

**IMPLEMENTASI STRATEGI *CROSS SELLING* PADA
PRODUK GADAI EMAS (*RAHN*) DIMASA PANDEMI
(Studi Kasus Pegadaian Syariah UPS. Karimata Situbondo)**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

ANIS ZAKIYAH
NIM : E20171122

Dosen Pembimbing :

Agung Parmono, SE.,M.Si.
NIP. 197512162009121002

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JULI 2021**

**IMPLEMENTASI STRATEGI CROSS SELLING PADA
PRODUK GADAI EMAS RAHN DIMASA PANDEMI**
(Studi Kasus Pegadaian Syariah UPS. Karimata Situbondo)

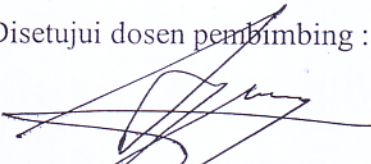
SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Anis Zakiyah
E20171122

Disetujui dosen pembimbing :



Agung Parmono, SE., M.Si.
NIP:197512162009121002

**IMPLEMENTASI STRATEGI *CROSS SELLING* PADA
PRODUK GADAI EMAS (*RAHN*) DIMASA PANDEMI
(Studi Kasus Pegadaian Syariah UPS. Karimata Situbondo)**

SKRIPSI

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

Hari : Kamis
Tanggal: 08 Juli 2020

Tim Penguji

Ketua





(M. Saiful Anam, M.Ag)
NIP. 197111142003121002

Sekretaris



(Khusnul Khotimah, M.P.d)
NIP. 197706042014112001

Anggota:

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. ()
2. Agung Parmono, SE., M.Si ()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




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

MOTTO

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ
كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا ﴿٥٣﴾

Artinya: “Dan katakanlah kepada hamba-hamba-Ku: “Hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar). Sesungguhnya syaitan itu menimbulkan perselisihan di antara mereka. sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia”. (Q.S Al-Isra ayat 53)¹



¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemah* (Bandung : J-Art, 2005), 288.

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan karya ini sebagai sebuah perjuangan totalitas diri kepada Allah SWT atas segala kenikmatan, kekuatan, dan kesabaran dalam menjalani kehidupan, dan teruntuk :

1. Ayahanda Misnanto dan Ibu saya Wahyuni tercinta yang selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya yang tiada terhingga, yang telah mendidik dan membesarkan saya, selalu memberikan semangat dan motivasi kepada saya, serta senantiasa mendoakan kesuksesan saya.
2. Kakak saya Fatimatul Hasanah dan Imamuddin, serta adik saya Burhanuddin dan Jazila Riska Pratiwi yang telah memberikan semangat. Semoga kita semua bisa menjadi anak yang sukses di dunia maupun di akhirat.
3. Teman seperjuangan saya Soraya Alfirasani Sih Basuki, Sofia Risqiana, Dyah Ratna Wilujeng dan Elok Mawadatul Faiqoh. Dalam hal ini telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan semangat hingga saya sampai ke titik ini, semoga kita semua bisa menjadi orang yang sukses.
4. Untuk sahabat-sahabat saya yang saya cintai dan saya sayangi, Rizka Dwi Puspito, Faridatul Lailia, Dimas Rochmat, Rohmatullah Yogi Pratama, Roni Suprayogi, Laradita, Yulis Dian, dan Iklilatul Naufaniah. Terimakasih kepada kalian atas motivasi dan dukungannya. Semoga kita menjadi orang yang berguna bagi agama, keluarga, nusa dan bangsa.
5. Untuk teman-teman seperjuangan FEBI IAIN Jember angkatan 2017 khususnya kelas PS 3, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah ikut membantu memberi semangat dan doa dari awal kuliah sampai selesai.
6. Almamaterku Institut Agama Islam Negeri Jember.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin, Segenap puji syukur terhadap kehadiran Allah SWT atas semua berkat limpahan rahmat dan hidayah-nya serta sholawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad Shallallahu' alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini berjudul **“IMPLEMENTASI STRATEGI *CROSS SELLING* PADA PRODUK GADAI EMAS (*RAHN*) DIMASA PANDEMI (Studi Kasus Pegadaian Syariah UPS. Karimata Situbondo)”**. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah.

Sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca dengan sepenuh hati.

Kesuksesan dalam penyelesaian skripsi ini dapat penulis peroleh karena dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Dengan demikian, izinkan penulis menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, M.M , selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, M.Si , selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Ibu Nurul Setianingrum, SE.,M.M , selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Agung Parmono, SE.,M.Si , selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya. Terimakasih sebanyak-banyaknya atas bimbingan dan arahan yang bapak berikan kepada saya dengan penuh kesabaran .
5. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag.,M.M , selaku Dosen Penasihat Akademik.
6. Seluruh dosen dan juga staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Bapak Okta Risda Puspito, selaku Kepala Pengelola Unit di Pegadaian Syariah UPS. Karimata Situbondo. Terimakasih telah memberikan kesempatan serta bantuan bagi saya untuk dapat menyelesaikan penelitian skripsi.
8. Bapak Riski Andre dan Bapak Muhammad Sandi, serta seluruh pegawai Pegadaian Syariah UPS. Karimata Situbondo yang telah bersedia memberikan informasi terkait penelitian skripsi saya.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah bapak/ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT.

Situbondo, 19 April 2021

penulis

ABSTRAK

Anis Zakiyah, Agung Parmono, 2021 : Implementasi Strategi Cross Selling Pada Produk Gadai Emas Rahn dimasa Pandemi (Studi kasus Pegadaian Syariah UPS. Karimata Situbondo).

Pegadaian Syariah merupakan alternatif bagi masyarakat untuk memperoleh pinjaman dana secara cepat ditengah pandemi. Pegadaian Syariah merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki beberapa produk, salah satunya yaitu gadai emas. Untuk mencapai suatu kelancaran dalam kegiatan pemasaran pada produk gadai emas maka dibutuhkan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran yang dimaksud yaitu strategi *Cross Selling*. Dalam menjalankan kegiatan pemasaran Pegadaian Syariah menggunakan strategi *Cross Selling*, dengan cara menawarkan lebih dari satu produk yang terdapat di Pegadaian Syariah kepada nasabah. Seperti produk gadai emas, Produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah menggunakan akad rahn.

Fokus masalah pada penelitian ini adalah 1. Bagaimana implementasi strategi *Cross Selling* produk gadai emas (*Rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi ? 2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi ? 3. Apa solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi ? Tujuan dari penelitian ini adalah 1. Untuk menjabarkan mengenai implementasi strategi *Cross Selling* produk gadai emas (*Rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa Pandemi. 2. Untuk menjabarkan mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* produk gadai emas (*Rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa Pandemi. 3. Menjabarkan mengenai solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi.

Metode penelitian ini menggunakan Pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian *field research*. Penemuan subjek menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data meliputi tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini adalah 1. Implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas dimasa pandemi di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dilakukan sama seperti sebelum adanya pandemi covid-19. Dimasa pandemi kegiatan *Cross Selling* pada produk gadai emas dilakukan dengan cara menawarkan produk gadai emas melalui telepon dan melalui media sosial seperti whatsapp dan instagram. 2. Hambatan dalam implementasi *Cross Selling* yang utama karena adanya pandemi Covi-19 sehingga kegiatan pemasaran berjalan kurang lancar, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk Pegadaian Syariah, dan adanya persaingan antara lembaga penyedia usaha gadai. Sedangkan untuk faktor pendukungnya yaitu dari Sember Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh Pegadaian UPS Situbondo kompeten. 3. Solusi dalam menghadapi faktor penghambat yaitu, pertama melakukan promosi dengan menggunakan media telepon dan media sosial kedua, pihak pegadaian harus lebih aktif lagi dalam menawarkan produk-produk mereka kepada masyarakat dengan cara melakukan *Door To Door*. Ketiga, memberikan pelayanan prima kepada nasabah.

Kata Kunci : *Cross Selling*, Produk Gadai emas

ABSTRACT

Anis Zakiyah, Agung Parmono, 2021 : Implementation of a Cross Selling Strategy on Rahn's Gold Pawn Products during the Pandemic (Case Study of Sharia Pawnshop UPS. Karimata Situbondo).

Pegadaian Syariah is an alternative for the public to get loan funds quickly in the midst of a pandemic. Pegadaian Syariah is a sharia financial institution that has several products, one of which is a gold pawn. To achieve a smoothness in marketing activities on gold pawn products, a good marketing strategy is needed. The marketing strategy in question is a Cross Selling strategy. In carrying out marketing activities, Pegadaian Syariah uses a Cross Selling strategy, by offering more than one product contained in Pegadaian Syariah to customers. Like the gold pawn product, the gold pawn product at the Sharia Pawnshop uses a rahn contract.

The focus of the problem in this study is 1. How is the implementation of the Cross Selling strategy of Pawn Gold (Rahn) Pawnshop Syariah UPS Karimata Situbondo products during the pandemic? 2. What are the supporting and inhibiting factors in implementing the Cross Selling strategy on gold pawn products (Rahn) Pawnshop Syariah UPS Karimata Situbondo during the pandemic? 3. What is the solution for Pawnshop Syariah UPS Karimata Situbondo in dealing with the inhibiting factors for implementing the Cross Selling strategy on gold pawn products (Rahn) during the pandemic? The objectives of this study are 1. To describe the implementation of the Cross Selling strategy of Pawn Gold (Rahn) Pawnshop Sharia UPS Karimata Situbondo products during the Pandemic. 2. To describe the supporting and inhibiting factors in the implementation of the Cross Selling strategy for the Gold Pawn (Rahn) Pawnshop Sharia UPS Karimata Situbondo product during the Pandemic. 3. Describe the solutions that have been carried out by the Sharia Pawnshop Karimata Situbondo in dealing with the inhibiting factors for implementing the Cross Selling strategy on gold pawn products (Rahn) during the pandemic.

This research method uses a qualitative approach with the type of field research. The discovery of the subject using a purposive technique. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Data analysis includes three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Meanwhile, the validity of the data was tested using source triangulation.

The results of this study are 1. The implementation of the Cross Selling strategy on gold pawn products during the pandemic at the Sharia Pawnshop UPS Karimata Situbondo was carried out the same as before the covid-19 pandemic. During the pandemic, Cross Selling activities on gold pawn products were carried out by offering gold pawn products by telephone and through social media such as whatsapp and instagram. 2. The main obstacles in implementing Cross Selling are due to the Covid-19 pandemic so that marketing activities are not running smoothly, the lack of public knowledge about Sharia Pawnshop products, and competition between pawn business providers. As for the supporting factors, namely the competent Human Resources (HR) owned by Pegadaian UPS Situbondo. 3. The solution in dealing with the inhibiting factors, namely, firstly doing promotions using telephone and social media, secondly, the pawnshops must be more active in offering their products to the public by doing Door To Door. Third, provide excellent service to customers.

Keywords: Cross Selling, Gold Pawn Products

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teori	27
1. Penjualan	27

2. <i>Cross Selling</i>	30
3. Rahn.....	36
BAB III : METODE PENELITIAN.....	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
B. Lokasi Penelitian.....	44
C. Subyek Penelitian.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Analisis Data.....	48
F. Keabsahan Data.....	49
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	50
BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	54
A. Gambaran Obyek Penelitian	54
B. Penyajian Data dan Analisis	62
C. Pembahasan Temuan.....	77
BAB V : PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
1.1	Data nasabah produk gadai emas	4
2.1	Penelitian terdahulu	24
4.1	Jam Operasional Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo.....	62
4.2	Rekap omset kegiatan gadai emas	65
5.1	Hambatan dan Solusi Strategi <i>Cross Selling</i>	86



DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
4.1	Gambar Struktur Organisasi Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo.....	57
4.2	Mekanisme gadai emas di Pegadaian Syariah UPS. Karimata Situbondo.....	69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2020 dunia sedang di hebohkan dengan penemuan virus baru mematikan yang menyerang sistem pernafasan. Virus ini dikenal dengan nama Virus Corona atau biasa di sebut dengan Covid-19. Virus Corona pertama kali di temukan di China tepatnya di kota Wuhan pada akhir Desember 2019. Virus ini dapat menular dengan cepat ke berbagai negara, termasuk negara Indonesia. Penyebaran yang sangat cepat ini menyebabkan status virus corona dikatakan sebagai pandemi. Pandemi merupakan suatu wabah atau virus yang telah menyebar ke seluruh dunia.² Artinya wabah atau virus ini tidak hanya berada pada satu negara saja tetapi sudah menyebar ke seluruh dunia. Penetapan virus Corona atau Covid-19 menjadi pandemi ini dinyatakan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Adanya pandemi virus corona menyebabkan beberapa negara melakukan berbagai macam kebijakan dalam rangka memutus mata rantai penyebaran virus corona, adapun kebijakan yang di ambil oleh beberapa negara yaitu dengan memberlakukan *lockdown*. Pemerintah Indonesia juga melakukan berbagai kebijakan untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 ini yaitu dengan diberlakukannya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).³

² F.G. Winarno, *Covid-19 Pelajaran Berharga Dari Sebuah Pandemi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020), 3.

³ Tiodora Haumaon Siagian, "Mencari Kelompok Beresiko Tinggi Terinfeksi Virus Corona Dengan Discourse Network Analysis", *Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia: JKKI*, Vol. 09 NO. 02 (2020), 98.

Dalam penerapannya PPKM mempunyai dampak positif dan negatif. Dampak positif dalam penerapan PPKM di Indonesia sendiri dirasa cukup efektif dan dapat memperlambat penularan virus corona atau Covid-19. Sedangkan untuk dampak negatifnya sendiri yaitu terjadi di beberapa sektor ekonomi seperti, sektor perdagangan, investasi, pariwisata, dan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).⁴ Adapun salah satu dampak yang disebabkan dengan diberlakukannya PSBB atau kegiatan membatasi masyarakat untuk bekerja, memicu banyaknya para pekerja yang di PHK dan di rumahkan.⁵ Banyak orang yang kehilangan penghasilan, padahal kebutuhan hidup mereka tetap harus di penuhi setiap hari. Hal ini menyebabkan masyarakat kesulitan dalam memenuhi kebutuhannya sehari-harinya. Maka dari itu banyak sekali masyarakat yang melakukan berbagai cara dalam memenuhi kebutuhannya, seperti menggadaikan barang-barang berharga yang dimilikinya kepada lembaga pegadaian.

Pegadaian merupakan alternatif bagi masyarakat dimasa pandemi, masyarakat yang kesulitan memperoleh dana untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari bisa meminjam dana ke lembaga pegadaian dengan syarat barang-barang berharga yang dimiliki diserahkan kepada lembaga pegadaian sebagai jaminan. PT. Pegadaian hingga saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum di perbolehkan melakukan kegiatan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar

⁴ Silpa Hanoatubun, "Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia", Jurnal Edupscouns, Vol 2 No 1 (2020), 147.

⁵ Fahri, Abd. Jalil dan Sri Kasnelly, "Meningkatnya Angka Pengangguran Ditengah Pandemi (Covid-19)", Jurnal Al-Mizan, Vol 2 (2019), 47.

hukum gadai. Pegadaian mempunyai tugas pokok yaitu menjembatani kebutuhan dana masyarakat dengan pemberian pinjaman yang berdasarkan dengan hukum gadai. Tugas pegadaian tersebut bermaksud untuk membantu masyarakat yang membutuhkan dana agar tidak terjerat dalam praktik lintah darat.⁶

Pegadaian merupakan salah satu lembaga yang menunjukkan pertumbuhan yang cukup positif ditengah pandemi, pegadaian mempunyai peluang yang cukup besar dalam menyalurkan kredit atas dasar hukum gadai kepada masyarakat di tengah pandemi.⁷ Pegadaian di Indonesia di klasifikasikan menjadi dua macam menurut kegiatannya, yaitu pegadaian konvensional dan juga pegadaian syariah. Lahirnya pegadaian syariah sendiri tidak terlepas dari kemauan masyarakat Indonesia yang menganut agama islam yang dalam kegiatannya menginginkan adanya transaksi gadai yang sesuai dengan syariah islam. Banyaknya masukan dari masyarakat muslim yang menginginkan penerapan hukum islam dalam segala bidang termasuk pegadaian ini yang melatar belakangi lahirnya pegadaian syariah.⁸ Pegadaian Syariah merupakan lembaga keuangan yang dalam kegiatannya menyediakan transaksi pembiayaan dan jasa gadai yang berdasarkan dengan prinsip hukum islam. Salah satu unit kantornya adalah Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo yang berada di Kabupaten Situbondo. Pegadaian Syariah UPS

⁶ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2009), 400.

⁷ <https://www.pegadaian.co.id/berita/detail/216/dirut-pegadaian-kuswiyoto-sebut-kinerja-terus-tumbuh-di-tengah-pandemi-covid-19>, diakses pada 11 November 2020 pukul 12.33

⁸ Meilinda Sari, "Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1 NO. 2 (2013), 22.

Karimata Situbondo berdiri pada tahun 2018, dalam kegiatan usahanya Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo menyediakan berbagai macam produk salah satunya yaitu produk gadai emas. Gadai emas sendiri merupakan salah satu produk pembiayaan yang ada di PT. Pegadaian Syariah atas dasar jaminan yang berupa emas sebagai salah satu alternatif untuk memperoleh pembiayaan secara cepat.⁹ Gadai emas mempunyai tujuan yaitu untuk membantu perkembangan ekonomi pasar terutama ekonomi menengah kebawah. Selain itu produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo juga mempunyai tujuan yaitu memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan proses cepat, mudah dan aman.

Produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo mengalami peningkatan dimasa pandemi, yaitu pada tahun 2020. Berikut adalah tabel jumlah nasabah produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dari tahun 2018 – 2020 :

Tabel 1.1
Data Nasabah Produk Gadai Emas

Tahun	Akun Nasabah
2018	1.700
2019	838
2020	1.469

Sumber : Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 jumlah akun nasabah yang menggadaikan emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo yaitu 1.700 akun. Terjadi penurunan jumlah akun nasabah pada

⁹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2009), 398.

tahun 2019 yaitu jumlah akun menjadi 838, hal ini terjadi karena adanya relokasi. Pada awalnya Pegadaian Syariah UPS Karimata bertempat di Jl Karimata Jember, karena adanya relokasi maka Pegadaian Syariah UPS Karimata kemudian pindah ke kabupaten Situbondo dan menjadi Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo yang bertempat di Jl Basuki Rahmat Situbondo. Kegiatan relokasi ini menyebabkan sebagian nasabah yang beralamat di jember menebus barang mereka yang ada di Pegadaian Syariah. Pada tahun 2020, jumlah akun nasabah mengalami peningkatan sebanyak 631 akun. Sehingga pada tahun 2020 jumlah akun nasabah produk gadai emas menjadi 1.469 akun. Selain itu, gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo mempunyai perbedaan dengan pegadaian konvensional maupun lembaga perbankan lainnya. Gadai emas disini mempunyai keunggulan yaitu, pertama pengajuannya sangat mudah. Kedua, proses pinjaman tanpa harus membuka rekening. Ketiga, dalam kegiatan gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo tidak ada minimal pinjaman bagi nasabah. Hal ini merupakan salah satu media yang dapat digunakan oleh Pegadaian Syariah untuk menarik minat nasabah agar menggunakan produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo.

Pada saat ini produk gadai emas bukan hanya dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah saja, dilihat dari praktiknya banyak lembaga keuangan yang juga menyediakan produk gadai emas seperti lembaga Perbankan Syariah dan juga lembaga swasta lainnya. Di era globalisasi seperti saat ini,

persaingan semakin terbuka dilihat dari banyaknya perusahaan swasta yang sudah menyediakan dan akan melakukan usaha pegadaian. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang menyediakan produk gadai dalam menjalankan kegiatan usahanya, maka PT. Pegadaian Syariah harus melakukan strategi agar dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk yang ada di Pegadaian Syariah sendiri.

Upaya yang dapat dilakukan Pegadaian Syariah agar dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk Pegadaian Syariah sendiri yaitu dengan melakukan strategi pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan yaitu promosi melalui iklan. Kegiatan promosi melalui iklan memerlukan biaya yang mahal, namun cara ini dianggap efektif untuk mempopulerkan suatu produk atau layanan.¹⁰ Untuk mengenalkan produknya kepada nasabah Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo melakukan promosi dengan cara beriklan baik melalui televisi, radio, atau surat kabar. Selain promosi melalui iklan, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo juga memberikan hadiah-hadiah yang menarik kepada nasabah seperti memberikan *Cashback*. Kegiatan promosi tersebut dilakukan oleh Pegadaian Syariah dalam rangka untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan produk yang ada. Strategi tersebut dirasa cukup efektif, tetapi biaya yang terhitung mahal dalam melakukan iklan dan pemberian hadiah ini yang menjadi persoalan bagi Pegadaian Syariah. Oleh karena itu Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo menggunakan strategi *Cross Selling* untuk

¹⁰ Tjiptono Fandi, *Pemasaran Jasa cet 2*, (Malang: Bayumedia, 2006), 258.

mengenalkan produk mereka kepada masyarakat. Pihak pegadaian memilih *Cross Selling* karena dapat menghemat waktu dan tidak mengeluarkan biaya dalam menawarkan produknya.

Cross Selling merupakan kegiatan penjualan dengan cara memanfaatkan data nasabah lama dengan memperkenalkan fitur dan nilai produk lainnya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.¹¹ Atau lebih singkatnya *Cross Selling* merupakan kegiatan penjualan lebih dari satu macam produk kepada nasabah. Dalam perusahaan jasa seperti pegadaian, kegiatan memperkenalkan dan menawarkan beberapa produk kepada nasabah tidak boleh diabaikan dan harus terus menerus di usahakan. Pada saat melaksanakan kegiatan *Cross Selling* ini, pihak pegadaian syariah harus tanggap dalam memahami kebutuhan nasabah, hal ini dilakukan agar nasabah memilih untuk menggunakan lebih dari satu produk atau layanannya yang ada di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo seperti gadai emas.¹²

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menganggap judul tersebut sangat penting untuk diangkat, karena banyaknya lembaga yang dalam kegiatan usahanya juga menyediakan produk gadai seperti lembaga perbankan dan lembaga swasta lainnya, sehingga menyebabkan adanya persaingan yang ketat. Penelitian ini juga ditujukan untuk mengetahui bagaimana Implementasi Strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi, apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung dalam

¹¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kredit Secara Sehat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), 231.

¹² Endang Nuryadin, "Upaya Meningkatkan Pendapatan Bank Melalui Optimalisasi *Cross Selling* Terhadap Pelanggan", *Journal The Winners*, Vol. 2 NO. 1 (2001), 49.

pelaksanaan Strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi, dan bagaimana solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Implementasi Strategi *Cross Selling* pada Produk Gadai Emas (*Rahn*) dimasa Pandemi (studi kasus Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo).”**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana implementasi strategi *Cross Selling* produk gadai emas (*Rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi ?
3. Apa solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, yaitu :

1. Untuk menjabarkan mengenai implementasi strategi *Cross Selling* produk gadai emas (*Rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa Pandemi.

2. Untuk menjabarkan mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* produk gadai emas (*Rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa Pandemi.
3. Menjabarkan mengenai solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.¹³ Adapun manfaat yang di dapat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai Strategi *Cross Selling*, khususnya implementasi strategi *Cross Selling* di lembaga Pegadaian Syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru mengenai Strategi *Cross Selling* dan produk yang ada di Pegadaian Syariah

¹³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

b. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya terutama terkait dengan Implementasi Strategi *Cross Selling* di Pegadaian Syariah.

c. Manfaat bagi Pegadaian Syariah

Diharapkan penelitian ini dapat menjadikan bahan evaluasi bagi pihak pegadaian dalam melakukan penjualan produk menggunakan Strategi *Cross Selling* terutama pada produk gadai emas (*Rahn*).

E. Definisi Istilah

1. Strategi *Cross Selling*

Cross Selling merupakan kegiatan penjualan lebih dari satu macam produk kepada nasabah. Dalam perusahaan jasa, kegiatan memperkenalkan dan menawarkan beberapa produk kepada nasabah tidak boleh *diabaikan* dan harus terus menerus di usahakan. Pada saat melaksanakan kegiatan *Cross Selling* ini pihak perusahaan harus tanggap dalam memahami kebutuhan nasabah, hal ini dilakukan agar nasabah memilih untuk menggunakan lebih dari satu produk atau layanannya yang ada di pegadaian.¹⁴

2. Rahn

Rahn menurut Ulama Syafii dan Hambali merupakan akad yakni dengan *manjadikan* materi (barang) sebagai jaminan utang, yang

¹⁴ Endang Nuryadin, "Upaya Meningkatkan Pendapatan Bank Melalui Optimalisasi *Cross Selling* Terhadap Pelanggan", *Journal The Winners*, Vol. 2 NO. 1 (2001), 49.

dapat dijadikan pembayar utang apabila orang yang berhutang tidak bisa membayar hutangnya.¹⁵

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan rangkuman sementara dari isi skripsi yang berisi tentang deskripsi alur pembahasan mulai dari pendahuluan sampai bab penutup. Pada bagian sistematika pembahasan ini penulis memaparkan tentang bagian skripsi dan hubungannya dengan antar bagian-bagian yang ada di dalam skripsi tersebut secara sistematis.

Bab I : pendahuluan, yang memuat tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II : kajian kepustakaan, bagian ini berisi tentang kajian kepustakaan yang meliputi penelitian terdahulu dan kajian teori.

Bab III : metode penelitian, bagian ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV : penyajian data dan analisis, bagian ini berisi tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis, dan pembahasan temuan.

Bab V : penutup, merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilengkapi dengan penyampaian saran oleh penulis/peneliti.

¹⁵ Yusnedi Ahmad, *Gadai Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), 7.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam sebuah penelitian dibutuhkan untuk memperjelas, menegaskan, serta untuk melihat kelebihan dan kelemahan berbagai teori yang sudah pernah dilakukan yang memiliki pembahasan masalah yang serupa. Pada penelitian ini penulis mengambil beberapa skripsi yang memiliki pembahasan yang serupa mengenai Strategi *Cross Selling* dan Gadai emas. Beberapa penelitian terdahulu diantaranya :

1. Ersy Elmafiza Rihad, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayarullah Jakarta (2015), “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Transaksi Cross Selling (Studi pada Bank BNI Syariah KCU Fatmawati)*”.

Hasil dari penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa kemungkinan nasabah pada bank BNI Syariah akan melakukan transaksi *Cross Selling* yaitu sebesar 68%. Dengan nilai coefficient sebesar -21,520 jadi dapat di artikan bahwa dalam kondisi tertentu jika dimensi – dimensi variabel kualitas pelayanan semakin baik atau semakin meningkat, maka kemungkinan nasabah untuk memilih lebih dari satu produk yang ada pada bank BNI Syariah juga akan meningkat.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analisis, adapun metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan kuantitatif.¹⁶

Dalam penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian saat ini. Adapun persamaannya yaitu sama – sama membahas tentang *Cross Selling*. Sedangkan untuk perbedaannya yaitu terletak pada metode penelitian yang di gunakan, pada penelitian terdahulu menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Selain itu perbedaan yang ada yaitu peneliti terdahulu lebih fokus kepada kualitas pelayanan terhadap transaksi *Cross Selling* sedangkan penelitian saat ini lebih fokus pada Implementasi Strategi *Cross Selling*. Perbedaan juga terletak pada objek penelitian yaitu pada Bank BNI Syariah KCU Fatmawati.

2. Firdha Aisyah, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (2018), “*Implementasi Experiential Marketing Dalam Meningkatkan Cross Selling Di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya*”.

Hasil dari penelitian ini yaitu penerapan *experiential marketing* pada Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya fokus pada tiga point utama, yaitu pertama komunikasi, kedua sumber daya insani, point terakhir layanan dan fasilitas. *Experiential marketing* memberikan kontribusi dalam meningkatkan *cross selling*, adapun kontribusi yang diberikan yaitu: membangun *brand image* dan identitas

¹⁶ Ersy Elmafiza Rihad, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Transaksi Cross Selling (Studi pada Bank BNI Syariah KCU Fatmawati)*, (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015).

lembaga yang lebih baik, menawarkan kembali produk yang penjualannya kurang maksimal, meningkatkan rasa nyaman kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah, lebih memudahkan untuk melakukan promosi melalui inovasi baru mengenai produk produknya, dan yang terakhir yaitu dapat membentuk nasabah yang loyal sehingga dapat memicu terjadinya *cross selling*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Dalam kegiatan penghimpunan data peneliti melakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi.¹⁷

Perbedaan pada penelitian terdahulu ini yaitu lebih fokus pada implementasi *experiential marketing* dalam meningkatkan *cross selling*, objek penelitian Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya. Persamaan yaitu sama membahas *cross selling*.

3. Rahmat Junaedy, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin (2018), “*Pengaruh Cross Selling Customer Service Terhadap Penjualan Produk Deposito (Studi pada BRISyariah KCP. Banjarbaru)*”.

Hasil dari penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa dalam mengukur pengaruh *Cross Selling Customer Service* terhadap penjualan produk tabungan deposito terdiri dari lima variabel antara lain, (X1) *Opening*, (X2) *Investigating*, (X3) *Demonstrating Capability*, (X4) *Obtaining Commitment*, dan terakhir yaitu (X5) *Closing*. Dalam penelitian ini semua variabel berpengaruh secara simultan di dalam *Cross Selling*,

¹⁷ Firdha Aisyah, *Implementasi Experiential Marketing Dalam Meningkatkan Cross Selling Di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018).

tetapi variabel yang mempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap variabel (Y) penjualan produk deposito yaitu variabel (X5) *Closing*.¹⁸

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan penelitian lapangan. Metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Persamaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu, sama sama membahas mengenai strategi *Cross Selling*. Sedangkan untuk perbedaannya yaitu, pada penelitian terdahulu meneliti mengenai produk deposito sedangkan penelitian saat ini lebih fokus pada produk gadai emas (*rahn*), obojek penelitian penelitian terdahulu yaitu bertempat di BRISyariah KCP Banjarbaru, dan perbedaan yang terakhir yaitu metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu pendekatan kuantitatif.

4. M. Ihsan, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Batusangkar (2018), “*Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Padang Panjang*”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan strategi pemasaran pada produk gadai emas Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Panjang menggunakan strategi 4P yaitu produk, harga, promosi, dan tempat. Dalam melaksanakan kegiatan strategi pemasaran produk bank menawarkan produk gadai emas kepada nasabah dengan menjelaskan beberapa keunggulan dan manfaat dari produk tersebut. Strategi harga

¹⁸ Rahmat Junaedy, *Pengaruh Cross Selling Customer Service Terhadap Penjualan Produk Deposito (Studi pada BRISyariah KCP. Banjarbaru)*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2018).

yang dilakukan oleh bank yaitu, bank memberikan biaya pemeliharaan yang rendah apabila plafon yang diajukan nasabah semakin besar. Strategi promosi yang dilakukan oleh bank yaitu dengan penyebaran brosur, promosi melalui radio, memasang spanduk, menyebarkan pemflet, dan melakukan promosi melalui sosial media. Strategi yang terakhir yaitu tempat, lokasi Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Panjang dirasa kurang strategis karena jauh dari keramaian.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu berupa kata-kata tertulis dalam menafsirkan fenomena yang terjadi.¹⁹

Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai produk gadai emas. Perbedaan yang terletak pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu membahas mengenai strategi pemasaran produk gadai emas, sedangkan pada penelitian kali ini lebih fokus pada strategi *cross selling*, selain itu perbedaan juga terletak pada objek penelitian yaitu di Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Panjang.

5. Narda Rahita Dian Shinta, Program Studi Manajemen Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto (2018), "Strategi *Cross Selling* Oleh *Customer Service* Dalam Rangka Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syari'ah Mandiri KCP Gombang".

¹⁹ M. Ihsan, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Padang Panjang*, (Skripsi: IAIN Batu Sangkar, 2018).

Hasil dari penelitian ini yaitu dalam penerapan strategi *Cross Selling* yang dilakukan oleh *Customer Service* di Bank Syari'ah Mandiri KCP Gombang dirasa sudah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari intensitas strategi *Cross Selling* yang dilakukan oleh *Customer Service*, kegiatan penjualan menggunakan strategi *Cross Selling* dalam sehari paling banyak 10 nasabah dan paling sedikit 6 nasabah. Dari 10 nasabah ada 2 nasabah yang memilih untuk membeli produk yang ditawarkan menggunakan strategi *Cross Selling* yang ada di Bank Syari'ah Mandiri KCP Gombang. Dalam melakukan *Cross Selling*, *Customer Service* melakukan beberapa strategi. Strategi pertama yang dilakukan oleh *Customer Service* yaitu mengetahui mengenai produk yang akan di tawarkan kepada nasabah, *Customer Service* menggunakan brosur dalam menyampaikan informasi kepada nasabah mengenai produk dan jasa yang di sediakan oleh Bank Syari'ah Mandiri. Yang kedua, *Customer Service* melakukan wawancara kepada nasabah. Hal ini dilakukan untuk mengetahui profil nasabah dan mengetahui produk yang tepat yang akan ditawarkan kepada nasabah yang sedang di hadapi dan untuk menghindari transaksi yang merugikan bank. Yang ketiga, *Customer Service* menerapkan pelayanan prima dilakukan dengan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap serta memberikan souvenir kepada nasabah yang menabung \leq Rp 500.000 akan mendapatkan payung lipat, dan jika nasabah menabung puluhan juta maka akan mendapatkan souvenir mug. Kegiatan

ini dilakukan untuk menarik minat nasabah agar menghimpun dananya di Bank Syari'ah Mandiri KCP Gombang.²⁰

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian saat ini. Pada penelitian terdahulu peneliti lebih fokus pada strategi *Cross Selling* oleh *Customer Service* dalam rangka penghimpunan dana pihak ketiga, sedangkan pada penelitian saat ini lebih fokus pada implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas. Selain itu perbedaan juga terdapat pada objek penelitian, yaitu di Bank Syari'ah Mandiri KCP Gombang. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu sama – sama membahas tentang *Cross Selling*.

6. Ridho Hadi Kesuma, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2019), “Efektifitas Komunikasi *Cross-Selling Frontliner* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk PT. Bank Panin Dubai Syariah Medan”.

Hasil dari penelitian terdahulu yaitu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh *Customer Service* atau Teller dengan menggunakan strategi *Cross Selling* memiliki dampak positif dalam meningkatkan penjualan pada produk – produk yang ada di Bank Panin Dubai Syariah. Selain itu strategi *Cross Selling* juga dapat membantu nasabah untuk mengetahui informasi mengenai kelebihan yang ada pada produk – produk yang di sediakan oleh Bank Panin Dubai Syariah. Komunikasi *Cross Selling*

²⁰ Narda Rahita Dian Shinta, *Strategi Cross Selling Oleh Customer Service Dalam Rangka Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syari'ah Mandiri KCP Gombang*, (Skripsi: IAIN Purwokerto, Tahun 2018).

Frontliner yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah dalam rangka untuk meningkatkan penjualan produk dilakukan dengan cara mengidentifikasi kebutuhan nasabah, mengembangkan kebutuhan nasabah, menjelaskan keuntungan atau kelebihan produk, dan menentukan produk yang akan di tawarkan. Komunikasi yang baik antara *Costomer Service* atau Teller dengan nasabah dapat menjadi jalan bagi Bank Panin Dubai Syariah untuk menggali informasi mengenai produk yang dibutuhkan oleh nasabah. Aktivitas komunikasi *Cross Selling* di rasa cukup efektif dalam memasarkan produk Bank Panin Dubai Syariah, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya nasabah yang mengambil produk dua hingga tiga produk yang ada di Bank Panin Dubai Syariah sekaligus.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.²¹

Dari penelitian terdahulu di atas terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian saat ini. Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu di PT. Bank Panin Dubai Syariah. selain itu pada penelitian terdahulu peneliti lebih fokus pada efektifitas komunikasi *Cross-selling Frontliner* terhadap peningkatan penjualan produk sedangkan untuk penelitian saat ini lebih fokus pada implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas dimasa pandemi.

²¹ Ridho Hadi Kesuma, *Efektivitas Komunikasi Cross-Selling Frontliner Terhadap Peningkatan Penjualan Produk PT. Bank Panin Dubai Syariah Medan*, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Tahun 2019).

Sedangkan untuk persamaan sama – sama membahas tentang *Cross Selling*.

7. Kholifatan Nisa, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember (2020), “*Peran Cross Selling Terhadap Peningkatan Nasabah Produk Tabungan Impian BRISyariah KC Banyuwangi*”.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Cross Selling* mempunyai peran dalam menarik minat nasabah menggunakan produk tabungan impian. Ada banyak cara yang dilakukan oleh pihak bank dalam memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat, terutama produk tabungan impian. Adapun cara cara yang dilakukan oleh bank yaitu, pihak *customer service* memperkenalkan produk dan memberikan informasi kepada nasabah yang sedang mendatangi bank, dalam menawarkan produk impian pihak bank menggunakan brosur agar masyarakat tertarik dalam menggunakan produk yang ada di BRISyariah, selain itu BRISyariah juga aktif dalam mengikuti dan menawarkan produk-produk mereka di berbagai acara yang mengundang keramaian. Sedangkan untuk hambatannya sendiri, banyaknya persaingan antar bank, masyarakat yang masih kurang paham mengenai Bank Syariah, dan terakhir karena kurangnya komunikasi antara nasabah dan pihak bank ketika sedang menawarkan produk tabungan impian.²²

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Kesamaan yang ada dalam penelitian ini yaitu, sama

²² Kholifatan Nisa, *Peran Cross Selling Terhadap Peningkatan Nasabah Produk Tabungan Impian BRISyariah KC Banyuwangi*, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020).

sama membahas *Cross Selling*. Sedangkan untuk perbedaan yang terletak pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu, produk tabungan impian dan objek penelitian di BRISyariah.

8. Annisa Dwi Savitri, Program Studi D-III Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang (2020), “*Strategi Cross Selling Oleh Customer Service Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Jatim Kantor Kas Universitas Wisnuwardhana Malang*”.

Hasil dari penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa *Customer service* dalam melaksanakan strategi *Cross Selling* diwajibkan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Selain itu *Customer service* juga di haruskan untuk bersikap ramah, murah senyum, dan juga mendengarkan tentang keluhan yang dirasakan oleh nasabah serta memberikan solusi untuk setiap keluhan yang dirasakan oleh nasabah. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut, dengan adanya kepuasan yang diperoleh oleh nasabah maka nasabah tidak akan ragu lagi untuk bekerja sama kembali dengan Bank Jatim. Dengan diterapkannya strategi *Cross Selling* di Bank Jatim jumlah nasabah dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami peningkatan.²³

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Persamaan yang terdapat dalam penelitian

²³ Annisa Dwi Savitri, *Strategi Cross Selling oleh Customer service Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Jatim Kantor Kas Universitas Wisnuwardhana Malang*, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020).

ini yaitu sama – sama membahas mengenai strategi *Cross Selling*. Sedangkan perbedaannya sendiri yaitu terdapat pada objek penelitian, penelitian terdahulu melakukan penelitian di Bank Jatim Kantor Kas Universitas Wisnuwardhana Malang. Selain itu, pada penelitian terdahulu lebih fokus kepada strategi *Cross Selling* yang dilakukan oleh *Customer service* untuk meningkatkan dana pihak ketiga sedangkan pada penelitian saat ini lebih fokus pada implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*).

9. Helwi Azizah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Antasari Banjarmasin (2020), “*Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai*”.

Hasil dari penelitian ini yaitu dalam melaksanakan strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai dilakukan dengan melakukan sosialisasi secara langsung ke beberapa lembaga seperti lembaga pendidikan, lembaga pemerintah, dan menawarkan produk secara langsung ke pasar. Selain itu dalam menjalankan strategi pemasaran bank juga melakukan promosi melalui koran, spanduk, menyebar brosur dan lain sebagainya. Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai dalam menawarkan produk juga mempunyai beberapa kendala yaitu, pengetahuan masyarakat masih kurang mengenai produk gadai emas yang ada di bank syariah, sehingga masyarakat lebih memilih untuk menggadaikan barang mereka di lembaga pegadaian, kurangnya SDM dalam menawarkan produk gadai

emas juga menjadi kendala bagi Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai dalam melaksanakan strategi pemasaran pada produk gadai emas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif.²⁴ Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu sama sama meneliti mengenai produk gadai emas. Sedangkan perbedaan dalam penelitian terdahulu yaitu, penelitian terdahulu lebih fokus pada strategi pemasaran, perbedaan juga terletak pada objek penelitian yaitu di Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai.

10. Dewi Puspa Anjarsari, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Maulana Malik Ibrahim 2020, "Penerapan Bauran Pemasaran Pada Produk Gadai Emas di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Buleleng".

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Dewi Puspa Anjarsari yaitu dalam menjalankan bauran pemasarannya PT Bank Syariah Mandiri Cabang Buleleng menggunakan strategi 7P. Adapun strategi 7P yang digunakan yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Process*), Lingkungan Fisik (*Physical evidence*) pada segmentasi pasar dan sasaran yang di tuju.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field Research*) metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan

²⁴ Helwi Azizah, *Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2020).

kualitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi.²⁵

Dari penelitian dahulu di atas terdapat perbedaan dan persamaan pada penelitian saat ini. Perbedaan yang terdapat pada penelitian terdahulu yaitu lebih fokus pada bauran pemasaran pada produk gadai emas, sedangkan pada penelitian saat ini lebih fokus tentang implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas. Selain itu perbedaan juga terletak pada objek penelitian yaitu di PT. Bank Syariah Mandiri. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu sama – sama meneliti tentang produk gadai emas.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Perbedaan	Persamaan
1.	Ersy Elmafiza Rihad, 2015.	Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif. Selain itu, peneliti terdahulu lebih fokus kepada kualitas pelayanan terhadap transaksi <i>Cross Selling</i> sedangkan penelitian saat ini lebih fokus pada Implementasi Strategi <i>Cross Selling</i> . Perbedaan juga terletak pada objek penelitian yaitu pada Bank BNI Syariah KCU Fatmawati.	Dalam penelitian terdahulu maupun penelitian sekarang, sama sama membahas tentang <i>Cross Selling</i> .

²⁵ Dewi Puspa Anjarsari, *Penerapan Bauran Pemasaran Pada Produk Gadai Emas di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Buleleng*, (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Tahun 2020).

2.	Firdha Aisyah, 2018.	Perbedaan pada penelitian terdahulu ini yaitu lebih fokus pada implementasi <i>experiential marketing</i> dalam meningkatkan <i>Cross Selling</i> selain itu perbedaan juga terletak pada objek penelitian yaitu di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya.	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama sama membahas mengenai <i>Cross Selling</i>
3.	Rahmat Junaedy, 2018.	pada penelitian terdahulu meneliti mengenai produk deposito sedangkan penelitian saat ini lebih fokus pada produk gadai emas (<i>rahn</i>), obejek penelitian penelitian terdahulu yaitu bertempat di BRISyariah KCP Banjarbaru, dan perbedaan yang terakhir yaitu metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu pendekatan kuantitatif.	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama sama membahas mengenai <i>Cross Selling</i>
4.	M. Ihsan, 2018.	Perbedaan yang terletak pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu penelitian terdahulu membahas mengenai strategi pemasaran produk gadai emas, sedangkan pada penelitian kali ini lebih fokus pada strategi <i>cross selling</i> , selain itu perbedaan juga terletak pada objek penelitian yaitu di Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Panjang.	Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sama sama meneliti mengenai produk gadai emas.
5.	Narda Rahita Dian Shinta, 2018.	Pada penelitian terdahulu peneliti lebih fokus pada strategi <i>Cross Selling</i> oleh <i>Customer Service</i> dalam rangka pengumpulan dana pihak ketiga, sedangkan pada penelitian	Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu sama – sama membahas tentang <i>Cross Selling</i> .

		saat ini lebih fokus pada implementasi strategi <i>Cross Selling</i> pada produk gadai emas. Selain itu perbedaan juga terdapat pada objek penelitian, yaitu di Bank Syari'ah Mandiri KCP Gombang.	
6.	Ridho Hadi Kusuma, 2019.	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu di PT. Bank Panin Dubai Syariah. selain itu pada penelitian terdahulu peneliti lebih fokus pada efektifitas komunikasi <i>Cross-selling Frontliner</i> terhadap peningkatan penjualan produk sedangkan untuk penelitian saat ini lebih fokus pada implementasi strategi <i>Cross Selling</i> pada produk gadai emas dimasa pandemi.	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama sama membahas mengenai strategi <i>Cross Selling</i> .
7.	Kholifatan Nisa, 2020.	perbedaan yang terletak pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu, produk tabungan impian dan objek penelitian di BRISyariah.	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama sama membahas mengenai strategi <i>Cross Selling</i> .
8.	Annisa Dwi Savitri, 2020.	perbedaannya sendiri yaitu terdapat pada objek penelitian, penelitian terdahulu melakukan penelitian di Bank Jatim Kantor Kas Universitas Wisnuwardhana Malang. Selain itu, pada penelitian terdahulu lebih fokus kepada strategi <i>Cross Selling</i> yang dilakukan oleh <i>Customer service</i> untuk meningkatkan dana pihak ketiga sedangkan	Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sama – sama membahas mengenai strategi <i>Cross Selling</i> .

		pada penelitian saat ini lebih fokus pada implementasi strategi <i>Cross Selling</i> pada produk gadai emas (<i>rahn</i>).	
9.	Helwi Azizah, 2020.	perbedaan dalam penelitian terdahulu yaitu, penelitian terdahulu lebih fokus pada strategi pemasaran, perbedaan juga terletak pada objek penelitian yaitu di Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai.	Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu sama sama meneliti mengenai produk gadai emas.
10.	Dewi Puspa Anjarsari, 2020.	Perbedaan yang terdapat pada penelitian terdahulu yaitu lebih fokus pada bauran pemasaran sedangkan pada penelitian saat ini lebih fokus tentang strategi <i>Cross Selling</i> . Selain itu perbedaan juga terletak pada objek penelitian yaitu di PT. Bank Syariah Mandiri.	Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu sama – sama meneliti tentang produk gadai emas.

B. Kajian Teori

1. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan usaha yang memiliki tujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan para konsumen, agar mendapatkan penjualan yang menghasilkan suatu laba perusahaan harus melakukan beberapa strategi. Selain itu, Penjualan merupakan sumber penghasilan bagi suatu perusahaan. Dikatakan demikian karena dengan menjalankan kegiatan ini perusahaan akan memperoleh laba

dengan cara memikat konsumen agar menggunakan produk atau jasa yang ada di suatu perusahaan, oleh karena itu maka akan terjadi peningkatan penjualan. Sedangkan menurut Kotler, penjualan merupakan sebuah proses pemenuhan kebutuhan. Dimana kebutuhan konsumen dan penjual dipenuhi, antar pertukaran informasi dan kepentingan.²⁶

Penjualan merupakan suatu kegiatan untuk mengenalkan produk atau jasa yang dimilikinya kepada masyarakat melalui kegiatan promosi. Kegiatan penjualan sendiri dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan langsung (*direct response marketing*).²⁷

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui proses pertukaran.

b. Faktor – Faktor Terjadinya Penjualan

Suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya pasti mempunyai tujuan untuk mendapatkan dan meningkatkan laba dengan semaksimal mungkin. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor agar tujuan yang ingin di capai tersebut dapat terealisasikan. Adapun faktor – faktor yang

²⁶ Fendi Nurcahyono, “Pembangunan Aplikasi Penjualan dan Stok Barang Pada Toko Nuansa Elektronik Pacitan”, Jurnal Speed, Vol 04 No 3 (2012), 16.

²⁷ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), 234.

harus di perhatikan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan penjualan yaitu :

- 1) Modal yang di perlukan
- 2) Kemampuan perencanaan dan membuat produk
- 3) Kemampuan menentukan tingkat harga yang tepat
- 4) Kemampuan dalam memilih penyalur yang tepat
- 5) Kemampuan menggunakan cara – cara dalam melakukan promosi dengan tepat²⁸

c. Teknik Penjualan

Kegiatan penjualan dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa teknik penjualan, yaitu:

- 1) *Telesales/telemarketing*, merupakan teknik penjualan dengan cara menggunakan database nasabah yang sudah ada.
- 2) *Cross Selling*, Merupakan teknik penjualan dengan cara menawarkan lebih dari satu produk yang memiliki manfaat yang berbeda dengan produk sebelumnya untuk memenuhi kebutuhan nasabah, kegiatan penjualan ini dilakukan dengan cara memanfaatkan data nasabah lama.
- 3) *Consultative Selling*, merupakan Teknik penjualan dengan cara melayani nasabah dan menjadi penasihat bisnis bagi nasabah.

²⁸ Mohammad Kanzunudin, “Konsep Penjualan Versus Konsep Pemasaran”, Jurnal Fokus Ekonomi Vol. 4 No. 2 (2009), 3.

- 4) *Canvassing*, merupakan teknik penjualan dengan cara mendatangi langsung tempat usaha, pabrik, atau calon debitur.²⁹

2. *Cross Selling*

a. Pengertian *Cross Selling*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *Cross Selling* (penjualan silang) merupakan cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa kepada nasabah yang sebelumnya sudah pernah menggunakan produk yang ada pada perusahaan tersebut.³⁰ Dalam menjalankan kegiatan penjualan menggunakan metode *Cross Selling* ini perusahaan jasa seperti perbankan akan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan juga diikuti dengan memperkenalkan berbagai macam produk yang ada di perusahaan tersebut kepada nasabah.

Strategi *Cross Selling* merupakan salah satu strategi pemasaran yang memfokuskan pada nasabah. Dalam melakukan *Cross Selling* perusahaan menggunakan *database* transaksi nasabah. Strategi *Cross Selling* digunakan perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk maupun jasa kepada nasabah.³¹

²⁹ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kredit Secara Sehat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 231.

³⁰ Ervin Yulianto, Isharijadi dan Juli Murwani, "Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Transaksi *Cross Selling* Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) TBK", *Forum Ilmiah Pendidikan Akutansi*, Vol. 5 No. 1 (2017), 745.

³¹ Ahmad Sunandar dan Riani Lubis, "Penerapan *Cross Selling* Pada Sistem Customer Relationship Management Penjualan Buku", *Jurnal Komputa*, Vol 7 No 2 (2018), 71.

Cross Selling adalah suatu gagasan yang menjadi populer di akhir abad 20. Ekonom menggambarkan “gagasan sinergis bahwa pembeli dari salah satu layanan perusahaan akan menjadi pelanggan untuk yang lain”. *Cross Selling* merupakan kegiatan menjual produk tambahan dan jasa kepada salah satu pelanggan yang telah sepakat untuk membeli (atau telah membeli).³²

Cross Selling merupakan kegiatan penjualan lebih dari satu produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam menawarkan produknya kepada nasabah. Perusahaan menggunakan data nasabah lama dalam menawarkan produk, produk yang ditawarkan merupakan produk yang memiliki manfaat yang berbeda dengan produk yang dibeli nasabah sebelumnya. Strategi *Cross Selling* juga mempunyai manfaat bagi kedua belah pihak, baik bagi nasabah dan juga perusahaan. Manfaat yang di peroleh oleh nasabah dengan adanya strategi ini yaitu nasabah tidak perlu mencari informasi lagi mengenai lembaga baru, nasabah bisa menggunakan produk yang ada di dalam perusahaan tempat dimana nasabah tersebut membeli produk sebelumnya. Sedangkan manfaat yang di peroleh oleh perusahaan sendiri yaitu, perusahaan dapat menaikkan penjualan tanpa harus mengeluarkan biaya yang cukup banyak karena dalam kegiatan ini perusahaan menggunakan data nasabah lama.

³² Rizal Amegia Saputra, “Penerapan Metode Cross Selling dan Upselling Pada Aplikasi Web E-Commerce”, *Jurnal Swabumi*, Vol 3 No 1 (2015), 52.

b. Proses Terjadinya *Cross Selling*

Cross Selling dapat terjadi dengan menggunakan dua faktor, yaitu:

1) *Cross Selling* atas dasar inisiatif customer/nasabah

Keputusan untuk melakukan *Cross Buying* kepada nasabah dapat terjadi karena adanya kepuasan yang di peroleh oleh nasabah tersebut ketika berhubungan dengan suatu perusahaan, sehingga nasabah mempunyai keinginan untuk menggunakan produk – produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Kepuasan ini sangat berhubungan dengan kualitas pelayanan. Untuk itu agar inisiatif *Cross Buying* pelanggan timbul, perlu adanya pelayanan. Dalam hal ini perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan pelayanan standar, karena nasabah menuntut lebih, bukan suatu hal yang sulit bagi nasabah untuk memutuskan berpindah ke perusahaan lain, yang dapat memberikan nilai lebih dalam pelayanan. Salah satu hal yang dapat memutuskan nasabah untuk melakukan *Cross Buying* yaitu karena adanya keterpaksaan. Keadaan ini disebabkan misalnya karena adanya kebutuhan nasabah terhadap beberapa produk jasa yang ada di perbankan, sedangkan di daerah tersebut hanya ada satu bank. Oleh karena itu, mau tidak mau nasabah akan tetap menggunakan atau memilih produk yang ada di lembaga tersebut.

2) *Cross Selling* atas dasar inisiatif bank

Berdasarkan perkembangan gaya hidup dan pola pikir masyarakat yang semakin maju, membuka peluang bagi perusahaan untuk menciptakan dan menawarkan berbagai macam produk dan layanan yang sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu perusahaan harus jeli mencari berbagai cara atau strategi baru untuk memuaskan pelanggan dengan cara menambahkan manfaat pada produk yang ditawarkan.

Strategi *Cross Selling* merupakan salah satu strategi yang dirancang untuk menarik minat nasabah agar dapat menggunakan lebih dari satu produk ataupun jasa yang ada dalam suatu perusahaan jasa seperti perbankan atau pegadaian.³³

c. Manfaat Strategi *Cross Selling*

Strategi *Cross Selling* mempunyai beberapa manfaat, yaitu :

1) Meningkatkan *revenue* perusahaan

Dampak yang paling bisa dirasakan oleh suatu perusahaan yaitu adanya peningkatan *revenue*. *Cross Selling* merupakan strategi yang potensial, dalam upaya menjual lebih banyak produk kepada pelanggan yang sudah ada. sebuah literatur menyebutkan bahwasannya untuk mendapatkan

³³ Mayla Surveyandini, *Cross Selling & Buying Pemahaman Dalam Dunia Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish. 2016). 29.

nasabah baru membutuhkan biaya yang lebih mahal sepuluh kali lipat dibandingkan dengan mempertahankan nasabah yang sudah lama.

2) Meningkatkan loyalitas nasabah

Setiap produk atau jasa yang di jual kepada nasabah memiliki dampak yang positif, yaitu meningkatkan kepercayaan nasabah kepada suatu perusahaan. Hal ini dapat terjadi selama produk yang mereka beli memiliki kualitas yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan mereka.

3) Meningkatkan *customer awareness* ke suatu perusahaan

Adanya produk yang lebih beragam dalam suatu perusahaan akan membuat nasabah memiliki respon yang lebih terhadap perusahaan dan membuat proses pembelian menjadi lebih nyaman. Dengan menggunakan strategi *Cross Selling* dalam melakukan penjualan produk, dapat membuat nasabah mengetahui dan mengenal produk-produk yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Hal ini dapat memberikan kemudahan kepada nasabah yang sedang mencari suatu produk untuk kebutuhannya dan dapat menghindari terjadinya pembelian kepada perusahaan lain.³⁴

³⁴ Fathoni, "Perancangan Aplikasi Penjualan Pengrajin Sangket Palembang Dengan Penerapan Strategi Cross Selling dan Up Selling Berbasis Online", *Jurnal Sistemasi*, Vol 8 No 1 (2019), 162.

d. Penentu terjadinya *Cross Selling*

Dalam menentukan strategi *Cross Selling* terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan, diantaranya :

- 1) Strategi *Cross Selling* dapat berhasil apabila perusahaan menentukan target pasar. Perusahaan dapat mengelompokkan nasabah (konsumen) dengan ciri-ciri (sifat) yang hampir sama ini merupakan cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menentukan target pasar mereka. Contohnya, suatu perusahaan mempunyai berbagai macam produk seperti tabungan emas dan *rahn* (gadai emas). Untuk menerapkan strategi *Cross Selling*, maka perusahaan dapat mengelompokkan nasabah mana yang menjadi target pasar dari produk tabungan emas dan *rahn* (gadai emas) tersebut.
- 2) Pola pembelian adalah cara lain yang dapat dilakukan perusahaan dalam menjalankan strategi *Cross Selling*, dimana terdapat dua pelanggan membeli produk yang sama. Pelanggan tersebut mempunyai kecenderungan yang sama pula dalam melakukan pembelian produk. Apabila penerapan strategi *Cross Selling* berhasil, maka terdapat keuntungan bagi perusahaan sendiri bahwa pelanggan merupakan ekuitas bagi perusahaan.³⁵

³⁵ Irawan Handi, *Smart Marketing Moves*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), 155-158.

3. Gadai Syariah (*Rahn*)

a. Pengertian Gadai (*Rahn*)

Ar-Rahn menurut bahasa yaitu *tsubut* (tetap) dan *dawam* (kekal). Sedangkan menurut istilah, *ar-Rahn* merupakan harta yang dijadikan jaminan atas utang agar utangnya dapat dilunasi atau dibayarkan apabila peminjam tidak dapat mengembalikannya. *Ar-Rahn* juga dapat diartikan sebagai suatu perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai jaminan utang.³⁶

Rahn yaitu menahan salah satu harta atau barang sebagai pengikat sebuah utang. Barang yang di tahan merupakan harta yang dimiliki oleh peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang dijadikan jaminan merupakan barang yang bernilai ekonomis. Dengan begitu, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat diartikan bahwa *rahn* merupakan semacam gadai atau jaminan utang.³⁷

Pengertian *Ar-Rahn* menurut Syadid Sabiq yaitu menjadikan suatu barang yang mempunyai nilai harta menurut *syara'* sebagai jaminan hutang, sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utang atau mengambil sebagian manfaat dari barang tersebut. Dapat diartikan bahwa, setiap orang yang menghutangkan sesuatu dapat

³⁶ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015), 171.

³⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 128.

meminta jaminan kepada pihak yang berhutang, jaminan yang dimaksud yaitu jaminan yang mempunyai nilai ekonomis baik itu jaminan yang bergerak maupun tidak bergerak.

Selain pengertian gadai di atas ada juga pengertian gadai yang terdapat pada Kitab Undang – Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) yaitu hak yang diperoleh oleh pihak pemberi hutang atas suatu barang yang bergerak, barang bergerak tersebut diserahkan oleh orang yang berhutang atau orang lain yang mempunyai utang kepada orang yang berpiutang untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut. Oleh karena itu, arti gadai (*Rahn*) sendiri dalam bahasa hukum perundang – undangan merupakan suatu barang jaminan atau suatu agunan.³⁸

Berdasarkan beberapa pengertian gadai (*rahn*) yang sudah di jelaskan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa gadai (*rahn*) merupakan suatu akad perjanjian antara pihak yang berhutang dengan pihak yang memberi hutang. Dimana dalam kegiatan ini pihak pemberi hutang menahan barang berharga yang dimiliki oleh pihak yang berhutang sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Jaminan yang dimaksud yaitu jaminan yang mempunyai nilai ekonomis. Apabila pihak yang berhutang tidak dapat membayar hutangnya pada waktu yang sudah di tentukan, maka pihak penahan dapat mengambil seluruh atau sebagian utangnya dari jaminan atau barang gadai tersebut.

³⁸ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015), 173.

b. Landasan Hukum gadai (*Rahn*)

1) Al-Qur'an

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ³⁸

Artinya; “jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang sapa, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang oleh yang berpiutang.”(Q-S Al-Baqarah 283)

2) Hadist

“Aisyah r.a berkata bahwa Rasulullah SAW membeli makanan dari seseorang Yahudi dengan menjaminkan baju besinya sebagai barang jaminan (HR. Al-Bukhari dan Muslim dari Aisyah binti Abu Bakar).³⁹

Dapat dipahami dari hadist di atas bahwa kegiatan bermuamalah dibenarkan juga oleh non muslim dan harus ada jaminan dalam bentuk barang, jaminan diperlukan agar orang yang memberi piutang tidak merasa khawatir.

3) Ijtihad Ulama

Para ulama sepakat bahwa hukum *rahn* dibolehkan, tetapi hal ini tidak diwajibkan karena gadai hanya sebagai jaminan saja apabila kedua pihak tidak saling percaya, apabila kedua belah pihak saling mempercayai maka hendaklah orang

³⁹ Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press,2017), 133.

yang dipercayai menunaikan amanatnya (membayar utang) dengan baik.

Jumhur Ulama menyepakati mengenai kebolehan status hukum gadai yang berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad SAW, yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Jadi secara umum dapat diartikan bahwa *rahn* boleh dilakukan, karena Nabi Muhammad SAW juga pernah melakukan kegiatan tersebut.⁴⁰

4) Fatwa Dewan Syariah Nasional

Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 mengenai gadai emas merupakan salah satu rujukan yang berkaitan dengan gadai emas, adapun fatwa ini menentukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Gadai emas diperbolehkan berdasarkan prinsip *rahn* yaitu dapat dilihat pada Fatwa DSN Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn*.
- b) Ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) ditanggung oleh orang yang menggadaikan barang (*rahin*)
- c) Ongkos yang dimaksud dalam ayat 2 besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan.

⁴⁰ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 140.

- d) Biaya penyimpanan barang (*marhun*) dilakukan dengan berdasarkan akad ijarah.⁴¹

c. Rukun Gadai (*Rahn*)

Dalam menjalankan transaksi gadai (*Rahn*) harus memenuhi empat unsur, yaitu :

- 1) *Rahin* merupakan orang yang memberikan jaminan, orang yang menggadaikan barangnya untuk memperoleh pinjaman.
- 2) *Al-murtahin* merupakan orang yang menerima gadai
- 3) *Al-marhun* merupakan jaminan, jaminan yang di maksud disini berupa barang yang dimiliki oleh pihak peminjam.
- 4) *Al-marhun bih* merupakan utang

Sedangkan menurut sebagian besar ulama rukun rahn yang harus dipenuhi yaitu :

- 1) *Akad ijab dan kabul*, akad dapat dilakukan secara lisan isyarat maupun tulisan. Akad yang dilakukan dengan tulisan bisa berupa surat. Akad rahn tidak sempurna apabila *marhun* atau barang yang dijadikan sebagai jaminan belum di serahkan.
- 2) *Aqid* merupakan orang yang menggadaikan (*rahin*) dan orang yang menerima gadai (*murtahin*). Dalam hal ini terdapat syarat bagi yang berakad adalah ahli tasharuf, merupakan orang yang mampu membelanjakan harta dan orang yang mampu memahami persoalan-persoalan yang berkaitan dengan gadai.

⁴¹ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2018), 366.

- 3) Barang yang dijadikan jaminan (*marhun*), syarat pada barang yang dijadikan jaminan ini yaitu benda tersebut tidak boleh rusak sebelum perjanjian hutang dibayar.⁴²

d. Syarat Gadai (*Rahn*)

Selain memenuhi rukun dalam menjalankan transaksi gadai (*rahn*) terdapat juga syarat yang harus di penuhi, antara lain:

1) Syarat bagi *rahin* dan *murtahin*

Dalam melakukan transaksi gadai (*rahn*) syarat yang harus di penuhi oleh *rahin* dan *murtahin* merupakan orang yang sah dalam melakukan jual – beli, yaitu orang yang berakal dan *mumayyiz*. Orang yang dalam keadaan mabuk, gila, bodoh atau anak kecil yang belum *mumayyiz* tidak boleh melakukan transaksi *rahn*.

2) Syarat Shigat

Ada beberapa ulama yang memberikan pendapat mengenai syarat shigat pada transaksi *rahn*. Pertama, kelompok Hanafiyah mereka berpendapat bahwa shigat tidak dikaitkan dengan syarat tertentu. Akad *rahn* sama dengan akad jual beli yaitu harus memenuhi secara langsung. Kedua, kelompok Syafi'iyah mereka berpendapat bahwa memungkinkan adanya syarat yang dirasa kuat memiliki maslahat bagi orang yang melakukan akad. Terakhir ketiga, kelompok Malikiyah mereka menekankan bahwa syarat

⁴² Muhammad Nafik Hadi Ryandono dan Rofiul Wahyudi, *Manajemen Bank Islam Pendekatan Syraiah dan Praktek*, (Yogyakarta: UAD Press, 2018), 110.

tidak boleh bertentangan dengan tujuan dari akad *rahn*, seperti barang agunan atau jaminan tidak boleh dijual meskipun waktu pembayaran sudah memasuki jatuh tempo.

3) Syarat *Marhun bih*

Syarat *Marhun bih* (utang) sendiri ada tiga, pertama yaitu utang yang tetap dan dapat dimanfaatkan. Kedua, utang harus tetap seperti pada waktu akad. Ketiga, utang harus jelas dan diketahui oleh *rahin* dan *murtahin*.

4) Syarat *Marhun*

Marhun merupakan barang yang dijadikan sebagai jaminan oleh pihak peminjam (*rahin*) untuk memperoleh pinjaman. Para ulama fiqih sepakat bahwa jaminan merupakan barang yang dapat dijual untuk memenuhi hak *murtahin*. Adapun syarat – syarat dari *marhun*, yaitu dapat di perjual belikan, bermanfaat, milik *rahin* bukan milik orang lain, dapat diserahkan, tidak bersatu dengan harta milik orang lain, harta yang tetap dan dapat dipindahkan.⁴³

⁴³ Hasbiyallah, *Fiqih*, (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2008), 56-57.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengamati objek atau responden secara langsung mengenai kegiatan yang mereka lakukan, berinteraksi dengan mereka, dan berusaha untuk menyelami kehidupan mereka dengan cara melakukan interaksi dengan lingkungannya.⁴⁴ Pendekatan ini menggunakan jenis deskriptif yang berupa kata – kata lisan maupun tulisan yang di peroleh dari responden yang sedang diamati. Cara ini digunakan dalam penelitian karena peneliti ingin langsung mengetahui dari pelaku yang berada di dalam tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikan. Adapun yang peneliti ingin bahas dalam penelitian ini yaitu mengenai bagaimana implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) dimasa pandemi (studi kasus Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo).

Jenis penelitian yang digunakan oleh penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan cara melakukan pengamatan langsung di lapangan dalam kegiatan ini peneliti juga mencatat mengenai informasi yang berhubungan dengan penelitian.⁴⁵

⁴⁴ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 5.

⁴⁵ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 4.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan suatu penelitian. Agar mendapatkan hasil yang sesuai dan sempurna dalam suatu penelitian kualitatif, maka peneliti memilih satu lokasi untuk melakukan penelitian.⁴⁶ Lokasi penelitian bertujuan untuk menunjukkan di mana penelitian tersebut dilakukan.

Penelitian tentang Implementasi Strategi *Cross Selling* Pada Produk Gadai Emas (*rahn*) dimasa Pandemi dilaksanakan di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo yang beralamat di Jl Basuki Rahmat, Kelurahan Mimbaan, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo. Alasan peneliti memilih lokasi ini yaitu karena Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo merupakan lembaga yang menyediakan produk gadai emas dan menggunakan strategi *Cross Selling* dalam memasarkan produk gadai emas kepada nasabah.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan suatu kegiatan yang menjelaskan mengenai jenis data dan sumber data. Dalam hal ini, peneliti menguraikan mengenai apa saja yang ingin diperoleh dalam penelitian ini. Peneliti juga menentukan siapa yang akan dijadikan sebagai informan atau subjek penelitian, selain itu peneliti juga menentukan mengenai bagaimana data akan dicari dan dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin.⁴⁷

Dalam penelitian ini subjek penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik *purposive*. Teknik *purposive* merupakan teknik pengambilan sampel

⁴⁶ Rukin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), 74.

⁴⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 46.

data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud yaitu orang yang dirasa mempunyai pengetahuan yang lebih mengenai apa yang kita harapkan.⁴⁸ Adapun yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Kepala Pengelola Unit Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo
2. Kasir Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo
3. Marketing Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo
4. Nasabah gadai emas Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam kegiatan ini peneliti menjelaskan mengenai teknik yang akan digunakan dalam pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian sendiri yaitu untuk mendapatkan data. Peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan, apabila peneliti tidak mengetahui mengetahui teknik pengumpulan data.⁴⁹

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang mengharuskan peneliti untuk terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi, kegiatan ini merupakan bagian dari kegiatan pengumpulan data. Didalam penelitian Kualitatif kegiatan pengumpulan data tidak akan diperoleh dari belakang meja, maka dari itu peneliti harus langsung terjun ke lapangan atau ke suatu lembaga untuk menggali informasi mengenai hal yang ingin diteliti.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 218.

⁴⁹ *Ibid.*, 224.

Observasi terbagi menjadi tiga yaitu, observasi partisipatif, observasi terus terang atau tersamar, dan observasi tak berstruktur. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi terus terang atau tersamar. Kegiatan observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data mengenai implementasi strategi cross selling pada produk gadai emas (rahn) dimasa pandemi pada Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo. Dalam melaksanakan kegiatan pengumpulan data peneliti mengungkapkan secara terus terang kepada narasumber bahwa ia sedang melaksanakan penelitian, dengan begitu maka narasumber mengetahui mengenai aktivitas yang sedang dilakukan oleh peneliti dari awal sampai akhir. Tetapi ada masa dimana peneliti harus melakukan kegiatan observasi dengan tersamar, hal ini dilakukan untuk menghindari apabila suatu data yang dicari merupakan data yang masih di rahasiakan. Apabila kegiatan ini dilakukan dengan cara terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan kegiatan observasi.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga teknik yang digunakan peneliti untuk menggali informasi yang lebih mendalam dari responden. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur.

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik dalam pengumpulan data apabila seorang peneliti telah mengetahui dengan pasti

apa yang akan diperoleh. Sedangkan, wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara bebas di mana dalam melakukan kegiatan wawancara peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan peneliti kepada responden.⁵⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Adapun yang akan dibahas oleh peneliti yaitu:

- a. Sejarah Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo
- b. Implementasi Strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi
- c. Faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi
- d. Solusi apa yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi

Data yang ingin digali dari kegiatan wawancara ini yaitu mengenai implementasi strategi *cross selling* pada produk gadai emas (*rahn*) dimasa pandemi pada Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 137-140.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti melalui dokumen penting yang dapat dipercaya seperti buku harian, catatan, buku agenda kantor, jurnal penelitian, surat-surat resmi dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.⁵¹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk mengetahui mengenai :

- a. Visi dan Misi Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo
- b. Jenis Produk Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo
- c. Struktur organisasi Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang paling penting dalam penyelesaian suatu penelitian ilmiah. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu. Dalam tahap ini data yang diperoleh selama melakukan penelitian baik itu data primer maupun data sekunder diolah sedemikian mungkin sehingga diperoleh suatu kesimpulan. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif.

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh.

⁵¹ Mamik, *Metodelogi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 115.

Menurut Miles dan Huberman, langkah-langkah analisis data ada tiga yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya.

2. Penyajian data

Penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Miles dan Huberman mengatakan, yang paling sering digunakan dalam menyajikan data dalam suatu penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan yang di dapat dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.⁵²

F. Keabsahan Data

Keabsahan data diperlukan dalam suatu penelitian untuk membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kondisi sesungguhnya yang ada di lapangan. Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 247-253.

teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain. Dalam melakukan pemeriksaan data pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber merupakan teknik dengan cara membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Langkah-langkah yang digunakan dalam pemeriksaan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil yang di dapat dari wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁵³

G. Tahap - Tahap penelitian

Bagian ini menguraikan mengenai rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan,

⁵³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 331.

pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.⁵⁴

1. Tahap pra lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap dimana peneliti mempersiapkan apa saja yang harus dilakukan sebelum terjun ke lapangan. Dalam hal ini terdapat 6 tahapan yang harus di lalui oleh peneliti, adapun tahapan – tahapan tersebut yaitu:

a. Penyusunan rancangan penelitian

Dalam tahap penyusunan rancangan penelitian, tahap awal yang dilakukan oleh peneliti yaitu, memikirkan judul apa yang akan di angkat untuk melakukan suatu penelitian, dilanjutkan dengan penyusunan proposal yang berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian kepustakaan, dan metode penelitian yang akan digunakan selama melakukan penelitian. Dalam proses penyusunan proposal peneliti juga melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing.

b. Memilih lapangan penelitian

Lapangan penelitian dibutuhkan oleh peneliti dalam melakukan suatu penelitian. Sebelum melakukan penelitian seorang peneliti memilih tempat penelitian yang sesuai dengan judul yang ingin diteliti.

⁵⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 48.

Adapun dalam penelitian ini, lapangan penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo. Tempat penelitian ini beralamat di Jl Basuki Rahmat, Kelurahan Mimbaan, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo.

c. Mengurus perizinan

izin penelitian dibutuhkan agar proses pelaksanaan penelitian diberi kelancaran. Peneliti meminta surat permohonan penelitian kepada kampus, kemudian menyerahkan surat permohonan penelitian tersebut kepada Kepala Pengelola Unit Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo.

d. Menjajaki dan menilai lapangan

Dalam proses ini peneliti mencoba untuk mengenal segala unsur yang ada dilingkungan objek penelitian baik itu kehidupan sosial dan juga budaya kerja. Kegiatan ini diperlukan agar peneliti dapat mempersiapkan diri, baik mental maupun fisik, dan peneliti juga mempersiapkan apa saja yang diperlukan dalam melaksanakan penelitian.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Dalam proses ini peneliti memilih informan dalam menggali informasi. Informan yang dipilih dalam proses ini yaitu Pegawai dan nasabah Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo diantaranya penaksir, kasir, marketing, dan nasabah gadai emas.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Setelah semua proses selesai peneliti menyiapkan alat dan perlengkapan sebelum terjun ke lapangan, selain itu peneliti juga mempersiapkan fisik dan mental untuk melakukan penelitian.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah peneliti selesai menyiapkan semua peralatan yang dibutuhkan, maka peneliti memulai untuk terjun ke lapangan. Dalam kegiatan ini ada beberapa hal yang perlu di persiapkan, antara lain:

a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri

Pada penelitian ini, objek penelitian yang dipilih oleh peneliti berlokasi di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo. Peneliti harus memahami mengenai latar dari penelitian tersebut. Hal ini dilakukan agar dapat memudahkan peneliti pada saat proses pengumpulan data sehingga kegiatan yang dilakukan menjadi lebih efektif.

b. Memasuki lapangan

Pada saat memasuki lapangan, peneliti harus menjaga hubungan dengan subjek yang diteliti. Hal ini dilakukan agar subjek penelitian dengan sukarela menjawab pertanyaan dan memberikan informasi mengenai hal yang diperlukan oleh peneliti.

3. Tahap analisis data

Analisis data merupakan tahapan paling akhir dalam proses penelitian. Setelah melakukan proses penelitian peneliti melakukan analisa dengan menggunakan prosedur penelitian yang sudah di tetapkan. Hasil penelitian yang sudah dianalisis tersebut disusun dengan pedoman penulisan karya tulis ilmiah yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri Jember.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah

Pegadaian di Indonesia memiliki sejarah yang cukup panjang. Sejarah Pegadaian sendiri dimulai pada saat Pemerintah Penjajahan Belanda (VOC) mendirikan *Bank Van Leening* yaitu lembaga keuangan yang dalam kegiatannya memberikan kredit dengan sistem gadai, lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746. Kemudian pada tanggal 1 april 1901 didirikanlah Pegadaian Negara pertama yang berletak di Sukabumi (Jawa Barat), oleh karena itu tanggal 1 april diperingati sebagai hari ulang tahun Pegadaian.

Dalam perjalanannya Pegadaian sendiri beberapa kali mengalami perubahan status, pada tahun 1905 Pegadaian berbentuk lembaga resmi "JAWATAN". Kemudian pada tahun 1961, bentuk badan hukum berubah yang semula "JAWATAN" menjadi "PN". Perubahan ini berdasarkan dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) No. 19 Tahun 1960 Jo Peraturan Pemerintah (PP) No. 178 Tahun 1961. Kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 Tahun 1969 terjadi perubahan kembali dari "PN" menjadi "PERJAN". Pada tahun 1990 bentuk badan hukum berubah dari "PERJAN" menjadi "PERUM", hal ini berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 10 Tahun 1990 yang kemudian diperbarui dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 103 Tahun

2000. Kemudian pada tanggal 1 april 2012 berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 51 Tahun 2011, bentuk badan hukum Pegadaian berubah kembali yang awalnya “PERUM” menjadi “PERSERO”.

Pegadaian Syariah merupakan salah satu unit bisnis dari PT Pegadaian (PERSERO). Pada bulan januari tahun 2003 dibentuklah Pegadaian Syariah pertama yang pada awalnya bernama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS). Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika pada bulan januari tahun 2003. Kemudian pada tahun yang sama dari bulan januari sampai september 2003 di susul dengan pendirian (ULGS) di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta. Di tahun 2003 4 Kantor Cabang Pegadaian di Aceh juga dikonversi menjadi Pegadaian Syariah.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya Pegadaian Syariah mengacu pada sistem administrasi modern, yaitu asas rasionalitas, eektivitas, dan efisientitas yang diselaraskan dengan nilai islam. Pegadaian Syariah memiliki tugas yaitu untuk menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dana berdasarkan dengan hukum gadai syariah. Hingga pada bulan April tahun 2018 berdirilah Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo yang berlokasi di Jl. Basuki Rahmat Kelurahan Mimbaan Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo. Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo merupakan salah satu Unit Pelayanan Syariah yang dimiliki oleh cabang Pegadaian Syariah Ahmad Yani

Jember. Pada awalnya cabang Pegadaian Syariah Ahmad Yani Jember memiliki 2 Unit Pelayanan Syariah (UPS), yaitu Unit Pelayanan Syariah Karimata dan Unit Pelayanan Syariah Pasar Tanjung. Kemudian ada kebijakan bahwasannya dalam satu kota hanya satu Unit Syariah maka terjadilah relokasi. Dimana Unit Pelayanan Syariah Pasar Tanjung yang beralamat di Kabupaten Jember direlokasikan ke Kabupaten Bondowoso dan Unit Pelayanan Syariah Karimata yang beralamat di Jl Karimata Jember di relokasikan ke Kabupaten Situbodo yang kemudian bernama Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo.⁵⁵

2. Visi & Misi Pegadaian Syariah

a. Visi Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Visi Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbodo yaitu sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *Market Leader* dan mikro berbasis fidusial selalu menjadi yang terbaik untuk menyambut masyarakat menengah ke bawah.

b. Misi Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian

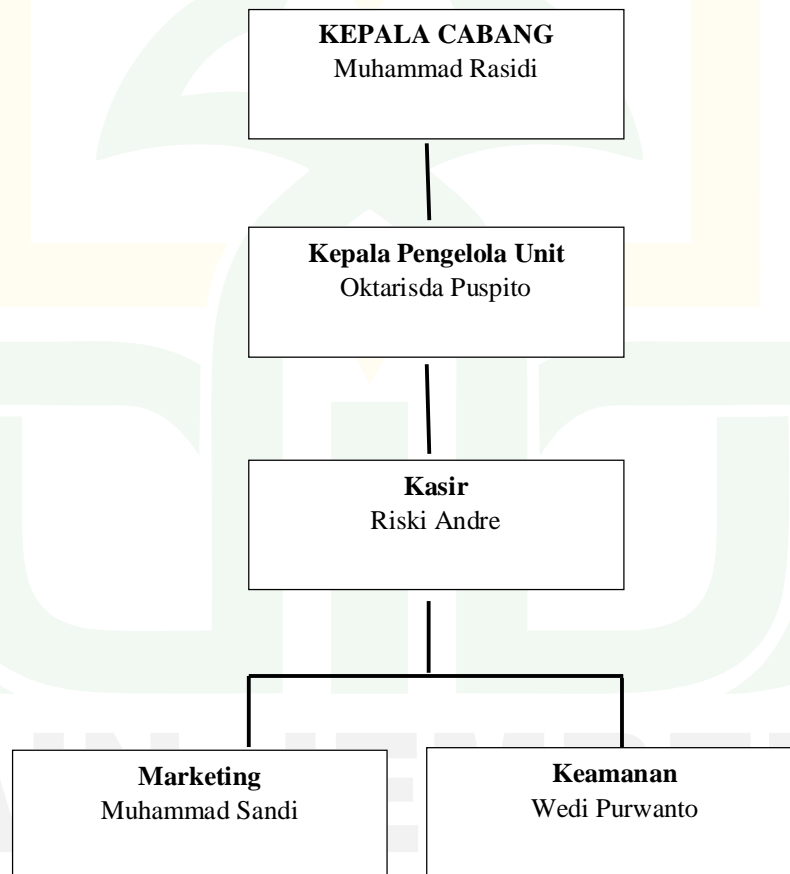
⁵⁵ Dokumen Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Panji Situbondo, 16 Januari 2021.

dakam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

- 3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

3. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Ups Karimata Situbondo



Sumber : Dokumen Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

4. Produk Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo mempunyai beberapa produk, yaitu :

1) Pegadaian Kredit Cepat dan Aman (KCA)

Pegadaian KCA merupakan solusi tepat bagi masyarakat untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Agunan pada produk ini berupa emas batangan, perhiasan emas, sepeda motor, mobil, handphone, laptop dan barang elektronik lainnya.

2) Kredit Gadai Sistem Angsuran (Krasida)

Krasida merupakan kredit angsuran bulanan untuk keperluan konsumtif dan produktif dengan jaminan emas dan kendaraan bermotor solusi tepat mendapatkan fasilitas kredit dengan cara cepat, mudah dan murah.

3) Kredit Mikro Pegadaian (Kreasi)

Kreasi merupakan kredit dengan angsuran bulanan untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor atau BPHTB.

4) Mulia

Mulia Tunai merupakan pilihan layanan investasi emas batangan secara tunai di outlet Pegadaian dan Galeri 24 Pegadaian dengan cara tepat dan emas langsung diterima oleh pembeli.

5) Rahn

Produk Rahn merupakan solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai dengan prinsip syariah. Prosesnya cepat dan aman penyimpanannya. Barang yang dijadikan jaminan pada produk ini berupa emas batangan, emas perhiasan, laptop, handphone, barang elektronik, sepeda motor, mobil ataupun barang bergerak lainnya.

6) Arrum

Arrum merupakan pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor atau BPHTB.

7) Amanah

Amanah merupakan produk pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor kepada karyawan tetap yang sesuai dengan prinsip syariah.

8) Tabungan Emas

Tabungan emas merupakan produk yang disediakan oleh Pegadaian Syariah yang memberikan layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan.

9) Pegadaian Rahn Hasan

Pegadaian rahn hasan merupakan pemberian dana dengan akad gadai atau rahn mulai dari Rp 50.000 sampai dengan Rp 500.000 tanpa biaya pemeliharaan (mu'nah pemeliharaan).

10) *Remittance*

Remittance merupakan layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam maupun luar negeri dengan biaya kompetitif yang bekerjasama dengan beberapa remiten berskala internasional.

Remittance merupakan solusi terpercaya bagi masyarakat untuk kirim dan terima uang kapanpun dan dimanapun secara instan, cepat dan aman.

11) G LAB

G LAB merupakan laboratorium untuk melakukan pengujian tentang keaslian dan jenis batu permata serta sertifikasi yang berguna untuk kepentingan investasi dan kepastian jual beli batu permata.

12) Multi Pembayaran Online (MPO)

MPO merupakan layanan layanan pembayaran berbagai macam tagihan bulanan seperti Listrik, Telepon, Pembelian pulsa, PDAM, Pembelian tiket KAI dan lain sebagainya secara online di outlet Pegadaian di seluruh Indonesia.

13) *Safe Deposit Box* (SDB)

Pegadaian *Safe Deposit Box* (SDB) merupakan jasa penyewaan kotak penyimpanan barang atau surat-surat berharga yang dirancang secara khusus.

14) Pegadaian *Mobile*

Pegadaian *Mobile* merupakan salah satu aplikasi smartphone untuk melakukan berbagai macam transaksi pembayaran sehingga transaksi jadi lebih praktis.

15) *Virtual Account*

Pegadaian *Virtual Account* merupakan jasa layanan untuk melakukan pembayaran cicilan Pegadaian dengan menggunakan seluruh fasilitas Perbankan yang ada di Indonesia.⁵⁶

5. Letak Geografis Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Penelitian ini dilakukan di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo yang beralamat di : JL Basuki Rahmat, Kelurahan Mimbaan, Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo. Kode pos 68322.

Adapun batas-batas letak Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo adalah:

- a. Sebelah utara : Kantor PT Telkom Situbondo
- b. Sebelah selatan : Pemukiman warga
- c. Sebelah Timur : Bank Syariah Indonesia (BSI)
- d. Sebelah Barat : Bismar Ponsel Situbondo

6. Legalitas Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

PT. Pegadaian (Persero) dalam menjalankan usaha pegadaian berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Adapun izin

⁵⁶ Dokumen Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Panji Situbondo, 16 Januari 2021.

usaha pegadaian yaitu Nomor : KEP-91/D.05/2016 Tanggal : 14
November 2016.⁵⁷

7. Mekanisme Operasional Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Tabel 4.1
Jam operasional atau jam pelayanan untuk nasabah
di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Hari	Jam
Senin – Jum'at (Kecuali Tanggal Merah)	08.00 – 15.00 WIB
Sabtu	08.00 – 12.00 WIB

Sumber : Dokumen Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

B. Penyajian Data dan Analisis

Setelah peneliti mengetahui mengenai latar belakang objek, langkah selanjutnya yaitu menyajikan data yang peneliti peroleh dari lapangan, adapun data yang diperoleh peneliti berasal dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi akan dijelaskan menggunakan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif yaitu peneliti menggambarkan data-data yang ada tanpa menggunakan hipotesis untuk meneliti mengenai Implementasi Strategi *Cross Selling* Pada Produk Gadai Emas (*Rahn*) dimasa Pandemi (studi kasus Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo).

Adapun data yang dipaparkan berfokus pada beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

⁵⁷ Dokumen Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Panji Situbondo, 16 Januari 2021.

1. Implementasi strategi *cross selling* pada produk gadai emas (*rahn*)

Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Di era globalisasi seperti sekarang ini, tidak sedikit perusahaan yang juga menyediakan atau akan melakukan usaha gadai sehingga menyebabkan persaingan semakin terbuka. Oleh karena itu Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo melakukan upaya untuk menarik minat nasabah agar lebih memilih untuk menggunakan produk yang ada di Pegadaian Syariah Situbondo.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Oktarisa Puspito selaku kepala pengelola unit di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo diketahui bahwa:

“upaya yang digunakan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo untuk menarik minat nasabah agar memilih menggunakan produk yang ada di Pegadaian Syariah sendiri yaitu pertama melakukan kegiatan promosi melalui iklan, baik melalui televisi, radio atau surat kabar. Selain itu, kami juga memberikan berbagai macam promo-promo menarik. Promo yang kami berikan kepada nasabah dimasa pandemi ini misalnya, nasabah gadai yang mempunyai pinjaman minimal Rp 15.000.000 mendapatkan hadiah berupa minyak goreng. Selain itu dimasa pandemi ini kami juga memberikan promo kepada nasabah khusus pinjaman dibawah Rp 1.000.000 kita memberikan relaksasi gratis tanpa mu'nah, promo ini hanya berlaku untuk satu Kartu Tanda Penduduk (KTP), satu Kartu Keluarga (KK), dan satu kartu pinjaman.”⁵⁸

Selain beriklan dan memberikan Promo-promo kepada nasabah, Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Panji Situbondo juga melakukan beberapa upaya untuk menarik minat nasabah menggunakan produk gadai emas (*rahn*). Upaya yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata

⁵⁸ Oktarisa Puspito, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 09 Maret 2021.

Situbondo untuk mengenalkan dan menawarkan produk-produknya kepada nasabah yaitu dengan menggunakan strategi *Cross Selling*. *Cross Selling* merupakan kegiatan mengenalkan dan menawarkan produk atau layanan kepada nasabah, kegiatan ini bertujuan agar nasabah bersedia untuk menggunakan lebih dari satu produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan.

Strategi *Cross Selling* digunakan oleh Pegadaian Syariah karena lebih efektif dan efisien. Selain itu, dengan menggunakan strategi *Cross Selling* Pegadaian Syariah dapat menghemat waktu dan tidak memerlukan biaya dalam menawarkan produk ini. Dalam kegiatannya *Cross Selling* kepada nasabah pihak pegadaian menawarkan langsung kepada nasabah sehingga dapat memudahkan pihak pegadaian dalam mengidentifikasi produk apa yang sedang dibutuhkan oleh nasabah tersebut.

Sesuai dengan uraian diatas, bapak Muhammad Sandi selaku Marketing Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo berpendapat bahwa :

“alasan menggunakan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas karena strategi *Cross Selling* dirasa cukup tepat sasaran dan lebih cepat untuk mencapai target. Hal ini dikarenakan pihak pegadaian bisa menawarkan dan mengenalkan produk lain secara langsung kepada nasabah yang sedang melakukan transaksi di Pegadaian Syariah, pihak pegadaian juga bisa mengidentifikasi produk apa yang sedang dibutuhkan oleh nasabah. Selain menggunakan strategi *Cross Selling* untuk menarik minat nasabah Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Panji Situbondo juga memberikan pelayanan prima kepada nasabah agar nasabah bisa lebih loyal dan lebih percaya lagi untuk menggunakan produk-produk Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo.”⁵⁹

⁵⁹ Muhammad Sandi, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 12 Maret 2021.

Hal tersebut juga disampaikan oleh bapak Oktarisa Puspito selaku kepala pengelola unit di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo diketahui bahwa :

“alasan menggunakan strategi *Cross Selling* kita dapat menghemat waktu dan biaya karena kita menawarkan langsung kepada nasabah. Selain itu alasan dalam memilih strategi *Cross Selling* yaitu agar nasabah menjadi lebih loyal. Apabila nasabah hanya menggunakan satu produk yang ada di Pegadaian Syariah misal produk gadai, ketika barang tersebut sudah di tebus maka nasabah sudah tidak ada ikatan lagi dengan Pegadaian Syariah. Maka dari itu Pegadaian mencoba untuk menawarkan kembali produk-produk yang lain. Contohnya, apabila ada nasabah tim mikro dimana yang dijadikan jaminan disini adalah BPKB dengan sistem pembayaran angsuran. Apabila ada nasabah yang sedang membayar angsuran di Pegadaian Syariah, kita selalu menawarkan produk gadai emas. Produk ini ditawarkan kepada nasabah yang membutuhkan dana cepat tanpa survei dengan menggunakan jaminan perhiasan, kegiatan menawarkan ini diharapkan dapat menarik minat dan kepercayaan nasabah untuk menggunakan produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah, sehingga nasabah mempunyai lebih dari satu produk di Pegadaian Syariah. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa penggunaan strategi *Cross Selling* berpengaruh untuk menarik minat nasabah menggunakan produk Pegadaian Syariah.”⁶⁰

Berikut ini jumlah omset produk gadai emas (rahn) di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo :

Tabel 4.2
Rekap omset kegiatan gadai emas Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Uang Pinjaman
2018	3.684.690.000
2019	3.135.160.000
2020	8.130.600.000

Sumber : Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

⁶⁰ Oktarisa Puspito, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 09 Maret 2021.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2018 omset produk gadai emas yaitu sebesar 3.684.690.000, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2019 menjadi 3.135.160.000 hal ini karena adanya relokasi wilayah yang awalnya beralamat di Jl. Karimata Jember kemudian pindah dan bertempat di Jl. Basuki Rahmat Situbondo. Sehingga banyak nasabah Pegadaian Syariah UPS Karimata yang berdomisili di Jember menebus barangnya. Di masa pandemi Covid-19, tahun 2020 produk gadai emas di Pegadaian UPS Karimata Situbondo mengalami peningkatan yang cukup signifikan menjadi 8.130.600.000. Pihak Pegadaian akan terus berupaya untuk melakukan kegiatan promosi dengan cara mengenalkan produk-produk mereka kepada Masyarakat.

Adanya pandemi Covid-19 di Indonesia menyebabkan pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan *physical distancing* yang bertujuan untuk mencegah penyebaran virus corona. Adanya kebijakan untuk menjaga jarak dan mengurangi kontak fisik secara langsung ini membuat pihak pegadaian mencari cara lain agar pihak pegadaian tetap dapat mengenalkan dan menawarkan produk gadai emas kepada masyarakat/nasabah ditengah pandemi. Adapun cara yang ditempuh oleh pihak pegadaian syariah dalam mengenalkan dan menawarkan produk gadai emas kepada nasabah yaitu dengan memanfaatkan teknologi seperti telepon dan juga media sosial.

Sesuai dengan uraian diatas bapak Riski Andre selaku kasir Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo menjelaskan mengenai

Implementasi Strategi Cross Selling pada produk gadai emas dimasa pandemi:

“penerapan strategi *Cross Selling* dimasa pandemi dan sebelum masa pandemi pada produk gadai emas sama saja, jadi apabila ada nasabah datang ke pegadaian untuk perpanjangan gadai, membayar angsuran atau melakukan transaksi tabungan emas kita langsung menawarkan produk gadai emas. Strategi *Cross Selling* bukan hanya dilakukan di kantor saja, saya juga melakukan *Cross Selling* diluar kantor. Seperti menawarkan produk dengan memberikan brosur produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah kepada driver grab, apabila mereka butuh pinjaman dana dengan proses cepat dan mudah bisa melakukan pinjaman di Pegadaian Syariah baik itu gadai emas (*rahn*) ataupun yang lain. Selain itu dimasa pandemi pihak pegadaian dalam menawarkan produknya juga dilakukan secara online melalui media sosial, seperti di Whatsapp dan juga Instagram.”⁶¹

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan bapak Oktarida Puspito selaku kepala pengelola unit, mengatakan bahwa:

“dimasa pandemi ini kegiatan *Cross Selling* yang kami lakukan yaitu melalui media sosial, jadi kegiatan *Cross Selling* tidak harus dilakukan dengan cara tatap muka langsung dengan nasabah. Kegiatan *Cross Selling* melalui telepon ini dilakukan pada saat pihak pegadaian memberikan informasi kepada nasabah mengenai tanggal jatuh tempo, lalu kemudian pihak pegadaian syariah akan menawarkan produk gadai emas beserta keunggulan-keunggulan produk gadai emas seperti, barang jaminan di asuransikan, prosesnya cepat dan mudah, dan juga dalam kegiatannya gadai emas di Pegadaian Syariah sesuai dengan prinsip syariah islam. Sebelum adanya pandemi covid-19 pegadaian memberikan informasi kepada nasabah mengenai tanggal jatuh tempo hanya melalui SMS, tetapi pada saat pandemi kita diwajibkan untuk menelfon nasabah sekaligus menawarkan produk gadai emas. Apakah nasabah tersebut berminat untuk menggunakan produk gadai emas ataupun produk kami yang lain. Dalam penerapannya juga strategi *Cross Selling* yang digunakan oleh Pegadaian Syariah sudah sesuai dengan aspek keislaman, karena pada saat menawarkan produk pihak pegadaian melakukan dengan jujur dan tidak menggunakan cara batil seperti tipu ataupun bohong. Selain

⁶¹ Riski Andre, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 12 Maret 2021.

itu produk-produk yang kami tawarkan juga sudah sesuai dengan syariah Islam.”

Hal serupa juga diungkapkan oleh ibu Ani Saitus selaku nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo :

“Saya sendiri menggadaikan emas di Pegadaian Syariah karena di tawarkan langsung sama pegawai pegadaian mbak, awalnya saya merupakan nasabah gadai BPKB. Pada saat saya membayar angsuran, bapaknya menawarkan produk gadai emas. Saya memilih menggadaikan emas di Pegadaian Syariah sini karena prosesnya cepat, antriannya sedikit dari pada di pegadaian konvensional. Untuk jatuh temponya ya mbak, biasanya pihak pegadaian syariah menelfon saya mbak saat memberitahukan mengenai tanggal jatuh tempo, ditelfon pihak pegadaian juga menawarkan produk gadai emas atau produk lain kepada saya.”⁶²

Hal serupa juga diungkapkan oleh ibu Uswatun Hasanah selaku nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo :

“saya memilih untuk menggunakan produk gadai emas disini karena prosesnya lebih enak, pencairannya cepet dan antriannya tidak banyak mbak. Saya termasuk nasabah lama di pegadaian syariah sini mbak, kalau dulu biasanya pihak pegadaian menghubungi saya hanya lewat SMS pada saat memberitahukan mengenai tanggal jatuh tempo. Tapi semenjak akhir-akhir ini pihak pegadaian memberitahukan mengenai tanggal jatuh tempo melalui telepon, dan biasanya pihak pegadaian juga menawarkan beberapa produknya lewat telfon itu mbak”⁶³

Begitupun dengan keterangan ibu Ririn selaku nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo :

“Saya menggadaikan emas di Pegadaian Syariah sini karena proses pencairannya cepet mbak, pelayanannya juga baik, pegawainya ramah mbak, kita juga bisa menghubungi lewat whatsapp dan karena disini juga sudah sesuai dengan prinsip syariah ya mbak kalau menurut saya. Kalau untuk jatuh temponya, iya biasanya kalau sudah jatuh tempo pihak Pegadaian Syariah nelfon mbak

⁶² Ibu Ani Saitus, Wawancara, Nasabah gadai emas Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 16 Maret 2021.

⁶³ Ibu Uswatun Hasanah, Wawancara, Nasabah gadai emas Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 16 Maret 2021.

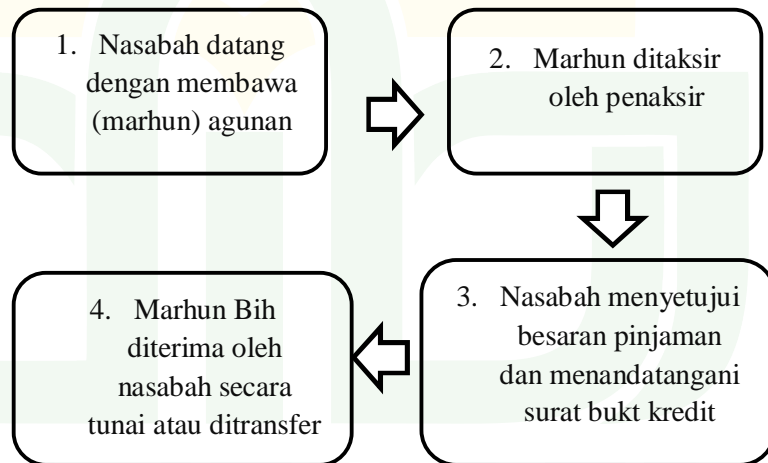
memberitahukan mengenai tanggal jatuh tempo dan juga nawarin produk gadai emas lagi mbak”⁶⁴

Gadai emas sendiri merupakan salah satu produk pembiayaan yang ada di Pegadaian Syariah. Akad yang digunakan oleh produk gadai emas ini yaitu akad rahn dimana emas yang dimiliki oleh nasabah dijadikan sebagai jaminan utang, emas yang dijadikan jaminan tersebut dapat dijadikan sebagai pembayar utang apabila nasabah yang berhutang tidak dapat membayar hutangnya.

Adapun mekanisme gadai emas di Pegadaian Syariah UPS.

Karimata Situbondo :

Gambar 4.2
Mekanisme gadai emas di Pegadaian Syariah UPS.
Karimata Situbondo



Sumber : Brosur Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Hal ini sesuai dengan yang diutarakan oleh bapak Oktarida

Puspito, bahwa :

⁶⁴ Ibu Ririn, Wawancara, Nasabah gadai emas Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 23 Maret 2021.

“gadai emas di Pegadaian Syariah menggunakan akad rahn. Gadai emas di Pegadaian Syariah merupakan solusi bagi nasabah yang ingin memperoleh pinjaman dengan proses yang cepat, mudah dan aman. Nasabah hanya perlu membawa jaminan berupa emas atau perhiasan sebagai jaminan. Apabila emas atau perhiasan yang dijadikan sebagai jaminan tersebut memenuhi syarat, nasabah akan memperoleh uang sesuai dengan nilai taksir barang jaminan. Syarat untuk melakukan gadai emas yaitu nasabah harus datang sendiri ke Pegadaian Syariah dan nasabah harus cukup umur.”⁶⁵

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara dengan informan, diketahui bahwa implemementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) dimasa pandemi dilakukan sama seperti sebelum adanya pandemi yaitu dengan cara tatap muka, jadi apabila ada nasabah yang sedang melakukan transaksi di Pegadaian Syariah maka pihak pegadaian menawarkan produk gadai emas kepada nasabah. Ditambah pada saat ini Pegadaian Syariah juga sudah mempunyai produk tabungan emas, dimana tabungan tersebut nantinya akan menjadi saldo gram yang nantinya saldo gram tersebut bisa di gadaikan apabila nasabah membutuhkan dana. Selain dengan tatap muka pihak Pegadaian Syariah juga lebih aktif menawarkan produk gadai emas dan produk-produk lainnya melalui media sosial, baik melalui telpon, whatsapp, ataupun instagram. Selain itu dalam penerapannya strategi *Cross Selling* yang dilakukan oleh pihak pegadaian bukan hanya dilakukan di kantor saja tetapi juga di luar kantor pihak pegadaian langsung mendatangi nasabah dengan cara *door to door* dalam menawarkan produk-produk kepada masyarakat.

⁶⁵ Oktarisa Puspito, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 09 Maret 2021.

Sedangkan sebelum masa pandemi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas dilakukan dengan cara langsung melalui tatap muka setiap kali ada nasabah yang sedang melakukan transaksi di Pegadaian Syariah.

2. Faktor penghambat dan faktor pendukung pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi.

- a. Faktor Penghambat pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi.

Strategi pemasaran mempunyai peran yang cukup penting dalam sebuah perusahaan yang bertujuan untuk menunjang berhasilnya suatu kegiatan pemasaran. Dalam kegiatan pemasaran tidak selalu berjalan dengan lancar, pasti terdapat beberapa hambatan yang terjadi. Hambatan yang ada dalam kegiatan pemasaran yaitu persaingan yang ketat antar perusahaan.

Pada saat memasarkan produk gadai emas (*rahn*), pihak Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo menggunakan strategi *Cross Selling* untuk menarik minat masyarakat agar memilih untuk menggadaikan emas atau perhiasan mereka di Pegadaian Syariah. Selain itu, pegadaian syariah juga menjelaskan mengenai apa saja keuntungan yang ditawarkan produk gadai emas kepada masyarakat. Keuntungan-keuntungan yang diberikan oleh produk gadai emas di

Pegadaian Syariah Situbondo kepada masyarakat yaitu, prosesnya cepat dan mudah, barang jaminan di asuransikan, dan juga dalam kegiatannya gadai emas di Pegadaian Syariah sesuai dengan prinsip syariah islam. Tetapi dalam kegiatannya terdapat beberapa hambatan dalam penerapan strategi *Cross Selling* yang dijalankan oleh Pegadaian Syariah Situbondo, seperti nasabah sudah menggunakan produk lain di luar Pegadaian Syariah. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan nasabah mengenai produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah, banyak nasabah yang mengira bahwa Pegadaian Syariah hanya tempat untuk menggadaikan barang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Oktarisda Puspito selaku kepala pengelola unit di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, mengatakan bahwa:

“hambatan yang terjadi pada saat memasarkan produk yaitu persaingan antar perusahaan yang juga menyediakan produk gadai, baik itu Pegadaian konvensional maupun lembaga perbankan. Selain itu, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk Pegadaian Syariah, sehingga pihak pegadaian harus menjelaskan secara runtut kepada masyarakat mengenai produk-produk yang ada di Pegadaian syariah.”⁶⁶

Hambatan yang terjadi dalam kegiatan pemasaran di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo bukan hanya karena adanya persaingan yang ketat antar perusahaan penyedia usaha gadai, tetapi juga karna adanya Pandemi Covid-19 di Indonesia. Adanya pandemi Covid-19 ini merupakan hambatan utama

⁶⁶ Oktarisda Puspito, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 09 Maret 2021.

Pegadaian Syariah pada saat ini dalam melakukan penawaran dengan menggunakan strategi *Cross Selling*, pada saat pandemi kegiatan interaksi secara tatap muka dengan nasabah dibatasi sehingga kegiatan *Cross Selling* di Pegadaian Syariah dilakukan melalui telfon. Adanya pandemi covid-19 membuat pegadaian mencari cara lain untuk menawarkan dan mengenalkan produk-produk mereka ke masyarakat, adapun cara yang dipilih pegadaian syariah yaitu dengan cara melakukan penawaran melalui media elektronik seperti telefon dan juga media sosial baik whatsapp ataupun instagram. Selain itu, pegadaian juga melakukan *door to door* dalam menawarkan produk-produk mereka kepada masyarakat.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dipaparkan oleh bapak Riski Andre selaku kasir Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, bahwa:

“hambatan yang terjadi dalam penerapan strategi *Cross Selling* dalam mengenalkan produk kepada masyarakat saat ini yaitu karena adanya pandemi sehingga lebih susah dalam kegiatan pemasaran dan juga jangkauannya kurang luas karena dimasa pandemi ini transaksi secara tatap muka dengan nasabah juga dikurangi. Selain itu, Masyarakat juga belum terlalu mengenal mengenai produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah. Sebenarnya tidak ada hambatan yang cukup serius dalam penerapan strategi *Cross Selling* di Pegadaian Syariah Situbondo, hambatan utamanya yaitu karena adanya pandemi.”⁶⁷

⁶⁷ Riski Andre, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 12 Maret 2021.

- b. Faktor Pendukung pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi.

Dalam menghadapi faktor terhambat tersebut perusahaan pasti juga memiliki beberapa faktor pendukung yang merupakan solusi bagi perusahaan agar suatu strategi pemasaran tetap dapat berjalan dan kegiatan penjualan tetap mengalami peningkatan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Riski Andre selaku kasir Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo diketahui bahwa:

“faktor pendukung pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah Situbondo yang pertama, Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah memahami mengenai produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah. selain itu, SDM cukup paham mengenai prinsip yang digunakan oleh Pegadaian Syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya agar masyarakat merasa yakin dan tertarik untuk menggunakan produk di Pegadaian Syariah dari pada di Pegadaian Konvensional atau lembaga lainnya. Yang kedua, mampu meyakinkan nasabah agar nasabah bersedia untuk menggunakan lebih dari satu produk yang ada di Pegadaian Syariah. Kemudian kita juga harus berusaha mempertahankan nasabah agar nasabah tidak lari ke lembaga yang lain. Jadi dapat diartikan faktor pendukung dari pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah sendiri yang utama yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki kompeten”⁶⁸

Selain itu berdasarkan wawancara dengan bapak Muhammad Sandi selaku Marketing Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, menyebutkan bahwa:

⁶⁸ Riski Andre, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 12 Maret 2021.

“faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di Pegadaian Syariah Situbondo tanggap mengenai produk apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat. Jadi sebelum menawarkan suatu produk kepada masyarakat kita harus mengetahui terlebih dahulu profesi masyarakat tersebut agar dapat memudahkan kita untuk mengidentifikasi produk apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat tersebut.”⁶⁹

3. Solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi.

Solusi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi ada beberapa cara, melakukan promosi menggunakan media elektronik seperti telepon dan media sosial seperti Whatsapp dan Instagram, lebih aktif lagi mengenalkan produk-produk Pegadaian Syariah kepada masyarakat baik itu di dalam kantor maupun di luar kantor dengan cara *door to door*, memberikan pelayanan prima kepada nasabah,.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Muhammad Sandi selaku Marketing Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo diketahui bahwa :

“solusi yang kita lakukan untuk menghadapi faktor penghambat dalam implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) yaitu dengan cara Pihak pegadaian juga harus lebih aktif berkunjung *door to door* ke masyarakat untuk menawarkan produk-produk Pegadaian. Selain itu, upaya yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah untuk menghadapi persaingan yaitu yang

⁶⁹ Muhammad Sandi, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 12 Maret 2021.

pertama lebih aktif lagi dalam mengenalkan produk-produk Pegadaian Syariah kepada masyarakat. Kedua, memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan yang terakhir pihak pegadaian harus lebih eksis dalam literasi ke kelompok-kelompok masyarakat.”⁷⁰

Selain itu solusi yang dilakukan pihak Marketing, Penaksir, dan juga Kasir Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat yaitu dengan melakukan promosi produk gadai emas dengan cara *door to door*. Kegiatan *door to door* dipilih karena pihak Pegadaian Syariah bisa dengan mudah dalam menjelaskan mengenai produk dan keunggulan dari produk gadai emas kepada masyarakat.

Hal serupa juga dikatakan oleh bapak Riski Andre selaku kasir

Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo diketahui bahwa:

“yang menjadi faktor penghambat dalam implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah yaitu karena adanya Pandemi Covid-19 dan juga persaingan antar lembaga penyedia usaha gadai, untuk menghadapi faktor penghambat tersebut maka pegadaian harus lebih aktif lagi mengenalkan produk-produk Pegadaian Syariah terutama produk gadai emas kepada masyarakat melalui telepon, media sosial, maupun *door to door* secara langsung kerumah masyarakat. Dimasa pandemi ini dapat dikatakan perekonomian masyarakat mengalami penurunan sehingga masyarakat memilih untuk menggadaikan barang-barang mereka, maka dari itu dimasa pandemi ini pegadaian harus lebih aktif lagi dalam menawarkan produk-produk kepada masyarakat agar masyarakat lebih memilih untuk menggadaikan barang mereka ke Pegadaian Syariah baik itu gadai emas, gadai barang maupun gadai BPKB. Dimasa pandemi sebagai salah satu langkah Pegadaian menyediakan aplikasi Pegadaian Syariah digital, jadi apabila ada masyarakat yang ingin melakukan gadai emas melalui Pegadaian Syariah digital maka akan mendapatkan minyak 1 Liter. Sedangkan upaya yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah untuk menghadapi pesaing yaitu, dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah.”⁷¹

⁷⁰ Muhammad Sandi, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 12 Maret 2021.

⁷¹ Riski Andre, Wawancara, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 12 Maret 2021.

Hal serupa juga dikatakan oleh ibu Ririn selaku nasabah produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo :

“rumah saya di barat Pegadaian Syariah mbak, saya juga punya warung. Biasanya orang Pegadaian makan disini, terus saya ditawarkan produk-produk Pegadaian Syariah.”⁷²

Begitupun dengan keterangan ibu Uswatun Hasanah selaku nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo :

“saya menggadaikan emas di Pegadaian Syariah awalnya karena tetangga saya kerja disini mbak, kebetulan bagian pemasaran. Jadi saya ditawarkan produk gadai emas di sini.”⁷³

Dapat disimpulkan bahwa dalam mempromosikan dan mengenalkan produk gadai emas kepada nasabah, pihak Pegadaian Syariah memanfaatkan media elektronik dan juga media sosial, mengenalkan produk Pegadaian Syariah dengan cara melakukan *door to door* secara langsung, baik ke perusahaan maupun langsung kerumah, dan terakhir yaitu memberikan pelayanan prima kepada nasabah.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan dengan judul implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi (Studi kasus Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo) perlu kiranya diadakan pembahasan temuan yang mana hasil dari

⁷² Ibu Ririn, Wawancara, Nasabah gadai emas Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 23 Maret 2021.

⁷³ Ibu Uswatun Hasanah, Wawancara, Nasabah gadai emas Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, 16 Maret 2021.

analisis data akan dikaji dengan teori yang ada untuk mengetahui keterkaitan antar keduanya.⁷⁴

1. Implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*)

Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pegawai Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dan nasabah gadai emas. Terdiri dari Pengelola Unit, Kasir, dan Marketing, dan nasabah gadai emas, maka peneliti dapat mendeskripsikan bahwa Implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi dilaksanakan sama seperti sebelum masa pandemi yaitu dengan cara tatap muka. selain itu, dimasa pandemi pihak pegadaian juga lebih aktif lagi mengenalkan dan menawarkan produk gadai emas ataupun produk lainnya kepada nasabah melalui media elektronik seperti telepon ataupun media sosial.

Cross Selling merupakan salah satu strategi penjualan produk ataupun jasa yang dirancang untuk menarik minat nasabah agar dapat menggunakan lebih dari satu produk yang ada dalam perusahaan.⁷⁵ Jadi dapat diartikan bahwa strategi *Cross Selling* merupakan cara yang ditempuh oleh perusahaan dalam mengenalkan dan menawarkan produk atau jasa yang ada di perusahaan kepada nasabah, hal ini bertujuan agar nasabah bersedia untuk menggunakan lebih dari satu produk ataupun jasa di perusahaan tersebut. Sesuai dengan teori yang ada di buku Mayla

⁷⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 77.

⁷⁵ Mayla Surveyandini, *Cross Selling & Buying Pemahaman Dalam Dunia Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish. 2016). 29.

Surveyandini, strategi *Cross Selling* digunakan oleh Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo untuk mengenalkan, menawarkan dan menarik minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas (*rahn*). Dalam implementasinya, dimasa pandemi pihak Pegadaian melakukan *Cross Selling* kepada nasabah melalui telfon, hal ini dilakukan ketika pihak pegadaian menginformasikan kepada nasabah mengenai tanggal jatuh tempo maka pihak Pegadaian menawarkan produk gadai emas tersebut kepada nasabah. Selain itu dimasa pandemi, pihak Pegadaian Syariah juga melakukan *Cross Selling* ketika ada nasabah yang sedang melakukan transaksi di Pegadaian Syariah untuk perpanjangan gadai, membayar angsuran gadai BPKB atau transaksi lainnya seperti Pegadaian Cepat dan Aman (KCA), Kredit Sistem Angsuran (Krasida), produk Mulia, dan tabungan emas maka pihak kasir, penaksir, ataupun marketing akan menawarkan produk gadai emas kepada nasabah. Ditambah pada saat ini Pegadaian Syariah mempunyai produk tabungan emas, dimana tabungan tersebut nantinya akan menjadi saldo gram dan dapat digadaikan apabila nasabah tersebut membutuhkan dana cepat. Jadi apabila ada nasabah yang sedang melakukan transaksi tabungan emas, baik itu baru ingin membuka tabungan emas ataupun ingin menabung pihak pegadaian menjelaskan kepada nasabah bahwa dari tabungan emas tersebut nanti dapat digadaikan apabila nasabah sedang membutuhkan dana cepat. Selain itu, pihak pegadaian juga menjelaskan mengenai keunggulan-keunggulan produk gadai emas seperti, barang jaminan

diasuransikan, prosesnya cepat dan mudah, dan juga dalam kegiatannya gadai emas di Pegadaian Syariah sesuai dengan prinsip syariah islam. Produk gadai emas ini menggunakan akad rahn yaitu menahan harta atau barang sebagai pengikat sebuah utang. Barang yang ditahan dan dijadikan jaminan atas pinjaman yang diterima pada produk ini yaitu emas atau perhiasan yang dimiliki oleh peminjam. Barang yang dijadikan jaminan merupakan barang yang bernilai ekonomis. Apabila pihak peminjam tidak dapat membayar hutangnya pada waktu yang sudah ditentukan, maka pihak penahan dapat mengambil seluruh atau sebagian utangnya dari jaminan atau barang gadai tersebut.⁷⁶ Sesuai dengan teori dalam buku Muhammad Syafi'i Antonio bahwasannya nasabah yang ingin memperoleh pinjaman dengan cara cepat, mudah dan aman dengan produk gadai emas hanya perlu membawa emas atau perhiasan milik mereka ke Pegadaian Syariah sebagai jaminan. Apabila emas atau perhiasan yang dijadikan sebagai jaminan tersebut memenuhi syarat, nasabah akan memperoleh uang sesuai dengan nilai taksir barang jaminan. Syarat untuk melakukan gadai emas yaitu nasabah harus datang sendiri ke Pegadaian Syariah dan nasabah harus cukup umur.

⁷⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 128.

2. Faktor penghambat dan faktor pendukung pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi.

- a. Faktor Penghambat pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Dalam menerapkan strategi *Cross Selling* Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo juga memberikan yang terbaik kepada nasabah pada saat mengenalkan dan menawarkan produk-produk Pegadaian Syariah, terutama produk gadai emas. Tetapi dalam kegiatan penawarannya menggunakan strategi *Cross Selling* Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo juga tidak terlepas dari suatu hambatan. Adapun hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* yang pertama yaitu, adanya pandemi Covid-19 sehingga kegiatan *Cross Selling* kurang berjalan dengan lancar. Sebelum adanya pandemi pihak Pegadaian Syariah melakukan strategi *Cross Selling* secara langsung kepada nasabah yang sedang melakukan transaksi di Pegadaian Syariah, tetapi setelah adanya pandemi Covid-19 dimana kegiatan interaksi dengan cara tatap muka dikurangi maka pegadaian melakukan kegiatan *Cross Selling* melalui media sosial ataupun media elektronik seperti menelfon nasabah dengan menjelaskan mengenai tanggal jatuh tempo

dan juga diikuti dengan menawarkan produk gadai emas kembali. Hambatan kedua dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas yaitu, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo, sehingga pihak Pegadaian Syariah harus menjelaskan terlebih dahulu kepada nasabah mengenai produk-produk Pegadaian Syariah sebelum pihak Pegadaian Syariah melaksanakan *Cross Selling*. Ketiga, persaingan antar perusahaan penyedia usaha gadai baik Pegadaian Konvensional ataupun lembaga perbankan.

- b. Faktor pendukung pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dimasa pandemi.

Selain terdapat faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas, di Pegadaian Syariah juga terdapat faktor pendukung yang merupakan solusi bagi pegadaian agar kegiatan pemasaran tetap dapat berjalan dan kegiatan penjualan tetap mengalami peningkatan. Dalam pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas yang menjadi faktor pendukung paling utama yaitu Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah kompeten. Pertama, Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah memahami mengenai produk-produk yang terdapat di Pegadaian Syariah. Kedua, Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki Pegadaian Syariah paham mengenai prinsip-prinsip yang digunakan oleh Pegadaian

Syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya. Ketiga, mampu untuk meyakinkan nasabah agar nasabah bersedia untuk menggunakan lebih dari satu produk Pegadaian Syariah, selain itu SDM yang ada di Pegadaian Syariah juga selalu berusaha untuk mempertahankan nasabah agar nasabah tidak lari ke lembaga lain. Keempat, Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki Pegadaian Syariah tanggap mengenai produk apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sebelum menawarkan produk kepada masyarakat, pihak pegadaian harus mengetahui terlebih dahulu apa profesi calon nasabah hal ini agar dapat memudahkan pihak pegadaian dalam mengidentifikasi produk apa yang sedang dibutuhkan oleh calon nasabah tersebut. Sesuai dengan buku Irawan handi bahwa strategi *Cross Selling* dapat berhasil apabila perusahaan menentukan target pasar. Sebelum menawarkan produk kepada masyarakat, pihak pegadaian mengelompokkan nasabah dengan cara mencari tau mengenai apa profesi calon nasabah, ini merupakan cara yang dilakukan pegadaian syariah dalam menentukan target pasar mereka.⁷⁷

3. Solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*Rahn*) dimasa pandemi.

Dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas dimasa pandemi, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo mempunyai beberapa solusi. Solusi ini dilakukan agar

⁷⁷ Irawan Handi, *Smart Marketing Moves*, (Jakarta: Alex Media Kompotindo, 2007), 155-158.

kegiatan pemasaran dan kegiatan penjualan tetap mengalami peningkatan. Adapun solusi yang dilakukan oleh Pegadaian dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas dimasa pandemi yaitu, pertama mengenalkan dan menawarkan produk gadai emas ataupun produk lainnya yang ada di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo kepada nasabah melalui media elektronik dan juga media sosial. Kedua, pihak pegadaian harus lebih aktif lagi dalam menawarkan produk-produk mereka kepada masyarakat. Kegiatan penawaran ini tidak hanya dilakukan di kantor Pegadaian Syariah saja tetapi juga di luar kantor, seperti pihak pegadaian langsung mendatangi nasabah *door to door*. *Door to door* sendiri merupakan salah satu dari teknik penjualan yaitu *Canvassing*. *Canvassing* merupakan teknik penjualan dengan cara mendatangi langsung tempat usaha, pabrik, atau rumah calon nasabah. Sesuai dengan buku Ikatan Bankir Indonesia bahwa dalam kegiatan penjualannya pihak Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dilakukan dengan cara mendatangi langsung ke rumah nasabah untuk melakukan *follow up*, kegiatan ini dilakukan agar pada saat menjelaskan mengenai produk nasabah bisa paham mengenai produk-produk apa saja yang ada di Pegadaian Syariah.⁷⁸ Ketiga, dalam melakukan kegiatan usaha pihak pegadaian harus memberikan pelayanan prima kepada nasabah agar nasabah merasa nyaman dan agar dapat menciptakan nasabah yang loyal.

⁷⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kredit Secara Sehat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 231.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian di lapangan, mengenai implemtasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) dimasa pandemi (Studi Kasus Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo) , dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas (*rahn*) dimasa pandemi yang dilakukan oleh pihak Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dilakukan dengan cara tatap muka atau bertemu langsung dengan nasabah seperti sebelum adanya pandemi. Sedangkan dimasa pandemi ini pihak Pegadaian syariah dalam melakukan *Cross Selling* pada produk gadai emas dilakukan dengan cara melakukan penawaran melalui telfon, dan juga melakukan penawaran kepada masyarakat melalui media sosial seperti whatsapp dan instagram. Kegiatan *Cross Selling* melalui telfon dilakukan pada saat pihak pegadaian memberikan informasi kepada nasabah mengenai tanggal jatuh tempo, lalu kemudian pihak pegadaian syariah akan menawarkan produk gadai emas beserta keunggulan-keunggulan produk gadai emas seperti, biaya ujah lebih murah, prosesnya cepat dan mudah, dan juga dalam kegiatannya gadai emas di Pegadaian Syariah sesuai dengan prinsip syariah islam. Dalam menggunakan Strategi *Cross Selling* terdapat peningkatan yang cukup signifikan pada nasabah produk gadai emas.

2. Faktor penghambat dalam implementasi strategi Cross Selling pada produk gadai emas (*rahn*) ini yang utama karena adanya pandemi Covid-19 sehingga kegiatan pemasaran berjalan kurang lancar, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk Pegadaian Syariah, dan terakhir yaitu adanya persaingan antara lembaga penyedia usaha gadai baik Pegadaian Konvensional maupun lembaga perbankan. Sedangkan untuk faktor pendukungnya sendiri yaitu dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo kompeten.
3. Solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas yaitu :

Tabel 5.1
Hambatan dan Solusi Strategi *Cross Selling*

No	Hambatan	Solusi
1.	Adanya pandemi Covid-19 sehingga kegiatan pemasaran kurang berjalan dengan lancar.	Melakukan promosi dengan menggunakan media sosial.
2.	Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk Pegadaian Syariah.	Lebih aktif lagi dalam menawarkan produknya kepada masyarakat dengan cara <i>door to door</i> .
3.	Adanya persaingan antar lembaga penyediaan usaha gadai.	Memberikan pelayanan prima kepada nasabah agar nasabah bisa lebih loyal.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis sajikan, maka penulis menyampaikan mengenai saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran tersebut yaitu, Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo diharapkan dapat lebih mamaksimalkan penggunaan Media sosial seperti, Whatshapp Instagram, Facebook, dan Youtube dalam mengenalkan produk-produk mereka agar masyarakat bisa lebih mengenal mengenai produk-produk yang ada di Pegadaian UPS Karimata Situbondo.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Yusnedi. 2015. *Gadai Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Aisyah, Firdha. 2018. *Implementasi Experiential Marketing Dalam Meningkatkan Cross Selling Di Bank Panin Dubai Syariah KCU HR Muhammad Surabaya*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Anjarsari, Dewi Puspa. 2020. *Penerapan Bauran Pemasaran Pada Produk Gadai Emas di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Buleleng*. Skripsi: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Azizah, Helwi. 2020. *Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2005. *Al-Qur'an Terjemah*. Bandung: J-Art.
- Fahri, Abd. Jalil dan Sri Kasnelly. 2019. *Meningkatnya Angka Pengangguran Ditengah Pandemi (Covid-19)*. Jurnal Al-Mizan.
- Fandi, Tjiptono. 2020. *Pemasaran Jasa cet 2*. Malang: Bayumedia.
- Fathoni. 2019. *Perancangan Aplikasi Penjualan Pengrajin Sangket Palembang Dengan Penerapan Strategi Cross Selling dan Up Selling Berbasis Online*. Jurnal Sistemasi.
- Handi, Irawan. 2007. *Smart Marketing Moves*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hanoatubun, Silpa. 2020. *Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*. Jurnal Edupscouns.
- Harun. 2017. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Hasbiyallah. 2008. *Fiqh*. Bandung: Grafindo Media Pratama.
- Ihsan, M. 2018. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Padang Panjang*. Skripsi: IAIN Batu Sangkar.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kredit Secara Sehat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2015. *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Junaedy, Rahmat. 2018. *Pengaruh Cross Selling Customer Service Terhadap Penjualan Produk Deposito (Studi pada BRISyariah KCP. Banjarbaru)*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Kanzunnudin, Mohammad. 2009. *Konsep Penjualan Versus Konsep Pemasaran*. Jurnal Fokus Ekonomi.
- Kesuma, Ridho Hadi. 2019. *Efektivitas Komunikasi Cross-Selling Frontliner Terhadap Peningkatan Penjualan Produk PT. Bank Panin Dubai Syariah Medan*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Mamik. 2015. *Metodelogi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Mardani. 2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nisa, Kholifatan Nisa. 2020. *Peran Cross Selling Terhadap Peningkatan Nasabah Produk Tabungan Impian BRISyariah KC Banyuwangi*. Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Nurchayono, Fendi. 2012. *Pembangunan Aplikasi Penjualan dan Stok Barang Pada Toko Nuansa Elektronik Pacitan*. Jurnal Speed.
- Nuryadin, Endang. 2001. *Upaya Meningkatkan Pendapatan Bank Melalui Optimalisasi Cross Selling Terhadap Pelanggan*. Journal The Winners.
- Rihad, Ersy Elmafiza. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Transaksi Cross Selling (Studi pada Bank BNI Syariah KCU Fatmawati)*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rukin. 2019. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Ryandono, Muhammad Nafik Hadi dan Rofiul Wahyudi. 2018. *Manajemen Bank Islam Pendekatan Syraiah dan Praktek*. Yogyakarta: UAD Press.
- Saputra, Rizal Amegia. 2015. *Penerapan Metode Cross Selling dan Upselling Pada Aplikasi Web E-Commerce*. Jurnal Swabumi.

- Sari, Meilinda. 2013. *Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan.
- Savitri, Annisa Dwi. 2020. *Strategi Cross Selling oleh Customer service Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Jatim Kantor Kas Universitas Wisnuwardhana Malang*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Shinta, Narda Rahita Dian. 2018. *Strategi Cross Selling Oleh Customer Service Dalam Rangka Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syari'ah Mandiri KCP Gombang*. Skripsi: IAIN Purwokerto.
- Siagian, Tiodora Haumaon. 2020. *Mencari Kelompok Beresiko Tinggi Terinfeksi Virus Corona Dengan Discourse Network Analysis*. Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia: JKKI.
- Sjahdeini, Sutan Remy. 2018. *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi kedua*. Jakarta: Kencana.
- Soemitra, Andri. 2019. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunandar, Ahmad dan Riani Lubis. 2018. *Penerapan Cross Selling Pada Sistem Customer Relationship Management Penjualan Buku*. Jurnal Komputa.
- Surveyandini, Mayla. 2016. *Cross Selling & Buying Pemahaman Dalam Dunia Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Winarno, F.G. 2020. *Covid-19 Pelajaran Berharga Dari Sebuah Pandemi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- www.pegadaian.co.id, diakses pada 11 November 2020 pukul 12.33
- Yulianto, Ervin, Isharijadi dan Juli Murwani. (2017). *Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Transaksi Cross Selling Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) TBK*. Forum Ilmiah Pendidikan Akutansi.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anis Zakiyah
N I M : E20171122
Prodi : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul "**Impelementasi Strategi *Cross Selling* pada Produk Gadai Emas (*rahn*) dimasa pandemi (studi kasus Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo)**" secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 19 April 2021
Penulis,



ANIS ZAKIYAH
NIM. E20171122

MATRIK PENELITIAN

No	JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
1.	Implementasi Strategi Cross Selling pada Produk Gadai Emas (rahn) di Masa Pandemi (Studi kasus Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo)	1. Penjualan 2. Cross Selling 3. Gadai Syariah (Rahn)	a. Pengertian Penjualan b. Faktor – Faktor yang mempengaruhi penjualan c. Teknik Penjualan a. Pengertian <i>Cross Selling</i> b. Proses terjadinya <i>Cross Selling</i> c. Manfaat strategi <i>Cross Selling</i> d. Penentu terjadinya <i>Cross Selling</i> a. Pengertian gadai (Rahn) b. Landasan Hukum gadai (Rahn) c. Rukun gadai (Rahn) d. Syarat gadai (Rahn)	1. Informan a. Kepala Pengelola Unit b. Kasir c. Marketing d. Nasabah Gadai Emas 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan	1. Pendekatan Kualitatif (Deskriptif) 2. Jenis Penelitian : Lapangan (<i>Field Research</i>) 3. Metode pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Keabsahan data dengan : Triangulasi sumber	a. Bagaimana implementasi strategi Cross Selling pada produk gadai emas (Rahn) di Masa Pandemi Pegadaian Syariah Karimata Situbondo ? b. Apa faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi Cross Selling pada produk gadai emas (Rahn) di Masa Pandemi Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo ?
						c. Apa solusi yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat implementasi strategi Cross Selling pada produk gadai emas (Rahn) dimasa pandemi ?



PEDOMAN WAWANCARA

1. Strategi apa yang digunakan oleh Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo untuk menarik minat nasabah menggunakan produk gadai emas ?
2. Mengapa Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo menggunakan strategi *Cross Selling* dalam menawarkan produknya ?
3. Dalam penerapannya apakah strategi *Cross Selling* yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo berpengaruh dalam menarik minat nasabah menggunakan produk gadai emas ?
4. Bagaimana implementasi strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas dimasa pandemi dan sebelum masa pandemi di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo?
5. Apakah dalam penerapannya menawarkan produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo menggunakan strategi *Cross Selling* sudah sesuai dengan prinsip islam ?
6. Apakah keunggulan dari produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo sehingga dapat menarik minat nasabah ?
7. Apakah ada golongan tertentu untuk nasabah yang mengajukan produk gadai emas ?
8. Apa saja faktor penghambat yang terjadi dalam penerapan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo ?
9. Apa saja faktor pendukung yang terjadi dalam penerapan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo ?
10. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi persaingan disekitar lokasi ?
11. Bagaimana solusi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam menghadapi faktor penghambat pelaksanaan strategi *Cross Selling* pada produk gadai emas ?

Wawancara pada nasabah

1. Dari mana atau media apa ibu mengetahui mengenai produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo ?
2. Apa saja keunggulan produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo menurut ibu dibandingkan dengan produk gadai emas yang ada di tempat lain sehingga ibu lebih memilih produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo?
3. Bagaimana cara yang dilakukan Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo dalam memberitahukan nasabah mengenai tanggal jatuh tempo ? dan apakah pada saat memberitahukan mengenai jatuh tempo pihak Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo juga menawarkan produk gadai emas atau produk lain kepada ibu ?




Brosur Produk Rahn

Gadai Syariah

Rahn - Solusi Dana Cepat Sesuai Syariah

Pembiayaan RAHN dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Cepat prosesnya, aman penyimpanannya. Barang Jaminan berupa emas perhiasan, emas batangan, handphone, laptop, barang elektronik lainnya, sepeda motor, mobil atau barang bergerak lainnya.



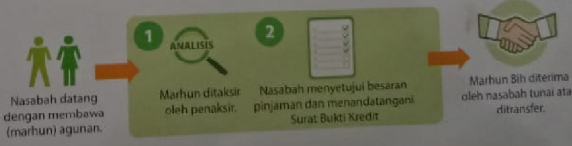
KEUNGGULAN :

- Pelayanan RAHN tersedia di lebih dari 600 outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia.
- Prosedur pengajuannya sangat mudah.
- Prosedur pinjaman sangat cepat, hanya butuh 15 menit.
- Pinjaman (Marhun Bih) mulai dari 50 ribu sampai dengan 500 juta rupiah atau lebih.
- Pinjaman berjangka waktu 4 bulan dan dapat diperpanjang berkali-kali.
- Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan Ujroh selama masa pinjaman.
- Proses pinjaman tanpa harus membuka rekening.
- Penerimaan Marhun Bih dalam bentuk tunai atau di transfer ke rekening nasabah.

PERSYARATAN :

- Fotokopi KTP atau kartu identitas resmi lainnya.
- Memiliki barang jaminan.
- Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli.
- Nasabah menandatangani Surat Bukti RAHN (SBR).

Model Bisnis Gadai Syariah yang Mudah dan Cepat



- JASA GADAI BERPRINSIP SYARIAH
- PROSES LAYANAN 15 MENIT
- BARANG JAMINAN DIASURANSIKAN
- UIROH DIHITUNG PER 10 HARI
- MASA BEBAS BIAYA UIROH SETELAH JATUH TEMPO



DOKUMENTASI



Foto bersama Bapak Oktarisa Puspito selaku Kepala Pengelola Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo



Foto Bersama Bapak Riski Andre Selaku Kasir Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo



Foto bersama Bapak Muhammad Sandi selaku Marketing Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo



Ruang Bagian Pelayanan di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo



Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo



**Wawancara bersama Ibu Uswatun Hasanah Selaku Nasabah Gadai Emas
Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo**



Wawancara bersama Ibu Ani Saitus Selaku Nasabah Gadai Emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo



Wawancara bersama Ibu Ririn Selaku Nasabah Gadai Emas di Pegadaian Syariah UPS Karimata Situbondo



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

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

Nomor : B-219/In.20/7.a/PP.00.9/12/2020
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

22 Desember 2020

Yth. Pimpinan Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Panji Situbondo
Jl. Basuki Rahmat, Kelurahan Mimbaan, Kecamatan Panji
Kabupaten Situbondo, Jawa Timur.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon ijin mahasiswa berikut:

Nama Mahasiswa : Anis Zakiyah
NIM : E20171122
Semester : VII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpn : 085230356610/082332601392

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Implementasi Strategi Cross Selling pada Produk Gadai Emas (*Rahn*) dimasa Pandemi (Studi Kasus Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Panji Situbondo).

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Abdul Rokhim

BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Anis Zakiyah
NIM : E20171122
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat Lahir : Situbondo
Tanggal Lahir : 26 Maret 1998
Alamat : Jl Basuki Rahmat Gg Nusantara V No 13 Rt 005 Rw 009,
Kelurahan Mimbaan, Kecamatan Panji, Kabupaten
Situbondo.

Riwayat Pendidikan

TK Al-Hidayah 3 Tahun 2004
SDN 6 Mimbaan Tahun 2010
MTs Negeri Situbondo Tahun 2013
MAN 2 Situbondo Tahun 2016
Program Studi S1 Perbankan Syariah IAIN Jember Tahun 2021

Organisasi

Koperasi Mahasiswa Pandhalungan IAIN Jember
IKMAS (Ikatan Mahasiswa Situbondo)