

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOGAM MULIA  
DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH  
DI PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

**Fitri Febrianti**  
NIM. E20151012

Dosen Pembimbing :

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

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

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOGAM MULIA  
DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH  
DI PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG JEMBER**

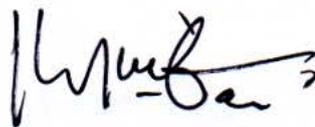
**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

**Fitri Febrianti**  
**E20151012**

Disetujui Pembimbing



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

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOGAM MULIA DALAM  
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH DI PT. PEGADAIAN (PERSERO)  
CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**

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

Hari : Kamis

Tanggal : 30 Januari 2020

**Tim Penguji**

Ketua



**Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M**  
NIP. 19690523 199803 2001

Sekretaris



**Roni Subhan, M.Pd**  
NIP. 19710306 200501 1 001

Anggota :

1. Dr. Hj. Khairunnisa M, M.MT
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Jember



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

## MOTTO

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُّوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; (QS. Asy-Syu'ara':183)<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: CV Penerbit J-ART, 2004), 374.

## PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kehariban Rasulullah Muhammad SAW. Tugas akhir ini saya persembahkan untuk mereka yang tercinta dan tersayang :

1. Kedua orang tuaku ayah Suryadi dan ibu Supina Handayani yang telah menjadi telah memberikan cinta, kasih sayang, kesabaran dan tak henti-hentinya memberi motivasi, do'a dan dukungan.
2. Adik tercinta Anindy Maulina yang senantiasa mendoakan dan menebarkan keceriaan.
3. Sepupu-sepupuku , Aditya, Desy, Delia, terimakasih atas dukungan dan motivasi yang tiada henti.
4. Untuk sahabat-sahabatku Alifa dan Yusrotul terima kasih atas segalanya, atas doa dan bantuan kalian selama ini.
5. Semua teman-teman Perbankan Syariah 2015 khususnya kelas PS1, terimakasih canda tawa susah senang kita lewati bersama.
6. Almamater IAIN yang kubanggakan.

## KATA PENGANTAR



Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi maha penyayang, seiring dengan rasa puji syukur kepada Rabbi penguasa semesta Alam yang telah rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya salah satu diantaranya adalah telah terselesaikan skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia dalam Peningkata Jumlah Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember” meskipun masih jauh dari kata sempurna. Sholawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam jahiliyah kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan sebagaimana adanya sekarang ini.

Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program studi Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri Jember.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mengalami masalah, hambatan, dan berbagai kesulitan yang membuat penulis hampir putus asa. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya beberapa pihak, akan sangat sulit bagi penulis untuk menyusun skripsi ini, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, SE., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember dan sekaligus dosen pembimbing yang telah banyak

memberikan pemikiran, arahan serta nasihat juga bimbingan hingga terselesainya skripsi ini.

3. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE., MM selaku Kaprodi Perbankan Syariah IAIN Jember dan sekaligus dosen Penasehat Akademik yang selalu membimbing dan memotivasi penulis.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya selama dibangku kuliah.
5. PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember yang telah berkenan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

Demikian pula dengan skripsi ini, kekurangan akan terdapat didalamnya. Karena itu saran dan kritik dari setiap pembaca sangat diharapkan, demi sempurnanya skripsi ini, semoga bermanfaat bagi pembaca.

Jember, 18 Desember 2019

Penulis

IAIN JEMBER

## ABSTRAK

**Fitri Febrianti. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M. Si 2019:** *Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember.*

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Emas merupakan salah satu jenis logam mulia yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat karena merupakan salah satu alternatif investasi jangka panjang. Hal ini disebabkan investasi emas tergolong sederhana dan minim resiko.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember? 2) Bagaimana prosedur untuk memiliki logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember?

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember dan prosedur untuk memiliki logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif. Untuk memeriksa keabsahan data maka peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian yang telah dilakukan adalah: 1) Strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember adalah memberikan edukasi kepada masyarakat pentingnya berinvestasi emas dan keuntungan dari investasi emas. Logam mulia merupakan produk layanan dalam bentuk emas dari Pegadaian dengan sistem pembelian tunai dan kredit. Logam mulia dapat memberikan berbagai keuntungan kepada masyarakat yang melakukan transaksi pada produk logam mulia, keuntungan tersebut dapat berupa *discount*, *voucher*, undian dan berbagai bentuk keuntungan lainnya. 2) Prosedur untuk memiliki produk logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember adalah nasabah yang ingin membeli produk logam mulia secara angsuran maupun tunai cukup mendatangi *outlet* Pegadaian Cabang Jember dengan membawa uang muka, biaya administrasi menyerahkan *fotocopy* KTP atau identitas lainnya. Pegadaian menyediakan dua macam logam mulia UBS dan Antam. Sedangkan pembelian tunai bisa melalui Galeri 24 dan transaksi lainnya yang memudahkan masyarakat yaitu melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS).

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia, Minat Nasabah

## ABSTRACT

**Fitri Febrianti. Dr. Khamdan Rifa’I, S.E., M. Si 2019:** *Marketing Strategy of Noble Metal Products in Increasing the Number of Customers at Pegadaian Inc (Persero) Jember Branch*

Marketing strategy has an important role in achieving the success of a company in general and particularly in marketing. Marketing strategies must be able to provide a clear and directed strategy of what the company will do in using opportunity they have for target markets. Gold is one of noble metal that is currently in high demand by the community due to it is one of the long-term investment alternatives and it is also classified as simple and minimal risk investment.

This reserach focuses on: 1) What is the marketing strategy of noble metal products in increasing the number of customers at Pegadaian Inc. (Persero) Jember Branch? 2) What is the procedure for owning noble metals at Pegadaian Inc. (Persero) Jember Branch?

The reserach objectives were done to determine the marketing strategy for noble metal products in increasing the number of customers at Pegadaian Inc. (Persero) Jember Branch and the procedures for owning noble metals at Pegadaian Inc. (Persero) Jember Branch

The method used was field reserach of qualitative approach. Whereas, to collect the data, the researcher used observation, interview, and documentation. The researcher used descriptive data analysis in analysing the data and source triangulation techniques to check the validity of the data.

The results of this research were: 1) The marketing strategy of noble metal products in increasing the number of customers at Pegadaian Inc. (Persero) Jember Branch is to inform the importance and the benefits of gold investment to the public. Noble metal is a product in the form of gold with a system of cash and credit purchases from Pegadaian .Noble metals can provide various benefits such as discounts, vouchers, sweepstakes and other forms of profits. 2) Procedure for owning noble metal products at Pegadaian Inc. (Persero) Jember Branch is a customer goes to outlet of the Pegadaian at Jember Branch by bringing down payment, administrative costs and photocopy of KTP or other identity. Pegadaian provides two kinds of noble metals, they are UBS and Antam. While cash purchases can be through Gallery 24 and the Pegadaian Digital Service (PDS) application.

**Keywords:** Marketing Strategy of Noble Metal Products, Customer Interest

## DAFTAR ISI

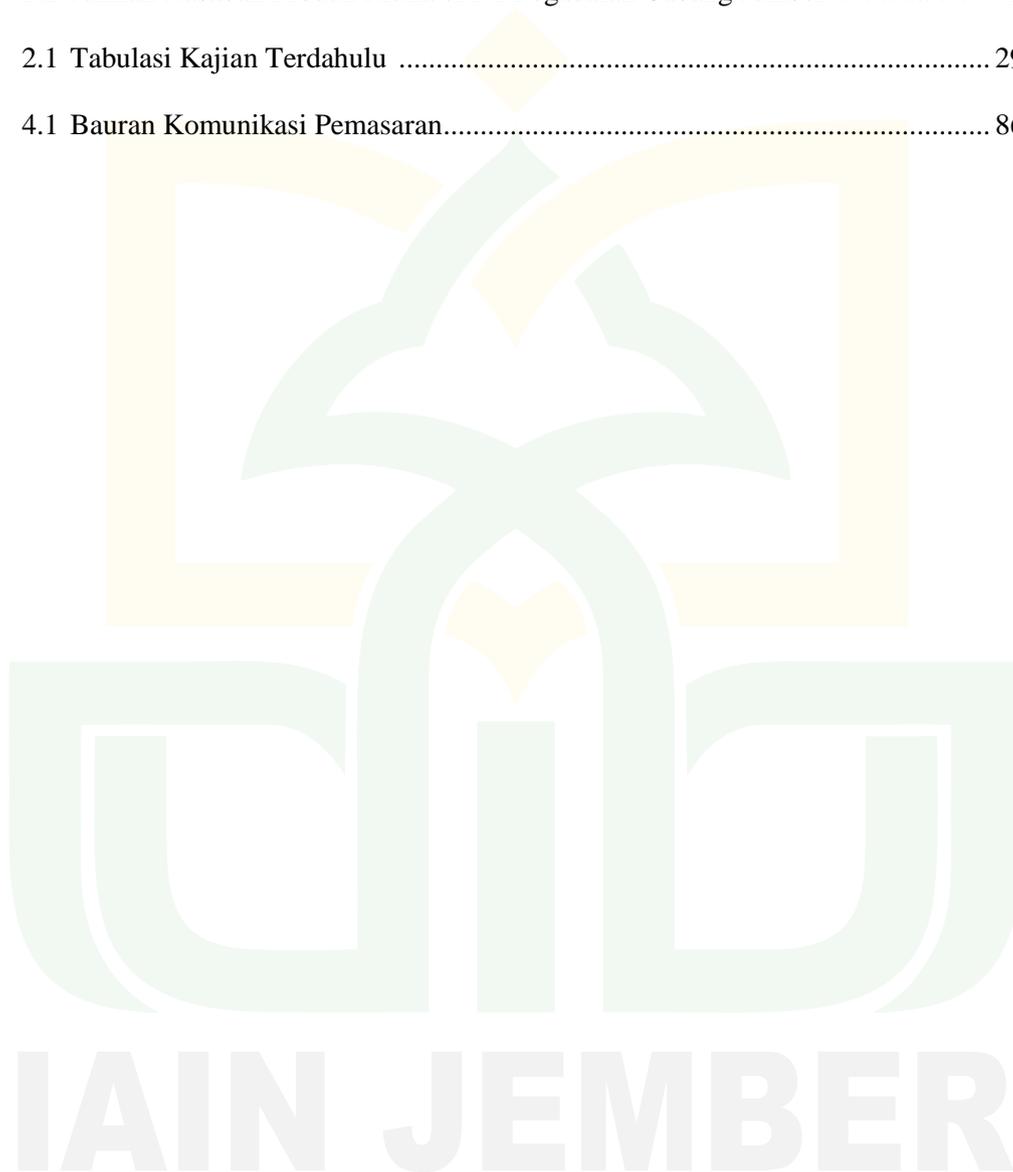
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Definisi Istilah.....	12
F. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II Kajian Kepustakaan.....</b>	<b>15</b>
<b>A. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>15</b>
<b>B. Kajian Teori .....</b>	<b>32</b>
1. Strategi Pemasaran .....	32
a. Pengertian strategi pemasaran .....	32
b. Tujuan pemasaran .....	34

c. Bauran komunikasi pemasaran .....	34
2. Emas .....	36
a. Pengertian emas .....	36
b. Jenis-jenis emas .....	37
c. Alasan investasi emas .....	38
3. Mulia .....	40
a. Pengertian mulia .....	40
b. Keunggulan mulia.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Subyek Penelitian .....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Analisis Data.....	47
F. Keabsahan Data .....	48
G. Tahap-tahap Penelitian.....	49
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>52</b>
<b>A. Gambaran Objek Penelitian .....</b>	<b>52</b>
1. Sejarah singkat berdirinya PT Pegadaian (persero) Cabang Jember .....	52
2. Visi dan Misi .....	54
3. Letak Geografis .....	55
4. Job Description.....	56
5. Ruang Lingkup Usaha .....	57
6. Produk-Produk PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember .....	58

<b>B. Penyajian Data dan Analisis .....</b>	<b>72</b>
1. Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember .....	72
2. Prosedur untuk memiliki produk logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember .....	76
<b>C. Pembahasan temuan .....</b>	<b>78</b>
1. Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember .....	79
2. Prosedur untuk memiliki produk logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember .....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>90</b>
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
1. Matrik Penelitian	
2. Jurnal Kegiatan Penelitian	
3. Pedoman Wawancara	
4. Surat Izin Penelitian Skripsi	
5. Surat Keterangan Selesai Kegiatan Penelitian	
6. Pernyataan Keaslian	
7. Dokumentasi	
8. Biodata Penulis	

## DAFTAR TABEL

No. Keterangan	Hal
1.1 Ukuran dan Jangka Waktu Pembayaran Secara Kredit Produk Logam Mulia....	4
1.2 Jumlah Nasabah Produk Mulia di PT Pegadaian Cabang Jember .....	4
2.1 Tabulasi Kajian Terdahulu .....	29
4.1 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	86



## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Hal
4.1	Skema strategi pemasaran .....	87



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga keuangan bank merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan lembaga keuangan non bank merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan dengan menghimpun dana secara langsung maupun tidak langsung dengan jalan mengeluarkan surat berharga dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk membiayai investasi perusahaan. Bidang usaha yang termasuk lembaga keuangan non bank yaitu asuransi, pegadaian, dana pensiun, bursa efek, dan reksa dana.<sup>1</sup>

Pegadaian dikenal sejak zaman penjajahan Belanda (VOC), Usaha Pegadaian ini dikenal pertama kali di Italia yang kemudian meluas ke Eropa termasuk Negeri Belanda yang oleh penjajah Belanda dalam hal ini zaman VOC diterapkan di Indonesia. Tugas pokoknya adalah memberikan bantuan dana khusus untuk masyarakat kecil dengan menerapkan teknik Pegadaian yaitu dengan hukum gadai. Pihak yang menghendaki dana cukup datang ke kantor Pegadaian membawa barang berharga kemudian mendapatkan uang sesuai dengan ketentuan Pegadaian. Sebelum tahun 1990 Pegadaian merupakan perusahaan jawatan (PERJAN) yaitu dari mulai Maret 1969

---

<sup>1</sup> Sunaryo, *Hukum Lembaga Pembiayaan* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 10.

Pembangunan Republik Indonesia (PP RI Nomor. 7/1969) dibawah Kementerian Keuangan. Pada zaman Belanda perusahaan Pegadaian ini dikenal dengan Dinas Pegadaian, selanjutnya pemerintah Republik Indonesia mengambil alih usaha Dinas Pegadaian menjadi Perusahaan Negara (PN) berdasarkan Undang-Undang (UU) Nomor. 19 PRp1960. Sejak April 1990 sampai sekarang, status PERJAN diubah menjadi PERUM atas dasar PP Nomor 10 tahun 1990. Dengan berubah status ini mulailah Pegadaian dikelola secara bisnis. Kantor-kantor Pegadaian di seantero tanah air berdandan dengan rapi, sehingga nasabah yang datang ke Pegadaian saat ini tidak terkesan kelompok kumuh. Sumber dana Pegadaian diperoleh dari pinjaman bank dengan menerbitkan obligasi. Peran PERUM Pegadaian meningkat menjadi pedagang uang, dimana uang yang dipinjam dari bank disalurkan kepada masyarakat dengan bunga yang lebih tinggi dari bunga yang dikenakan oleh bank.<sup>2</sup>

Pada era modern seperti saat ini, masyarakat khususnya golongan menengah ke bawah mulai tertarik untuk memanfaatkan Pegadaian sebagai salah satu tempat alternatif untuk mendapatkan dana pinjaman (kredit), disamping lembaga keuangan bank yang sudah banyak dikenal masyarakat. Apalagi setelah mottonya yaitu, “*Mengatasi Masalah Tanpa Masalah*” yang berhasil disosialisasikan oleh Pegadaian kepada masyarakat, khususnya golongan menengah ke bawah. Dengan motto tersebut manajemen Pegadaian berkeyakinan bahwa konsumen/pengguna jasa pegadaian datang ke pegadaian

---

<sup>2</sup> Syarif Arbi, *Lembara Perbankan Keuangan dan Pembiayaan* (Yogyakarta: BPFE, 2013), 319.

untuk memenuhi kebutuhan dananya. Bagi pengusaha apabila menghadapi kesulitan modal kerja dalam kegiatan bisnisnya dengan cepat dan mudah memperoleh dana yang diperlukan. Demikian pula bagi rumah tangga yang pada suatu saat mengalami kekurangan dana untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, maka dengan pelayanan yang baik dan berbagai kemudahan dapat memperoleh pinjaman di Pegadaian.<sup>3</sup>

Di zaman yang semakin modern ini tidak hanya uang saja yang dapat diinvestasikan. Emas merupakan salah satu jenis logam mulia yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat karena merupakan salah satu alternatif investasi jangka panjang. Hal ini disebabkan investasi emas tergolong sederhana dan minim resiko. Masyarakat di Indonesia juga tertarik untuk berinvestasi emas sejak orde baru, berupa perhiasan emas, koin emas dan emas batangan.<sup>4</sup>

Salah satu tempat yang bisa dijadikan tempat berinvestasi emas adalah Pegadaian. Pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti yang dimaksud dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH) Pasal 1150. Tugas pokoknya adalah memberi pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai agar masyarakat tidak dirugikan oleh kegiatan lembaga keuangan informal yang cenderung memanfaatkan

---

<sup>3</sup> Martono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 170.

<sup>4</sup> Lasty Agustuty D, "Pengaruh Penjualan Produk Investasi Terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Mandiri Cabang Gowa", *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 4 (November, 2018), No.2, 36.

kebutuhan dana mendesak dari masyarakat. Masyarakat yang sedang memerlukan pinjaman ataupun mengalami kesulitan keuangan cenderung dimanfaatkan oleh lembaga keuangan seperti lintah darat dan pengijon untuk mendapatkan sewa dana atau bunga dengan tingkat yang sangat tinggi.<sup>5</sup>

**Tabel 1.1**  
**Ukuran dan Jangka Waktu Pembayaran Secara Kredit**  
**Produk Logam Mulia**

Produk/Gram									Jangka Waktu Pembayaran Secara Kredit/Bulan					
1	2	5	10	25	50	100	250	1000	3	6	12	18	24	36

Sumber: wawancara<sup>6</sup>

Logam mulia yang dijual merupakan produk yang diorder oleh PT Pegadaian bekerja sama dengan PT Antam Tbk yang mempunyai produk dengan tingkat kemurnian emasnya sebesar 99,99% serta dilengkapi dengan sertifikat pembelian.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah Produk Logam Mulia di PT Pegadaian Cabang Jember**  
**Tahun 2015-2019**

No.	Tahun	Jumlah
1.	2015	25 Nasabah
2.	2016	50 Nasabah
3.	2017	19 Nasabah
4.	2018	49 Nasabah
5.	2019	22 Nasabah

Sumber: wawancara<sup>7</sup>

Terlihat pada tahun 2015 jumlah nasabah yang didapatkan Pegadaian Cabang Jember sebanyak 25 nasabah dengan memfokuskan strategi

<sup>5</sup> Sigit Triandaru, Totok Budisantoso, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: Selemba Empat, 2006), 212.

<sup>6</sup> <https://www.pegadaian.co.id/diakses> pada 14 Agustus pukul 12.25 WIB.

<sup>7</sup> Evalia Firmaitasari, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 14 Agustus 2019.

pemasaran interaktif, hal ini dirasa kurang efektif sehingga pada tahun 2016 Pegadaian Cabang Jember menggunakan fokus strategi baru yaitu promosi penjualan dan terbukti mengalami peningkatan yang signifikan menjadi 50 nasabah. Pada tahun 2017 Pegadaian Cabang Jember mendapatkan sebanyak 19 nasabah dengan fokus pada strategi iklan tetapi ternyata hasilnya tidak efektif, sehingga pada tahun berikutnya mengganti kembali fokus strategi pemasaran dan terbukti mengalami peningkatan kembali yaitu pada tahun 2018 sebanyak 49 nasabah.

Pada tahun 2019 hanya ada 22 nasabah produk logam mulia. Hal ini dikarenakan pada tahun 2019, Pegadaian Cabang Jember jarang melakukan promosi. Sedangkan strategi efektif dalam menarik nasabah adalah promosi. Berdasarkan hasil wawancara tahun 2019 hanya melakukan strategi pemasaran pengiklanan masing-masing kali dalam 1 bulan. Sehingga pada tahun 2019 masyarakat kurang tertarik dengan logam mulia. Pada intinya Pegadaian Cabang Jember itu menginginkan daya usahanya setiap tahun meningkat. Baik dari segi jumlah nasabah maupun pendapatan. Oleh karena itu Pegadaian Cabang Jember melakukan strategi bauran komunikasi pemasaran yang efektif, dari beberapa pemasaran diatas sudah dilakukan oleh Pegadaian Cabang Jember dari tahun ke tahun, tetapi tiap tahun biasanya ada yang lebih difokuskan karena dianggap sesuai dengan kebutuhan pasar.<sup>8</sup>

Pegadaian Cabang Jember ini menawarkan produk-produk gadai kepada masyarakat, salah satunya produk logam mulia emas yang menjadi

---

<sup>8</sup> Evalia Firmaitasari, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 14 Agustus 2019.

andalannya. Sebagai lembaga keuangan, Pegadaian dalam menjalankan kegiatannya mengemban misi untuk turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama golongan menengah ke bawah menghindarkan masyarakat dari gadai gelap dan pinjaman tidak wajar lainnya. Gadai merupakan salah satu perjanjian utang-piutang. Untuk menjamin adanya unsur kepercayaan kreditur terhadap debitur, maka diperlukan adanya barang yang digadaikan sebagai jaminan terhadap hutang atau pinjaman.

Pegadaian Cabang Jember menyediakan produk mulia merupakan layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel mulia ini dapat berupa cicilan maupun arisan yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Yang dihadapi oleh Pegadaian Cabang Jember untuk dapat memaksimalkan jumlah nasabahnya juga semakin besar, karena minimnya pengetahuan masyarakat, mungkin kalau orang-orang yang masih berfikir istilah kunonya, menyimpan emas dirumah, resikonya akan di curi. Tetapi sekarang sudah banyak sarana-sarana penyimpanan yang bisa di manfaatkan salah satunya pegadaian.<sup>9</sup>

Pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.<sup>10</sup> Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan

---

<sup>9</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 20 Agustus 2019.

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 5.

umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.<sup>11</sup> Dalam menawarkan produknya maka terjadinya persaingan antara pegadaian dan lembaga keuangan lainnya sehingga perlu adanya inovasi produk dalam masing-masing lembaga keuangan tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan. Tantangan yang dihadapi oleh Pegadaian Cabang Jember untuk dapat memaksimalkan jumlah nasabahnya juga semakin besar, karena saat ini banyak lembaga yang tertarik untuk menawarkan logam mulia yang sejenis. Salah satu jenis lembaga keuangan yang menyediakan investasi emas yaitu Bank Syariah Mandiri dimana pada setiap tahunnya perkembangan perbankan terus meningkat. Perlu adanya suatu rumusan alternatif strategi yang diperlukan agar Pegadaian memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan pada produk mulia maupun berbagai macam lainnya.<sup>12</sup>

Alasan peneliti melakukan penelitian di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember yang bertempat di Jl. Syamanhudi No. 47 Jember karena dari segi tempat dan posisi kantor sangat strategis yaitu berdekatan dengan pasar Tanjung. Peneliti memilih Pegadaian Cabang Jember karena ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan prosedur untuk memiliki logam mulia. Untuk kebutuhan investasi Pegadaian telah memfasilitasi dengan produk

---

<sup>11</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2004), 168.

<sup>12</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 20 Agustus 2019.

mulia yaitu penjualan logam mulia kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses cepat dan jangka waktu fleksibel. Dimana produk mulia memiliki berbagai macam keuntungan seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak di masa mendatang, memiliki tempat tinggal dan kendaraan, memenuhi kebutuhan modal kerja untuk pengembangan usaha, persiapan pensiun.<sup>13</sup>

Produk mulia juga memiliki berbagai jenis diantaranya mulia tunai, mulia kolektif, mulia personal, mulia arisan. Pembelian mulia melalui Pegadaian Cabang Jember bisa dilakukan secara angsuran dengan jangka waktu fleksibel dan persyaratan yang sangat mudah. Nasabah cukup mendatangi Pegadaian Cabang Jember dan menyerahkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau identitas lainnya, mengisi formulir dari PT Antam karena PT Pegadaian melibatkan tiga pihak diantaranya yaitu, pihak penjual (Pegadaian), pembeli (nasabah), *supplier* (PT Antam). Di dalam *form* ada perjanjian yang ditandatangani oleh masing-masing pihak. Untuk pembelian angsuran, arisan berkewajiban membayar uang muka, kecuali pembelian tunai. Untuk pembelian secara angsuran, bisa memilih jangka waktu mulai 3 bulan sampai 36 bulan dengan berat 5 gr sampai dengan 1 kg. Apabila ingin melakukan pembelian secara angsuran, ada uang muka yang harus dibayarkan sesuai berapa lama waktu angsuran.<sup>14</sup>

Emas merupakan logam yang kuantitasnya terbatas. Harganya pun stabil dan cenderung naik tiap tahunnya. Selama sepuluh tahun terakhir, rata-

---

<sup>13</sup> Brosur PT Pegadaian Cabang Jember

<sup>14</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 20 Agustus 2019.

rata kenaikan harga emas mencapai 7-8 persen. Kenaikan itu pun seiring dengan adanya dinamika global yang mengguncang pasar keuangan, sehingga banyak orang yang mengalihkan asetnya ke sektor yang lebih aman, seperti emas. Hingga bulan Juli 2019, harga jual emas di Pegadaian sebesar Rp 650 ribu per gram atau Rp 6.650 per 0,01 gram untuk minimal pembelian. Sedangkan harga beli emas Rp645 ribu per gram atau Rp6.450 per 0,01 gram.<sup>15</sup>

Bahkan beberapa hari terakhir harga emas per gramnya masih bertengger pada level sekitar Rp 700 ribu per gram. Direktur Pengembangan Produk dan Pemasaran, Harianto Widodo, mengatakan peningkatan harga emas baru-baru ini hingga menembus Rp 700 ribu per gram murni akibat fluktuasi di pasar. Dirinya pun tidak dapat memastikan kenaikan harga emas, sebab emas sendiri merupakan komoditas yang diperdagangkan. Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Ibu Indah, Pimpinan di Pegadaian Cabang Jember, mengatakan bahwa harga emas setiap tahunnya mengalami kenaikan, jadi angka yang dikumpulkan oleh Pegadaian dalam pencapaian targetnya juga naik. Hal tersebut yang membuat emas banyak diminati oleh nasabah. Kenaikan salah satu produk dalam Pegadaian akan berimbas pada akumulasi pencapaian yang telah ditetapkan. Seperti produk logam mulia yang selalu meningkat maka pencapaian targetnya juga terpenuhi.<sup>16</sup>

Penelitian ini dilakukan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember karena bisnis intinya memang di bidang emas, baik gadai maupun penjualan

---

<sup>15</sup> Faizal Fanani, "Harga Emas Terus Naik, Ini Kata Dirut Pegadaian", <https://www.liputan6.com/> 30 Juli 2019.

<sup>16</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember, 20 Agustus 2019 .

atau pembelian. Pegadaian sampai saat ini merupakan lembaga formal di Indonesia yang menurut hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Untuk itu, dari latar belakang diatas peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana peningkatan jumlah nasabah atas adanya produk logam mulia sehingga penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut ke dalam penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka terdapat beberapa fokus penelitian dalam penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember?
2. Bagaimana prosedur untuk memiliki logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember?

## **C. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember.
2. Mengetahui prosedur untuk memiliki logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoretis**

Secara teoretis, hasil dari penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi pengetahuan tentang masalah yang diteliti khususnya mengenai strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Menerapkan teori serta pengetahuan yang telah diterima di bangku perkuliahan sehingga mendapatkan pengalaman seputar penelitian dan memperluas wawasan terutama tentang strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah.

#### **b. Bagi IAIN Jember**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian dan menjadi referensi tambahan tentang ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah.

#### **c. Bagi Pembaca**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan, informasi, dan pustaka untuk penelitian tentang strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.<sup>17</sup>

### a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.<sup>18</sup>

### b. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat diawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, *events*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi informasi, dan ide.<sup>19</sup>

### c. Logam mulia

Logam mulia adalah logam yang tahan terhadap korosi dan oksidasi. Sederhananya, logam yang masuk kategori logam mulia adalah

<sup>17</sup> Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 45.

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi, 2008), 6.

<sup>19</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 139.

yang tidak berkarat dan tahan banting. Contoh dari logam golongan ini adalah emas, perak, dan platina.<sup>20</sup>

#### d. Pegadaian

Pegadaian adalah suatu lembaga Pemerintah satu-satunya yang memberikan jasa penyaluran uang kepada masyarakat atas dasar hukum gadai dengan jaminan barang bergerak. Gadai menurut KUH Perdata pasal 1150 adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak.<sup>21</sup>

### F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan untuk memberikan gambaran secara global tentang isi dari suatu bab ke bab yang lain yang dijadikan sebagai rujukan sehingga akan lebih mudah untuk menanggapi isinya.

BAB I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, sistematika pembahasan.

BAB II Kajian kepustakaan yang terdiri dari kajian terdahulu yang memuat penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dengan penelitian ini dan kajian teori yang digunakan sebagai perspektif oleh peneliti. Bab ini berfungsi untuk landasan teori pada bab berikutnya guna menganalisis data yang diperoleh.

BAB III Penyajian metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Di dalamnya berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian,

<sup>20</sup> Ella Syafputri, *Investasi Emas, Dinar, & Dirham* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 14.

<sup>21</sup> Syarif Arbi, *Lembaga Perbankan Keuangan Dan Pembiayaan* (Yogyakarta: BPFE, 2013), 26.

subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan terakhir adalah tahap-tahap penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.

BAB IV Penyajian data dan analisis data yang diperoleh dalam pelaksanaan penelitian secara empiris yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta diakhiri dengan pembahasan temuan yang diperoleh di lokasi penelitian. Bab ini berfungsi sebagai bahan kajian untuk memaparkan data yang diperoleh guna menemukan kesimpulan.

BAB V Bab terakhir atau penutup yang di dalamnya berisi kesimpulan dari beberapa pembahasan tentang hasil analisis data penelitian yang diteliti, serta saran-saran yang berkaitan dengan pokok pembahasan dari objek penelitian. Selanjutnya skripsi ini dilanjutkan dengan daftar pustaka, pernyataan keaslian penulisan, dan lampiran-lampiran sebagai pendukung dalam penemuan kelengkapan data skripsi.

IAIN JEMBER

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya disamping itu penelitian terdahulu membantu peneliti untuk menunjukkan orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.<sup>22</sup>

Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nurul Azizah Fatimatu dengan judul **Investasi Berbasis Emas Pada Produk BSM Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ungaran**. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Apa alasan emas digunakan sebagai alternatif investasi di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ungaran? (2) Apa saja produk-produk investasi pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ungaran? (3) Dan bagaimana cara aplikasi Investasi emas pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ungaran?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analisis. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis dan meneliti tentang investasi berbasis emas pada produk

---

<sup>22</sup> Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 45.

BSM Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ungaran. Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang investasi emas.

Penelitian ini menghasilkan tiga temuan, sebagai temuan sebagai berikut. *Pertama*, alternatif investasi pada Bank Syariah Mandiri menggunakan produk BSM Cicil Emas karena emas merupakan investasi jangka panjang, emas yang kebal akan inflasi dan nilainya cenderung meningkat. Disamping itu emas lebih aman karena tidak terkena pajak, menguntungkan serta *likuid*. *Kedua*, produk-produk investasi pada BSM Kantor Cabang Ungaran terdiri dari Sukuk, Reksadana, dan BSM Cicil Emas. *Ketiga*, Aplikasi investasi yang di gunakan pada BSM adalah produk BSM Cicil Emas yang memberikan kesempatan masyarakat untuk memiliki emas batangan dengan melakukan pengajuan pembiayaan, dengan cara mencicil, menggunakan akad *murabahah*, dengan jaminan diikat dengan *rahn* (gadai). Berat minimal 10 gram, dengan jangka waktu pembiayaan 2 sampai dengan 5 tahun.<sup>23</sup>

2. Suci Nur Leyllah dengan judul **Implementasi Pembiayaan Produk Kepemilikan Logam Mulia (KLM) Dalam meningkatkan Profitabilitas (Studi Pada PT Bank BRI Syariah Cabang Jombang)**. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Bagaimanakah pelaksanaan pembiayaan (KLM) pada PT Bank BRI Syariah Cabang Jombang? (2) Faktor apa saja yang menunjang

---

<sup>23</sup> Nurul Azizah Fatimatu, “Investasi Berbasis Emas Produk BSM Cicil Emas di Bank Syariah” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016).

dan menghambat dalam pelaksanaan pembiayaan (KLM) di BRI Syariah Cabang Jombang? (3) Dan bagaimana peranan pembiayaan (KLM) dan kontribusinya dalam meningkatkan profitabilitas pada PT. Bank BRI Syariah Cabang Jombang?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif dan meneliti tentang implementasi pembiayaan produk (KLM) dalam meningkatkan profitabilitas. Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaan keduanya adalah sama-sama membahas tentang investasi emas dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan pembiayaan KLM PT. Bank BRI Syariah Cabang Jombang sudah berjalan efektif mencakup *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling*, namun pada *Organizing* masih perlu penambaham personil agar pelayanan lebih maksimal. Adapun peranan pembiayaan KLM dalam meningkatkan profitabilitas PT Bank Syariah Cabang Jombang, jika dilihat dari jumlah nominal pendapatan dan dari prosentase pertumbuhan pendapatan KLM setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan yang stabil.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Suci Nur Leyllah, "Implementasi Pembiayaan Produk Kepemilikan Logam Mulia dalam Peningkatan Profitabilitas pada PT. Bank Syariah", (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016).

3. Anisatul Kamilah dengan judul **Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Masyarakat Awam Teknologi di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono**. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana strategi pemasaran bank pada masyarakat awam teknologi? (2) Apa saja kendala strategi pemasaran bank pada masyarakat awam teknologi? (3) Bagaimana solusi strategi pemasaran bank pada masyarakat awam teknologi?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif dan meneliti tentang strategi pemasaran dalam menghadapi masyarakat awam teknologi di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Jember Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaan keduanya adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan maka, disimpulkan bahwa strategi pemasaran Bank Mandiri KCP Jember Sukowono menggunakan dua cara yaitu melalui *door to door* dan brosur. Hal ini digunakan karena banyaknya dari pangsa pasar yang dituju adalah mayoritas petani dan masih banyak yang awam terhadap perkembangan teknologi. Kendala yang dihadapi ketika memasarkan produk-produk bank mandiri adalah minimnya pengetahuan nasabah, bahasa yang terkadang

sulit untuk dikomunikasikan, jarak rumah ke Bank Mandiri yang jauh karena pemasar Bank Mandiri sampai ke pelosok desa dan banyaknya pesaing. Solusi yang dilakukan Bank Mandiri untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah yaitu dengan memberikan pemahaman kepada nasabah untuk tidak menggunakan calo/pihak ketiga dalam melakukan pinjaman.<sup>25</sup>

4. Arrobial Zuhriawati dengan judul **Pelaksanaan Investasi Logam Mulia Pada PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu**. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana implementasi investasi logam mulia pada PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu? (2) Apa alasan PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu menanggukuhkan penyerahan barang pada praktek pembiayaan murabahah logam mulia?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif dan meneliti tentang pelaksanaan investasi logam mulia pada PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu. Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaan keduanya adalah sama-

<sup>25</sup> Anisatul Kamilah, “Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Masyarakat Awam Teknologi di Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Jember Sukowono”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017).

sama membahas tentang investasi emas dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian yang penulis menunjukkan transaksi pembiayaan *murabahah* logam mulia melibatkan tiga pihak, yaitu pihak penjual (Pegadaian), pembeli (nasabah), dan *supplier* (PT Antam). Di dalam *form* akad perjanjian yang ditandatangani oleh masing-masing pihak, akad yang digunakan adalah *murabahah* (pembiayaan) dan *rahn* (jaminan). Adapun alasan pihak Pegadaian Syariah menanggihkan penyerahan barang dikarenakan untuk mengantisipasi apabila nasabah melakukan wanprestasi (cidera janji) terhadap pihak Pegadaian Syariah sehingga pihak Pegadaian Syariah tidak mengalami kerugian dan penyerahan barang dilakukan pada bulan kedua setelah akad ditanda tangani oleh nasabah. Pada pembiayaan mulia angsuran kolektif dan mulia angsuran arisan, nasabah yang membayar uang muka sebesar 10% maka logam mulia diberikan minimal pada bulan ketiga, sedangkan untuk uang muka 15% logam mulia minimal diberikan pada bulan kedua setelah akad ditanda tangani oleh nasabah.<sup>26</sup>

5. Zuhriah dengan judul **Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Kredit Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) (Studi Kasus Pegadaian Cabang Sekip Kota Palembang)**. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana sistem jual beli kredit logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Sekip Kota Palembang? (2) Bagaimana tinjauan hukum

---

<sup>26</sup> Arrobbial Zuhriawati, "Pelaksanaan Investasi Logam Mulia Pada PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2017).

Islam terhadap sistem jual beli kredit logam mulia di PT Pegadaian Persero Cabang Sekip Kota Palembang?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif dan meneliti tentang tinjauan hukum Islam terhadap sistem jual beli kredit logam mulia di PT Pegadaian (Persero) (studi kasus Pegadaian Cabang Sekip Kota Palembang). Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaan keduanya adalah sama-sama membahas tentang investasi emas dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan maka, disimpulkan bahwa sistem jual beli kredit logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Sekip Kota Palembang, sistem yang diterapkan secara umum praktik pelaksanaan pembiayaan emas ini menggunakan akad *murabahah* dimana logam mulia yang dibeli secara kredit akan dijadikan sebagai jaminan, merupakan hal yang tidak dilarang. Akan tetapi jika barang yang dibeli atau dijual tersebut dijadikan agunan, maka manfaatnya jelas tidak bisa dipindahkan, sehingga jual beli seperti ini batil.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Zuhriah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Kredit Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) (Studi Kasus Pegadaian Cabang Sekip Kota Palembang)", (Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017).

6. Ade Safitri dengan judul **Tinjauan Hukum Islam Tentang Akad dalam Pembiayaan Murabahah Logam Untuk Investasi Abadi (Studi pada Pegadaian Syariah Cabang Radin Intan Lampung)**. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana mekanisme pembiayaan mulia di Pegadaian Syariah Cabang Radin Intan Lampung? (2) Dan bagaimana tinjauan hukum Islam tentang akad dalam pembiayaan *murabahah* logam untuk Investasi abadi?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif analitis dan meneliti tentang tinjauan hukum Islam tentang akad dalam pembiayaan Murabahah Logam untuk Investasi Abadi (MULIA). Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang investasi emas.

Pelaksanaan pembiayaan (MULIA) di Pegadaian Syariah Cabang Radin Intan Lampung dalam menjalankan mekanisme perasionalnya menggunakan dua akad yaitu akad *murabahah* dan *rahn*. Dimana nasabah diharuskan membayar uang muka minimal 15%, serta objek akad yaitu emas logam mulia dijadikan sebagai jaminan, jangka waktu pembayaran mulai dari 3 bulan dan sampai 36 bulan, dan penerapan denda keterlambatan mulai dari 2% dan maksimal 4%. Ketentuan emas logam mulia yang dijadikan jaminan dapat merugikan pihak nasabah sebab

nasabah tidak dapat memiliki barang yang telah dibeli. Biaya-biaya yang terdapat dalam pembiayaan MULIA seperti biaya penyimpanan dan perawatan jaminan, biaya administrasi, biaya ekspedisi dan serta denda keterlambatan yang diterapkan akan dapat memberatkan nasabah.

Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa akad dalam pembiayaan (MULIA) di Pegadaian Syariah Cabang Radin Intan Lampung dipandang sah oleh Hukum Islam. Pembiayaan MULIA dengan akad *murabahah* dan akad *rahn* tidak termasuk dalam kategori dua akad dalam satu transaksi yang dilarang. Hal ini didasarkan dengan adanya kejelasan antara kedua akad, yaitu akad *murabahah* dan akad *rahn* yang dilakukan sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Akad *murabahah* terlebih dahulu dilakukan dan merupakan akad pokoknya kemudian disusul dengan akad *rahn* sebagai *asseccoir*. Akan tetapi dalam praktiknya nasabah tetap dirugikan karena harus membayar dua kali lipat, yaitu utang *murabahah* dan biaya penyimpanan atas barang jaminan.<sup>28</sup>

7. Wida Yusari dengan judul **Analisis Swot Pemasaran Produk Mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh**. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Apakah faktor internal (*strength* dan *weakness*) dan faktor eksternal (*opportunities* dan *threats*) yang terdapat pada produk mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh? (2) Bagaimana analisis SWOT (*strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats*) dan perumusan

---

<sup>28</sup> Ade Safitri, "Tinjauan Hukum Islam tentang Akad dalam Pembiayaan Murabahah Logam untuk Investasi Abadi pada Pegadaian Syariah", (Skripsi, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017).

strategi alternatif dengan analisis matriks SWOT pada produk Mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif dan meneliti tentang analisis swot pemasaran produk Mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh. Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaan keduanya adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan analisis matriks SWOT pada produk Mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh diperoleh beberapa formulasi strategi alternatif yang dapat dilakukan, diantaranya adalah sebagai berikut: Strategi SO: mempertahankan kualitas produk, menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat, pemanfaatan *outlet* untuk mendapatkan nasabah baru, dan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan memberikan standar layanan yang berlaku di semua *outlet*. Strategi ST: layanan nasabah ditingkatkan baik penanganan keluhan atau komplain, mempertahankan ciri khas produk dan menambah program-program berhadiah, dan menjalin hubungan yang lebih

baik lagi dengan masyarakat. Strategi WO: meningkatkan kualitas dari kegiatan promosi dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah, memberikan kemudahan akses informasi bagi masyarakat terhadap produk mulia, dan meningkatkan jaringan internet untuk media promosi ke nasabah. Strategi WT: menetapkan strategi baru yang lebih efektif dan efisien, meningkatkan promosi melalui berbagai media, dan pengajuan penambahan pegawai untuk meningkatkan pelayanan dalam penjualan produk mulia.<sup>29</sup>

8. Azizatus Zahro dengan judul **Analisis dimensi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember**. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember? (2) Apa faktor pendukung dan penghambat dari dimensi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif dan meneliti tentang analisis dimensi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember. Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaan keduanya

<sup>29</sup> Wida Yusari, "Analisis SWOT Pemasaran Produk Mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sekolah tinggi agama islam, 2017).

adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan maka, disimpulkan bahwa dalam strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember ini ada 3 strategi: peningkatan mutu pelayanan, *optimalisasi outlet*, dan *economic sharing*.

Paling menarik minat nasabah *economic sharing* disamping *economic sharing* ada yang namanya PDS, jadi nasabah tidak perlu datang ke pegadaian lagi cukup menggunakan HP dan aplikasi PDS sudah bisa bertransaksi, maka dari itu nasabah banyak yang menyukai strategi ini.

Faktor pendukung strategi pemasaran seluruh sumber daya manusia bergerak bersama, latar belakang yang memiliki D3 keatas, produk mudah dikembangkan bisa dinikmati dari kalangan atas kalangan bawah. Sedangkan faktor penghambat kendala di lapangan literasi kurang karena jumlah personil kurang akibatnya banyak orang yang tidak tau tentang Pegadaian.<sup>30</sup>

9. Sarini. S dengan judul **Strategi Marketing dalam Meningkatkan Produk Tabungan Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.** Fokus penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana strategi *marketing* Pegadaian Syariah dalam meningkatkan produk tabungan emas pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh? (2) Bagaimana pengelolaan produk tabungan emas pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh?

<sup>30</sup> Azizatus Zahro, “Analisis Dimensi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2018).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif dan meneliti tentang strategi marketing dalam meningkatkan produk tabungan emas pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaan keduanya adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan maka, disimpulkan bahwa dalam strategi *marketing* dalam meningkatkan produk tabungan emas pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh, memberi formasi cukup memuaskan dengan melakukan segmentasi berupa sosialisasi semua kalangan masyarakat dengan target pasar melakukan literasi (pengenalan) produk tabungan cicilan emas kepada masyarakat, kantor dan sekolah, serta berhubungan dengan bauran pemasaran diantaranya produk, harga, promosi dan tempat. Dari strategi marketing tersebut, yang paling baik adalah literasi (pengenalan) produk tabungan emas kepada masyarakat, sehingga banyak diminati oleh kalangan Ibu Rumah Tangga (IRT) dan pegawai non PNS.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Sarini S, "Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Emas pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

10. Rini Astuti dengan judul **Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru**. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru dalam meningkatkan jumlah nasabah? (2) Apa yang menjadi kendala-kendala dalam pemasaran produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dari hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui perbedaannya bahwa penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian deskriptif dan meneliti tentang analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan emas Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru. Sedangkan penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah. Persamaan keduanya adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian penelitian menunjukkan strategi pemasaran yang dilakukan Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru menggunakan strategi pemasaran *door to door* dengan cara mendatangi langsung nasabah atau calon nasabah. Karena dengan berhadapan langsung dengan nasabah, akan terjalin hubungan yang hidup dan akan langsung bisa berinteraksi dengan nasabah., strategi *referral* atau dari individu satu ke individu yang lain, dan

setrategi milenial, dimana dalam pemasaran ini dilakukan melalui akun media sosial, seperti facebook, Whatsapp, Instagram. Dari pihak Pegadaian Syariah Solo Baru juga melakukan sosialisasi institusi seperti sekolah atau kampus dan juga memberikan edukasi betapa pentingnya investasi sejak dini kepada masyarakat.<sup>32</sup>

**Tabel 2.1**  
**Tabulasi Kajian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Nurul Azizah Fatimatu, 2016	Investasi Berbasis Emas Pada Produk BSM Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ungaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama membahas tentang investasi</li> <li>2. Pendekatan kualitatif</li> </ol>	Perbedaannya pada skripsi ini untuk mengetahui produk-produk investasi dan mengetahui cara aplikasi investasi emas.
2.	Suci Nur Leyllah, 2016	Implementasi Pembiayaan Produk Kepemilikan Logam Mulia (KLM) Dalam meningkatkan Profitabilitas (Studi Pada PT Bank BRI Syariah Cabang Jombang).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama membahas tentang logam mulia</li> <li>2. Pendekatan kualitatif</li> </ol>	Perbedaan terletak pada objek penelitian. Untuk mengetahui pelaksanaan pembiayaan KLM.

<sup>32</sup> Rini Astuti, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019).

3.	Anisatul Kalmilah, 2017	Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Masyarakat Awam Teknologi di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran</li> <li>2. Pendekatan kualitatif</li> </ol>	Perbedaannya pada skripsi ini untuk mengetahui kendala dan solusi dalam strategi pemasaran masyarakat awam teknologi
4.	Arrobiah Zuhriawati, 2017	Pelaksanaan Investasi Logam Mulia Pada PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama membahas tentang investasi logam mulia</li> <li>2. Pendekatan kualitatif</li> </ol>	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Untuk mengetahui penanggulangan penyerahan barang pada praktek pembiayaan murabahah logam mulia.
5.	Zuhriah, 2017	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Kredit Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) (Studi Kasus Pegadaian Cabang Sekip Kota Palembang).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama membahas tentang investasi</li> <li>2. Pendekatan kualitatif</li> </ol>	Perbedaan pada skripsi ini untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap sistem jual beli kredit logam mulia.
6.	Ade Safitri, 2017	Tinjauan Hukum Islam Tentang Akad Dalam Pembiayaan Murabahah Logam Untuk Investasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama membahas tentang investasi</li> <li>2. Pendekatan kualitatif</li> </ol>	Perbedaan pada skripsi ini untuk mengetahui mekanisme pembiayaan mulia dan untuk

		Abadi (Studi pada Pegadaian Syariah Cabang Radin Intan Lampung).		mengetahui tinjauan hukum Islam tentang akad dalam pembiayaan <i>murabahah</i> .
7.	Wida Yusari, 2017	Analisis Swot Pemasaran Produk Mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama membahas tentang mulia</li> <li>2. pendekatan kualitatif</li> </ol>	Peredaannya pada objek penelitian. Untuk mengetahui analisis SWOT
8.	Azizatus Zahro, 2018	Analisis Dimensi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran</li> <li>2. Pendekatan kualitatif</li> </ol>	Perbedaannya pada skripsi ini untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dari dimensi strategi pemasaran
9.	Sarini. S, 2018	Strategi <i>Marketing</i> dalam Meningkatkan Produk Tabungan Emas pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sama-sama membahas emas</li> <li>2. pendekatan kualitatif</li> </ol>	Perbedaannya pada objek penelitian. Untuk mengetahui pengelolaan produk tabungan emas

10.	Rini Astuti, 2019	Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru	1. Sama-sama membahas tentang emas 2. pendekatan kualitatif	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Untuk mengetahui kendala-kendala dalam pemasaran produk tabungan emas
-----	-------------------	--	--	--

Sumber: data diolah dari penelitian terdahulu

## B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Berbeda dengan penelitian kuantitatif, posisi teori dalam penelitian kualitatif diletakkan sebagai perspektif, bukan untuk diuji.<sup>33</sup>

### 1. Strategi Pemasaran

#### a. Pengertian Strategi Pemasaran

Ditinjau dari asal usul katanya, istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratos* = militer, da *nag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana

<sup>33</sup> Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 46.

jenderal dibutuhkan untuk memimpin angkatan perang agar dapat selalu memenangkan pertempuran.

Selain itu, strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana alokasi atau pengerahan kekuatan militer dan manajerial pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.<sup>34</sup>

Strategi pemasaran sangat mengutamakan orientasi pada konsumen dengan memberikan kepuasan tertinggi dan fokus pada tampilan lembaga dalam melayani konsumen dan ini berbeda dengan pemasaran tradisional yang hanya mengutamakan peningkatan volume penjualan. Dengan perencanaan yang dilakukan secara aktif dan baik akan dapat mengantisipasi perkembangan masa depan, bahkan faktor diluar lingkungan bisnis akan dapat dikuasai atau diramalkan lebih dulu.<sup>35</sup>

Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang

---

<sup>34</sup> Fandy Tjiptono, Anastasia Diana, *Prinsip & Dinamika Pemasaran* (Yogyakarta: J & J Leaning, 2000), 1.

<sup>35</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 256.

dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.<sup>36</sup>

#### **b. Tujuan Pemasaran**

Setiap perusahaan yang didirikan pasti mempunyai tujuan utama, yaitu mencapai tingkat keuntungan tertentu dan pertumbuhan perusahaan pangsa pasar. Menurut Buchari tujuan pemasaran yaitu untuk mencari keseimbangan pasar antara *buyer's market* dan *seller's market*, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dan produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa kepada calon konsumen.<sup>37</sup> Sedangkan menurut Kotler tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sehingga nantinya produk yang kita ciptakan nantinya sesuai dengan keinginan pelanggan dan memiliki tingkat jual tinggi.<sup>38</sup> Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan pemasaran adalah memberi kepuasan kepada pembeli dan mengenalkan produk kepada pembeli sedemikian rupa, sehingga produk yang dijual akan sesuai dengan keinginan pembeli.

#### **c. Bauran Komunikasi Pemasaran**

Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan

<sup>36</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi, 2008), 6.

<sup>37</sup> Makmur, Saprijal, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan Pasir Pangaraian)", *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3 (Januari, 2015), No. 1, 44.

<sup>38</sup> Syamsudin, "Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Stretegi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang" (Studi Kasus pada PT. Astra Internasional Daihatsu Malang)", *Jurnal INTEKNA*, 2 (November, 2014), 102.

mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merk yang dijual. Intinya, komunikasi pemasaran mempresentasikan “suara” perusahaan dan merknya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen.

Bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) terdiri dari delapan model komunikasi utama yaitu.<sup>39</sup>

1) Iklan

Semua bentuk terbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas.

2) Promosi penjualan

Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa.

3) Acara dan pengalaman

Kegiatan dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau interaksi yang berhubungan dengan merk tertentu.

4) Hubungan masyarakat dan publisitas

Beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya.

---

<sup>39</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2008), 174.

5) Pemasaran langsung

Penggunaan surat, telepon, faksimile, *e-mail*, atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta respon atau dialog dari pelanggan dan prospek tertentu.

6) Pemasaran interaktif

Kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa.

7) Pemasaran dari mulut ke mulut

Komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.

8) Penjualan personal

Interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan pengadaan pesanan.

## 2. Emas

### a. Pengertian emas

Emas dalam bahasa Inggris disebut "*gold*". Kata ini merupakan serapan dari bahasa Jerman Kuno, yaitu "*ghel*" yang berarti 'bersinar' atau 'kuning'. Emas adalah logam yang padat, lembut, mengilat, dan

juga logam yang paling lentur. Emas murni memiliki warna kuning cerah dan berkilau sehingga dianggap sangat menarik.<sup>40</sup>

## **b. Jenis-jenis emas**

### 1) Emas Batangan<sup>41</sup>

Emas batangan alias emas lantakan tersedia dalam berat mulai dari 1 gram sampai dengan 1 kg. Emas jenis inilah yang sebaiknya dipilih sebagai instrumen investasi. Karena emas batangan biasanya mempunyai kadar 24 karat dengan tingkat kemurnian 99,99%. Emas batangan memiliki beberapa kelebihan yaitu:

- a) Tidak terkena Pajak Pertambahan Nilai (PPn).
- b) Tidak terkena biaya cetak apabila kita beli dalam unit 1kiloan.
- c) Nilai jual kembali tinggi.

Namun, yang perlu diingat emas batangan juga memiliki kekurangan yaitu:

- a) Tidak fleksibel. Apabila kita memiliki emas 1 kg, lalu kita butuh 10 gram untuk keperluan tunai, kita tidak mudah untuk menjual sebagiannya.
- b) Tidak mudah diperjualbelikan sesama pengguna karena adanya kendala ukuran.

<sup>40</sup> Rulli Kusnandar, *Cara Cerdas Berkebun Emas* (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2010), 20.

<sup>41</sup> Ibid., 59.

## 2) Emas Perhiasan<sup>42</sup>

Emas dalam bentuk perhiasan memiliki manfaat bagi pemiliknya, yaitu untuk dipakai. Jadi, ada dua manfaat emas jenis ini, untuk investasi dan aksesoris sehari-hari. Namun jenis emas dalam bentuk ini justru tidak disarankan untuk investasi.

### c. Alasan Investasi Emas

Selain tidak terpengaruh inflasi, emas juga memiliki kelebihan-kelebihan lain sebagai berikut:<sup>43</sup>

#### a) Aman

Uang di bank akan hilang secara perlahan-lahan karena biaya administrasi, pajak bunga 20%, tingkat suku bunga rendah, dan jaminan terbatas (hanya Rp100 juta per nomor rekening dengan nilai maksimum Rp2 milyar). Pada lembaga investasi lainnya dikarenakan biaya broker, administrasi, pajak, dan lain sebagainya. Pada emas tidak perlu menghawtirkan itu semua.

#### b) Perlindungan (*Protection*)

Inflasi dan deflasi adalah perampok yang tidak kelihatan. Keduanya merupakan masalah klasik yang sudah berabad-abad dan secara perlahan tapi pasti akan menggerogoti nilai aset kita. Berbeda dengan emas. Semakin tinggi laju inflasi, semakin tinggi harga emas.

---

<sup>42</sup> Ibid., 59.

<sup>43</sup> Ibid., 52.

c) Mudah dicairkan

Investasi properti, deposito, saham, obligasi, kendaraan, ataupun karya seni memerlukan waktu lebih dari satu hari untuk dicairkan. Ini disebabkan pembeli dan peminatnya terbatas dan ada kemungkinan nilainya juga menyusut oleh inflasi, *brokers fee*, pajak dan administrasi. Namun dengan emas kita dapat segera mencairkan dalam bentuk uang di ribuan toko emas, pegadaian, bahkan bank syariah (sebagai jaminan gadai). Prosesnya mudah, cepat, dan nilainya mengikuti harga pasaran internasional yang terus menguat.

d) Terjangkau semua kalangan

Dengan uang yang relatif sedikit, sudah bisa mulai menabung emas. Misalkan hanya memiliki uang sebesar Rp 200.000, kita sudah bisa membeli 0,5 gram emas. Ini berbeda dengan properti. Untuk memiliki tanah seluas 1 hektar, kita tidak bisa mencicil dengan membeli 1x1 m<sup>2</sup> terlebih dahulu.

e) Mudah dipindahkan

Membawa atau memindahkan uang tunai senilai Rp. 300 juta sangat tidak praktis alias ribet, berisiko tinggi, dan tentu saja dapat dengan mudah diketahui orang.

f) Resiko rendah

Tidak ada biaya penyusutan nilai pada emas. Hanya beban untuk biaya *safe deposit box* jika disimpan di bank. Nilai emas

jangka pendek berfluktuasi, tetapi sejak 10 tahun terakhir nilainya terus naik, lebih dari 406% dan akan terus naik. Risiko terburuk dari investasi emas, yaitu hilang dicuri atau dirampok.<sup>44</sup>

### 3. Mulia

#### a. Pengertian mulia

Mulia merupakan layanan penjualan logam mulia kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses cepat dan dalam jangka waktu yang fleksibel

Logam mulia menjadi alternatif pilihan investasi menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak di masa mendatang, memiliki tempat tinggal dan kendaraan, memenuhi kebutuhan modal kerja untuk pengembangan usaha, PT Pegadaian (Persero) bekerja sama dengan PT Antam Tbk.

#### b. Keunggulan Mulia

Keunggulan dari produk mulia yaitu:<sup>45</sup>

- 1) Emas batangan dapat dimiliki dengan cara pembelian tunai, angsuran, kolektif (kelompok), ataupun arisan.
- 2) Proses mudah dengan layanan profesional.
- 3) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- 4) Sebagai aset, emas batangan sangat *likuid* untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak.

<sup>44</sup> Ibid., 13.

<sup>45</sup> <https://www.pegadaian.co.id/diakses> pada 20 Agustus pukul 13.00 WIB.

- 5) Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 5 gram s.d. 1 kilogram.
- 6) Uang muka mulai dari 10% s.d. 90% dari nilai logam mulia.
- 7) Jangka waktu angsuran mulai dari 3 bulan s.d. 36 bulan.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian dan dibandingkan dengan standar ukuran yang telah ditentukan.<sup>46</sup> Seorang peneliti yang akan melakukan proyek penelitian, sebelumnya ia dituntut untuk mengetahui dan memahami metode serta sistematika penelitian, jika peneliti tersebut hendak mengungkapkan kebenaran melalui suatu kegiatan ilmiah. Adapun dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik atau metode penelitian yang meliputi :

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh partisipan atau sumber data. Peneliti kualitatif harus bersifat “*Perspektif Emic*” artinya memperoleh data “sebagaimana seharusnya”, bukan berdasarkan apa yang dipikirkan oleh peneliti, tetapi berdasarkan apa dan dipikirkan oleh informan.<sup>47</sup>

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) dan dinyatakan dalam bentuk deskriptif yaitu data yang disimpulkan berupa gambar, kata-kata, dan bukan angka. Data tersebut mungkin berasal dari

---

<sup>46</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 126.

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 295.

naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.<sup>48</sup>

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti terlebih dahulu melakukan survei. Setelah melakukan pengamatan ditempat lokasi penelitian, maka peneliti akan menemukan titik permasalahan yang terdapat di lokasi.

Penelitian ini dilakukan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember bertempat di Jl. Syamanhudi No. 47 Jember. Alasan peneliti melakukan penelitian di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember karena bisnis intinya memang di bidang emas, baik gadai maupun penjualan atau pembelian. Pegadaian sampai saat ini merupakan lembaga formal di Indonesia yang menurut hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Lokasi penelitian ini berdekatan dengan Pasar Tanjung yang letaknya strategis dari pusat Kota Jember yang memiliki banyak pedagang

## **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah orang atau siapa saja yang dapat membantu untuk memperoleh data yang diinginkan demi kepentingan penelitian. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif menurut Lofland adalah kata-kata dan tindakan. Selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.<sup>49</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik *purposive* dan

---

<sup>48</sup> Lexy J. Moleong, *Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

<sup>49</sup> Lexy J Moleong, *Metode Penelitiian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 157.

Sampling insidental teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan subyek penelitian dengan pertimbangan subjek tersebut dianggap paling tahu sehingga memudahkan dalam penelitian. Sedangkan sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>50</sup>

Subjek penelitian ini adalah:

1. Ibu Indah Rustiniwati sebagai Pimpinan PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember
2. Ibu Evalia Firmanitasari sebagai Penaksir PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember
3. Bapak Muhammad Alfian sebagai *Marketing* PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember
4. Ibu Harningsih selaku nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>51</sup> Untuk memperoleh data yang dapat dipertanggungjawabkan, maka peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 85.

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 308.

## 1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Jadi dapat disimpulkan bahwa observasi yaitu pengamatan langsung terhadap objek studi untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan sebagai dasar analisis serta mengkonfirmasi objektivitas dan keakuratan mengenal hal yang diperoleh baik dalam studi pustaka maupun dalam penelitian itu sendiri.<sup>52</sup>

Tujuan observasi harus jelas artinya dapat memusatkan perhatian kepada apa yang harus diamati, siapa yang harus diamati dan keterangan apa yang perlu dikumpulkannya.<sup>53</sup> Dengan metode observasi ini bertujuan untuk memperoleh data sebagai berikut:

- a. Letak geografis PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember
- b. Gambaran dan kondisi PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

## 2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam.

---

<sup>52</sup> Ibid, 196.

<sup>53</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 10.

Metode wawancara dalam penelitian ini berarti proses memperoleh suatu fakta atau data dengan melakukan komunikasi langsung (tanya jawab secara lisan) dengan responden penelitian dalam wawancara ini ada dua belah pihak yang berinteraksi yaitu peneliti yang berperan sebagai pewawancara dan responden dalam penelitian yang diwawancarai.<sup>54</sup>

Wawancara ini digunakan untuk memperoleh keterangan dengan menggunakan cara tanya jawab sambil tatap muka antara peneliti dengan informan. Adapun teknik wawancara ini digunakan untuk memperoleh data tentang strategi pemasaran logam mulia dan prosedur logam mulia.

### 3. Dokumentasi

Selain dengan wawancara dan observasi, teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan dokumentasi, yaitu studi literature dan dokumenter. Teknik dokumenter adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencairan dan penemuan bukti-bukti.

Dokumen yang diambil peneliti adalah data-data yang diambil dari PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember berupa data berapa jumlah nasabah yang menggunakan produk logam mulia. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang dianggap bisa memberikan keterangan terhadap apa yang menjadi permasalahan dan penyesuaian dalam penelitian.

---

<sup>54</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Sosial)* (Jakarta: Kencana. 2007), 111.

## E. Analisis Data

Analisis data adalah suatu usaha untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan/tatanan bentuk sesuatu yang diuraikan itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif. Pada tahap ini seluruh data yang diperoleh dimanfaatkan sedemikian rupa sehingga dapat diambil kesimpulan.<sup>55</sup> Teknik analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data.

### 1. Langkah-langkah analisis data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan mulai dari sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis telah dimulai sejak merumuskan data menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.<sup>56</sup>

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data adalah sebagai berikut:

#### a. Analisis data sebelum di lapangan

Tahap pengumpulan data, dilakukan melalui instrument pengumpulan data. Dalam tahap ini analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun penelitian ini masih

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 331.

<sup>56</sup> *Ibid.*, 333.

bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan.<sup>57</sup>

b. Analisis data selama di lapangan

Analisis ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai setelah selesai dianalisis terasa belum memuaskan maka peneliti melanjutkan pertanyaan lagi tahap tertentu sampai data yang diperoleh dianggap kredibel.

#### **F. Keabsahan Data**

Usaha-usaha yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data temuan di lapangan. Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data.

Pemeriksaan keabsahan data ini diterapkan dalam rangka membuktikan temuan hasil penelitian dengan kenyataan di lapangan. Pada penelitian ini peneliti menguji keabsahan data yang diperoleh menggunakan teknik triangulasi yang peneliti gunakan. Triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek data yang bersumber dari informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Data dicari melalui

---

<sup>57</sup> Ibid., 334.

narasumber yaitu orang yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data.<sup>58</sup>

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas data. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.<sup>59</sup>

Validitas merupakan suatu alat pengukur, suatu alat ukur dikatakan valid jika alat ukur itu mengukur apa yang sebenarnya diukur oleh alat itu. Artinya, validitas data merupakan data yang terkumpul dan dapat menggambarkan realitas yang ingin diungkapkan oleh peneliti.<sup>60</sup>

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji triangulasi sumber, yaitu menggali kebenaran informasi tertentu melalui metode dan sumber perolehan data. Triangulasi ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara.<sup>61</sup>

## **G. Tahap-tahap Penelitian**

Tahapan yang perlu dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan dan tahap analisis data.

### **1. Tahap pra lapangan**

Dalam tahap awal ini, terdapat enam langkah yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

<sup>58</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 129.

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi, (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 363.

<sup>60</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2015), 167.

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 369.

a. Menyusun rancangan penelitian

Rencana penelitian diawali dengan pengajuan judul, menyusun matriks penelitian kemudian dikonsultasikan pada dosen pembimbing dan berlanjut dengan penyusunan proposal hingga seminar proposal.

b. Memilih lapangan penelitian

Lokasi penelitian yang akan diteliti adalah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember bertempat di Jl. Syamanhudi No. 47 Jember. Pemilihan lokasi tersebut disertai alasan-alasan tertentu, sebagaimana yang telah dijelaskan pada topik sebelumnya yaitu pada topik lokasi penelitian.

c. Menjajaki dan menilai lapangan

Tahap ini merupakan pengenalan awal terhadap kondisi lapangan, sebagai bekal permulaan penelitian yang akan dilakukan.

d. Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini, peneliti memilih informan yang sesuai dengan judul meliputi pimpinan PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember, penaksir dan *marketing*.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah menyelesaikan tahapan-tahapan pada tahap pra lapangan, peneliti dapat mengawali dan memulai penelitian sesuai rancangan penelitian yang telah disusun sebelumnya.

### 3. Tahap analisis data

Pada tahap terakhir ini, peneliti menganalisa data sesuai dengan teknik analisis yang dipergunakan, yaitu analisis deskriptif kemudian dilanjutkan dengan menyusun laporan penelitian.



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

Obyek penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember. Untuk mendapatkan gambaran lengkap tentang obyek penelitian tersebut maka akan dijabarkan sebagai berikut :

##### 1. Sejarah singkat berdirinya PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

Pada mulanya usaha Pegadaian dimulai saat VOC mendirikan Bank Van Leening pada tahun 1746 sebagai lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Kemudian pada tahun 1811, pemerintah Inggris mengambil alih Bank Van Leening dan masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha Pegadaian.<sup>62</sup> Pada tahun 1901, Gubernur Jenderal Belanda melalui Staatsblad Tahun 1901 No. 131 tanggal 12 Maret 1901, mendirikan Rumah Gadai Pemerintah (Hindia Belanda) di Sukabumi, Jawa Barat. Dengan dikeluarkannya peraturan tersebut, maka pelaksanaan gadai dilakukan oleh pemerintah Hindia Belanda sebagaimana diatur dalam Staatsblad Tahun 1901 No. 131 yang menyatakan: *“Kedua: Sejak itu dibagian Sukabumi kepada siapapun tidak akan diperkenankan untuk memberi gadai atau dalam bentuk jual-beli dengan hak membeli kembali, meminjamkan uang, tidak melebihi seratus Gulden, dengan hukuman, tergantung kepada kebangsaan para pelanggar*

---

<sup>62</sup> [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id), diakses pada 11 Agustus 2019 pukul 06.44 WIB.

*yang diancam dalam pasal 337 KUHP bagi orang-orang Eropa dan pasal 339 KUHP bagi orang-orang Bumiputera”.*<sup>63</sup>

Selanjutnya, dengan Staatsblad 1930 No. 266, Rumah Gadai tersebut mendapat status Dinas Pegadaian sebagai Perusahaan Negara. Kemudian dari Dinas Pegadaian diubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pegadaian berdasarkan Undang-Undang No. Prp. 1960 jo. Peraturan Pemerintah RI No. 178 Tahun 1961 tentang pendirian perusahaan Pegadaian (PN Pegadaian). Status badan hukum PN Pegadaian lalu berubah menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 7 Tahun 1969 tanggal 11 Maret 1969 tentang Perubahan Kedudukan PN Pegadaian menjadi Jawatan Pegadaian jo. UU No. 9 Tahun 1969 tanggal 1 Agustus 1969 dan penjelasannya mengenai bentuk-bentuk usaha negara dalam Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum), dan Perusahaan Perseroan (Persero). Selanjutnya, untuk meningkatkan efektivitas dan produktivitasnya, Perjan Pegadaian dialihkan menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990 tanggal 10 April 1990.<sup>64</sup>

Perum Pegadaian sampai saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang menurut hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Tugas pokok Perum Pegadaian ini adalah menjembatani kebutuhan dana

---

<sup>63</sup> Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 171.

<sup>64</sup> *Ibid.*, 172.

masyarakat dengan pemberian uang pinjaman berdasarkan hukum gadai. Tugas tersebut dimaksudkan untuk membantu masyarakat agar tidak terjerat dalam praktik-praktik lintah darat, ijon, atau pelepas uang lainnya.<sup>65</sup>

Setelah berubah menjadi Perum, pimpinan puncak pun diubah secara total diganti dengan generasi muda yang berkualitas tinggi dan kenyataannya usaha Perum Pegadaian terus meningkat. Kemudian pada tahun 2012, bentuk badan hukum berubah dari Perum ke Persero pada tanggal 1 April 2012 Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2011.<sup>66</sup>

## 2. Visi dan Misi PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

### Visi:<sup>67</sup>

Menjadi *the most valuable financial company* di Indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan utama masyarakat

### Misi:

- a. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti
- b. Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proporsisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan
- c. Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui bisnis proses yang lebih sederhana dan digital, teknologi informasi yang

<sup>65</sup> Ibid., 172.

<sup>66</sup> [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id), diakses pada 15 Agustus 2019 pukul 15.00 WIB.

<sup>67</sup> [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id), diakses pada 15 Agustus 2019 pukul 15.00 WIB.

handal dan mutakhir, praktek manajemen risiko yang kokoh dan SDM yang profesional berbudaya kinerja baik.

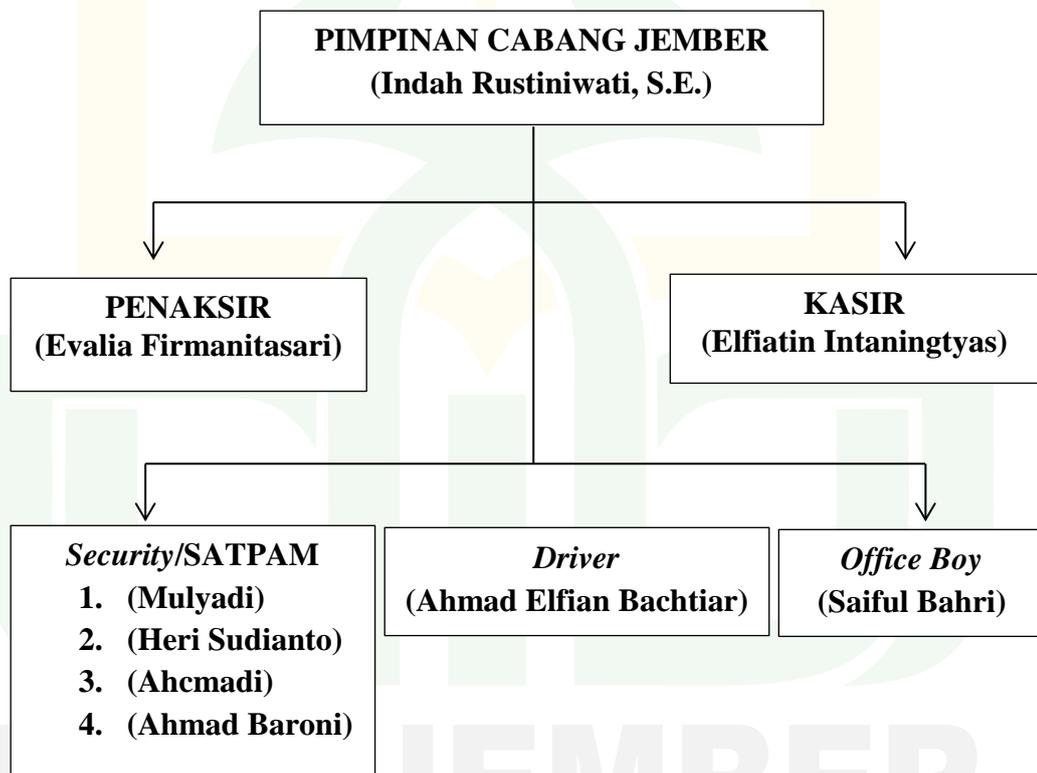
### 3. Letak Geografis PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

Nama Lembaga : PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

Telepon : 0331487266

Alamat : Jl. Syamanhudi No. 47 Jember, Jawa Timur

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember**



Sumber: PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember Tahun 2019

#### 4. *Job Description* PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember<sup>68</sup>

##### a. Pimpinan Cabang

Bertugas mengkoordinasi dan mengawasi kegiatan operasional seluruh *outlet* yang ada di bawahnya.

##### b. Penaksir

Bertugas menaksir nilai dari barang yang akan dijadikan sebagai jaminan seperti perhiasan, logam mulia, berlian, elektronik serta semua barang yang akan digadaikan.

##### c. Kasir

Bertugas melayani nasabah mulai dari masuk *outlet* hingga melakukan transaksi serta menjelaskan produk-produk pegadaian kepada nasabah.

##### d. Penyimpan

Bertugas menyimpan barang jaminan didalam brankas atau gudang sesuai dengan jenis barang yang digadaikan.

##### e. *Security* (Satpam)

Bertugas menjaga keamanan dan ketertiban di kantor Pegadaian Cabang Jember.

##### f. *Driver* (sopir)

Bertugas mengantar pimpinan cabang sesuai dengan perintah yang diberikan.

---

<sup>68</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember, 22 Agustus 2019.

g. *Office Boy*

Bertugas menjaga kebersihan dan membantu pegawai Pegadaian Cabang Jember.

## 5. Ruang Lingkup Usaha PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

Usaha lain yang dilakukan oleh PT Pegadaian adalah sebagai berikut:<sup>69</sup>

- a. Melayani jasa taksiran, bagi masyarakat yang ingin menaksir berapa nilai riil barang-barang berharga miliknya seperti emas, intan, berlian, mobil, televisi, dan barang-barang lainnya, hal ini berguna bagi masyarakat yang ingin menjual barang tersebut atau hanya sekadar ingin mengetahui jumlah kekayaannya.
- b. Melayani jasa titipan barang, bagi masyarakat yang ingin menitipkan barang-barang berharganya. Jasa penitipan ini diberikan untuk memberikan rasa aman kepada pemiliknya dari kehilangan, kebakaran, atau kecurian.
- c. Memberikan kredit, terutama bagi karyawan yang mempunyai penghasilan tetap. Pembayaran pinjaman dilakukan dengan memotong gaji si peminjam secara bulanan.

Ikut serta dalam usaha tertentu bekerja sama dengan pihak ketiga, misalnya dalam pembangunan perkantoran atau pembangunan lainnya dengan sistem *Build, Operate and Transfer* (BOT).

---

<sup>69</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*, (Jakarta: PT RajaGafindo Persada, 2014), 237.

Yang jelas bahwa usaha pokok Pegadaian merupakan usaha peminjaman uang dengan sistem gadai, sedangkan usaha lainnya merupakan usaha penunjang kegiatan pokok PT Pegadaian.

## 6. Produk-Produk PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

Adapun beberapa produk yang disediakan oleh PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember yaitu sebagai berikut:<sup>70</sup>

### a. Gadai KCA

Kredit Cepat Aman (KCA) adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Untuk mendapatkan kredit nasabah hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, laptop, handphone, dan barang elektronik lainnya. Adapun keunggulan dari KCA, yaitu:

- 1) Layanan KCA tersedia lebih dari 4400 *outlet* Pegadaian di seluruh Indonesia.
- 2) Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai.
- 3) Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan & dapat diperpanjang dengan cara membayar sewa modal saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman.

---

<sup>70</sup> <https://www.pegadaian.co.id/>, diakses pada 25 Agustus 2019 pukul 15.25 WIB.

- 4) Tidak perlu membuka rekening bank, dengan perhitungan sewa modal.
- 5) Prosedur pengajuannya sangat mudah.
- 6) Pelunasan dapat dilakukan setiap saat.
- 7) Pinjaman mulai dari Rp 50.000,00 s.d. Rp 500.000.000,00 atau lebih.

Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah dalam melakukan kredit gadai KCA, yaitu:

- 1) Fotokopi KTP atau identitas resmi lainnya
- 2) Menyerahkan barang jaminan
- 3) Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli
- 4) Nasabah menandatangani Surat Bukti Kredit (SBK)

Pada gadai KCA, bunga yang dikenakan pada setiap pinjaman berbeda-beda sesuai dengan besaran pinjaman. Besaran pinjaman digolongkan menjadi beberapa golongan, yaitu:

- 1) Golongan A = Rp 50.000,00 - Rp 500.000,00 (bunga 1%)
- 2) Golongan B = Rp 550.000,00 – Rp 5.000.000,00 (bunga 1,2%)
- 3) Golongan C = Rp 5.050.000,00 - Rp 20.000.000,00 (bunga 1,2%)
- 4) Golongan D = Rp 21.100.000,00 > (bunga 1,1%)

Adapun contoh perhitungan bunga pada kredit Gadai KCA:

Uang Pinjaman = Rp 1.050.000,00

Administrasi = Rp 21.000,00

Jangka Waktu = 32 hari

Bunga = 1,2% 15 hari

$$\begin{aligned}\text{Saat penebusan} &= \text{UP} + (\text{UP} \times 1,2\% (2)) \\ &= \text{Rp } 1.050.000,00 + (\text{Rp } 1.050.000,00 \times 1,2\% (2)) \\ &= \text{Rp } 1.050.000,00 + \text{Rp } 37.800,00 = \text{Rp } 1.087.800,00\end{aligned}$$

Apabila di perpanjang 120 hari maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Biaya perpanjangan} &= \text{administrasi} + (\text{Rp } 1.050.000,00 \times 1,2\% (4)) \\ &= \text{Rp } 21.000,00 + \text{Rp } 100.800,00 = \text{Rp } 121.800,00\end{aligned}$$

#### **b. Gadai Krasida**

Kredit dengan angsuran bulanan untuk keperluan konsumtif dan produktif dengan jaminan emas yang menjadi solusi tepat mendapatkan fasilitas kredit dengan cara cepat, mudah dan murah. Agunan dapat berupa perhiasan emas dan kendaraan bermotor. Adapun keunggulan dari Gadai Krasida, yaitu:

- 1) Prosedur pengajuan sangat mudah, calon nasabah hanya perlu membawa agunan emas.
- 2) Layanan Krasida tersedia di lebih dari 4400 *outlet* Pegadaian di seluruh Indonesia.
- 3) Pinjaman bisa mencapai 95% dari nilai taksiran agunan.
- 4) Jangka waktu pinjaman fleksibel. Dengan pilihan jangka waktu 6, 12, 24, 36 bulan.
- 5) Pelunasan dapat dilakukan kapan saja.
- 6) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon untuk sewa modal.

- 7) Pinjaman mulai dari Rp 1.000.000,00 hingga Rp 250.000.000,00
- 8) Sewa modal relatif murah dengan angsuran tetap per bulan.

Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah dalam melakukan kredit Gadai Krasida, yaitu:

- 1) Fotokopi KTP/paspor
- 2) Memiliki barang jaminan emas
- 3) Untuk agunan berupa kendaraan bermotor, lengkap dengan dokumen kepemilikan (BPKB asli, Fotokopi KTP STNK dan faktur pembelian)

Pada Gadai Krasida besarnya bunga yang dikenakan disesuaikan dengan lamanya waktu pinjaman yaitu:

- 1) 6 -12 Bulan = 1,25%
- 2) 18 - 24 Bulan = 1,3%
- 3) 24 - 36 Bulan = 1,4%

Berikut pula contoh perhitungan Gadai Krasida:

Uang Pinjaman = Rp 5.000.000,00

Jangka waktu = 12 bulan (bunga 1,25%)

Jumlah cicilan perbulan =  $(Rp\ 5.000.000,00/12) + (Rp\ 5.000.000,00 \times 1,25\%)$

= Rp 416.700,00 + Rp 62.500,00

= Rp 479.200,00

### c. Gadai Kreasi

Kreasi adalah kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada usaha kecil dan menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem Fidusia. Sistem Fidusia berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. Kreasi merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah. Adapun keunggulan dari Gadai Kreasi, yaitu:

- 1) Prosedur pengajuan kredit sangat cepat dan mudah. Agunan cukup BPKB kendaraan bermotor.
- 2) Sewa Modal (bunga pinjaman) relatif murah dengan angsuran tetap per bulan
- 3) Kreasi dapat diperoleh di seluruh *outlet* Pegadaian di Indonesia
- 4) Pinjaman mulai dari Rp 1.000.000,00 hingga Rp 2.000.000.000,00
- 5) Jangka waktu pinjaman fleksibel. Dengan pilihan jangka waktu 12, 18, 24, 36, 48 bulan.
- 6) Proses kredit hanya butuh 3 hari, dan dana dapat segera cair
- 7) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon untuk sewa modal

Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah dalam melakukan kredit Gadai Kreasi, yaitu:

- 1) Memiliki usaha UMKM yang memenuhi kriteria serta telah berjalan 1 (satu) tahun

- 2) Fotokopi KTP, Kartu Keluarga, dan Surat Nikah (Jika sudah menikah)
- 3) Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB asli, fotokopi STNK dan faktur pembelian)
- 4) Memiliki agunan sesuai ketentuan, yaitu usia kendaraan mobil maksimal 25 tahun terakhir dan sepeda motor maksimal 15 tahun terakhir

#### **d. Mulia**

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi. Adapun keunggulan dari investasi mulia, yaitu:

- 1) Emas batangan dapat dimiliki dengan cara pembelian tunai, angsuran, kolektif (kelompok), ataupun arisan.
- 2) Proses mudah dengan layanan profesional.
- 3) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- 4) Sebagai aset, emas batangan sangat liquid untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak.
- 5) Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 5 gram s.d. 1 kilogram.

- 6) Uang muka mulai dari 10% s.d. 90% dari nilai logam mulia.
- 7) Jangka waktu angsuran mulai dari 3 bulan s.d. 36 bulan.

Persyaratan yang dipenuhi nasabah dalam melakukan investasi mulia yaitu:

- 1) Untuk pembelian secara tunai, nasabah cukup datang ke *outlet* Pegadaian (Galeri 24) dengan membayar nilai logam mulia yang akan dibeli.
- 2) Untuk pembelian secara angsuran, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai dengan keinginan.

#### **e. Tabungan Emas**

Tabungan Emas Pegadaian adalah layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas. Adapun keunggulan dari Tabungan Emas yaitu:

- 1) Pegadaian Tabungan Emas tersedia di kantor cabang di seluruh Indonesia
- 2) Top up saldo Tabungan Emas dapat dilakukan secara *online* melalui aplikasi pegadain digital service
- 3) Order cetak emas dapat dilakukan mulai dari kepingan 1 gram
- 4) Layanan petugas yang professional
- 5) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset

Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah dalam melakukan investasi Tabungan Emas, yaitu:

- 1) Memiliki identitas yang masih berlaku (KTP/Paspor).
- 2) Mengisi formulir pembukaan Rekening Tabungan Emas.
- 3) Membayar biaya administrasi sebesar Rp 10.000,00 dan biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp 30.000,00

**f. Amanah**

Pembiayaan Amanah pada Pegadaian Syariah memudahkan pembelian kendaraan bermotor dengan pinjaman berprinsip syariah kepada pengusaha mikro/kecil, karyawan. Adapun keunggulan dari pembiayaan Amanah, yaitu:

- 1) Layanan Amanah tersedia di *outlet* Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia.
- 2) Uang muka terjangkau.
- 3) Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan.
- 4) Prosedur pengajuan cepat dan mudah
- 5) Biaya administrasi murah dan angsuran tetap.
- 6) Transaksi sesuai prinsip syariah yang adil dan menenteramkan.

Persyaratan yang harus dipenuhi dalam melakukan pembiayaan Amanah, yaitu:

- 1) Pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun.
- 2) Melampirkan kelengkapan: fotokopi KTP (suami/isteri), fotokopi Kartu Keluarga, fotokopi SK pengangkatan sebagai pegawai /

karyawan tetap, rekomendasi atasan langsung, slip gaji 2 bulan terakhir.

- 3) Mengisi dan menandatangani *form* aplikasi Amanah.
- 4) Membayar uang muka yang disepakati (minimal 20%)
- 5) Menandatangani akad Amanah.

#### **g. Arrum Haji**

Pembiayaan Arrum haji pada Pegadaian Syariah menggunakan sistem gadai emas guna pendaftaran haji. Adapun keunggulan dari pembiayaan Arrum Haji, yaitu:

- 1) Memperoleh Tabungan haji yang langsung dapat digunakan untuk memperoleh nomor porsi haji.
- 2) Kepastian nomor porsi.
- 3) Emas dan dokumen haji aman tersimpan di Pegadaian.
- 4) Mu'nah 0,95% taksiran
- 5) Layanan profesional
- 6) Biaya pemeliharaan barang jaminan terjangkau.
- 7) Pinjaman sebesar biaya pendaftaran haji.

Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah dalam melakukan pembiayaan Arrum Haji, yaitu:

- 1) Memenuhi syarat sebagai pendaftar haji
- 2) Fotokopi KTP

#### **h. Pegadaian *Remittance***

Pegadaian *Remittance* adalah layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri yang bekerjasama dengan beberapa perusahaan remitansi berskala internasional. Adapun keunggulan dari Pegadaian *Remittance*, yaitu:

- 1) Layanan Pegadaian *Remittance* tersedia di kantor Cabang Pegadaian di seluruh Indonesia.
- 2) Keamanan bertransaksi yang terpercaya, hanya dibayarkan kepada orang yang dituju.
- 3) Biaya kirim kompetitif
- 4) Prosedur sangat mudah. Penerima uang tidak harus memiliki rekening bank
- 5) Tidak harus memiliki rekening bank

Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah dalam melakukan pembiayaan Pegadaian *Remittance*, yaitu:

- 1) Syarat bagi nasabah pengirim uang melalui Pegadaian
- 2) Mengisi dan melengkapi form pengiriman uang
- 3) Membawa kartu tanda pengenal (KTP/SIM/PASPORT)
- 4) Syarat bagi nasabah penerima uang melalui Pegadaian
- 5) Mengisi dan melengkapi *form* penerimaan uang
- 6) Membawa nomor kontrol kiriman uang PIN, kode transfer, atau money transfer kontrol pengiriman (MTCN).
- 7) Membawa kartu tanda pengenal (KTP/SIM/PASPORT)

## 7. Multi Pembayaran Online (MPO)

MPO merupakan layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan (listrik), pembelian pulsa, pembelian tiket kereta api, pembayaran badan penyelenggara jaminan sosial ketenagakerjaan BPJS, dan lain sebagainya secara *online*. Layanan MPO merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di Bank. Adapun keunggulan dari MPO, yaitu:

- a. Layanan MPO tersedia di *outlet* Pegadaian di seluruh Indonesia.
- b. Pembayaran secara *real time*, sehingga memberi kepastian dan kenyamanan dalam bertransaksi.
- c. Biaya administrasi kompetitif.
- d. Pembayaran tagihan selain dapat dilakukan secara tunai juga dapat bersinergi dengan gadai emas.
- e. Untuk pembayaran tagihan dengan gadai emas, maka nilai hasil gadai akan dipotong untuk pembayaran rekening. Seluruh proses dilakukan dalam satu loket layanan.
- f. Setiap nasabah dapat melakukan pembayaran untuk lebih dari satu tagihan.
- g. Prosedur sangat mudah. Nasabah tidak harus memiliki rekening di Bank.

Persyaratan yang harus dipenuhi dalam melakukan pembiayaan MPO, yaitu nasabah cukup datang ke *outlet* Pegadaian di seluruh Indonesia membawa dan menyerahkan nomor pelanggan untuk tagihan

bulanan (listrik), pembelian pulsa, pembelian tiket kereta api, pembayaran BPJS dan lain sebagainya.

## **8. Persewaan Gedung**

Pegadaian Sewa Gedung merupakan auditorium yang dikelola oleh Pegadaian untuk disewakan kepada masyarakat luas guna keperluan berbagai kegiatan acara dan seremoni. Auditorium dengan arsitektur Belanda yang dipadukan dengan interior elegan dan artistik serta dilengkapi sarana dan prasarana yang memadai. Adapun keunggulan dari Pegadaian sewa gedung, yaitu:

- a. Lokasi strategis di pusat kota
- b. Gedung multifungsi
- c. Layanan beragam dari rekanan yang terpercaya
- d. Parkir luas
- e. Harga sewa relatif terjangkau

## **9. Jasa Sertifikat Batu Mulia**

Jasa sertifikasi batu mulia adalah jasa pengujian terhadap sebuah batu mulia yang dilakukan oleh gemologis di laboratorium gemologi untuk mengetahui jenis, keaslian, kualitas dan spesifikasi-spesifikasi yang lain dibutuhkan dan untuk memberikan kepastian dan keyakinan kepada pemilik, penjual maupun pembeli batu mulia. Laboratorium Gemologi Pegadaian G-Lab menyediakan layanan profesional untuk sertifikasi batu mulia dengan tenaga gemologis andal bersertifikat internasional dengan didukung peralatan yang modern, canggih dan mumpuni untuk

menghasilkan pengujian yang presisi dan komprehensif. Adapun keunggulan dari jasa sertifikasi batu mulia ini, yaitu:

- a. Lembaga yang terpercaya
- b. Tenaga ahli yang andal, berpengalaman, dan bersertifikasi internasional
- c. Laboratorium Gemologi milik Negara
- d. Independen dalam pengujian
- e. Pelayanan profesional dan mendapatkan sertifikat Batu Permata
- f. Penggunaan peralatan modern dan canggih yang mumpuni

#### **10. Jasa Taksiran**

Pegadaian Jasa Taksiran adalah layanan kepada masyarakat yang ingin mengetahui karatase dan kualitas harta perhiasan emas, berlian dan batu permata, baik untuk keperluan investasi ataupun keperluan bisnis dengan biaya yang relatif terjangkau. Layanan jasa taksiran ini memudahkan masyarakat mengetahui tentang karatase dan kualitas suatu barang berharga miliknya, sehingga tidak mengalami kebimbangan atas nilai pasti perhiasan yang dimilikinya. Adapun keunggulan dari jasa taksiran ini yaitu:

- a. Layanan Jasa Taksiran tersedia diseluruh *outlet* Pegadaian di seluruh Indonesia
- b. Proses mudah
- c. Pelayanan profesional

- d. Hasil uji terpercaya, karena diuji dan ditaksir oleh juru taksir berpengalaman
- e. Biaya terjangkau

## 11. Jasa Titipan

Pegadaian Jasa Titipan adalah layanan kepada masyarakat yang ingin menitipkan barang berharga seperti perhiasan emas, berlian, surat berharga maupun kendaraan bermotor. Jika mendapatkan kesulitan dalam mengamankan barang berharga dirumah sendiri saat akan keluar kota atau luar negeri, melaksanakan ibadah haji, sekolah diluar negeri, dan kepentingan lainnya. Adapun keunggulan dari jasa titipan, yaitu:

- a. Layanan jasa titipan tersedia *outlet* tertentu. Pegadaian di seluruh Indonesia
- b. Proses mudah
- c. Aman terpercaya
- d. Jangka waktu penitipan dua minggu sampai satu tahun dan dapat diperpanjang
- e. Biaya terjangkau

Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah dalam melakukan jasa titipan, yaitu nasabah datang langsung dan membawa barang yang ingin dititipkan ke Pegadaian mengisi formulir permohonan jasa titipan.

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

Dalam bab ini peneliti akan menyajikan data yang telah dikumpulkan melalui beberapa teknik pengumpulan data yang telah dipaparkan dalam metode penelitian. Sebagaimana yang telah disebutkan bahwa peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian disajikan dengan mengumpulkan data dari ketiga teknik pengumpulan data tersebut. Berikut akan dipaparkan hasil penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti terkait strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan ke dalam dua hal yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu: (1) Bagaimana strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember? (2) Bagaimana prosedur untuk memiliki logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember? Untuk memperjelas hasil penelitian ini maka akan disajikan data-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi yaitu sebagai berikut:

### **1. Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember**

Strategi pemasaran sangat mengutamakan orientasi pada konsumen dengan memberikan kepuasan tertinggi dan fokus pada tampilan lembaga dalam melayani konsumen. Tanpa pemasaran, perusahaan seperti kehilangan dorongan untuk bertahan dan bersaing. Oleh karena itu, pemasaran selalu memperoleh posisi penting dan

dipandang sebagai acuan dalam suatu perusahaan. Tentunya, Pegadaian memiliki strategi pemasaran dalam memasarkan produk.

Beberapa informan yang sudah menjawab mengenai strategi pemasaran yaitu Ibu Indah Rustiniwati selaku Pimpinan PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember menjelaskan bahwa:

“Strategi pemasaran di Pegadaian (Persero) Cabang Jember banyak sekali, namun yang paling utama Pegadaian memberikan edukasi kepada masyarakat pentingnya berinvestasi emas dan keuntungannya berinvestasi emas. Masyarakat diberikan wawasan dengan penyajian data-data harga emas setiap tahunnya. Dari penyajian data-data harga emas tersebut terlihat bahwa harga emas, naik setiap tahun. Kenaikan harga emas dibanding dengan harga yang lain, lebih tinggi harga emas. Sebagai pembandingan harga bunga tabungan atau giro setiap tahunnya 6% sedangkan harga emas setiap tahun 20% artinya lebih unggul emas dibanding dengan harga yg lain”.<sup>71</sup>

Adapun narasumber Ibu Evalia Firmanitasari selaku penaksir di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember mengatakan hal yang sama mengenai strategi pemasaran sebagai berikut:

“Jadi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian adalah berliterasi ke sekolah-sekolah, kelurahan dan sosialisasi kepada instansi pemerintah, Nah yang biasa melakukan pemasaran adalah bagian *Marketing* mbak. Bisa *door to door* dan melakukan pengenalan produk di *outlet* langsung kepada nasabah. memberikan layanan seputar penjualan logam mulia, memberikan informasi mengenai produk logam mulia, keuntungan tersebut dapat berupa *discount*, *voucher*, undian dan berbagai bentuk keuntungan lainnya. Strategi pemasaran yang dilakukan Pegadaian yaitu dengan meliputi media brosur, bisa juga informasi mulut ke mulut, iklan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif”.<sup>72</sup>

Penjelasan dari Bapak Muhammad Alfian selaku Marketing di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember mengatakan bahwa:

<sup>71</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 26 Juli 2019.

<sup>72</sup> Evalia Firmaitasari, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 26 Juli 2019.

“Logam mulia adalah emas lantak yang dijual Pegadaian dengan cara tunai, cara angsuran, dan juga cara arisan. Ada banyak pola yang bisa dipilih masyarakat untuk pembelian logam mulia. Setelah mereka di edukasi. Mereka baru nyadar oh iya, aku berarti harus memulai dengan menabung emas, dengan memiliki logam mulia ini, dengan mengumpulkan logam mulia ini. Nah otomatis pengaruhnya gede banget setelah beri pengertian mereka, mereka bisa memanfaatkan program pembelian logam mulia itu dengan berbagai varian tadi. Gram terkecilnya setengah gram, sampai 1 kilo. Bisa di beli dengan cicilan, dengan arisan”.<sup>73</sup>

Dan penjelasan diperkuat oleh Ibu Harningsih selaku nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember sebagai berikut:

“Pegadaian itu memberitahu tentang produk-produk yang ada disana Mbak. Biasanya kalau saya ke kantor Pegadaian saya diberikan pemahaman atau diberikan wawasan tentang logam mulia. Perannya bagi masyarakat itu besar sekali mbak, jadi masyarakat setelah diberi wawasan akan mengerti akan pentingnya investasi”.<sup>74</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa strategi pemasaran produk logam mulia yaitu, Pegadaian memberikan edukasi kepada masyarakat pentingnya berinvestasi emas dan keuntungan dari investasi emas. Masyarakat diberikan wawasan dan penyajian data-data harga emas setiap tahunnya. Dari penyajian data-data dan harga tersebut bahwa harga emas dari tahun ke tahun kian meningkat. Kenaikan harga emas sebagai pembanding dengan harga yang lain lebih tinggi harga emas. Selain itu, emas juga cocok dijadikan sebagai investasi jangka panjang karena harganya yang cenderung stabil dan tidak terpengaruh dampak inflasi. Dengan sifat emas yang *liquid* atau mudah dicairkan, emas juga bisa di jual atau digadaikan ketika membutuhkan dana darurat.

<sup>73</sup> Muhammad Alfian, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember 26 Juli 2019.

<sup>74</sup> Harningsih, *wawancara*, Jember 16 Agustus 2019.

Sebagai pembanding harga, bunga tabungan atau giro setiap tahunnya 6% sedangkan harga emas setiap tahun 20% yang berarti keuntungan investasi emas lebih unggul dari pada instrumen lainnya tersebut.

Pegadaian juga berliterasi ke lembaga pendidikan, kelurahan dan mensosialisasikan kepada instansi-instansi pemerintah. Kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan agar dapat menarik minat nasabah dan memberikan informasi tentang produk logam mulia. Pegadaian juga melakukan pengenalan *door to door* produk di *outlet* langsung kepada nasabah, memberikan informasi mengenai produk logam mulia, harga logam mulia dan juga terdapat daftar rincian. Strategi pemasaran tidak langsung yaitu meliputi penyediaan brosur, pemasaran dari mulut ke mulut dan iklan.

Logam mulia merupakan produk layanan dalam bentuk emas dari Pegadaian dengan sistem pembelian tunai dan kredit. Logam mulia dapat memberikan berbagai keuntungan kepada masyarakat yang melakukan transaksi produk logam mulia, keuntungan tersebut dapat berupa *discount*, *voucher*, undian dan berbagai bentuk keuntungan lainnya.

Dalam memasarkan produk logam mulia PT Pegadaian Cabang Jember melakukan berbagai bentuk pemasaran yaitu, iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, penjualan personal.

## 2. Prosedur Untuk Memiliki Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

Dalam melakukan transaksi di Pegadaian Cabang Jember tentu memiliki prosedur. Beberapa informan yang sudah menjawab mengenai prosedur untuk memiliki logam mulia, Bapak Muhammad Alfian selaku *Marketing* di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember menjelaskan bahwa:

“Prosedur untuk memiliki logam mulia yaitu, bisa melalui kantor Cabang Pegadaian ataupun *outlet*. Bisa melalui Pegadaian Digital *Service* (PDS), khusus pembelian tunai bisa melalui Galeri 24. Kami menyediakan dua macam logam mulia UBS dan Antam. Prosedurnya cukup menyertakan KTP dan uang muka yang telah disepakati dimana uang muka tersebut tergantung dari harga emas saat bertransaksi, karena update harga emas setiap hari”.<sup>75</sup>

Adapun narasumber Ibu Evalia Firmanitasari selaku penaksir di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember mengatakan hal yang sama mengenai prosedur untuk memiliki logam mulia sebagai berikut:

“Ada berbagai macam varian, dengan personal, tunai, kolektif dan arisan dari macam-macam varian itu jelas berbeda prosesnya. Disini misalnya mbaknya akan diberikan pilihan untuk menentukan pola angsuran yang sesuai dengan yang mbak butuhkan. Tentunya setiap cara tersebut memiliki persyaratan yang berbeda. Apabila nasabah telat membayar angsuran maka dikenakan denda, hitungan perhari dari tanggal yang ditentukan”.<sup>76</sup>

Penjelasan dari Ibu Indah Rustiniwati selaku Pimpinan PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember mengatakan bahwa:

“Prosedur untuk memiliki logam mulia ini nggak sulit yaa, mereka hanya cukup menunjukkan KTPnya saja dan membayar

<sup>75</sup> Muhammad Alfian, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 27 Agustus 2019.

<sup>76</sup> Evalia Firmanitasari, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 27 Agustus 2019.

uang muka artinya, kecuali cash yaa, kalau cash gak pakek uang muka. Kalau yang arisan, yang angsuran pakek uang muka, karena kenapa, kita pada saat transaksi masuk. Kita itu langsung inden kepada pabrik antam, pabrik emas UBS. Makanya yg terjadi adalah nasabah itu, pada saat itu, langsung akad/perjanjian dengan kita pembelian hari itu. Orang-orang yang ndak punya uang banyak bisa bayar dengan angsuran ataupun dengan bayar lunas. Uang muka mulai 10% sampai dengan 90% dari harga emas. Semakin sedikit cicilannya setiap bulan maka semakin lama juga waktu pelunasannya, begitu juga sebaliknya”.<sup>77</sup>

Hal yang sama diungkapkan oleh Ibu Harningsih selaku nasabah

PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember sebagai berikut:

“Untuk memiliki produk logam mulia ini tidak ribet caranya dan sangat membantu masyarakat khususnya dari kalangan menengah ke atas maupun menengah ke bawah. Menurut Ibu tatik mulia atau logam mulia merupakan pembiayaan yang memudahkan masyarakat untuk memiliki emas karena dapat diangsur dalam jangka waktu fleksibel. Ibu tatik melakukan pembiayaan mulia dengan cara pembayaran secara umum, dengan jangka waktu 24 bulan”.<sup>78</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa prosedur untuk memiliki logam mulia yang dilakukan oleh nasabah sangatlah mudah, cukup menyertakan KTP atau identitas lainnya. Pegadaian menyediakan dua macam logam mulia, yaitu UBS dan Antam. Nasabah yang ingin membeli produk logam mulia secara angsuran cukup mendatangi *outlet* Pegadaian Cabang Jember dengan membawa uang muka dan biaya administrasi. Sedangkan pembelian tunai bisa melalui Galeri 24 dan keberadaan teknologi membantu masyarakat mengakses aplikasi PDS dengan mendownload di *Google Play Store*. Prosedur untuk pembiayaan Mulia yaitu nasabah cukup datang ke Pegadaian Cabang

<sup>77</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian, 27 Agustus 2019.

<sup>78</sup> Harningsih, *wawancara*, Jember, 16 Agustus 2019.

Jember kemudian menentukan nominal logam mulia yang akan dibeli, menentukan jangka waktu, dan juga menentukan uang muka yang harus dibayar. Pembelian logam mulia melibatkan tiga pihak, yaitu pihak penjual (Pegadaian), pembeli (nasabah), *supplier* (PT Antam). Pada *form* ada perjanjian tiga pihak ini yang harus melakukan penandatanganan. Apabila nasabah telat membayar angsuran maka dikenakan denda yaitu hitungan perhari dari tanggal yang ditentukan.

Produk Mulia pada PT Pegadaian Cabang Jember ini merupakan salah satu produk yang mulai banyak diminati oleh masyarakat, baik dari semua kalangan, menengah ke atas maupun menengah bawah. Produk Mulia ini merupakan salah satu produk investasi yang sangat menguntungkan bagi masyarakat dikarenakan logam mulia merupakan *asset* yang sangat *liquid*, semakin hari harga emas semakin meningkat dan juga terbebas inflasi. Dengan adanya produk Mulia ini masyarakat terbantu untuk memiliki logam mulia dengan cara mengangsur.

### **C. Pembahasan temuan**

Pada bagian ini penulis akan membahas keterkaitan antara dua yang telah ditemukan dilapangan dengan teori yang relevan, data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dianalisis melalui pembahasan temuan kaitannya dengan teori. Pembahasan akan dirinci sesuai fokus masalah penelitian yang telah ditemukan akan mampu menjawab semua pembahasan yang ada dilapangan. Adapun pembahasannya sebagai berikut:

## **1. Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat dipaparkan hasil temuan pada fokus penelitian tentang strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember. Pegadaian memiliki peran yang tidak kalah penting dengan lembaga keuangan lainnya, yaitu sebagai lembaga alternatif dalam hal pembiayaan yang juga potensi dalam menunjang pertumbuhan ekonomi nasional.

Jika dilihat dari sisi pengetahuan masyarakat, masih banyak yang tidak mengetahui apa itu logam mulia di Pegadaian Cabang Jember dan *Marketing* berperan aktif dalam mengenalkan dan menawarkan produk-produk Pegadaian. Upaya ini dilakukan supaya produk Pegadaian lebih dikenal masyarakat dan supaya menarik minat masyarakat agar melakukan transaksi di Pegadaian Cabang Jember.

Menurut hasil wawancara dengan informan bahwa strategi pemasaran produk logam mulia Pegadaian Cabang Jember memberikan edukasi kepada masyarakat pentingnya berinvestasi emas dan keuntungan dari investasi emas. Masyarakat diberikan wawasan dan penyajian data-data harga emas setiap tahunnya. Dari penyajian data-data dan harga tersebut bahwa harga emas dari tahun ke tahun kian meningkat. Kenaikan harga emas sebagai pembanding dengan harga yang lain lebih tinggi harga emas. Selain itu, emas juga cocok dijadikan

sebagai investasi jangka panjang karena harganya yang cenderung stabil dan tidak terpengaruh dampak inflasi. Dengan sifat emas yang *liquid* atau mudah dicairkan, emas juga bisa dijual atau digadaikan ketika membutuhkan dana darurat. Sebagai pembandingan harga bunga tabungan atau giro setiap tahunnya 6% sedangkan harga emas setiap tahun 20% artinya lebih unggul emas dibanding dengan harga yang lain.

Pegadaian juga berliterasi ke Lembaga Pendidikan, Kelurahan dan mensosialisasikan kepada instansi-instansi Pemerintah. Kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan agar dapat menarik minat nasabah dan memberikan informasi tentang produk logam mulia. Pegadaian juga melakukan pengenalan *door to door* produk di *outlet* langsung kepada nasabah, memberikan informasi mengenai produk logam mulia, harga logam mulia dan juga terdapat daftar rincian. Strategi pemasaran tidak langsung yaitu meliputi penyediaan brosur, pemasaran dari mulut ke mulut dan iklan. Logam mulia merupakan produk layanan investasi dalam bentuk emas dari Pegadaian Cabang Jember dengan sistem pembelian tunai, personal, kolektif dan arisan. Hal ini diharapkan akan memberikan gambaran yang jelas kepada nasabah bukan hanya gadai saja yang ditawarkan tetapi ada banyak produk, salah satunya mulia.

Strategi pemasaran produk logam mulia di Pegadaian Cabang Jember adalah memberikan edukasi kepada masyarakat. Pentingnya berinvestasi emas dan keuntungannya dari investasi emas. Masyarakat diberikan wawasan dengan penyajian data-data harga emas setiap

tahunnya. Dengan adanya logam mulia tersebut, nasabah bisa melakukan investasi dalam bentuk emas.

Logam mulia merupakan produk layanan dalam bentuk emas dari Pegadaian dengan sistem pembelian tunai dan kredit. Logam mulia dapat memberikan berbagai keuntungan kepada masyarakat yang melakukan transaksi pada produk logam mulia, keuntungan tersebut dapat berupa *discount*, *voucher*, undian dan berbagai bentuk keuntungan lainnya. Dalam memasarkan produk logam mulia Pegadaian Cabang Jember melakukan berbagai bentuk pemasaran yaitu, iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, penjualan personal.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran di PT Pegadaian Cabang Jember, sesuai dengan teori yang ada di dalam buku Kotler dan Keller yaitu bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merk yang dijual. Intinya, komunikasi pemasaran mempresentasikan “suara” perusahaan dan merknya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen.

Bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) terdiri dari delapan model komunikasi. Pegadaian Cabang Jember telah

menggunakan kedelapan model bauran komunikasi pemasaran tersebut yaitu:<sup>79</sup>

- a. Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang digunakan oleh Pegadaian Cabang Jember dalam memasarkan produk logam mulia.

Adapun media yang digunakan pegadaian sebagai berikut:

#### 1) Media brosur

Pegadaian membagikan brosur yang berisikan informasi mengenai produk logam mulia, keuntungan logam mulia, harga logam mulia dan juga terdapat daftar rincian. Brosur tersebut dibagikan kepada nasabah atau calon nasabah sehingga dapat mengetahui tentang produk logam mulia. Menurut salah satu karyawan bagian pemasaran, penyebaran brosur tersebut dilakukan pada saat pegadaian melakukan *event* seperti bazar dan sosialisasi. Disamping itu brosur juga dibagikan kepada pengunjung yang datang ke kantor pegadaian.

#### 2) Media sosial

Media sosial merupakan salah satu alat untuk mempromosikan hal apapun. Justru itu, pegadaian dalam mempromosikan produk logam mulia menggunakan fungsi dari sosial media, karena sosial media merupakan pokok alamat komunikasi. Sosial media yang digunakan oleh pegadaian adalah *web*. *Web* merupakan situs yang dapat diakses oleh masyarakat

---

<sup>79</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 174.

tanpa harus login. Jadi, baik seseorang yang memiliki akun ataupun tidak, tetap dapat mengakses informasi tentang pegadaian

b. Promosi penjualan merupakan promosi yang ditujukan kepada calon nasabah agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan, dengan memperlihatkan contoh gambar produk dan memberikan hadiah dan *discount*.

- 1) Memberikan contoh gambar produk pada saat menawarkan produk logam mulia.
- 2) Memberikan sistem pembayaran secara angsuran (kredit) dengan jangnan waktu selama 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, 18 bulan 24 bulan, 36 bulan.
- 3) Memberikan hadiah/*souvenir* kepada nasabah yang melakukan transaksi logam mulia yang jumlah pinjamannya tinggi.

c. Acara dan pengalaman melalui bauran ini Pegadaian dapat berinteraksi dengan nasabah melalui berbagai kegiatan dan program. Adapun kegiatan acara dan program yang pernah dilakukan Pegadaian adalah acara pembagian bantuan buku di Kampong Batja dan bakti sosial.

d. Hubungan masyarakat dan publisitas melalui bauran promosi ini pegadaian dapat memberikan informasi dan melindungi nama baik perusahaan serta menjalin hubungan baik kepada masyarakat. Adapun kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan pegadaian mengadakan kegiatan seminar investasi emas. Kegiatan seminar

investasi emas mempunyai tujuan untuk memperkenalkan produk logam mulia kepada masyarakat dan memberikan informasi mengenalkan produk logam mulia dan mencari nasabah baru agar nasabah tertarik dan melakukan pembelian.

- e. Pemasaran langsung merupakan penjualan langsung yaitu nasabah dapat melakukan tanya jawab atau pembelian secara tatap muka kepada penjual. Dalam pemasaran langsung Pegadaian memberikan layanan seputar penjualan logam mulia di kantor Pegadaian yang beralamat di Jl. Syamanhudi No. 47, website resmi [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id) atau melalui via telepon memberikan kesempatan kepada nasabah yang akan bertanya langsung kepada Bagian Pemasaran Logam Mulia.
- f. Pemasaran interaktif melalui pemasaran interaktif ini nasabah dapat berinteraksi kepada penjual secara tidak langsung, misalnya pegadaian memberikan informasi dan layanan tanya jawab melalui *facebook*.
- g. Pemasaran dari mulut ke mulut yaitu mempromosikan produk logam mulia melalui nasabah logam mulia dan masyarakat yang tidak mengetahui tentang logam mulia.
- h. Penjualan personal yaitu dengan interaksi tatap muka dengan satu atau lebih nasabah untuk melakukan presentasi penjualan, menjawab pertanyaan dari nasabah. Bentuk bauran promosi penjualan personal ini merupakan kegiatan promosi yang sering digunakan oleh

Pegadaian Cabang Jember. Sosialisasi ke instansi pemerintah, ke kampus kegiatan ini dilakukan untuk memberikan suatu penjelasan tentang produk logam mulia kepada mahasiswa-mahasiswi. Dari penjelasan tersebut diharapkan dapat menarik nasabah untuk bertransaksi logam mulia.

Delapan bauran komunikasi pemasaran diatas, terdapat beberapa strategi yang paling efektif diantaranya yakni; promosi penjualan pemasaran langsung, pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal. Pegadaian Cabang Jember menginginkan daya usahanya setiap tahun meningkat. Baik dari segi jumlah nasabah maupun pendapatan. Dari strategi tersebut tiap tahun biasanya ada yang lebih difokuskan karena dianggap sesuai dengan kebutuhan pasar.<sup>80</sup>

**Tabel Bauran Komunikasi Pemasaran dan Skema Strategi Pemasaran Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember**

Bauran komunikasi pemasaran logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember ditunjukkan pada 4.1

---

<sup>80</sup> Evalia Firmanitasari, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 27 Agustus 2019.

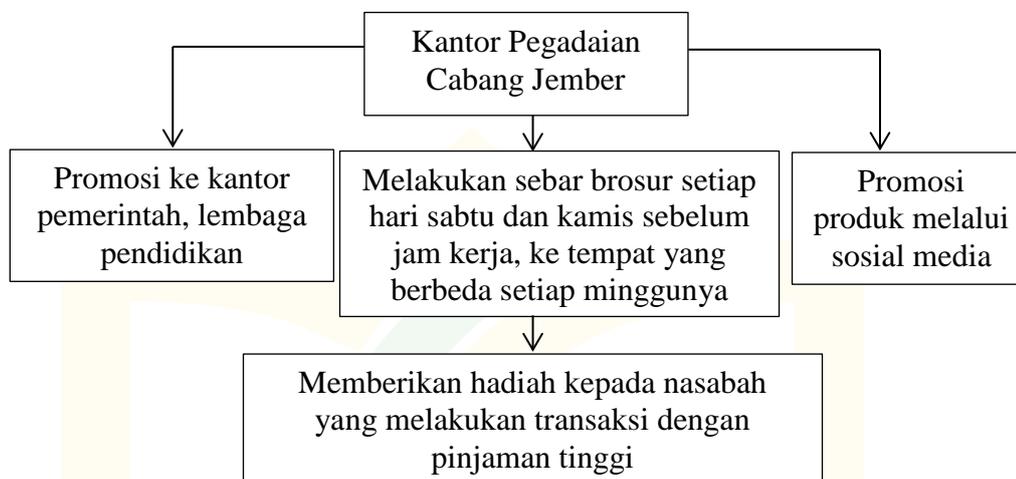
**Tabel 4.1**  
**Bauran Komunikasi Pemasaran**

Bauran komunikasi pemasaran			
No	Strategi	Jenis	Manfaat
1.	Iklan	Brosur	Keuntungan logam mulia, harga logam mulia dan juga terdapat daftar rincian
		Media sosial	Mempromosikan produk logam mulia
		Banner	Kurang efektif
2.	Promosi penjualan	Memperlihatkan contoh gambar logam mulia	Nasabah semakin meningkat
3.	Acara dan pengalaman	Pembagian buku dan bakti social	Dengan adanya pembagian buku dan bakti sosial pegadaian bisa dikenal masyarakat
4.	Hubungan masyarakat dan publisitas	Seminar investasi	Memperkenalkan produk logam mulia
5.	Pemasaran langsung	Website <a href="http://www.pegadaian.co.id">www.pegadaian.co.id</a> dan via telepon	Memberikan kesempatan kepada nasabah yang akan bertanya langsung kepada Bagian Pemasaran
6.	Pemasaran interaktif	<i>Facebook</i>	Memberikan informasi dan layanan tanya jawab.
7.	Pemasaran dari mulut ke mulut	Mempromosikan produk logam mulia yang awalnya tidak tahu menjadi tahu.	Tingkat keefektifan dalam memasarkan lebih efisien.
8.	Penjualan personal	Tatap muka	Memberikan penjelasan tentang produk logam mulia ke kampus dan instansi pemerintah

Sumber: data diolah

Berikut ini merupakan skema strategi pemasaran logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember:

**Gambar 4.1**  
**Skema Strategi Pemasaran**



Sumber: Wawancara<sup>81</sup>

## 2. Prosedur Untuk Memiliki Produk Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas yang dilakukan maka dapat dipaparkan hasil temuan pada fokus penelitian prosedur untuk memiliki produk logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember.

Prosedur untuk memiliki produk logam mulia yakni pembelian secara tunai, nasabah datang ke *outlet* Pegadaian Cabang Jember (Galeri 24) dengan membayar nilai logam mulia yang akan dibeli. Untuk pembelian secara angsuran, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai dengan keinginan.

Menurut hasil wawancara dengan informan bahwa prosedur untuk memiliki produk logam mulia di Pegadaian Cabang Jember yaitu, yang

<sup>81</sup> Evalia Firmaitasari, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 10 Agustus 2019.

akan dilakukan oleh nasabah sangatlah mudah, nasabah yang ingin membeli produk logam mulia secara angsuran maupun tunai cukup mendatangi *outlet* Pegadaian Cabang Jember dengan membawa uang muka, biaya administrasi menyerakan *fotocopy* KTP atau identitas lainnya.<sup>82</sup>

Ada empat macam pembelian logam mulia, yaitu:

- a. Mulia Personal, yaitu nasabah yang ingin membeli emas terdiri dari satu orang yaitu dapat dilakukan melalui pembelian secara angsuran yang biasa di sebut personal. Tidak ada keterikatan dengan orang lain maksudnya diukur dengan kemampuan sendiri. Angsurannya dapat dilakukan maksimal 3 tahun, mulia personal dikenakan dengan uang muka 20%.
- b. Mulia Arisan yaitu, yang dibuat dengan sistem arisan atau berkelompok minimal 6 orang, dan di arisan ini dikenakan dengan uang muka 15% di kocok setiap bulan layaknya arisan dan varian gramnya sama. Dari 6 orang tadi akan ditunjuk 1 orang untuk dijadikan ketua tujuannya dijadikan ketua untuk mengatur waktu pembayaran. Pengumpulan uangnya ke ketua dan dari ketua di setorkan ke pegadaian.
- c. Mulia Kolektif yaitu, pembelian secara berkelompok minimal 5 orang, dimana varian gramnya bisa berbeda. Dari 5 orang tadi akan ditunjuk 1 orang untuk dijadikan ketua tujuannya dijadikan ketua untuk

---

<sup>82</sup> <https://www.pegadaian.co.id/diakses> pada 20 Agustus pukul 11.27 WIB.

mengatur waktu pembayaran. Pengumpulan uangnya ke ketua dan dari ketua disetorkan ke pegadaian. Mulia kolektif dikenakan dengan uang muka 20%

d. Mulia Tunai yaitu, pembelian tunai yang dibeli secara tunai dapat dilakukan melalui Galeri 24.

Prosedur yang dilakukan oleh Pegadaian Cabang Jember sudah sesuai dengan ketentuan yang telah dikeluarkan oleh PT Pegadaian Cabang Jember. Dengan mudahnya prosedur yang dilakukan di Pegadaian Cabang Jember dapat menarik minat nasabah untuk membeli logam mulia tersebut. Selain itu, kebutuhan nasabah akan logam mulia dapat meningkatkan pertumbuhan di Pegadaian Cabang Jember.<sup>83</sup>



---

<sup>83</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian, 27 Agustus 2019.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Melalui hasil penelitian dengan beberapa sumber dan teknik pengumpulan data maka dapat disimpulkan beberapa hal mengenai fokus masalah yang telah diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember Pegadaian memberikan edukasi kepada masyarakat pentingnya berinvestasi emas dan keuntungan dari investasi emas. Logam mulia merupakan produk layanan dalam bentuk emas dari Pegadaian dengan sistem pembelian tunai dan kredit. Logam mulia dapat memberikan berbagai keuntungan kepada masyarakat yang melakukan transaksi pada produk logam mulia, keuntungan tersebut dapat berupa *discount*, *voucher*, undian dan berbagai bentuk keuntungan lainnya. Dalam memasarkan produk logam mulia PT. Pegadaian Cabang Jember melakukan bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*).
2. Prosedur untuk memiliki produk logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember. Nasabah yang ingin membeli produk logam mulia secara angsuran maupun tunai cukup mendatangi *outlet* Pegadaian Cabang Jember dengan membawa uang muka, biaya administrasi menyerahkan *fotocopy* KTP atau identitas lainnya. Pegadaian menyediakan dua macam logam mulia UBS dan Antam. Sedangkan pembelian tunai bisa melalui

Galeri 24 dan transaksi lainya yang memudahkan masyarakat yaitu melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Selain itu dengan adanya peningkatan teknologi yang canggih layanan ini dapat di download di *Google Play Store*.

## **B. Saran**

1. Bagi lembaga PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember diharapkan agar bisa lebih aktif untuk melakukan sosialisasi atau memasarkan produk-produknya kepada nasabah sehingga nasabah bisa tertarik untuk melakukan transaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih meningkatkan dan mengembangkan penelitian yang lebih baik lagi. Baik peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: Raja Grafindo Persada
- Agustuty, Lasty. 2018. “Pengaruh Penjualan Produk Investasi Terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Mandiri Cabang Gowa”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, Vol. IV. No. 2.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arbi, Syarif. 2013. *Lembaga Perbankan Keuangan Dan Pembiayaan*. Yogyakarta: BPFE
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Astuti, Rini. 2019. “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta).
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public, Dan Ilmu Sosial)*. Jakarta: Kencana
- Diana, Anastasia dan Fandy Tjiptono. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J & J Leaning
- Faizal Fanani, “Harga Emas Terus Naik, Ini Kata Dirut Pegadaian”, <https://www.liputan6.com/> 30 Juli 2019.
- Fatimatu, Nurul Azizah. 2016. “Investasi Berbasis Emas Produk BSM Cicil Emas di Bank Syariah”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga).  
<https://www.pegadaian.co.id/>, diakses pada 25 Agustus 2019 pukul 15.25 WIB.
- Kamilah, Anisatul. 2017. “Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Masyarakat Awam Teknologi di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember).
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: PT RajaGafindo Persada

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kusnandar, Rulli. 2010. *Cara Cerdas Berkebun Emas*. Jakarta: Transmedia Pustaka
- Leyllah, Suci Nur. 2016. "Implementasi Pembiayaan Produk Kepemilikan Logam Mulia dalam Peningkatan Profitabilitas Pada PT. Bank Syariah". (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Martono. 2002. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Yogyakarta: Ekonisia
- Moleong, Lexy J. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Safitri, Ade. 2017. "Tijauan Hukum Islam Tentang Akad dalam Pembiayaan Murabahah Logam Untuk Investasi Abadi Pada Pegadaian Syariah". (Skripsi, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Saprijal, Makmur. 2015. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan". *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 3. No. 1.
- Sarini. 2018. "Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Emas pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sigit, Triandaru dan Totok Budisantoso. 2006. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta
- Sunaryo. 2014. *Hukum Lembaga Pembiayaan*. Jakarta: Sinar Grafika
- Syafputri, Ella. 2012. *Invetasi Emas, Dinar, & Dirham*. Jakarta: Penebar Plus

- Syamsudin. 2014. “Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang”. *Jurnal INTEKNA*, No. 2.
- Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi
- Yusari, Wida. 2017. “Analisis Swot Pemasaran Produk Mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam).
- Zahro, Azizatus. 2018. “Analisis Dimensi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember).
- Zuhriah. 2017. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Kredit Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) ) (Studi Kasus Pegadaian Cabang Sekip Kota Palembang)”. (Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang).
- Zuhriawati, Arrobbial. 2017. “Pelaksanaan Investasi Logam Mulia Pada PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu).
- Brosur PT. Pegadaian Cabang Jember

IAIN JEMBER

## MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Pemasaran Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember	<ol style="list-style-type: none"> <li>Strategi pemasaran logam mulia</li> <li>Peningkatan jumlah nasabah</li> </ol>	<p>Strategi pemasaran</p> <p>Bauran komunikasi Pemasaran</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Informan: <ul style="list-style-type: none"> <li>Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember</li> <li>Penaksir PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember</li> <li>Marketing PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember</li> <li>Nasabah</li> </ul> </li> <li>Buku</li> <li>Jurnal</li> <li>Website</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Jenis Penelitian : Kualitatif Deskriptif</li> <li>Lokasi Penelitian : PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember</li> <li>Subyek Penelitian : Teknik <i>purposive</i></li> <li>Teknik pengumpulan data : <ol style="list-style-type: none"> <li>Observasi</li> <li>Wawancara</li> <li>Dokumentasi</li> </ol> </li> <li>Keabsahan Data : Triangulasi Sumber</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Bagaimana Strategi Pemasaran Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember ?</li> <li>Bagaimana Prosedur Untuk Memiliki Produk Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember ?</li> </ol>

Lampiran : Jurnal Kegiatan Penelitian

Jurnal Kegiatan Penelitian

Lokasi

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember terletak di Jl.Samanhudi No. 47

No.	Tanggal	Kegiatan	Paraf
1.	22 Juli 2019	Mengajukan surat izin penelitian	
2.	24 Juli 2019	Keputusan diperbolehkan melakukan penelitian	
3.	26 Juli 2019	Melakukan wawancara penelitian mengenai peran Investasi Logam Mulia dalam peningkatan jumlah transaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember.	
4.	13 Agustus 2019	Melakukan wawancara penelitian mengenai prosedur Investasi Logam Mulia dalam peningkatan jumlah transaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember.	
5.	20 Agustus 2019	Meminta profil PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember.	
6.	23 Agustus 2019	Melakukan wawancara penelitian mengenai jumlah produk logam mulia di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember.	
7.	24 Agustus 2019	Melengkapi data-data yang dibutuhkan dan meminta surat keterangan telah selesai penelitian.	

Jember, 24 Agustus 2019



Indah Rustiniwati, S.E.  
Pimpinan Cabang Jember

## PEDOMAN WAWANCARA

### A. Pedoman Interview

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk logam mulia dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember?
2. Untuk mendeskripsikan prosedur produk logam mulia di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember?

### B. Pedoman Wawancara

1. Bagaimana strategi pemasaran produk logam mulia dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember?
2. Bagaimana prosedur produk logam mulia di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember?
3. Bagaimana pembelian logam mulia di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember?
4. Apakah ada denda bagi nasabah ketika pembayaran angsuran terlambat?
5. Apa keunggulan logam mulia di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember?
6. Menurut ibu Harningsih bagaimana proses memiliki produk logam mulia?
7. Apa saja macam-macam logam mulia di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember?
8. Bagaimana upaya Pegadaian supaya minat nasabah terhadap Pegadaian ini semakin banyak?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136  
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B- 378 /In.20/7.a/PP.00.9/07/2019  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Kepala PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

di-

TEMPAT

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

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

Nama Mahasiswa : Fitri Febrianti  
NIM : E20151012  
Semester : IX (sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
No Telpn : 081330838038  
Dosen Pembimbing : Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si  
NIP : 196808072000031001  
Judul Penelitian : Peran Investasi Logam Mulia Arisan Dalam Peningkatan Jumlah Transaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember

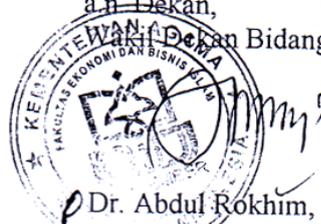
Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jember, 16 Juli 2019

an Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



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

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip



## Pegadaian

Nomor : 106 /12.00759.05/2019

Lampiran : -

Urgensi : S

Jember , 22 Juli 2019

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

Hal : Ijin Pelaksanaan Penelitian

Dengan hormat

Sehubungan dengan surat saudara nomor : B-378/ln.20/7/PP.00.9/04/2019 tanggal 17 Juli 2019 dan Proposal perihal seperti tersebut pada pokok surat yang di tujukan ke PT Pegadaian (Persero) Deputy Bisnis Jember,dengan ini diberitahukan hal-hal sebagai berikut :

1. Diberikan Ijin kepada Saudara Fitri Febrianti NIM: E20151012 Program Jurusan Ekonomi Islam untuk melaksanakan Penelitian di PT. PEGADAIAN (Persero) CP Jember.
2. Praktek kerja lapangan (PKL)/Penelitian hanya dapat dilaksanakan maksimal 1 (satu) bulan, dan akan terhitung mulai tanggal 25 Juli 2019 sampai dengan tanggal 24 Agustus 2019.
3. Sebelum melakukan kegiatan Penelitian, kepada mahasiswa diwajibkan untuk melakukan transaksi produk yang memungkinkan dan dilampirkan pada surat pengajuan permohonan.
4. Selama melakukan kegiatan Penelitian, peserta wajib mematuhi peraturan/tata tertib yang berlaku di PT. Pegadaian (Persero).
5. Laporan hasil kegiatan PKL/Penelitian hanya digunakan untuk memenuhi syarat kurikulum, tidak untuk dipublikasikan atau untuk kepentingan lain dan dikirim 1 (satu) eksemplar ke Kantor Area Jember Jl. Syamanhudi No.47 Kaliwates - Jember
6. Seterima surat ini kepada yang bersangkutan agar segera menghadap Pemimpin Cabang dimana dilaksanakannya kegiatan PKL/Penelitian untuk mendapatkan penjelasan lebih lanjut.

Demikian untuk diketahui dan digunakan sebagaimana mestinya.

PT PEGADAIAN (Persero)  
Deputy Bisnis Area Jember

YOHANIS WULANG  
NIK.P.80477

Tembusan :

1. Pemimpin Cabang PT PEGADAIAN (Persero) CP Jember
2. Siswa yang bersangkutan.

PT PEGADAIAN (PERSERO) –  
JALAN SAMANHUDI NO.47  
KALIWATES – JEMBER

TELP : 0331 – 487476  
FAX : 0331 – 187476

KANTOR DEPUTY BIDANG BISNIS AREA JEMBER  
[www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id)  
[deputybisnis.jember@pegadaian.co.id](mailto:deputybisnis.jember@pegadaian.co.id)





## DOKUMENTASI

### Wawancara dengan Ibu Indah



### Wawancara dengan Bapak Alfian



Wawancara dengan Ibu Eva



Wawancara dengan Ibu Harningsih



Kegiatan gerbek Pasar



IAIN JEMBER

## BIODATA PENULIS



Nama : Fitri Febrianti  
NIM : E20151012  
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 11 Februari 1997  
Alamat : Ds. Ambulu Dsn. Talang RT 002/RW 002  
Kec. Sumberasih Kab. Probolinggo  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Umur : 22 Tahun  
Agama : Islam  
Email : [febrianti11021997@gmail.com](mailto:febrianti11021997@gmail.com)

### RIWAYAT PENDIDIKAN

2003-2009 : SDN Ambulu 1  
2009-2012 : SMPN 1 Sumberasih  
2012-2015 : MAN 2 Probolinggo  
2015-2020 : Institut Agama Islam Negeri Jember

# STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOGAM MULIA DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH DI PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG JEMBER

**Fitri Febrianti**

NIM. E20151012

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember

e-mail: [febrianti11021997@gmail.com](mailto:febrianti11021997@gmail.com)

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Emas merupakan salah satu jenis logam mulia yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat karena merupakan salah satu alternatif investasi jangka panjang. Hal ini disebabkan investasi emas tergolong sederhana dan minim resiko. Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember? 2) Bagaimana prosedur untuk memiliki logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember? Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember dan prosedur untuk memiliki logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember. Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif. Untuk memeriksa keabsahan data maka peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian yang telah dilakukan adalah: 1) Strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember adalah memberikan edukasi kepada masyarakat pentingnya berinvestasi emas dan keuntungan dari investasi emas. Logam mulia merupakan produk layanan dalam bentuk emas dari Pegadaian dengan sistem pembelian tunai dan kredit. Logam mulia dapat memberikan berbagai keuntungan kepada masyarakat yang melakukan transaksi pada produk logam mulia, keuntungan tersebut dapat berupa *discount*, *voucher*, undian dan berbagai bentuk keuntungan lainnya. 2) Prosedur untuk memiliki produk logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember adalah nasabah yang ingin membeli produk logam mulia secara angsuran maupun tunai cukup mendatangi *outlet* Pegadaian Cabang Jember dengan membawa uang muka, biaya administrasi menyerahkan *fotocopy* KTP atau identitas lainnya. Pegadaian menyediakan dua macam logam mulia UBS dan Antam. Sedangkan pembelian tunai bisa melalui Galeri 24 dan transaksi lainnya yang memudahkan masyarakat yaitu melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS).

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia, Minat Nasabah**

## PENDAHULUAN

Lembaga keuangan bank merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan lembaga keuangan non bank merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan dengan menghimpun dana secara langsung maupun tidak langsung dengan jalan mengeluarkan surat berharga dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk membiayai investasi perusahaan. Bidang usaha yang termasuk lembaga keuangan non bank yaitu asuransi, pegadaian, dana pensiun, bursa efek, dan reksa dana.<sup>1</sup>

Pegadaian dikenal sejak zaman penjajahan Belanda (VOC), Usaha Pegadaian ini dikenal pertama kali di Italia yang kemudian meluas ke Eropa termasuk Negeri Belanda yang oleh penjajah Belanda dalam hal ini zaman VOC diterapkan di Indonesia. Tugas pokoknya adalah memberikan bantuan dana khusus untuk masyarakat kecil dengan menerapkan teknik Pegadaian yaitu dengan hukum gadai. Pihak yang menghendaki dana cukup datang ke kantor Pegadaian membawa barang berharga kemudian mendapatkan uang sesuai dengan ketentuan Pegadaian. Sebelum tahun 1990 Pegadaian merupakan perusahaan jawatan (PERJAN) yaitu dari mulai Maret 1969 Pembangunan Republik Indonesia (PP RI Nomor. 7/1969) dibawah Kementerian Keuangan. Pada zaman Belanda perusahaan Pegadaian ini dikenal dengan Dinas Pegadaian, selanjutnya pemerintah Republik Indonesia mengambil alih usaha Dinas Pegadaian menjadi Perusahaan Negara (PN) berdasarkan Undang-Undang (UU) Nomor. 19 PRp1960. Sejak April 1990 sampai sekarang, status PERJAN diubah menjadi PERUM atas

---

<sup>1</sup> Sunaryo, *Hukum Lembaga Pembiayaan* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 10.

dasar PP Nomor 10 tahun 1990. Dengan berubah status ini mulailah Pegadaian dikelola secara bisnis. Kantor-kantor Pegadaian di seantero tanah air berdandan dengan rapi, sehingga nasabah yang datang ke Pegadaian saat ini tidak terkesan kelompok kumuh. Sumber dana Pegadaian diperoleh dari pinjaman bank dengan menerbitkan obligasi. Peran PERUM Pegadaian meningkat menjadi pedagang uang, dimana uang yang dipinjam dari bank disalurkan kepada masyarakat dengan bunga yang lebih tinggi dari bunga yang dikenakan oleh bank.<sup>2</sup>

Pada era modern seperti saat ini, masyarakat khususnya golongan menengah ke bawah mulai tertarik untuk memanfaatkan Pegadaian sebagai salah satu tempat alternatif untuk mendapatkan dana pinjaman (kredit), disamping lembaga keuangan bank yang sudah banyak dikenal masyarakat. Apalagi setelah mottonya yaitu, “*Mengatasi Masalah Tanpa Masalah*” yang berhasil disosialisasikan oleh Pegadaian kepada masyarakat, khususnya golongan menengah ke bawah. Dengan motto tersebut manajemen Pegadaian berkeyakinan bahwa konsumen/pengguna jasa pegadaian datang ke pegadaian untuk memenuhi kebutuhan dananya. Bagi pengusaha apabila menghadapi kesulitan modal kerja dalam kegiatan bisnisnya dengan cepat dan mudah memperoleh dana yang diperlukan. Demikian pula bagi rumah tangga yang pada suatu saat mengalami kekurangan dana untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, maka dengan pelayanan yang baik dan berbagai kemudahan dapat memperoleh pinjaman di Pegadaian.<sup>3</sup>

Di zaman yang semakin modern ini tidak hanya uang saja yang dapat diinvestasikan. Emas merupakan salah satu jenis logam mulia yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat karena merupakan salah satu alternatif investasi jangka panjang. Hal ini disebabkan investasi

---

<sup>2</sup> Syarif Arbi, *Lembaga Perbankan Keuangan dan Pembiayaan* (Yogyakarta: BPFE, 2013), 319.

<sup>3</sup> Martono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 170.

emas tergolong sederhana dan minim resiko. Masyarakat di Indonesia juga tertarik untuk berinvestasi emas sejak orde baru, berupa perhiasan emas, koin emas dan emas batangan.<sup>4</sup>

Salah satu tempat yang bisa dijadikan tempat berinvestasi emas adalah Pegadaian. Pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti yang dimaksud dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH) Pasal 1150. Tugas pokoknya adalah memberi pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai agar masyarakat tidak dirugikan oleh kegiatan lembaga keuangan informal yang cenderung memanfaatkan kebutuhan dana mendesak dari masyarakat. Masyarakat yang sedang memerlukan pinjaman ataupun mengalami kesulitan keuangan cenderung dimanfaatkan oleh lembaga keuangan seperti lintah darat dan pengijon untuk mendapatkan sewa dana atau bunga dengan tingkat yang sangat tinggi.<sup>5</sup>

**Tabel 1.1**  
**Ukuran dan Jangka Waktu Pembayaran Secara Kredit**  
**Produk Logam Mulia**

Produk/Gram									Jangka Waktu Pembayaran Secara Kredit/Bulan					
1	2	5	10	25	50	100	250	1000	3	6	12	18	24	36

Sumber: wawancara<sup>6</sup>

Logam mulia yang dijual merupakan produk yang diorder oleh PT Pegadaian bekerja sama dengan PT Antam Tbk yang mempunyai produk dengan tingkat kemurnian emasnya sebesar 99,99% serta dilengkapi dengan sertifikat pembelian.

<sup>4</sup> Lasty Agustuty D, “Pengaruh Penjualan Produk Investasi Terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Mandiri Cabang Gowa”, *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 4 (November, 2018), No.2, 36.

<sup>5</sup> Sigit Triandaru, Totok Budisantoso, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: Selemba Empat, 2006), 212.

<sup>6</sup> <https://www.pegadaian.co.id/diakses> pada 14 Agustus pukul 12.25 WIB.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah Produk Mulia di PT Pegadaian Cabang Jember**  
**Tahun 2015-2019**

No.	Tahun	Jumlah
1.	2015	25 Nasabah
2.	2016	50 Nasabah
3.	2017	19 Nasabah
4.	2018	49 Nasabah
5.	2019	22 Nasabah

Sumber: wawancara<sup>7</sup>

Terlihat pada tahun 2015 jumlah nasabah yang didapatkan Pegadaian Cabang Jember sebanyak 25 nasabah dengan memfokuskan strategi pemasaran interaktif, hal ini dirasa kurang efektif sehingga pada tahun 2016 Pegadaian Cabang Jember menggunakan fokus strategi baru yaitu promosi penjualan dan terbukti mengalami peningkatan yang signifikan menjadi 50 nasabah. Pada tahun 2017 Pegadaian Cabang Jember mendapatkan sebanyak 19 nasabah dengan fokus pada strategi iklan tetapi ternyata hasilnya tidak efektif, sehingga pada tahun berikutnya mengganti kembali fokus strategi pemasaran dan terbukti mengalami peningkatan kembali yaitu pada tahun 2018 sebanyak 49 nasabah.

Pada tahun 2019 hanya ada 22 nasabah produk logam mulia. Hal ini dikarenakan pada tahun 2019, Pegadaian Cabang Jember jarang melakukan promosi. Sedangkan strategi efektif dalam menarik nasabah adalah promosi. Berdasarkan hasil wawancara tahun 2019 hanya melakukan strategi pemasaran pengiklanan masing-masing kali dalam 1 bulan. Sehingga pada tahun 2019 masyarakat kurang tertarik dengan logam mulia. Pada intinya Pegadaian Cabang Jember itu menginginkan daya usahanya setiap tahun meningkat. Baik dari segi

---

<sup>7</sup> Evalia Firmaitasari, wawancara, PT Pegadaian Cabang Jember, 14 Agustus 2019.

jumlah nasabah maupun pendapatan. Oleh karena itu Pegadaian Cabang Jember melakukan strategi bauran komunikasi pemasaran yang efektif, dari beberapa pemasaran diatas sudah dilakukan oleh Pegadaian Cabang Jember dari tahun ke tahun, tetapi tiap tahun biasanya ada yang lebih difokuskan karena dianggap sesuai dengan kebutuhan pasar.<sup>8</sup>

Pegadaian Cabang Jember ini menawarkan produk-produk gadai kepada masyarakat, salah satunya produk logam mulia emas yang menjadi andalannya. Sebagai lembaga keuangan, Pegadaian dalam menjalankan kegiatannya mengemban misi untuk turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama golongan menengah ke bawah menghindarkan masyarakat dari gadai gelap dan pinjaman tidak wajar lainnya. Gadai merupakan salah satu perjanjian utang-piutang. Untuk menjamin adanya unsur kepercayaan kreditur terhadap debitur, maka diperlukan adanya barang yang digadaikan sebagai jaminan terhadap hutang atau pinjaman.

Pegadaian Cabang Jember menyediakan produk mulia merupakan layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel mulia ini dapat berupa cicilan maupun arisan yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Yang dihadapi oleh Pegadaian Cabang Jember untuk dapat memaksimalkan jumlah nasabahnya juga semakin besar, karena minimnya pengetahuan masyarakat, mungkin kalau orang-orang yang masih berfikir istilah kunonya, menyimpan emas dirumah, resikonya akan di curi. Tetapi sekarang sudah banyak sarana-sarana penyimpanan yang bisa di dimanfaatkan salah satunya pegadaian.<sup>9</sup>

Pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk

---

<sup>8</sup> Evalia Firmaitasari, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 14 Agustus 2019.

<sup>9</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 20 Agustus 2019.

mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.<sup>10</sup> Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.<sup>11</sup> Dalam menawarkan produknya maka terjadinya persaingan antara pegadaian dan lembaga keuangan lainnya sehingga perlu adanya inovasi produk dalam masing-masing lembaga keuangan tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan. Tantangan yang dihadapi oleh Pegadaian Cabang Jember untuk dapat memaksimalkan jumlah nasabahnya juga semakin besar, karena saat ini banyak lembaga yang tertarik untuk menawarkan logam mulia yang sejenis. Salah satu jenis lembaga keuangan yang menyediakan investasi emas yaitu Bank Syariah Mandiri dimana pada setiap tahunnya perkembangan perbankan terus meningkat. Perlu adanya suatu rumusan alternatif strategi yang diperlukan agar Pegadaian memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan pada produk mulia maupun berbagai macam lainnya.<sup>12</sup>

Alasan peneliti melakukan penelitian di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember yang bertempat di Jl. Syamanhudi No. 47 Jember karena dari segi tempat dan posisi kantor sangat strategis yaitu berdekatan dengan pasar Tanjung. Peneliti memilih Pegadaian Cabang Jember karena ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan prosedur untuk memiliki logam mulia. Untuk kebutuhan investasi Pegadaian telah memfasilitasi dengan produk mulia yaitu penjualan logam mulia kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses cepat dan jangka waktu fleksibel. Dimana produk mulia memiliki berbagai macam keuntungan

---

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 5.

<sup>11</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2004), 168.

<sup>12</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 20 Agustus 2019.

seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak di masa mendatang, memiliki tempat tinggal dan kendaraan, memenuhi kebutuhan modal kerja untuk pengembangan usaha, persiapan pensiun.<sup>13</sup>

Produk mulia juga memiliki berbagai jenis diantaranya mulia tunai, mulia kolektif, mulia personal, mulia arisan. Pembelian mulia melalui Pegadaian Cabang Jember bisa dilakukan secara angsuran dengan jangka waktu fleksibel dan persyaratan yang sangat mudah. Nasabah cukup mendatangi Pegadaian Cabang Jember dan menyerahkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau identitas lainnya, mengisi formulir dari PT Antam karena PT Pegadaian melibatkan tiga pihak diantaranya yaitu, pihak penjual (Pegadaian), pembeli (nasabah), *supplier* (PT Antam). Di dalam *form* ada perjanjian yang ditandatangani oleh masing-masing pihak. Untuk pembelian angsuran, arisan berkewajiban membayar uang muka, kecuali pembelian tunai. Untuk pembelian secara angsuran, bisa memilih jangka waktu mulai 3 bulan sampai 36 bulan dengan berat 5 gr sampai dengan 1 kg. Apabila ingin melakukan pembelian secara angsuran, ada uang muka yang harus dibayarkan sesuai berapa lama waktu angsuran.<sup>14</sup>

Emas merupakan logam yang kuantitasnya terbatas. Harganya pun stabil dan cenderung naik tiap tahunnya. Selama sepuluh tahun terakhir, rata-rata kenaikan harga emas mencapai 7-8 persen. Kenaikan itu pun seiring dengan adanya dinamika global yang mengguncang pasar keuangan, sehingga banyak orang yang mengalihkan asetnya ke sektor yang lebih aman, seperti emas. Hingga bulan Juli 2019, harga jual emas di Pegadaian sebesar

---

<sup>13</sup> Brosur PT Pegadaian Cabang Jember

<sup>14</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 20 Agustus 2019.

Rp 650 ribu per gram atau Rp 6.650 per 0,01 gram untuk minimal pembelian. Sedangkan harga beli emas Rp645 ribu per gram atau Rp6.450 per 0,01 gram.<sup>15</sup>

Bahkan beberapa hari terakhir harga emas per gramnya masih bertengger pada level sekitar Rp 700 ribu per gram. Direktur Pengembangan Produk dan Pemasaran, Harianto Widodo, mengatakan peningkatan harga emas baru-baru ini hingga menembus Rp 700 ribu per gram murni akibat fluktuasi di pasar. Dirinya pun tidak dapat memastikan kenaikan harga emas, sebab emas sendiri merupakan komoditas yang diperdagangkan. Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Ibu Indah, Pimpinan di Pegadaian Cabang Jember, mengatakan bahwa harga emas setiap tahunnya mengalami kenaikan, jadi angka yang dikumpulkan oleh Pegadaian dalam pencapaian targetnya juga naik. Hal tersebut yang membuat emas banyak diminati oleh nasabah. Kenaikan salah satu produk dalam Pegadaian akan berimbas pada akumulasi pencapaian yang telah ditetapkan. Seperti produk logam mulia yang selalu meningkat maka pencapaian targetnya juga terpenuhi.<sup>16</sup>

Penelitian ini dilakukan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember karena bisnis intinya memang di bidang emas, baik gadai maupun penjualan atau pembelian. Pegadaian sampai saat ini merupakan lembaga formal di Indonesia yang menurut hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Untuk itu, dari latar belakang diatas peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana peningkatan jumlah nasabah atas adanya produk logam mulia sehingga penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut ke dalam penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember”**.

---

<sup>15</sup> Faizal Fanani, “Harga Emas Terus Naik, Ini Kata Dirut Pegadaian”, <https://www.liputan6.com/> 30 Juli 2019.

<sup>16</sup> Indah Rustiniwati, *wawancara*, PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember, 20 Agustus 2019 .

## KAJIAN TEORI

### 1. Strategi Pemasaran

#### a. Pengertian Strategi Pemasaran

Ditinjau dari asal usul katanya, istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratos* = militer, da nag = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin angkatan perang agar dapat selalu memenangkan pertempuran.

Selain itu, strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana alokasi atau pengerahan kekuatan militer dan manajerial pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.<sup>17</sup>

Strategi pemasaran sangat mengutamakan orientasi pada konsumen dengan memberikan kepuasan tertinggi dan fokus pada tampilan lembaga dalam melayani konsumen dan ini berbeda dengan pemasaran tradisional yang hanya mengutamakan peningkatan volume penjualan. Dengan perencanaan yang dilakukan secara aktif dan baik akan dapat mengantisipasi perkembangan masa depan, bahkan faktor diluar lingkungan bisnis akan dapat dikuasai atau diramalkan lebih dulu.<sup>18</sup>

#### b. Tujuan Pemasaran

---

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono, Anastasia Diana, *Prinsip & Dinamika Pemasaran* (Yogyakarta: J & J Leaning, 2000), 1.

<sup>18</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 256.

Setiap perusahaan yang didirikan pasti mempunyai tujuan utama, yaitu mencapai tingkat keuntungan tertentu dan pertumbuhan perusahaan pangsa pasar. Menurut Buchari tujuan pemasaran yaitu untuk mencari keseimbangan pasar antara *buyer's market* dan *seller's market*, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dan produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa kepada calon konsumen.<sup>19</sup> Sedangkan menurut Kotler tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sehingga nantinya produk yang kita ciptakan nantinya sesuai dengan keinginan pelanggan dan memiliki tingkat jual tinggi.<sup>20</sup>

### c. Bauran Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merk yang dijual. Intinya, komunikasi pemasaran mempresentasikan “suara” perusahaan dan merknya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen.

Bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) terdiri dari delapan model komunikasi utama yaitu:<sup>21</sup>

#### 1) Iklan

Semua bentuk terbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas.

#### 2) Promosi penjualan

---

<sup>19</sup> Makmur, Saprijal, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan Pasir Pangaraian)”, *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3 (Januari, 2015), No. 1, 44.

<sup>20</sup> Syamsudin, “Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang” (Studi Kasus pada PT. Astra Internasional Daihatsu Malang)”, *Jurnal INTEKNA*, 2 (November, 2014), 102.

<sup>21</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2008), 174.

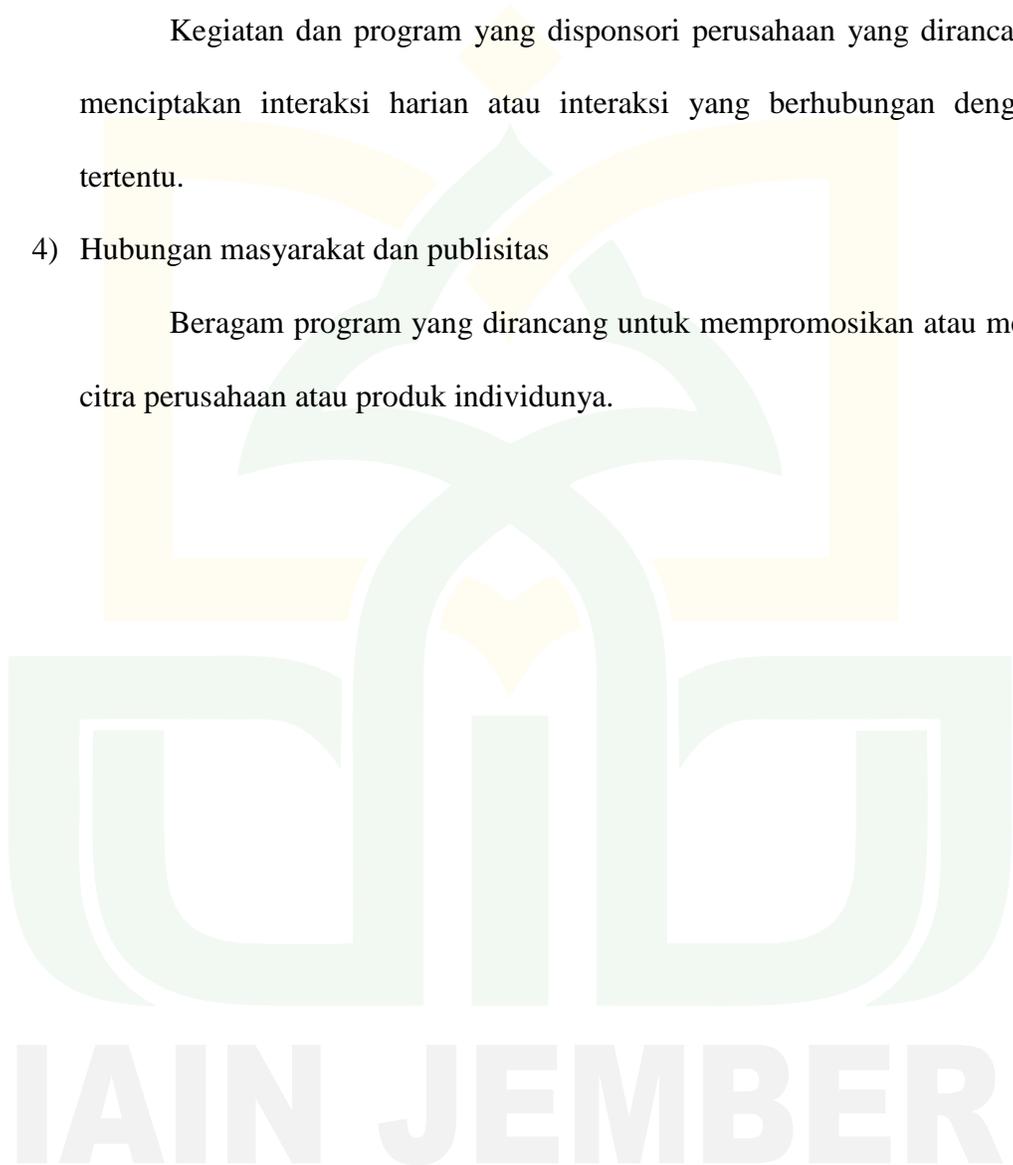
Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa.

3) Acara dan pengalaman

Kegiatan dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau interaksi yang berhubungan dengan merk tertentu.

4) Hubungan masyarakat dan publisitas

Beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya.



IAIN JEMBER

5) Pemasaran langsung

Penggunaan surat, telepon, faksmile, *e-mail*, atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta respon atau dialog dari pelanggan dan prospek tertentu.

6) Pemasaran interaktif

Kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa.

7) Pemasaran dari mulut ke mulut

Komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.

8) Penjualan personal

Interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan pengadaan pesanan.

## 2. Emas

### a. Pengertian emas

Emas dalam bahasa Inggris disebut “*gold*”. Kata ini merupakan serapan dari bahasa Jerman Kuno, yaitu “*ghel*” yang berarti ‘bersinar’ atau ‘kuning’. Emas adalah logam yang padat, lembut, mengilat, dan juga logam yang paling lentur. Emas murni memiliki warna kuning cerah dan berkilau sehingga dianggap sangat menarik.<sup>22</sup>

### b. Jenis-jenis emas

---

<sup>22</sup> Rulli Kusnandar, *Cara Cerdas Berkebutan Emas* (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2010), 20.

## 1) Emas Batangan<sup>23</sup>

Emas batangan alias emas lantakan tersedia dalam berat mulai dari 1 gram sampai dengan 1 kg. Emas jenis inilah yang sebaiknya dipilih sebagai instrumen investasi. Karena emas batangan biasanya mempunyai kadar 24 karat dengan tingkat kemurnian 99,99%. Emas batangan memiliki beberapa kelebihan yaitu:

- a) Tidak terkena Pajak Pertambahan Nilai (PPn).
- b) Tidak terkena biaya cetak apabila kita beli dalam unit 1 kiloan.
- c) Nilai jual kembali tinggi.

Namun, yang perlu diingat emas batangan juga memiliki kekurangan yaitu:

- a) Tidak fleksibel. Apabila kita memiliki emas 1 kg, lalu kita butuh 10 gram untuk keperluan tunai, kita tidak mudah untuk menjual sebagiannya.
- b) Tidak mudah diperjualbelikan sesama pengguna karena adanya kendala ukuran.

---

<sup>23</sup> Ibid., 59.

## 2) Emas Perhiasan<sup>24</sup>

Emas dalam bentuk perhiasan memiliki manfaat bagi pemiliknya, yaitu untuk dipakai. Jadi, ada dua manfaat emas jenis ini, untuk investasi dan aksesoris sehari-hari. Namun jenis emas dalam bentuk ini justru tidak disarankan untuk investasi.

### c. Alasan Investasi Emas

Selain tidak terpengaruh inflasi, emas juga memiliki kelebihan-kelebihan lain sebagai berikut:<sup>25</sup>

#### a) Aman

Uang di bank akan hilang secara perlahan-lahan karena biaya administrasi, pajak bunga 20%, tingkat suku bunga rendah, dan jaminan terbatas (hanya Rp100 juta per nomor rekening dengan nilai maksimum Rp2 milyar). Pada lembaga investasi lainnya dikarenakan biaya broker, administrasi, pajak, dan lain sebagainya. Pada emas tidak perlu menghawtirkan itu semua.

#### b) Perlindungan (*Protection*)

Inflasi dan deflasi adalah perampok yang tidak kelihatan. Keduanya merupakan masalah klasik yang sudah berabad-abad dan secara perlahan tapi pasti akan menggerogoti nilai aset kita. Berbeda dengan emas. Semakin tinggi laju inflasi, semakin tinggi harga emas.

---

<sup>24</sup> Ibid., 59.

<sup>25</sup> Ibid., 52.

c) Mudah dicairkan

Investasi properti, deposito, saham, obligasi, kendaraan, ataupun karya seni memerlukan waktu lebih dari satu hari untuk dicairkan. Ini disebabkan pembeli dan peminatnya terbatas dan ada kemungkinan nilainya juga menyusut oleh inflasi, *brokers fee*, pajak dan administrasi. Namun dengan emas kita dapat segera mencairkan dalam bentuk uang di ribuan toko emas, pegadaian, bahkan bank syariah (sebagai jaminan gadai). Prosesnya mudah, cepat, dan nilainya mengikuti harga pasaran internasional yang terus menguat.

d) Terjangkau semua kalangan

Dengan uang yang relatif sedikit, sudah bisa mulai menabung emas. Misalkan hanya memiliki uang sebesar Rp 200.000, kita sudah bisa membeli 0,5 gram emas. Ini berbeda dengan properti. Untuk memiliki tanah seluas 1 hektar, kita tidak bisa mencicil dengan membeli 1x1 m<sup>2</sup> terlebih dahulu.

e) Mudah dipindahkan

Membawa atau memindahkan uang tunai senilai Rp. 300 juta sangat tidak praktis alias ribet, berisiko tinggi, dan tentu saja dapat dengan mudah diketahui orang.

f) Resiko rendah

Tidak ada biaya penyusutan nilai pada emas. Hanya beban untuk biaya *safe deposit box* jika disimpan di bank. Nilai emas jangka pendek berfluktuasi, tetapi sejak 10 tahun terakhir nilainya terus naik, lebih dari 406% dan akan terus naik. Risiko terburuk dari investasi emas, yaitu hilang dicuri atau dirampok.<sup>26</sup>

### 3. Mulia

---

<sup>26</sup> Ibid., 13.

### a. Pengertian mulia

Mulia merupakan layanan penjualan logam mulia kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses cepat dan dalam jangka waktu yang fleksibel

Logam mulia menjadi alternatif pilihan investasi menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak di masa mendatang, memiliki tempat tinggal dan kendaraan, memenuhi kebutuhan modal kerja untuk pengembangan usaha, PT Pegadaian (Persero) bekerja sama dengan PT Antam Tbk.

### b. Keunggulan Mulia

Keunggulan dari produk mulia yaitu:<sup>27</sup>

- 1) Emas batangan dapat dimiliki dengan cara pembelian tunai, angsuran, kolektif (kelompok), ataupun arisan.
- 2) Proses mudah dengan layanan profesional.
- 3) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- 4) Sebagai aset, emas batangan sangat *likuid* untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak.
- 5) Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 5 gram s.d. 1 kilogram.
- 6) Uang muka mulai dari 10% s.d. 90% dari nilai logam mulia.
- 7) Jangka waktu angsuran mulai dari 3 bulan s.d. 36 bulan.

---

<sup>27</sup> <https://www.pegadaian.co.id/diakses> pada 20 Agustus pukul 13.00 WIB.

## Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh partisipan atau sumber data. Peneliti kualitatif harus bersifat “*Perspektif Emic*” artinya memperoleh data “sebagaimana seharusnya”, bukan berdasarkan apa yang dipikirkan oleh peneliti, tetapi berdasarkan apa dan dipikirkan oleh informan.<sup>28</sup>

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) dan dinyatakan dalam bentuk deskriptif yaitu data yang disimpulkan berupa gambar, kata-kata, dan bukan angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.<sup>29</sup>

Subjek penelitian adalah orang atau siapa saja yang dapat membantu untuk memperoleh data yang diinginkan demi kepentingan penelitian. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif menurut Lofland adalah kata-kata dan tindakan. Selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.<sup>30</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik *purposive* dan Sampling insidental teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan subyek penelitian dengan pertimbangan subjek tersebut dianggap paling tahu sehingga memudahkan dalam penelitian. Sedangkan sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 295.

<sup>29</sup> Lexy J Moleong, *Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

<sup>30</sup> Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 157.

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 85.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>32</sup> Untuk memperoleh data yang dapat dipertanggungjawabkan, maka peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Keabsahan data ini diterapkan dalam rangka membuktikan temuan hasil penelitian dengan kenyataan di lapangan. Pada penelitian ini peneliti menguji keabsahan data yang diperoleh menggunakan teknik triangulasi yang peneliti gunakan. Triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek data yang bersumber dari informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Data dicari melalui narasumber yaitu orang yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data.<sup>33</sup>

## **Pembahasan**

Sebagaimana yang telah disebutkan bahwa peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian disajikan dengan mengumpulkan data dari ketiga teknik pengumpulan data tersebut. Berikut akan dipaparkan hasil penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti terkait strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan ke dalam dua hal yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu: (1) Bagaimana strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember? (2) Bagaimana prosedur untuk memiliki logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember? Untuk memperjelas hasil penelitian ini maka akan

---

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 308.

<sup>33</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 129.

disajikan data-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi yaitu sebagai berikut.

### **1. Strategi Pemasaran Produk Logam Mulia dalam Peningkatan Jumlah Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember**

Hasil dari wawancara peneliti yang menggunakan triangulasi sumber yaitu hasil wawancara dari Ibu Indah Rustiniwati, Ibu Evalia Firmanitasari, Bapak Muhammad Alfian, Ibu Harningsih bahwa pernyataan dari informan tersebut hampir sama mengenai strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember bahwasanya strategi pemasaran produk logam mulia yaitu, pegadaian memberikan edukasi kepada masyarakat pentingnya berinvestasi emas dan keuntungan dari investasi emas. Masyarakat diberikan wawasan dan penyajian data-data harga emas setiap tahunnya. Dari penyajian data-data dan harga tersebut bahwa harga emas dari tahun ke tahun kian meningkat. Kenaikan harga emas sebagai pembanding dengan harga yang lain lebih tinggi harga emas. Selain itu, emas juga cocok dijadikan sebagai investasi jangka panjang karena harganya yang cenderung stabil dan tidak terpengaruh dampak inflasi. Dengan sifat emas yang *liquid* atau mudah dicairkan, emas juga bisa di jual atau digadaikan ketika membutuhkan dana darurat. Sebagai pembanding harga, bunga tabungan atau giro setiap tahunnya 6% sedangkan harga emas setiap tahun 20% yang berarti keuntungan investasi emas lebih unggul dari pada instrumen lainnya tersebut.

Pegadaian juga berliterasi ke lembaga pendidikan, kelurahan dan mensosialisasikan kepada instansi-instansi pemerintah. Kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan agar dapat menarik minat nasabah dan memberikan informasi tentang produk

logam mulia. Pegadaian juga melakukan pengenalan *door to door* produk di *outlet* langsung kepada nasabah, memberikan informasi mengenai produk logam mulia, harga logam mulia dan juga terdapat daftar rincian. Strategi pemasaran tidak langsung yaitu meliputi penyediaan brosur, pemasaran dari mulut ke mulut dan iklan.

## **2. Prosedur Untuk Memiliki Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember**

Berdasarkan hasil dari penelitian di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember bahwasanya prosedur untuk memiliki logam mulia yang dilakukan oleh nasabah sangatlah mudah, cukup menyertakan KTP atau identitas lainnya. Pegadaian menyediakan dua macam logam mulia, yaitu UBS dan Antam. Nasabah yang ingin membeli produk logam mulia secara angsuran cukup mendatangi *outlet* Pegadaian Cabang Jember dengan membawa uang muka dan biaya administrasi. Sedangkan pembelian tunai bisa melalui Galeri 24 dan keberadaan teknologi membantu masyarakat mengakses aplikasi PDS dengan mendownload di *Google Play Store*. Prosedur untuk pembiayaan Mulia yaitu nasabah cukup datang ke Pegadaian Cabang Jember kemudian menentukan nominal logam mulia yang akan dibeli, menentukan jangka waktu, dan juga menentukan uang muka yang harus dibayar. Pembelian logam mulia melibatkan tiga pihak, yaitu pihak penjual (Pegadaian), pembeli (nasabah), *supplier* (PT Antam). Pada *form* ada perjanjian tiga pihak ini yang harus melakukan penandatanganan. Apabila nasabah telat membayar angsuran maka dikenakan denda yaitu hitungan perhari dari tanggal yang ditentukan.

Produk Mulia pada PT Pegadaian Cabang Jember ini merupakan salah satu produk yang mulai banyak diminati oleh masyarakat, baik dari semua kalangan,

menengah ke atas maupun menengah bawah. Produk Mulia ini merupakan salah satu produk investasi yang sangat menguntungkan bagi masyarakat dikarenakan logam mulia merupakan *asset* yang sangat *liquid*, semakin hari harga emas semakin meningkat dan juga terbebas inflasi. Dengan adanya produk Mulia ini masyarakat terbantu untuk memiliki logam mulia dengan cara mengangsur.

Dalam temuan peneliti tentang strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember terdapat hasil temuan mengenai strategi pemasaran bahwasanya pegadaian menggunakan Bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) terdiri dari delapan model komunikasi yaitu.<sup>34</sup>

- a. Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang digunakan oleh Pegadaian Cabang Jember dalam memasarkan produk logam mulia.

Adapun media yang digunakan pegadaian sebagai berikut:

- 1) Media brosur

Pegadaian membagikan brosur yang berisikan informasi mengenai produk logam mulia, keuntungan logam mulia, harga logam mulia dan juga terdapat daftar rincian. Brosur tersebut dibagikan kepada nasabah atau calon nasabah sehingga dapat mengetahui tentang produk logam mulia. Menurut salah satu karyawan bagian pemasaran, penyebaran brosur tersebut dilakukan pada saat pegadaian melakukan *event* seperti bazar dan sosialisasi. Disamping itu brosur juga dibagikan kepada pengunjung yang datang ke kantor pegadaian.

- 2) Media sosial

---

<sup>34</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 174.

Media sosial merupakan salah satu alat untuk mempromosikan hal apapun. Justru itu, pegadaian dalam mempromosikan produk logam mulia menggunakan fungsi dari sosial media, karena sosial media merupakan pokok alamat komunikasi. Sosial media yang digunakan oleh pegadaian adalah *web*. *Web* merupakan situs yang dapat diakses oleh masyarakat tanpa harus login. Jadi, baik seseorang yang memiliki akun ataupun tidak, tetap dapat mengakses informasi tentang pegadaian

- b. Promosi penjualan merupakan promosi yang ditujukan kepada calon nasabah agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan, dengan memperlihatkan contoh gambar produk dan memberikan hadiah dan *discount*.
  - 1) Memberikan contoh gambar produk pada saat menawarkan produk logam mulia.
  - 2) Memberikan sistem pembayaran secara angsuran (kredit) dengan jang waktu selama 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, 18 bulan 24 bulan, 36 bulan.
  - 3) Memberikan hadiah/*souvenir* kepada nasabah yang melakukan transaksi logam mulia yang jumlah pinjamannya tinggi.
- c. Acara dan pengalaman melalui bauran ini Pegadaian dapat berinteraksi dengan nasabah melalui berbagai kegiatan dan program. Adapun kegiatan acara dan program yang pernah dilakukan Pegadaian adalah acara pembagian bantuan buku di Kampong Batja dan bakti sosial.
- d. Hubungan masyarakat dan publisitas melalui bauran promosi ini pegadaian dapat memberikan informasi dan melindungi nama baik perusahaan serta menjalin hubungan baik kepada masyarakat. Adapun kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan pegadaian mengadakan kegiatan seminar investasi emas. Kegiatan

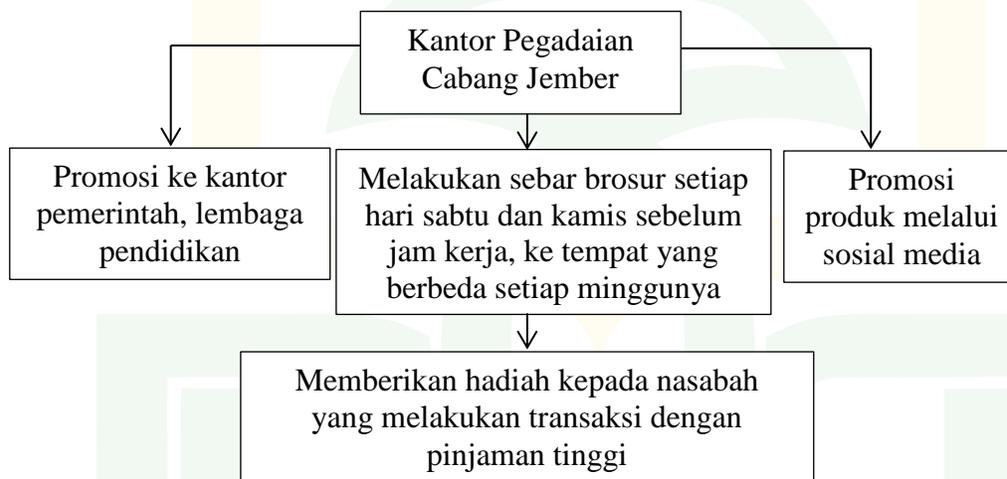
seminar investasi emas mempunyai tujuan untuk memperkenalkan produk logam mulia kepada masyarakat dan memberikan informasi mengenalkan produk logam mulia dan mencari nasabah baru agar nasabah tertarik dan melakukan pembelian.

- e. Pemasaran langsung merupakan penjualan langsung yaitu nasabah dapat melakukan tanya jawab atau pembelian secara tatap muka kepada penjual. Dalam pemasaran langsung Pegadaian memberikan layanan seputar penjualan logam mulia di kantor Pegadaian yang beralamat di Jl. Syamandudi No. 47, website resmi [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id) atau melalui via telepon memberikan kesempatan kepada nasabah yang akan bertanya langsung kepada Bagian Pemasaran Logam Mulia.
- f. Pemasaran interaktif melalui pemasaran interaktif ini nasabah dapat berinteraksi kepada penjual secara tidak langsung, misalnya pegadaian memberikan informasi dan layanan tanya jawab melalui *facebook*.
- g. Pemasaran dari mulut ke mulut yaitu mempromosikan produk logam mulia melalui nasabah logam mulia dan masyarakat yang tidak mengetahui tentang logam mulia.
- h. Penjualan personal yaitu dengan interaksi tatap muka dengan satu atau lebih nasabah untuk melakukan presentasi penjualan, menjawab pertanyaan dari nasabah.

Bentuk bauran promosi penjualan personal ini merupakan kegiatan promosi yang sering digunakan oleh Pegadaian Cabang Jember. Sosialisasi ke instansi pemerintah, ke kampus kegiatan ini dilakukan untuk memberikan suatu penjelasan tentang produk logam mulia kepada mahasiswa-mahasiswi. Dari penjelasan tersebut diharapkan dapat menarik nasabah untuk bertransaksi logam mulia.

Delapan bauran komunikasi pemasaran diatas, terdapat beberapa strategi yang paling efektif diantaranya yakni; promosi penjualan pemasaran langsung, pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal. Pegadaian Cabang Jember menginginkan daya usahanya setiap tahun meningkat. Baik dari segi jumlah nasabah maupun pendapatan. Dari strategi tersebut tiap tahun biasanya ada yang lebih difokuskan karena dianggap sesuai dengan kebutuhan pasar.<sup>35</sup>

**Gambar 4.1**  
**Skema Strategi Pemasaran**



Sumber: Wawancara<sup>36</sup>

## Kesimpulan

Melalui hasil penelitian dengan beberapa sumber dan teknik pengumpulan data maka dapat disimpulkan beberapa hal mengenai fokus masalah yang telah diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk logam mulia dalam peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember Pegadaian memberikan edukasi kepada masyarakat

<sup>35</sup> Evalia Firmanitasari, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 27 Agustus 2019.

<sup>36</sup> Evalia Firmaitasari, *wawancara*, PT Pegadaian Cabang Jember, 10 Agustus 2019.

pentingnya berinvestasi emas dan keuntungan dari investasi emas. Logam mulia merupakan produk layanan dalam bentuk emas dari Pegadaian dengan sistem pembelian tunai dan kredit. Logam mulia dapat memberikan berbagai keuntungan kepada masyarakat yang melakukan transaksi pada produk logam mulia, keuntungan tersebut dapat berupa *discount*, *voucher*, undian dan berbagai bentuk keuntungan lainnya. Dalam memasarkan produk logam mulia PT. Pegadaian Cabang Jember melakukan bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*).

2. Prosedur untuk memiliki produk logam mulia di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember. Nasabah yang ingin membeli produk logam mulia secara angsuran maupun tunai cukup mendatangi *outlet* Pegadaian Cabang Jember dengan membawa uang muka, biaya administrasi menyerahkan *fotocopy* KTP atau identitas lainnya. Pegadaian menyediakan dua macam logam mulia UBS dan Antam. Sedangkan pembelian tunai bisa melalui Galeri 24 dan transaksi lainnya yang memudahkan masyarakat yaitu melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Selain itu dengan adanya peningkatan teknologi yang canggih layanan ini dapat di download di *Google Play Store*.

## **Saran**

1. Bagi lembaga PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember diharapkan agar bisa lebih aktif untuk melakukan sosialisasi atau memasarkan produk-produknya kepada nasabah sehingga nasabah bisa tertarik untuk melakukan transaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih meningkatkan dan mengembangkan penelitian yang lebih baik lagi. Baik peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: Raja Grafindo Persada
- Agustuty, Lasty. 2018. “Pengaruh Penjualan Produk Investasi Terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Mandiri Cabang Gowa”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, Vol. IV. No. 2.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arbi, Syarif. 2013. *Lembaga Perbankan Keuangan Dan Pembiayaan*. Yogyakarta: BPFE
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Astuti, Rini. 2019. “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Solo Baru”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta).
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public, Dan Ilmu Sosial)*. Jakarta: Kencana
- Diana, Anastasia dan Fandy Tjiptono. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J & J Leaning
- Faizal Fanani, “Harga Emas Terus Naik, Ini Kata Dirut Pegadaian”, <https://www.liputan6.com/> 30 Juli 2019.
- Fatimatu, Nurul Azizah. 2016. “Investasi Berbasis Emas Produk BSM Cicil Emas di Bank Syariah”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga).  
<https://www.pegadaian.co.id/>, diakses pada 25 Agustus 2019 pukul 15.25 WIB.
- Kamilah, Anisatul. 2017. “Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Masyarakat Awam Teknologi di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember).
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kusnandar, Rulli. 2010. *Cara Cerdas Berkebun Emas*. Jakarta: Transmedia Pustaka
- Leyllah, Suci Nur. 2016. "Implementasi Pembiayaan Produk Kepemilikan Logam Mulia dalam Peningkatan Profitabilitas Pada PT. Bank Syariah". (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Martono. 2002. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Yogyakarta: Ekonisia
- Moleong, Lexy J. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Safitri, Ade. 2017. "Tijauan Hukum Islam Tentang Akad dalam Pembiayaan Murabahah Logam Untuk Investasi Abadi Pada Pegadaian Syariah". (Skripsi, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Saprijal, Makmur. 2015. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan". *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 3. No. 1.
- Sarini. 2018. "Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Emas pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sigit, Triandaru dan Totok Budisantoso. 2006. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta
- Sunaryo. 2014. *Hukum Lembaga Pembiayaan*. Jakarta: Sinar Grafika
- Syafputri, Ella. 2012. *Investasi Emas, Dinar, & Dirham*. Jakarta: Penebar Plus
- Syamsudin. 2014. "Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang". *Jurnal INTEKNA*, No. 2.
- Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi

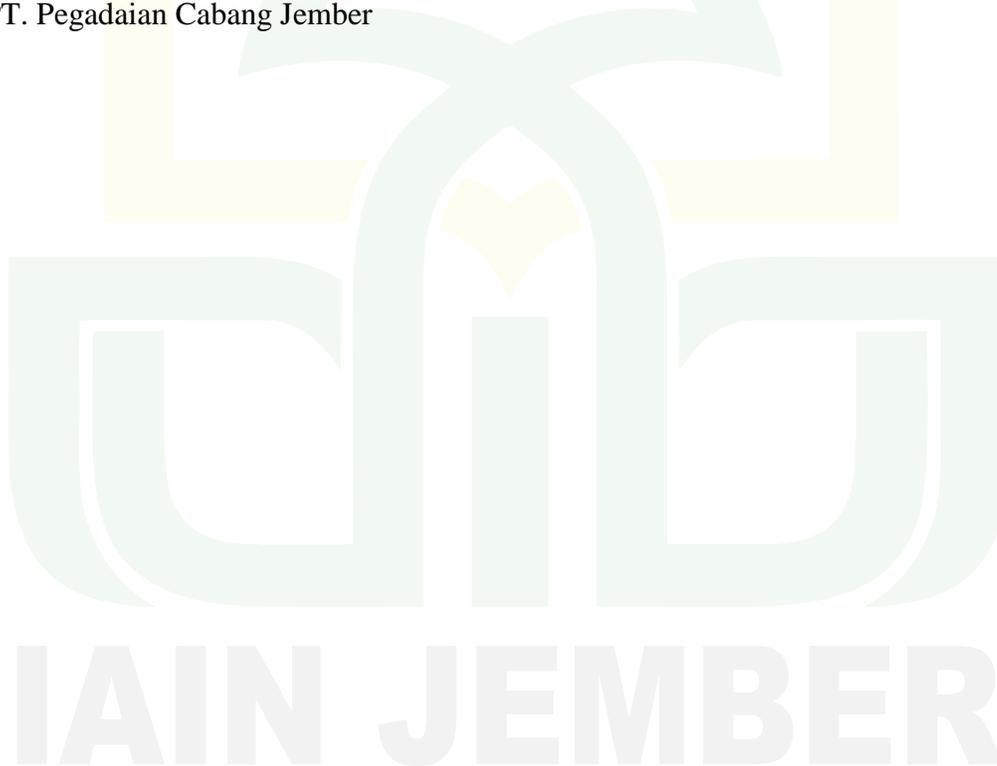
Yusari, Wida. 2017. “Analisis Swot Pemasaran Produk Mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam).

Zahro, Azizatus. 2018. “Analisis Dimensi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Jember”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember).

Zuhriah. 2017. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Kredit Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) ) (Studi Kasus Pegadaian Cabang Sekip Kota Palembang)”. (Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang).

Zuhriawati, Arrobbial. 2017. “Pelaksanaan Investasi Logam Mulia Pada PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu).

Brosur PT. Pegadaian Cabang Jember



IAIN JEMBER