SBGE merupakan milik BANK sehingga harus dikembalikan kepada BANK.

SBGE-80 1/2 Lembar Bank

Surat Bukti Gadai Emas



PT Bank Syariah
Indonesia Tbk.
Kantor Cabang Jember
Balung
Jl. Rambipuji No. 78
Dusun Kebonsari Kec.
Balung Kab. Jember
68163, Jawa Timur Telp.
(0336) 621717
www.bankbsi.co.id

Jember, 08 Februari 2022

Kepada

Bpk/Ibu. Pimpinan

UIN KHAS Jember

Jl. Mataram No. 1

Mangli-Jember

Perihal : Surat Perizinan Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb

Semoga Bapak/Ibu Pimpinan Kampus UIN KHAS Jember beserta staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayahnya dari Allah SWT.

Menunjuk perihal di atas dengan ini PT Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menerangkan bahwa mahasiswi dengan data sebagai berikut:

Nama : Lailatul Badriyah
NIM : E20181059
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah mengizinkan untuk melakukan penelitian di Kantor Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dengan Judul skripsi "**Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung**"

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

PT BANK SYARIAH INDONESIA

KCP JEMBER BALUNG


.....
KCP Jember Balung

(Tanda tangan dan Nama terang)

Surat Keterangan
Nomor: 02.10247-3/1339.....

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bayu Krisna Wardana
Jabatan : *Branch Manager*

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Lailatul Badriyah
NIM : E20181059
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Lembaga : Universitas Islama Negeri Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melakukan penelitian dengan judul "**Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung**" mulai tanggal 14 April 2022 sampai dengan 15 Juni 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

PT. BANK SYARIAH INDONESIA

KCP JEMBER BALUNG

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
CP Jember Balung

Bayu Krisna Wardana
Branch Manager

Nama : Lailatul Badriyah
NIM. : E20181059
Judul Penelitian : Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung
Lokasi Penelitian : Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, Jl. Rambipuji, NO. 78 Kab. Jember, Jawa Timur

Proses Transaksi Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

NO.	Transaksi Gadai Emas
1	Calon /nasabah wajib memiliki KTP dan barang gadai berupa emas
2	Calon /nasabah mengisi formulir permohonan gadai emas
3	Pihak <i>pawning</i> BSI KCP Jember Balung kemudian memverifikasi data calon /nasabah yang hendak melakukan gadai emas
4	Pihak <i>pawning</i> BSI KCP Jember Balung menaksir barang jaminan calon /nasabah yaitu emas
5	Setelah proses verifikasi dan penaksiran emas yang sesuai dengan kriteria dan diterima oleh <i>pawning</i> BSI KCP Jember Balung, calon /nasabah menandatangani surat bukti gadai emas,
6	Calon /nasabah dapat menerima dana atau uang dari pembiayaan gadai emas yang telah cair.

Sumber: *Pawning Staff BSI KCP Jember Balung*

Dosen Pembimbing


(.....)

BSI KCP Jember Balung


(.....)


Nama : Lailatul Badriyah
 NIM. : E20181059
 Judul Penelitian : Strategi Pemasaran *Direct Selling* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadaai Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
 Lokasi Penelitian : Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, Jl. Rambipuji, NO. 78, Kab. Jember, Jawa Timur.

Langkah-Langkah Strategi Pemasaran *Direct Selling* pada Produk Gadaai Emas oleh BSI KCP Jember Balung

No.	Langkah-langkah	(Y)	(T)
1.	Menentukan target market yang akan dilakukannya <i>direct selling</i> yang sangat potensial	✓	
2.	Menghubungi target market untuk menjangkau nasabah atau calon nasabah yang akan dikunjungi	✓	
3.	Mengunjungi lokasi nasabah/calon nasabah	✓	
4.	Menjelaskan produk dan layanan yang diberikan secara detail	✓	
5.	Membangun relationship (hubungan) yang baik dengan nasabah/calon nasabah	✓	

Sumber: Maulana, Pawning Officer Gadaai Emas BSI KCP Jember Balung

Dosen Pembimbing


 (.....Nikmah Masrurah.....)

Pawning Officer Gadaai Emas BSI KCP Jember Balung


 (.....Maulana FI.....)

