



**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *RAHN* DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS
BMT NU JATIM CABANG TANGGUL)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :

IRO DATUL IZZAH
NIM. E20191039

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2023**



**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *RAHN* DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS
BMT NU JATIM CABANG TANGGUL)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

IRO DATUL IZZAH
NIM. E20191039

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2023**



**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *RAHN* DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS
BMT NU JATIM CABANG TANGGUL)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Oleh :
Iro Datul Izzah
NIM. E20191039

Disetujui Dosen Pembimbing



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag, M.E.I
NIP. 197308301999031002



**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN RAHN DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS
BMT NU JATIM CABANG TANGGUL)**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Jumat

Tanggal : 01 Desember 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tim Penguji

Ketua

Dr. H. UBAIDILLAH, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

Sekretaris

Aminatus Zahriyah, SE., M.Si.
NIP.198907232019032012

Anggota :

1. Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.

2. Dr. Abdul Rokhim S.Ag., M.E.I

Menyetujui



Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Ubaidillah, M. Ag.
NIP. 196812261996031001



MOTTO

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

Artinya: Dan katakanlah: " Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan yang perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu. (Qs. Surah An-Nisaa': 29)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Al – Qur'an, 4:29



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah rabbil 'alamin segala puji dan rahmat yang telah Allah SWT limpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Sebagai tanda terimakasih, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, bapak samiruddin, ibu tutik, dan tak lupa pula adek saya maidah dan juga kakek dan nenek saya abdul halim dan sulis, yang tiada hentinya mendoakan, memotivasi, dan mendukung saya dari awal hingga hari ini.
2. Segenap jajaran Bapak/Ibu guru mulai SD,MTS,MA beserta guru mengaji yang telah memberikan ilmu kepada saya.
3. Dosen-dosen FEBI yang telah memberikan ilmunyakepada saya, semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat sebagai bekal kehidupan di dunia dan akhirat.
4. Teman-teman Perbankan Syariah 1, dan teman-teman angkatan 2019 Perbankan Syariah.
5. Almamater tercinta UIN KHAS Jember yang telah memberi kesempatan saya untuk menuntut ilmu.

Terimakasih untuk orang-orang yang terlibat dalam penulisan skripsi ini, semoga bermanfaat dan juga berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan yang akan datang.



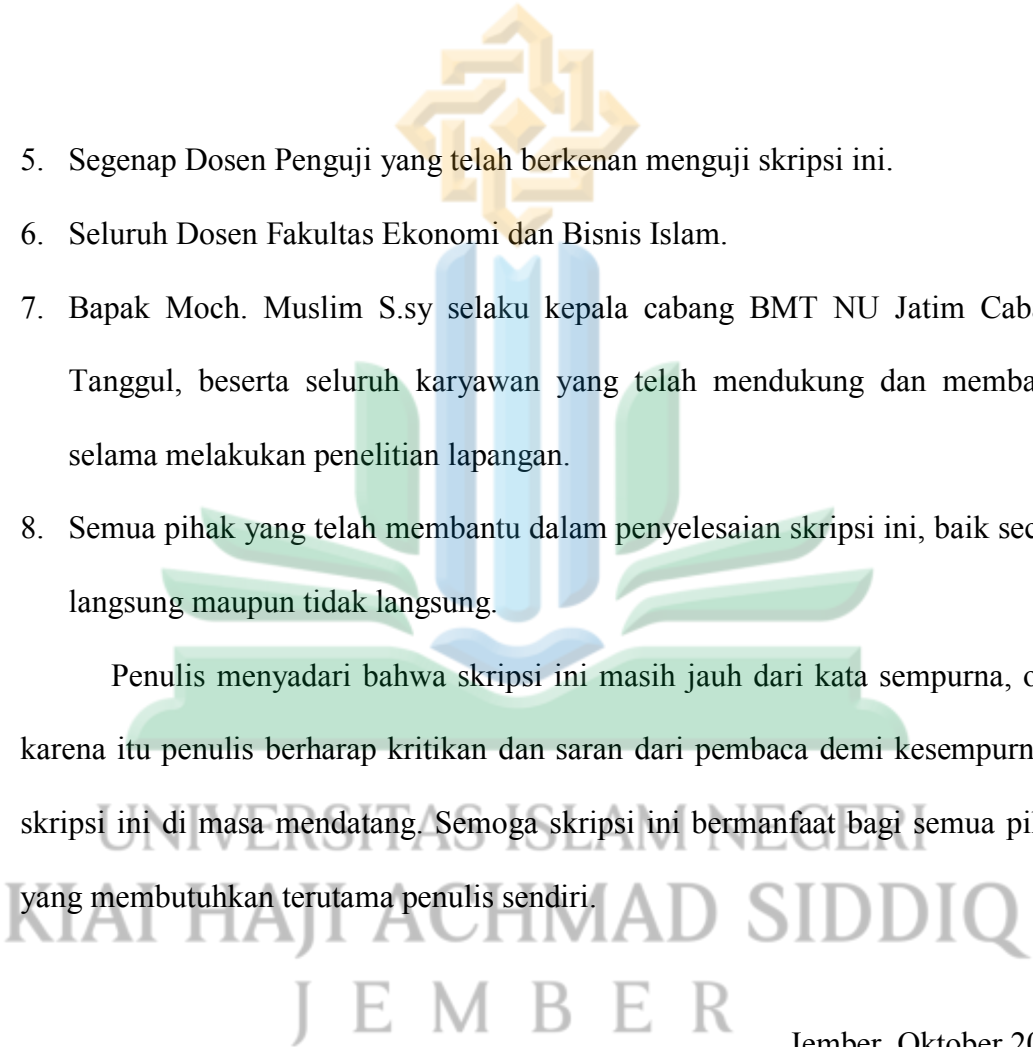
KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Segala puji syukur penulis kepada Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayahnya sehingga perencanaan, pelaksanaan, dan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus BMT NU Jatim Cabang Tanggul)” dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat dan salam juga tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah SAW, semoga kita mendapatkan syafa’atnya di hari akhir kelak. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Kiai Achmad Siddiq Jember.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
3. Bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dan meluangkan waktu serta pemikirannya untuk memberikan ilmu dan memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. selaku koordinator program studi perbankan syariah.

- 
5. Segenap Dosen Penguji yang telah berkenan menguji skripsi ini.
 6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
 7. Bapak Moch. Muslim S.sy selaku kepala cabang BMT NU Jatim Cabang Tanggul, beserta seluruh karyawan yang telah mendukung dan membantu selama melakukan penelitian lapangan.
 8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis berharap kritikan dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama penulis sendiri.

Jember, Oktober 2023
Penulis

Iro Datul Izzah
NIM. E20191039



ABSTRAK

Iro Datul Izzah, Abdul Rokhim 2023: Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus BMT NU Jatim Cabang Tanggul).

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Rahn, Ekonomi Islam.

Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Selain itu pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Fokus Penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dalam pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul? 2) Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan rahn dalam perspektif ekonomi islam di BMT NU Jatim Cabang Tanggul?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan dalam pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Tanggul. 2) Untuk mengetahui apakah pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Tanggul sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam.

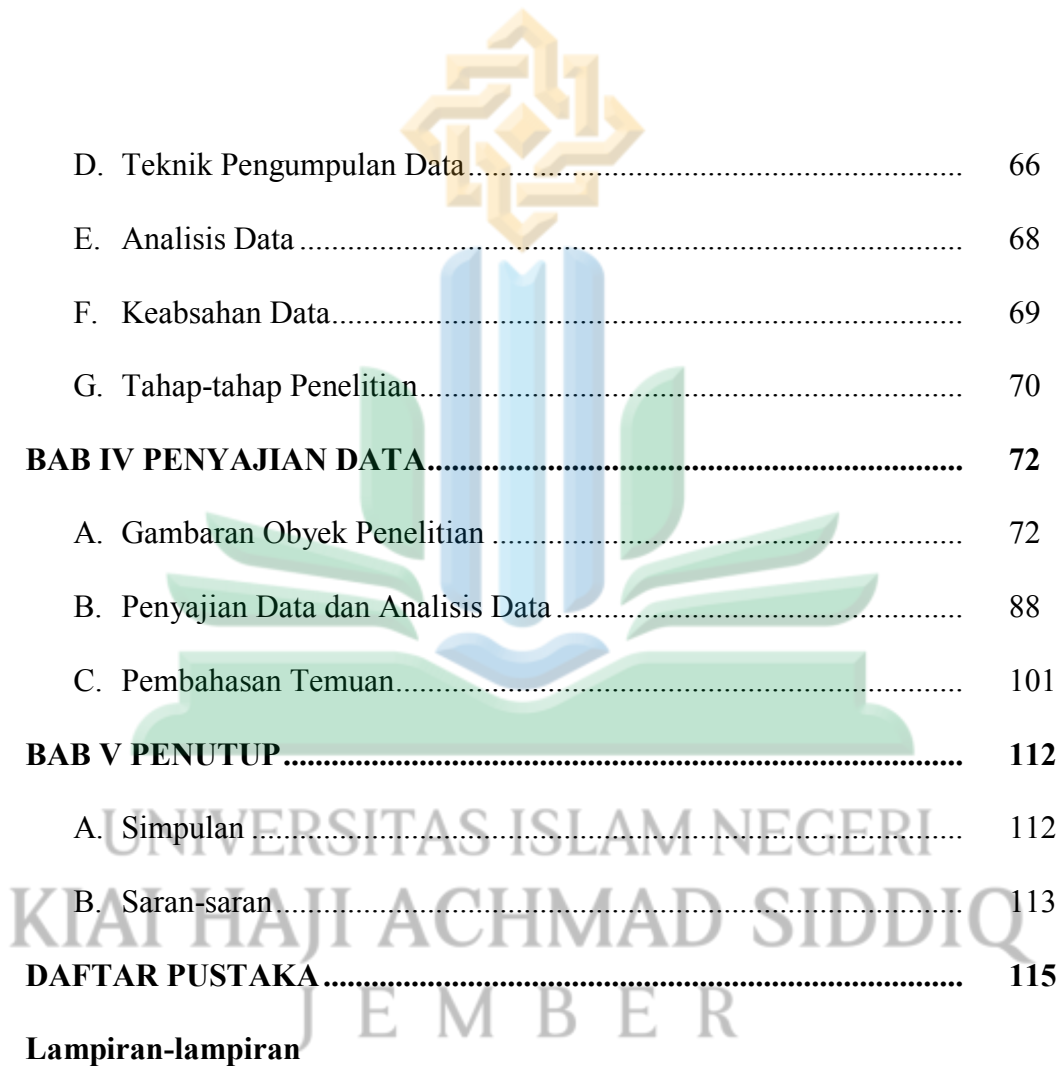
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian menggunakan observasi, wawancara, serta dokumentasi, dengan jenis penelitian studi lapangan. Dengan analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data (kesimpulan). Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik.

Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) Strategi pemasaran pembiayaan rahn yang digunakan ialah strategi bauran pemasaran (marketing mix) dengan menggunakan 7p yaitu strategi produk (product), strategi harga (price), strategi tempat (place), strategi promosi (promotion), strategi orang (people), strategi bukti fisik (physical edvence), strategi proses (process). 2) pemasaran pembiayaan rahn sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam, adapun prinsip-prinsip ekonomi islam terbagi menjadi 3 yaitu prinsip ketauhidan, prinsip khilafah, dan prinsip keadilan. Seperti dengan adanya pengakadan yang dilakukan antara kedua belah pihak yang saling setuju/sepakat, untuk penerapan kehati-hatian dalam islam.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	31
BAB III METODE PENELITIAN	64
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	64
B. Lokasi Penelitian.....	65
C. Subyek Penelitian.....	65

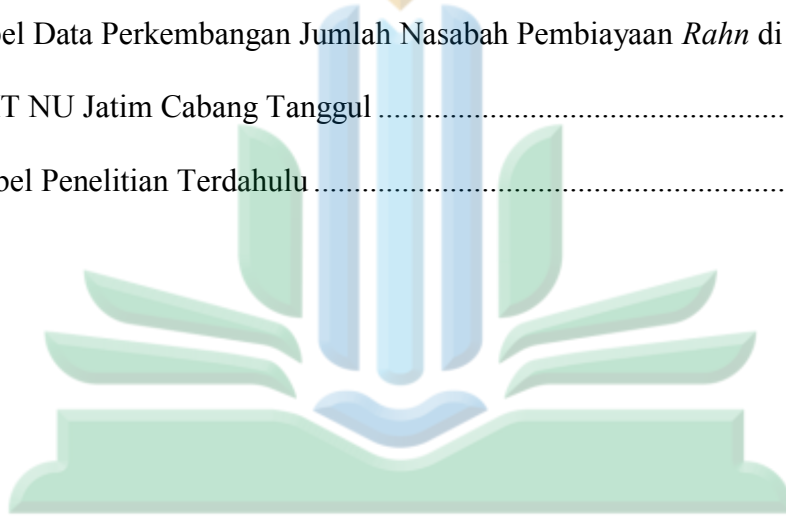


D. Teknik Pengumpulan Data	66
E. Analisis Data	68
F. Keabsahan Data.....	69
G. Tahap-tahap Penelitian.....	70
BAB IV PENYAJIAN DATA.....	72
A. Gambaran Obyek Penelitian	72
B. Penyajian Data dan Analisis Data.....	88
C. Pembahasan Temuan.....	101
BAB V PENUTUP.....	112
A. Simpulan	112
B. Saran-saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
Lampiran-lampiran	



DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Data Perkembangan Jumlah Nasabah Pembiayaan <i>Rahn</i> di BMT NU Jatim Cabang Tanggul	5
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	27



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di era globalisasi seperti saat ini, masyarakat di negara maju dan berkembang membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan bermacam macam transaksi keuangan. Karena bank merupakan lembaga keuangan yang paling aman dalam melakukan aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang paling sering dilakukan oleh masyarakat negara maju dan negara berkembang yaitu aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana. Bank menjadi negara yang sangat strategis di negara maju dan di negara berkembang memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak terbatas hanya pada penyaluran dan penyimpanan dana saja, tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank.²

Menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dikatakan bank adalah badan usaha yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana dan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit dengan tujuan untuk mendorong meningkatnya taraf hidup masyarakat banyak.³ Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga penting dalam perekonomian masyarakat. Bank suatu badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan

² Ismail, *Perbankan Syariah, cet ke-1* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 22.

³ Ismail, 23.

atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat pada umumnya.⁴

Berkembangnya perbankan syariah yang sangat signifikan di Indonesia, mendorong munculnya unit usaha syariah seperti BMT (BaitulMaal wat Tamwil). BMT yaitu lembaga keuangan mikro yang mengoperasikan prinsip bagi hasil dengan tujuan menumbuh kembangkan martabat dan derajat selain itu juga demi kepentingan kaum fakir miskin, dengan tujuan untuk menyalurkan dana dan menghimpun dana kepada anggotanya, dengan ini dirasa mampu mengkoordinir kepentingan masyarakat banyak. Diharapkan mampu menjadi suatu lembaga pendukung kegiatan ekonomi pada masyarakat kecil menengah dengan melakukan prinsip syariah.⁵ Faktor terpenting dalam keberhasilan BMT adalah penggunaan strategi pemasaran.

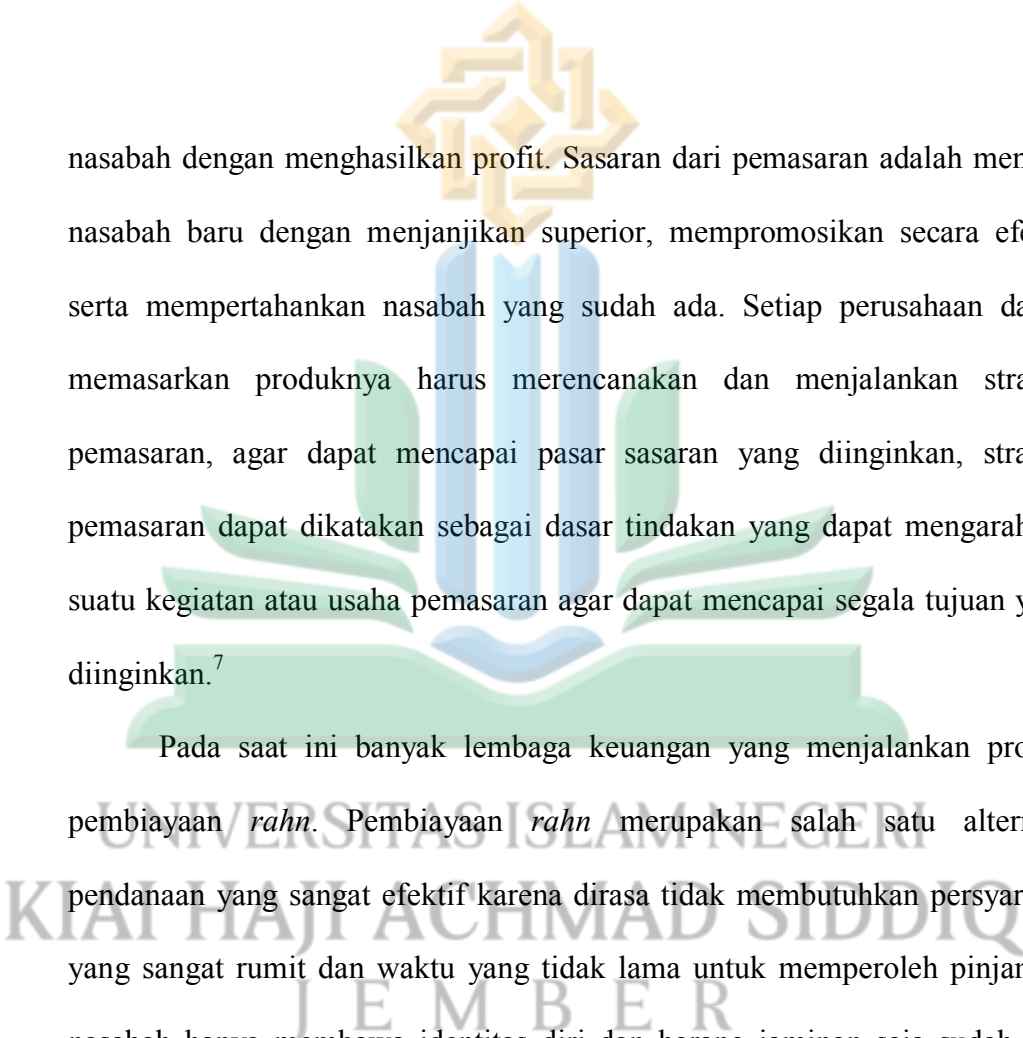
Secara umum, pengertian strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.⁶

Peran pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk dan jasa tetapi juga bagaimana produk tersebut dapat memberikan kepuasan kepada

⁴ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang perbankan syariah.

⁵ Muhammad, *System dan Prosedur Bank Syariah* (Yogyakarta: tim UII Press,2000), 59.

⁶ Marissa Grace Haque-Fawzi, dkk, *Strategi Pemasaran konsep, Teori dan Implementasi* (Banten: Pascal Books, 2021), 9.



nasabah dengan menghasilkan profit. Sasaran dari pemasaran adalah menarik nasabah baru dengan menjanjikan superior, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan nasabah yang sudah ada. Setiap perusahaan dalam memasarkan produknya harus merencanakan dan menjalankan strategi pemasaran, agar dapat mencapai pasar sasaran yang diinginkan, strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai dasar tindakan yang dapat mengarahkan suatu kegiatan atau usaha pemasaran agar dapat mencapai segala tujuan yang diinginkan.⁷

Pada saat ini banyak lembaga keuangan yang menjalankan produk pembiayaan *rahn*. Pembiayaan *rahn* merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena dirasa tidak membutuhkan persyaratan yang sangat rumit dan waktu yang tidak lama untuk memperoleh pinjaman, nasabah hanya membawa identitas diri dan barang jaminan saja sudah bisa mendapatkan pinjaman untuk kebutuhannya.

Rahn secara Etimologi (bahasa), *Rahn* berarti "Assyubuutu Waddawamu" (tetap dan lama), yakni berarti Pengekangan dan Keharusan. Sedangkan menurut Terminologi syara', *Rahn* berarti "Penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat dijadikan sebagai pembayaran dari barang tersebut". Jadi *rahn* adalah semacam jaminan utang.

Berdasarkan hukum islam, *rahn* merupakan suatu tanggungan atas hutang yang dilakukan apabila pengutang gagal menunaikan kewajibannya dan semua barang yang pantas sebagai barang dagangan dapat dijadikan

⁷ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 9.

jaminan. Barang jaminan itu baru boleh dijual/dihargai apabila dalam waktu yang disetujui kedua belah pihak, utang tidak dapat dilunasi oleh pihak yang berutang. Oleh sebab itu, hak pemberi piutang hanya terkait dengan barang jaminan, apabila orang yang berutang tidak mampu melunasi hutangnya.

Dalam islam Rahn merupakan sarana saling tolong-menolong (ta'awun) bagi umat islam dengan tanpa adanya imbalan jasa. dalam kitab fiqh sunnah Sayyid Sabiq para ulama mendefinisikan rahn ialah : penetapan sebuah barang yang memiliki nilai finansial dalam pandangan syariat sebagai jaminan bagi utang-utang, dimana utang tersebut atau sebagian darinya dapat dibayar dengannya.⁸

KSPPS BMT NU Jatim Cabang Tanggul adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menjalankan pembiayaan rahn dimana produk disana terdapat dua pembiayaan yaitu produk pembiayaan personal dan produk pembiayaan gadai emas, elektronik dll. Produk ini tengah diminati oleh masyarakat yang memerlukan dana secepat mungkin dan tidak memerlukan waktu relatif lama.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, pertumbuhan pembiayaan rahn di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Tanggul mengalami peningkatan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Selain itu peneliti juga akan meneliti tentang apakah pembiayaan rahn di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Tanggul sesuai dengan prinsip ekonomi dalam islam. Karena pembiayaan *rahn* di KSPPS BMT NU Jatim ini terletak di desa Tanggul

⁸ Mardanis, “ *gadai syariah (rahn) dalam perspektif ekonomi islam dan fiqh muamalah* “. (Institut keguruan dan ilmu pendidikan siliwangi).

Kabupaten Jember, dimana daerah ini merupakan daerah yang fanatik, akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya mengerti tentang pengimplementasian akad rahn tersebut.

Tabel 1.1
Data Perkembangan Jumlah Nasabah Pembiayaan Rahn
Di BMT NU Jatim Cabang Tanggul Tahun 2019-2023

No	Tahun	Bulan	Jumlah Nasabah Pembiayaan <i>rahn</i>
1	2019	Desember	972
2	2020	Desember	1.365
3	2021	Desember	1.728
4	2022	Desember	1.956
5	2023	September	2.065

Sumber : bagian keuangan dan administrasi BMT NU Jatim Cabang Tanggul.

Berdasarkan rekapitulasi di atas dapat diketahui perkembangan jumlah nasabah pembiayaan *rahn* periode 2019-2023 pada BMT NU Jatim Cabang Tanggul mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 jumlah nasabah pembiayaan *rahn* sebanyak 972 nasabah sedangkan pada tahun 2020 jumlah nasabah pembiayaan *rahn* mengalami peningkatan yaitu menjadi 1.365 nasabah. Pada tahun 2021 dari data di atas jumlah nasabah pembiayaan *rahn* meningkat kembali menjadi 1.728 nasabah. Tahun 2022 pembiayaan *rahn* mengalami peningkatan lagi dengan jumlah nasabah 1.956 dan di tahun 2023 pada bulan september sekarang pun juga mengalami peningkatan yaitu 2.065 nasabah. Meningkatnya jumlah nasabah pembiayaan *rahn* diatas dilihat dari nominal pembiayaannya.

Dari penyampaian diatas dapat menggambarkan bahwa perkembangan nasabah di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Tanggul sangat berkembang pesat dengan hali ini peneliti ingin menindak lanjuti dengan membahas lebih dalam yang berkaitan tentang bagaimana strategi yang di lakukan di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Tanggul dalam pembiayaan rahn nya, yang akan dituangkan dalam Tugas Akhir yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *RAHN* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua rumusan masalah yang dicari jawabannya melalui proses penelitian. Perumusan masalah harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dalam pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul ?
2. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan rahn dalam perspektif ekonomi islam di BMT NU Jatim Cabang Tanggul ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Dari latar belakang dan fokus

penelitian di atas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan dalam pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Tanggul.
2. Untuk mengetahui apakah pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Tanggul sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan pihak yang bersangkutan. Kegunaan harus realistis.

Berdasarkan penelitian di atas, diharapkan hasil yang diperoleh bisa bermanfaat bagi beberapa pihak terkait, diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai acuan bagi para akademisi atau mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya, dan dapat membentuk pola pikir yang dinamis serta untuk mengetahui kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama melakukan studi di UIN KHAS Jember.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana (SE) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember, Program Studi Perbankan Syariah. Serta dapat memperoleh wawasan dan pemahaman baru mengenai strategi pemasaran pembiayaan rahn.

b. Bagi UIN KHAS Jember

Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, penelitian ini duharapkan memberi sebuah informasi, mengembangkan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan kepustakaan untuk penelitian dengan permasalahan serupa.

c. Bagi BMT NU Cabang Tanggul

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi penelitian yang menghasilkan sebuah informasi bermanfaat sebagai masukan dan pengembangan serta kerja sama antar instansi dengan pihak-pihak yang berkepentingan dalam pemasaran pembiayaan rahn agar supaya lebih bisa mengatasi permasalahan terkait usaha.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah – istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian di dalam judul penelitian, tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud

oleh peneliti.⁹ Istilah – istilah yang perlu dijelaskan dalam penelitian ini sesuai dengan judul peneliti yaitu:

1. Strategi Pemasaran

Pengertian strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.¹⁰

2. Pembiayaan Rahn

Pengertian pembiayaan dalam bank syariah terdapat dalam undang-undang RI Nomor 10 tahun 1998 dan undang-undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pada dasarnya pengertian pembiayaan yang ada dalam kedua undang-undang diatas sama saja namun dalam undang-undang RI Nomor 21 Tahun 2008 pengertian pembiayaan lebih dirinci lagi kesepakatannya dalam bentuk apa saja.

Menurut undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan syariah tepatnya dalam pasal 1 menjelaskan bahwa pembiayaan pada bank syariah adalah penyediaan uang atau tagihan kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk

⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2019). 90.

¹⁰ Marissa Grace Haque-Fawzi. Ahmad Syarif Iskandar et al., *Strategi Pemasaran: konsep, teori dan implementasi* (Banten: Pascal Books, 2021), 9.

mengembalikan uang atau tagihan tertentu setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Pengertian pembiayaan dijelaskan lebih detail lagi dalam undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 menjelaskan jenis-jenis transaksi penyediaan dana serta bentuk-bentuk akad yang digunakan dalam transaksi tersebut seperti pengertian pembiayaan.¹¹

Rahn secara Etimologi (bahasa), Rahn berarti "Assyubuutu Waddawamu" (tetap dan lama), yakni berarti Pengekangan dan Keharusan. Sedangkan menurut Terminologi syara', Rahn berarti "Penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga Islam dapat dijadikan sebagai pembayaran dari barang tersebut." Ulama Syafi'iyah, bebrpedapat bahwa Rahn adalah "Menjadikan suatu benda sebagai jaminan utang yang dapat dijadikan pembayar ketika berhalangan dalam membayar utang." Sedangkan menurut Ulama Hanabilah "Harta yang dijadikan jaminan utang sebagai pembayar harga (nilai) utang ketika berutang berhalangan (tak mampu) membayar utangnya kepada pemberi pinjaman." Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.¹²

¹¹ Muhammad Wandisyah R Hutagalung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah* (Medan: merdeka kreasi, 2021), 22.

¹² Muhammad Nafik Hadi Ryandono and Rofiul Wahyudi, *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek* (Yogyakarta: UAD PRESS, 2018), 87.

3. Ekonomi Islam

Ekonomi adalah ilmu sosial yang mempelajari aktifitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan juga konsumsi terhadap suatu barang dan jasa. Istilah ekonomi berasal dari bahasa Yunani yang mempunyai arti aturan rumah tangga atau kata lainnya adalah manajemen rumah tangga. Sedangkan ekonomi dalam perspektif Islam adalah sebuah pengetahuan tentang aturan yang berkaitan tentang produksi kekayaan, mendistribusikannya dan mengkonsumsinya. Ekonomi Islam ini merupakan sebuah ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan dengan tauhid sebagaimana yang sudah dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.¹³

Sedangkan beberapa istilah lain menyebutkan bahwa deskripsi paling sederhana untuk memahami sistem ekonomi Islam ini adalah sistem ekonomi yang di dasarkan pada ajaran dan nilai-nilai Islam yang mana keseluruhan aturan yang terdapat dalam ekonomi Islam sudah terdapat dalam Al-Qur'an, as-Sunnah, ijma', dan qiyas. Yang mana semua itu merupakan pedoman hidup manusia. Lahirnya ide tentang sistem ekonomi Islam di dasarkan pada sebuah pemikiran bahwa sebagai agama yang lengkap dan sempurna, Islam tidak hanya memberikan penganutnya sebuah aturan-aturan mengenai soal ketuhanan, tetapi juga memberikan jawaban

¹³ Azharsyah Ibrahim, *Pengantar Ekonomi Islam* (Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia, 2021), 55.

mengenai berbagai masalah yang dihadapi oleh manusia, termasuk juga hal ekonomi.¹⁴

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang di mulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, bab ini merupakan dasar dalam sistematika penelitian skripsi, yang mengemukakan latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, definisi istilah, dan sistematika penelitian.

BAB II : Kajian kepustakaan, bab ini berisi tentang penelitian terdahulu sebagai perbandingan untuk menyusun kepustakaan dan kajian teori sebagai pendukung karya ilmiah ini, yaitu tentang strategi pemasaran, pembiayaan rahn, dan ekonomi islam.

BAB III : Metode penelitian, bab ini membahas tentang pendekatan-pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian yang dilakukan.

BAB IV : Penyajian Data dan Analisis, Dalam bab ini membahas tentang gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis data, dan pembahasan temuan.

BAB V : Penutup, Dalam bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran-saran

¹⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik* (CV Pustaka Setia, 2015), 69.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

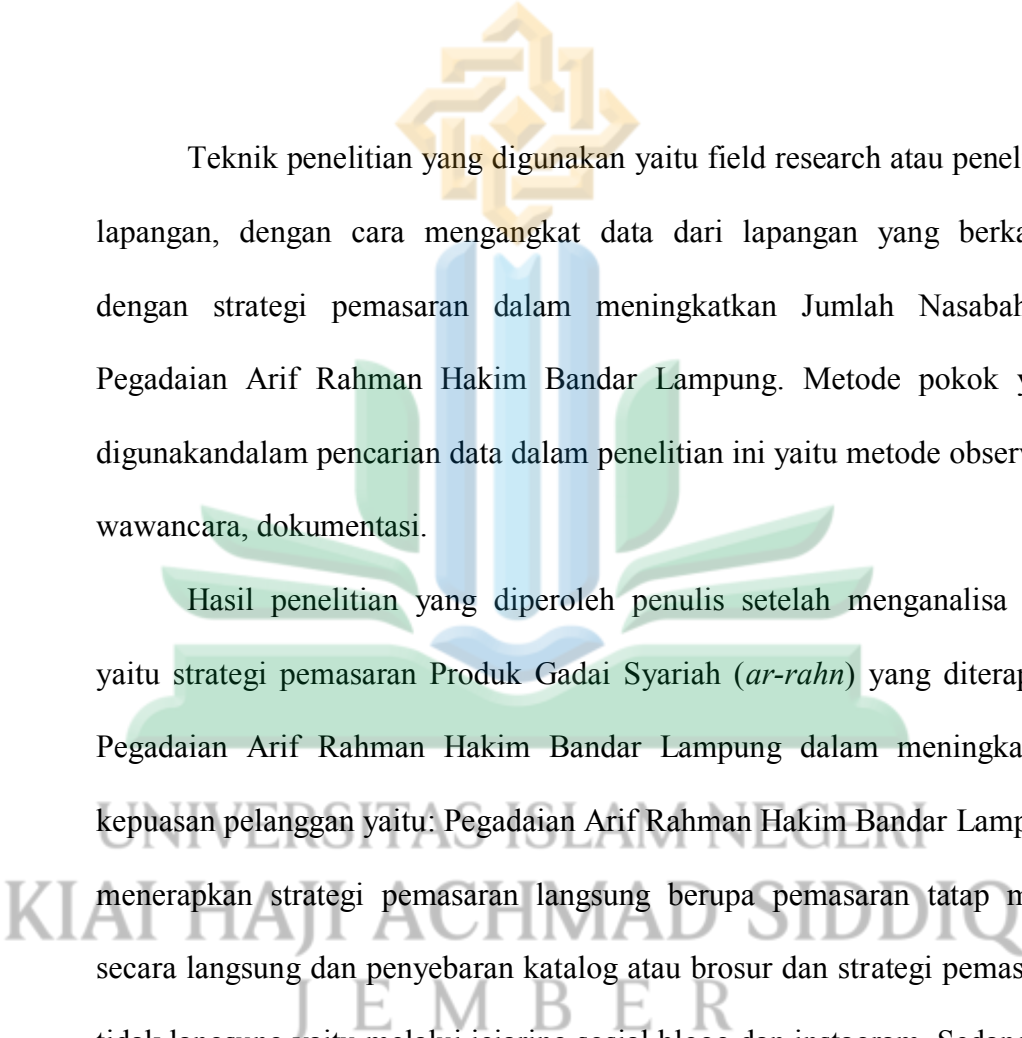
Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat di lihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak di lakukan.¹⁵ Dan berikut ini penelitian – penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan di lakukan :

1. Fazar Maulana, 2019 " strategi pemasaran produk Gadai Syariah (*ar-rahn*) dalam meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Arif Rahman Hakim Bandar Lampung " Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.¹⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang strategi pemasaran produk Gadai Syariah (*ar-rahn*) dalam meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Arif Rahman Hakim Bandar Lampung. Permasalahan yang muncul yaitu bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk Gadai Syariah (*ar-rahn*) dan apa metode yang digunakan Pegadaian Arif Rahman Hakim Bandar Lampung dalam meningkatkan Jumlah Nasabah pada produk Gadai Syariah (*ar-rahn*).

¹⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember, 2019).91.

¹⁶ Fazar Maulana, “*Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Ar-Rahn) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Arif Rahman Hakim Bandar Lampung*” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).



Teknik penelitian yang digunakan yaitu field research atau penelitian lapangan, dengan cara mengangkat data dari lapangan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Arif Rahman Hakim Bandar Lampung. Metode pokok yang digunakan dalam pencarian data dalam penelitian ini yaitu metode observasi, wawancara, dokumentasi.

Hasil penelitian yang diperoleh penulis setelah menganalisa data yaitu strategi pemasaran Produk Gadai Syariah (*ar-rahn*) yang diterapkan Pegadaian Arif Rahman Hakim Bandar Lampung dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu: Pegadaian Arif Rahman Hakim Bandar Lampung menerapkan strategi pemasaran langsung berupa pemasaran tatap muka secara langsung dan penyebaran katalog atau brosur dan strategi pemasaran tidak langsung yaitu melalui jejaring sosial blogg dan instagram. Sedangkan dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Pegadaian Arif Rahman Hakim Bandar Lampung Lebih menekankan pada pelayanan yang diberikan oleh unsur manajemen terhadap pelanggan. Kesimpulan dari hasil penelitian yaitu, strategi pemasaran produk Gadai Syariah (*ar-rahn*) yang dilakukan oleh unsur manajemen Pegadaian Syariah berjalan cukup baik sehingga diketahui bahwa pelanggan puas menggunakan jasa pegadaian syariah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di pegadaian arif rahman hakim bandar lampung sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

2. Muhammad Arief Yulianto, 2018 "strategi pemasaran pembiayaan musiman dengan akad rahn di BMT Marhamah cabang kertek) " Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.¹⁷

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk memperoleh data-data yang diperlukan, penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian data-data yang sudah terkumpul dianalisa dengan menggunakan metode deskriptif analitis.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: pertama, dalam pengajuan pembiayaan musiman yang dilakukan di BMT Marhamah Kertek dengan akad rahn bagi nasabah pembiayaan musiman, di BMT Marhamah cabang Kertek sendiri memiliki jangka waktu untuk pembiayaan musiman dari satu bulan maksimal adalah enam bulan, untuk mengajukan pembiayaan pihak BMT Marhamah berhak memberikan pembiayaan dan persyaratan. Kedua, strategi yang digunakan oleh BMT Marhamah cabang Kertek Wonosobo agar pembiayaan lebih banyak diminati oleh nasabah adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P (*product, price, place, promotion*).

¹⁷ Muhammad Arief Yulianto, “ *Strategi Pemasaran Pembiayaan Musiman Dengan Akad Rahn di BMT Marhamah Cabang kertek* “ (Universitas Islam Negeri Walisongo Wonosobo).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di BMT Marhamah Cabang Kertek Wonosobo sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

3. Mira Hariani, 2020 " Analisis penerapan strategi pemasaran produk gadai emas (*rahn*) dalam mendorong minat nasabah di PT. BPRS PNM patuh beramal kota mataram " Universitas Islam Negeri Mataram.¹⁸

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, observasi langsung ke BPRS PNM Patuh Beramal dan wawancara secara sistematis untuk mendapatkan data dan informasi serta melakukan study kepustakaan yaitu, menelaah buku-buku literature yang berhubungan dengan penelitian yang dibahas.

Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa strategi pemasaran produk gadai emas (*rahn*) di BPRS PNM Patuh Beramal cukup baik. Ini dilihat dari perkembangan nasabah yang meningkat sehingga dapat mempengaruhi pendapatan bank. Peranan perbankan syariah dalam perekonomian masih relative sangat kecil, ada beberapa upaya strategi dalam pemasaran. Berangkat dari permasalahan tersebut, maka diperlukan

¹⁸ Mira Hariani, " Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Rahn*) Dalam Mendorong Minat Nasabah Di PT. BPRS PNM Patuh Beramal Kota Mataram " (Universitas Islam Negeri Mataram, 2020).

strategi usaha yang fokus dengan suatu *core competence* tertentu sebagai daya saing serta untuk memperluas sistem distribusi penyaluran kredit.

BPRS PNM Patuh Beramal sebagai lembaga keuangan yang melaksanakan fungsinya sebagai penyalur dana masyarakat melalui produk produk pembiayaan. Pada tahun 2007 BPRS PNM Patuh Beramal mengeluarkan produk gadai emas, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta meningkatkan kinerja bank itu sendiri. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana BPRS PNM Patuh Beramal melakukan strategi pemasaran produk gadai emas.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di PT. BPRS PNM patuh beramal kota mataram sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

4. Ayun Sari, 2021 " Strategi pemasaran produk gadai syariah (*rahn*) dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syariah luwu " Institut Agama Islam (IAIN) Palopo.¹⁹

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data yaitu data primer bersumber dari pimpinan cabang, pegawai dan nasabah Pegadaian Syariah Luwu melalui wawancara. Sedangkan data sekunder

¹⁹ Ayun Sari, " *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Luwu* " (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2021).

diambil dari dokumen yang ada kaitannya dengan penelitian. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis data dilakukan dengan cara mereduksi data.

Dari hasil penelitian dan analisis diperoleh bahwa (1) strategi pemasaran produk gadai syariah yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Luwu meliputi 4 variabel yaitu: Pertama dengan strategi produk, dengan cara pengembangan produk *rahn* menjadi *arrum*. Kedua, dengan strategi promosi, yaitu melalui periklanan baik majalah, brosur, spanduk, media social seperti facebook whatsapp dan Instagram, melalui publisitas, dan personal selling. Ketiga, adalah strategi harga, dengan memberikan kemudahan dalam biaya administrasi, memberikan berbagai diskon dan potongan tarif ijarah dan Keempat, dengan strategi lokasi yaitu dengan pemilihan lokasi yang strategis serta memperhatikan kebersihan dan keamanan sekitar lokasi. (2) strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Luwu ternyata mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2016-2020.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di PT. BPRS PNM patuh beramal kota mataram sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

5. Zulfiani Basri, Siti Fatimah, Miftah Farild, 2022 " Analisis strategi pemasaran produk gadai syariah (*rahn*) dalam meningkatkan minat nasabah di Pegadaian Syariah cabang Sentral Makassar " Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.²⁰

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian studi kasus yang dilakukan pada pegadaian Syariah Cabang sentral Makassar.

Dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang didapatkan dibagi menjadi dua jenis yaitu daftar primer dan data Sekunder. Data primer yaitu bersumber langsung dari dalam perusahaan yakni pimpinan cabang, staf dan nasabah yang mengetahui isi dari proses yang ada di Pegadaian Syariah Cabang sentral Makassar. Sedangkan data Sekunder yang bersumber dari buku, artikel atau jurnal yang dapat mendukung penelitian. Dari hasil penelitian bahwa di pegadaian syariah cabang sentral makassar menjual 5 produk unggulan yaitu Gadai Emas (*rahn*), Arrum Emas, Mulia, ArrumBPKB, dan Arrum Haji. Dalam penjualan produk-produk di gunakan Marketing mix 7P yaitu Produk, Price, Place, Promotions, People, Process, Physical Evidenc yang berhubungan dengan strategi pegadaian syariah cabang sentral makassar. Serta faktor yang di gunakan pegadaian syariah untuk menarik minat nasabah diantaranya pelayanan yang ada di pegadaian syariah cabang sentral dan produk atau jasa yang ditawarkan.

²⁰ Zulfiani Basri, Siti Fatimah, And Miftah Farild, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (*Rahn*) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Sentral Makassar " (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2022).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di pegadaian syariah cabang sentral makassar sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

6. Dini Rusniawati, 2018 " Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus di Unit Pegadaian Syariah Pekalipan Cirebon).²¹

Penelitian ini termasuk pada penelitian survey. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini mengarahkan pada suatu permasalahan tentang strategi pemasaran produk gadai syariah yang diterapkan oleh pegadaian syariah dalam meningkatkan minat nasabah, hal ini menjadi salah satu alasan peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam mengenai strategi pemaasaran yang di terapkan di pegadaian syariah untuk menarik minat nasabah , akad yang digunakan di pegadaian syariah, apakah terdapat perbedaan strategi pemasaran yang diterapkan di pegadain syariah dengan pegadaian konvensional, produk-produk apa saja yang terdapat di unit pegadaian syariah pekalipan, dan kendala / hambatan yang dihadapi pegadaian syariah unit pekalipan.

²¹ Dini Rusniawati, " *Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus di Unit Pegadaian Syariah Pekalipan Cirebon)* " (Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon, 2018).

Adapun hasil penelitian, strategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan unit pegadaian syariah pekalipan menggunakan marketing mix (bauran pemasaran) berupa 4P yaitu strategi produk, strategi price, strategi place, dan strategi promotion, adapun strategi yang diterapkan sesuai marketing syariah yaitu etis dan teitis dapat meningkatkan minat nasabah, strategi pemasaran yang dilakukan pegadaian syariah samaseperti konvensional yang membedakan hanya proses dan akad yang digunakan. Kendalanya yaitu pesaing, cara penyelesaian kendalanya dengan cara memberikan pelayanan yang ramah dan baik terhadap nasabah agar tidak berpaling ke perusahaan lain.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tipe fenomenologi.

7. Dwi Apriosity Ajereni, 2019 " Strategi Pemasaran Produk *Rahn* dalam memperluas Market Share (Studi pada Pegadaian Syariah cabang Blang Padang Banda Aceh) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.²²

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sedangkan pengumpulan data dengan metode wawancara dan dokumentasi.

²² Dwi Apriosity Ajereni, " *Strategi Pemasaran Produk Rahn Dalam Memperluas Market Share (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Cabang Blang Padang Banda Aceh)* " (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Pegadaian Syariah menggunakan semua elemen strategi pemasaran seperti STP (*Segmenting, Targeting dan Positioning*), *Marketing Mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process dan Physical Evidence)* dan juga pemasaran syariah pada produk gadai Syariah. Serta terbukti bahwa penerapan strategi tersebut dapat memperluas market share pada Pegadaian Syariah. Pertumbuhan yang diharapkan oleh Pegadaian Syariah dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dan menjadi alternatif untuk memperoleh pinjaman dengan proses cepat, aman dan terjamin.

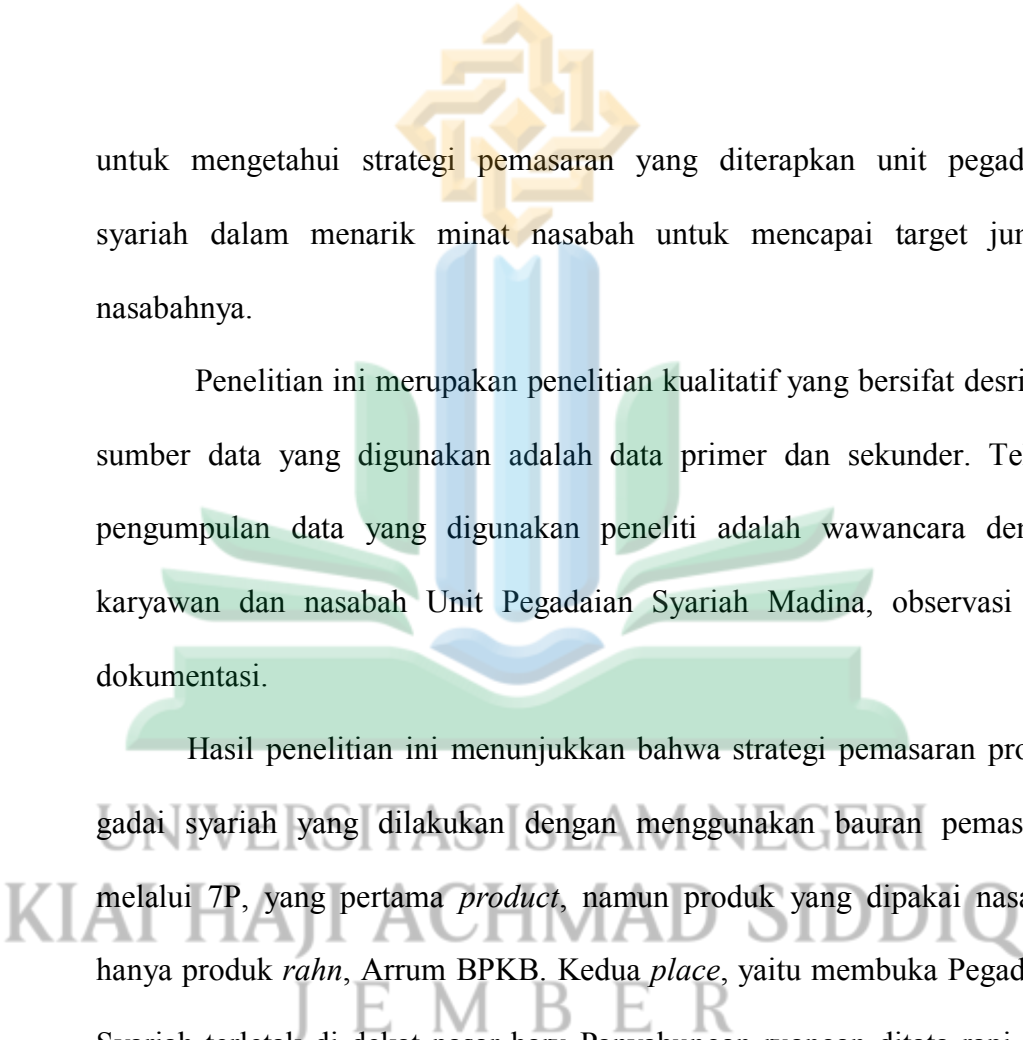
Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di pegadaian syariah cabang blang padang Banda aceh sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

8. Rahmita Sari, 2019 " Strategi Pemasaran produk gadai syariah dalam upaya menarik minat nasabah pada Unit pegadaian syariah Madina " Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.²³

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan unit pegadian syariah madina dalam menarik minat nasabah untuk mencapai target jumlah nasabahnya. Tujuan penelitian,

²³ Rahmita Sari, " *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Madina* " (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, 2019).



untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan unit pegadaian syariah dalam menarik minat nasabah untuk mencapai target jumlah nasabahnya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara dengan karyawan dan nasabah Unit Pegadaian Syariah Madina, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk gadai syariah yang dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran melalui 7P, yang pertama *product*, namun produk yang dipakai nasabah hanya produk *rahn*, Arrum BPKB. Kedua *place*, yaitu membuka Pegadaian Syariah terletak di dekat pasar baru Panyabungan ruangan ditata rapi agar nasabah tidak mudah bosan. Ketiga *promotion* dengan cara personal selling, sehingga perlu ditambah melalui periklanan dan publisitas. Keempat *price*, memberikan diskon apabila tidak mencapai batas maksimum persentase pinjaman sebesar 90% dari taksiran barang jaminan. Kelima, *people*, sumber daya manusia masih minim tentang pegadaian syariah sehingga pegawai pegadaian syariah masih mengambil dari pegadaian konvensional. Keenam, *process*, proses yang mudah nasabah cukup membawa kartu identitas KTP dan membawa barang jaminan sudah dapat melakukan transaksi *rahn*. Ketujuh, *physical evidence*, keadaan kantor cukup nyaman untuk menyimpan kendaraan kapasitas ruangannya masih

kurang. Jadi strategi pemasaran yang dilakukan masih kurang menarik sehingga belum berhasil untuk mencapai target nasabah tiap tahunnya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di pegadaian syariah madina sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

9. Nur Wahyuni, 2021 " Strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian syariah di kabupaten Bone " Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.²⁴

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan pada satu objek penelitian yaitu Unit Pegadaian Syariah Bone. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara yang dianalisis menggunakan teknik reduksi data dan uji kredibilitas dengan metode triangulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bentuk Produk Gadai Syariah Yang Ada di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Bone menyediakan 8 diantaranya Rahn, amanah, muliah, Ar rum BPKB, Ar rum emas Ar Rum Haji, Tabungan emas, Konsinyasi emas produk tapi yang sering mereka tawarkan hanya dua produk yaitu produk Rahn dan Ar-rum BPKB karena

²⁴ Nur Wahyuni, " *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Di Kabupaten Bone* " (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021).

dua produk inilah yang paling sering dipakai nasabah. Strategi pemasaran yang digunakan Unit Pegadaian Syariah (UPS) Bone adalah 7P yang dimana terdiri dari strategi *product*, strategi *place*, strategi *promotion*, strategi *price*, strategi *people*, strategi *process*, strategi *physical evidence*. Serta Penerapan Strategi pemasaran produk gadai syariah oleh Unit Pegadaian Syariah (UPS) Bone yaitu menggunakan Marketing Mix yaitu sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan objek pemasaran atau target pasar yang dituju. Untuk mencapai keberhasilan pemasaran tersebut ada 7 variabel dalam bauran pemasaran yaitu strategi dalam bidang produk (*product*), strategi dalam bidang tempat (*place*), strategi dalam bidang promosi (*promotion*), strategi dalam bidang proses (*process*), strategi dalam bidang SDM (*people*), strategi dalam bidang bukti fisik (*physical evidence*) ternyata belum dapat meningkatkan jumlah target nasabah pertahun yang dimiliki Unit Pegadaian Syariah (UPS) Bone.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah analisis data yang digunakan adalah teknik reduksi data dengan metode triangulasi sumber data.

10. Rizka Wakhidatul Nur Hidayah, 2021 "Strategi Promosi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai Emas (*rahn*) Dalam Upaya Meningkatkan

Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kota Mojokerto" Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.²⁵

Tujuan Penelitian ini untuk mendeskripsikan: (1) strategi promosi produk pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto melalui media sosial; (2) strategi promosi produk pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto melalui brosur; (3) strategi promosi produk pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto melalui tatap muka/ webinar; (4) strategi promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto melalui spanduk dan umbul-umbul; (5) mendeskripsikan strategi promosi produk pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto melalui kemitraan dengan pejabat publik.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif-kualitatif dengan subjek penelitian para pegawai Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto yang ditugasi menangani gadai emas. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto dengan teknik melalui media sosial: whatsapp, facebook, SMS; (2) promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto dengan teknik memasang spanduk (kain rentang) dan umbul-umbul yang dipasang di tempat-tempat strategis; (3) promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto dengan teknik pembuatan brosur atau pamflet. Dengan

²⁵Rizka Wakhidatul Nur Hidayah, “Strategi Promosi Pemasaran Produk Gadai Emas (rahn) Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kota Mojokerto “ (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).

menonjolkan gambar dan bahasa persuasive; (4) promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto dengan teknik tatap muka: webinar, kunjungan rumah; (5) promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto dengan teknik kerja sama dengan pejabat publik. Pejabat publik yang sudah diajak kerja sama antara lain: Bapak Camat, Kepala Desa, Ketua Paguyuban Seni Tradisional, Ketua Kelompok Tani, Ketua Kelompok Peternak, Bapak Kapolsek, dan Ketua Perguruan Silat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (*rahn*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

Guna memberikan gambaran atau paparan yang lebih komprehensif maka dibawah ini akan dipaparkan mapping penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Sumber, Judul dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Fazar Maulana, Skripsi “ Strategi pemasaran produk gadai syariah (<i>ar-rahn</i>) dalam meningkatkan jumlah nasabah di pegadaian arif rahman	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek

	hakim bandar lampung “ (2019).	pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>)	penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di pegadaian arif rahman hakim bandar lampung sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul
2.	Muhammad Arief Yulianto, Skripsi “strategi pemasaran pembiayaan musiman dengan akad rahn di BMT Marhamah Cabang Kertek Wonosobo “ (2018).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>)	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di BMT Marhamah Cabang Kertek Wonosobo sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.
3.	Mira hariani, Skripsi “ analisis penerapan strategi pemasaran produk gadai emas (<i>rahn</i>) dalam mendorong minat nasabah di PT. BPRS PNM patuh beramal kota mataram “ (2020).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di PT. BPRS PNM patuh beramal kota mataram sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

4.	Ayun sari, Skripsi “ strategi pemasaran produk gadai syariah (<i>rahn</i>) dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syariah luwu “ (2021).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di PT. BPRS PNM patuh beramal kota mataram sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.
5.	Zulfiani basri, siti fatimah, miftah farild, Jurnal “ analisis strategi pemasaran produk gadai syariah (<i>rahn</i>) dalam meningkatkan minat nasabah di pegadaian syariah cabang sentral makassar “ (2022).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di pegadaian syariah cabang sentral makassar sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.
6.	Dini Rusniawati, Skripsi “ Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus di Unit Pegadaian Syariah Pekalipan Cirebon) “ (2018).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tipe fenomenologi.

7.	Dwi apriosity ajereni, Skripsi “ strategi pemasaran produk <i>rahn</i> dalam memperluas market share (studi pada pegadaian syariah cabang blang padang banda aceh “ (2019).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di pegadaian syariah cabang blang padang Banda aceh sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.
8.	Rahmita sari, Skripsi “ strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya menarik minat nasabah pada unit pegadaian syariah madina “ (2019).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya, objek penelitian yang diteliti di pegadaian syariah madina sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.
9.	Nur wahyuni, Skripsi “ strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada PT. pegadaian syariah di kabupaten bone “ (2021).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah analisis data yang digunakan adalah teknik reduksi data

			dengan metode triangulasi sumber data.
10.	Rizka Wakhidatul Nur Hidayah, Skripsi “Strategi Promosi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai Emas (<i>rahn</i>) Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kota Mojokerto “ (2021).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek kajiannya sama - sama membahas tentang strategi pemasaran gadai syariah (<i>rahn</i>).	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah objek penelitiannya. objek penelitian yang diteliti di Bank Syariah Mandiri KCP Mojokerto sedangkan penelitian yang akan diteliti di BMT NU Jatim cabang Tanggul.

Sumber: Diolah oleh peneliti

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi pembahasan tentang teori yang dijadikan sebagai prespektif dalam penelitian. Pembahasan teori yang terkait dengan penelitian secara luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Posisi teori dalam penelitian kualitatif diletakkan sebagai prespektif, bukan untuk diuji sebagaimana dalam penelitian kuantitatif.²⁶

²⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2019), 91.

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Pengertian strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.²⁷

Strategi Pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu:

- 1) Produksi
- 2) Pemasaran
- 3) Konsumsi

Dalam hal ini, pemasaran menjadi bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang definisi strategi marketing, diantaranya adalah:²⁸

²⁷ Marissa Grace Haque-Fawzi, Ahmad Syarif Iskandar Et Al., *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi* (Banten: Pascal Books, 2021), 9.

²⁸ Ahmad Syarif Iskandar Et Al., *Strategi Pemasaran*, 10.

1) Kotler dan Amstrong

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.²⁹

2) Philip Kotler

Menurut Philip Kotler, pengertian strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.³⁰

b. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya:³¹

1. Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan Strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.
2. Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif Setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Strategi pemasaran ini

²⁹ Philip Kotler. Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (jakarta: ERLANGGA, 2006), 20.

³⁰ Philip Kotler. Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (jakarta: ERLANGGA, 2006), 21.

³¹ Iskandar, 11.

berfungsi untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

3. Merumuskan Tujuan Perusahaan Para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran maka pelaku usaha akan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

4. Pengawasan Kegiatan Pemasaran

Dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah.³²

- a. Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran
- b. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
- c. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran
- d. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran

³² Marissa Grace Haque-Fawzi. Ahmad Syarif Iskandar Et Al., *strategi pemasaran :konsep, teori dan implementasi* (banten: pascal books, 2021), 12.

c. Konsep Strategi Pemasaran

Banyak ahli marketing mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan marketing strategy. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai karakteristik dan kesanggupan masing-masing.

Pada dasarnya tujuan akhir dari marketing itu tetap akan bermuara pada tercapainya kepuasan konsumen. Berikut ini adalah 5 Konsep Strategi Pemasaran.³³

1) Segmentasi Pasar

Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang sifatnya heterogen menjadi satu-satuan pasar yang bersifat homogen.

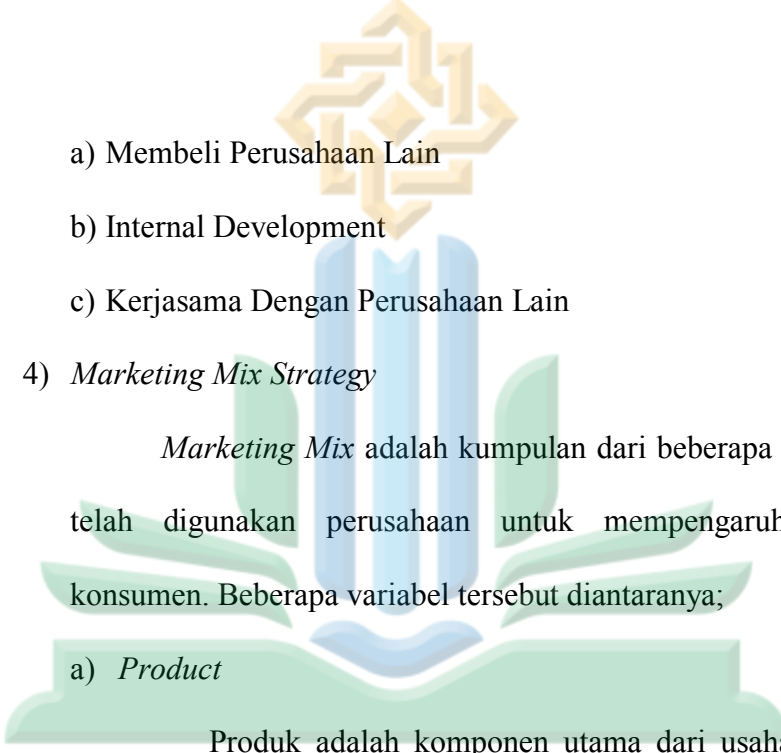
2) *Market Positioning*

Tidak ada perusahaan yang bisa menguasai seluruh pasar. Itulah alasannya mengapa perusahaan harus punya pola spesifik untuk mendapatkan posisi kuat dalam pasar, yaitu memilih segmen yang paling menguntungkan

3) *Market Entry Strategy*

Ini adalah strategi perusahaan untuk bisa masuk pada segmen pasar tertentu. Beberapa cara yang sering dilakukan adalah:

³³ Ahmad syarif iskandar et al., *strategi pemasaran*, 12.

- 
- a) Membeli Perusahaan Lain
 - b) Internal Development
 - c) Kerjasama Dengan Perusahaan Lain
 - 4) *Marketing Mix Strategy*

Marketing Mix adalah kumpulan dari beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Beberapa variabel tersebut diantaranya;

- a) *Product*

Produk adalah komponen utama dari usaha atau bisnis, karena dari produk inilah perusahaan akan menawarkan kepada pelanggan potensial untuk memilih produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen tentu produk yang dihasilkan harus memenuhi kriteria atau standart yang sudah ditentukan.³⁴

Secara umum produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Keinginan pasar dapat berupa fisik, jasa, orang, organisasi, dan ide. Barang atau jasa yang dihasilkan perlu memiliki standar kualitas dan karakteristik yang dapat meningkatkan daya saingnya di pasar.

³⁴ Abdul Aziz, Manajemen Produk (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 27.

Selain itu, produk juga mempunyai beberapa atribut yang mengikuti produk, beberapa atribut yang mengikuti dan melengkapi produk adalah:

1) Merek (*Branding*)

Merek (*brand*) adalah tanda, nama, istilah, symbol, atau desain yang bermaksud untuk mengenali produk atau layanan dari individu atau kelompok penjual dan untuk menjadi pembeda dari produk lainnya. Sedangkan Branding merupakan isu penting dalam strategi produk karena pemberian brand itu mahal dan memakan waktu yang lama, juga brand tersebut bisa menghasilkan produk itu berhasil atau menghancurkan suatu produk.

2) Pemberian Label (*Labeling*)

Labeling katanya kuat dengan pengemasan. Jadi label adalah bagian dari suatu produk yang memberikan keterangan tentang produk dan penjualan. Label tanda pengenal yang dicantumkan pada produk. Label memberitahukan keterangan atau informasi tentang penggunaan, konstruksi/pembuatan, perawatan/perhatian, kinerja produk, dan fitur lain yang berkaitan dengan produk.

3) Layanan Pelengkap (*Supplementary Services*)

Saat ini tidak ada produk yang dapat dipisahkan dari jasa atau unsur jasa, baik berupa sebagai produk inti dan jasa

sebagai jasa pelengkap. Produk inti cenderung sangat bervariasi tergantung dari jenis bisnisnya, tetapi layanan pelengkapannya serupa. Layanan pelengkap dapat diklasifikasikan sebagai berikut: informasi tentang jadwal pengiiman produk, harga, intruksi penggunaan, pemberitahuan perubahan, dan saran untuk konsultasi, pengujian dan konsultasi administratif.

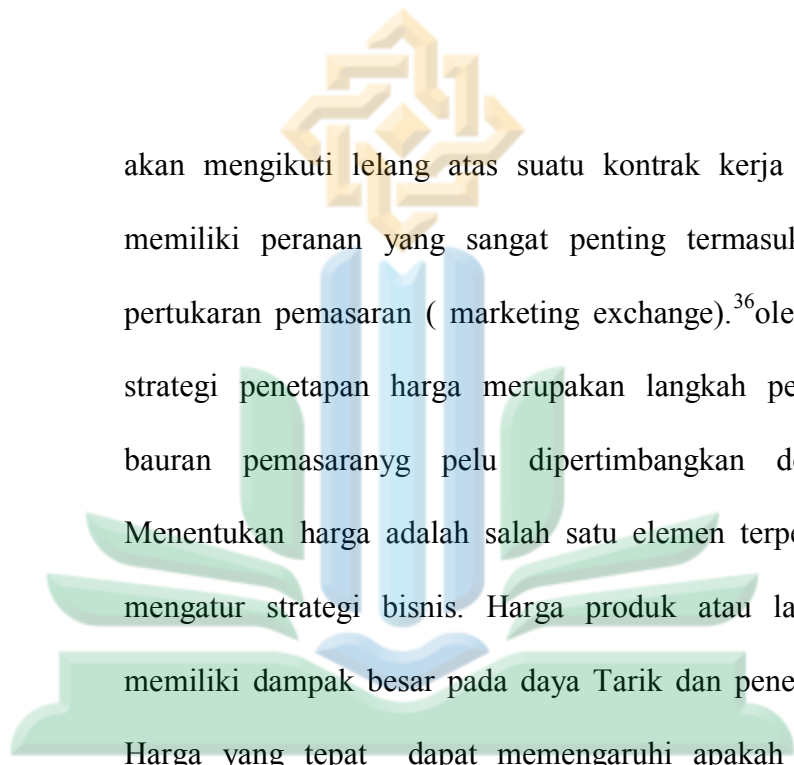
4) Kualitas Produk (*Product Quality*)

Kualitas produk mengacu pada kemampuan produk pada kemampuan produk dalam melakukan tugasnya, termasuk: keandalan, daya tahan, kemudahan penggunaan dan kondisi perbaikan serta kualitas berharga lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk, perusahaan dapat menerapkan program *Total Quality Management (TQM)*, dimana tujuan utama dari *total quality management* selain untuk mengurangi kerusakan produk adaah untuk meningkatkan nilai pelanggan.³⁵

b) *Price*

Suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kalinya. Yakni ketika perusahaan tersebut mengembangkan atau menciptakan suatu produk baru, perusahaan tersebut baru pertama kali memperkenalkan produk regulernya dan perusahaan

³⁵ Susatyo Herlambang, *Basic Markting (Dasar-dasar Pemasaran)*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 36.



akan mengikuti lelang atas suatu kontrak kerja baru. Harga memiliki peranan yang sangat penting termasuk dalam hal pertukaran pemasaran (marketing exchange).³⁶ Oleh karena itu, strategi penetapan harga merupakan langkah penting dalam bauran pemasaranyg perlu dipertimbangkan dengan baik. Menentukan harga adalah salah satu elemen terpenting dalam mengatur strategi bisnis. Harga produk atau layanan dapat memiliki dampak besar pada daya Tarik dan penerikaan pasar. Harga yang tepat dapat memengaruhi apakah prroduk tau layanan akan laku di pasar atau tidak, serta berkontribusi terhadap keberhasilan bisnis secara keseluruhan. Oleh karena itu, perusahaan harus sangat berhati-hati dan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk biaya produksi, permintaan pasar, persepsi nilai oleh pelanggan, dan strategi pesaing dalam menentukan harga yang optimal.³⁷

1) Metode Penetapan Harga

Sebuah perusahaan dalam penentuan harga yaitu dengan menggunakan metode penetapan harga secara umum yang melibatkan satu atau lebih dari tiga perangkat pertimbangan sebagai berikut:

³⁶ Budi Rahayu Tanama Putri, Manajemen Pemasaran (Fakultas peternakan, Universitas Udayana 2017), 103.

³⁷ Saida Zainurossalamia, Manajemen Pemasaran (NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 40.

a) *Cost-Based Pricing* (Penetapan harga berdasarkan biaya)

1. *Cost Plus Pricing* (penetapan biaya plus). Metode ini adalah metode penelitian harga yang paling gampang atau sederhana dimana metode ini menambahkan standar mark-up pada biaya produksi.

2. *Break Event Analysis and Target profit Pricing* (analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran). Suatu cara yang dipakai oleh perusahaan untuk menetapkan harga, baik untuk mencapai laba maupun untuk memenuhi target laba.

b) *Value Based Pricing* (penetapan harga berdasarkan nilai)

Metode ini menggunakan nilai yang dirasakan pembeli (bukan biaya penjualan) untuk menentukan harga.

c) *Competition-Based Pricing* (penetapan harga berdasarkan persaingan)

1) *Going-Rate Pricing* (penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku).

Sebuah perusahaan menentukan harga pada harga kompetitif dan kurang memperhatikan biaya dan permintaan. Sebuah perusahaan bisa memakai harga yang sama, lebih rendah atau lebih tinggi dari penjual lain atau dari pesaing utamanya.

- 2) *Scaled-Bid Pricing* (penetapan harga penawaran tertutup)

Perusahaan menciptakan persaingan dan tidak didasarkan pada risiko biaya yang kaku atau kebutuhan perusahaan.

c) *Place*

Tempat (place) atau saluran distribusi merupakan sekelompok pihak yang saling ketergantungan dan terlibat dalam proses pendistribusian produk dan jasa yang siap digunakan oleh pembeli atau konsumen. Saluran distribusi terdiri dari beberapa pihak seperti distributor, agen, dan pengecer hingga konsumen.

Lokasi yang strategis menjadi keunggulan bagi perusahaan karena dapat diakses dengan mudah oleh konsumen, tetapi sekaligus dapat meningkatkan biaya sewa atau investasi pada lokasi tersebut.³⁸ Dari pernyataan tersebut bisa diambil kesimpulan bahwa salah satu cabang saluran distribusi berkaitan dengan masalah distribusi barang ke konsumen atau konsumen industri.

1) Jenis-jenis Saluran Distribusi

a) Perantara Pedagang

Perantara pedagang adalah entitas bisnis yang membeli dan menjual kembali barang ke pengecer,

³⁸Muhammad Yusuf Saleh, Miah Said, Konsep & Strategi Pemasaran (Makassar: Sah Media, 2019), 142

penggun industri, pengguna lembaga, dan pengguna komersial yang tidak menjual volume yang sama kepada pengguna akhir.

b) Perantara Agen

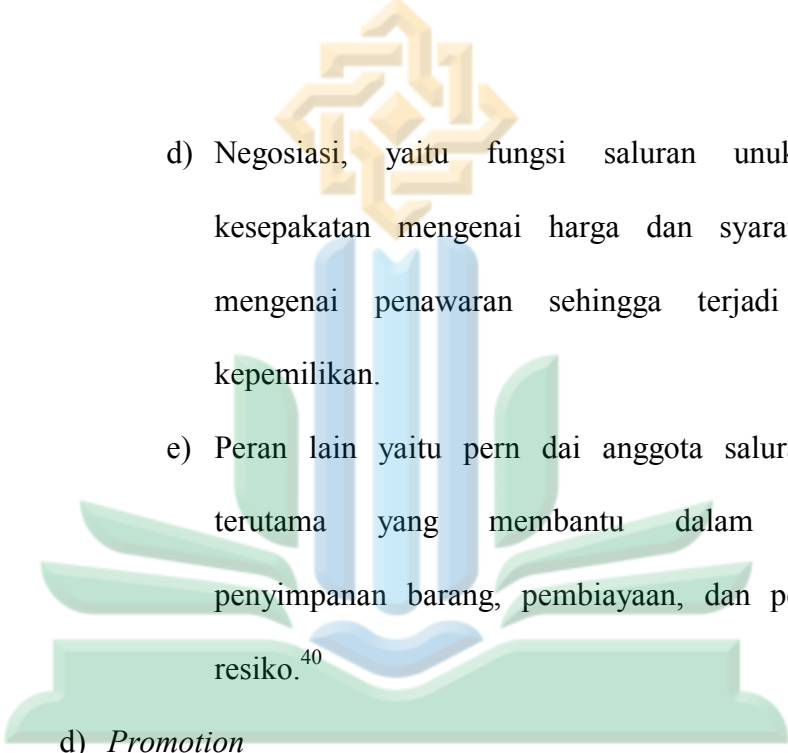
Perantara agen adalah badan yang berdagang dengan menawarkan jasa atau kegiatan tertentu yang berkaitan dengan penjualan atau pnyaluran barang, tetapi tidak mempunyai kepemilikan atas barang yang didagangkan.³⁹

2) Fungsi Saluran Distribusi

Peran saluran distribusi adalah untuk mentransfer barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Fungsi saluran distribusi telah berkembang menjadi suatu unit yang melakukan beberapa tugas yaitu:

- a) Informasi, yaitu peran distribusi dalam mengumpulkan dan menyalurkan informasi yang diterima.
- b) Penyesuaian, yaitu peran saluran distribusi dalam memodifikasi dan menyesuaikan penawaran tertentu dengan kebutuhan pembeli.
- c) Kontak, yaitu peran saluran distribusi yang mengadakan pertemuan dan berkomunikasi dengan calon pelanggan.

³⁹ Basu Swasta, Irwan, Manajemen Pemasaran Modern (Yogyakarta: Liberty, 2008), 291-292.

- 
- d) Negosiasi, yaitu fungsi saluran untuk mencapai kesepakatan mengenai harga dan syarat-syarat lain mengenai penawaran sehingga terjadi pemindahan kepemilikan.
- e) Peran lain yaitu peran dai anggota saluran distribusi terutama yang membantu dalam pengiriman, penyimpanan barang, pembiayaan, dan penanggungungan resiko.⁴⁰

d) *Promotion*

promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Selain itu pengertian promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi, atau perasaan audiens.⁴¹

Promosi, sebagai salah satu elemen dari bauran pemasaran, memiliki peran yang sangat penting dalam strategi pemasaran perusahaan. Fungsi promosi tidak hanya terbatas pada sarana komunikasi antara perusahaan dan konsumen. Oleh karena itu, promosi digunakan sebagai salah satu komponen

⁴⁰ Suharno, Yui Sutarso, *Marketing in practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 216

⁴¹ Bukhari Alma, "manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa" (Bandung: Alfabeta, 2021), 181.

dalam bauran pemasaran yang dapat merangsang permintaan terhadap suatu produk.⁴²

1) Model Komunikasi Pemasaran

Ada tiga elemen utama dalam struktur proses komunikasi pemasaran yaitu:

a) Pelaku Komunikasi

Terdapat pengirim atau komunikator yang menyampaikan pesan dan penerima atau komunikaan pesan. Komunikator dalam konteks ini adalah produsen/perusahaan. Sedangkan komunikatornya adalah kelompok sasaran seperti pasar pribadi, pasar organisasi maupun masyarakat yang berperan sebagai initiator, influencer, decider, purchaser, dan user.

b) Material Komunikasi

Ada beberapa material komunikasi yang penting yaitu:

- 1) Gagasan
- 2) Pesan
- 3) Media Massa
- 4) Responder
- 5) Feed back (umpan balik)
- 6) Gangguan (Noise)

⁴² Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 264.



c) Proses Komunikasi

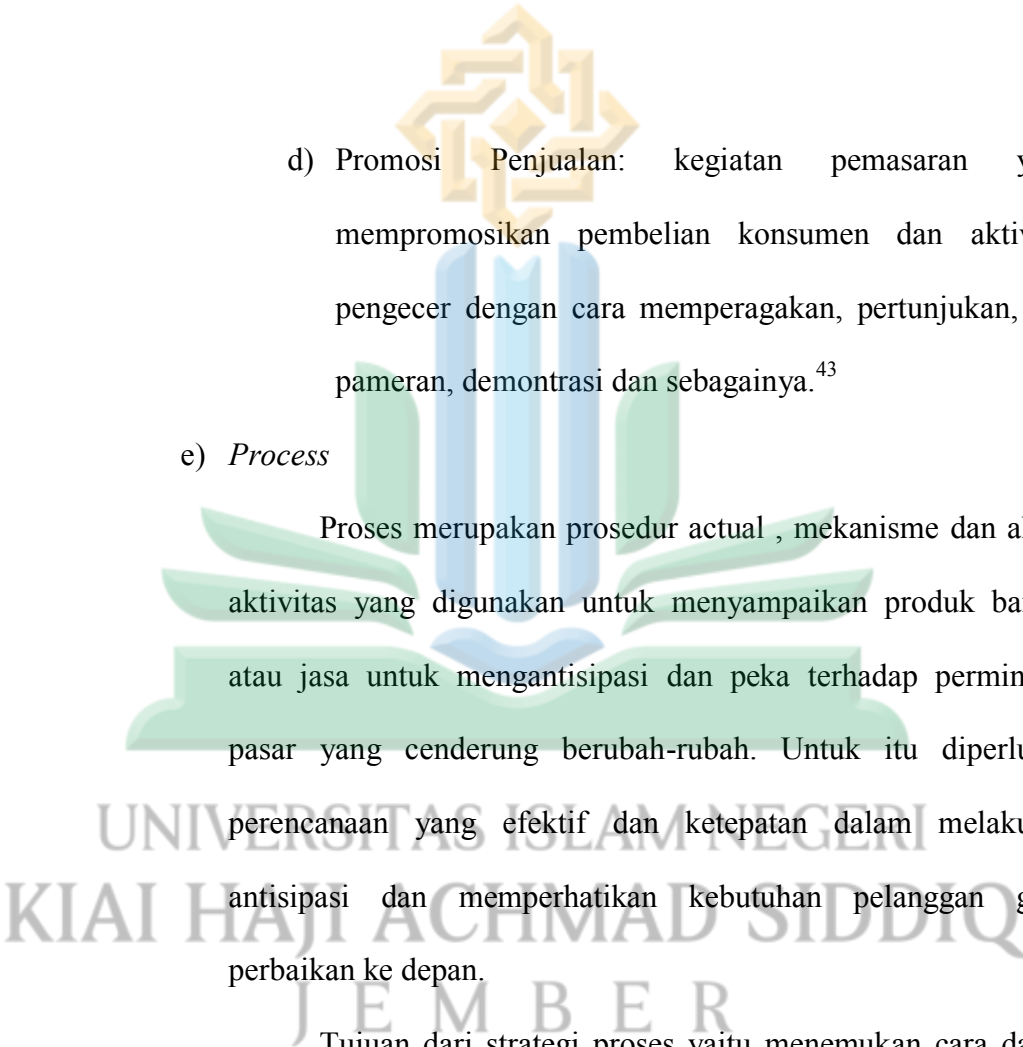
Proses pengiriman pesan dari pengirim kepada penerima dan tanggapan dari penerima kepada pengirim melibatkan dua operasi kegiatan yaitu:

- 1) Encoding adalah proses pembentukan atau peubahan ide secara simbolis menjadi suatu pesan untuk disampaikan kepada penerima.
- 2) Decoding adalah proses menguraikan atau mendefinisikan simbol sehingga pesan yang diterima dapat dipahami.

2) Promotional Mix

Bentuk promosi pada umumnya memiliki fungsi yang sama, namun bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugasnya masing-masing. Beberapa penugasan khusus yang sering disebut dengan promosi mix atau bauran promosi adalah:

- a) Periklanan: presentasi impersonal dan promosi ide, barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor terpilih.
- b) Penjualan Pribadi: presentasi lisan dalam percakapan dengan satu atau lebih dari calon konsumen dengan tujuan melakukan penjualan.
- c) Publisitas: peningkatan impersonal dalam permintaan suatu produk melalui pesan komersial di media massa.



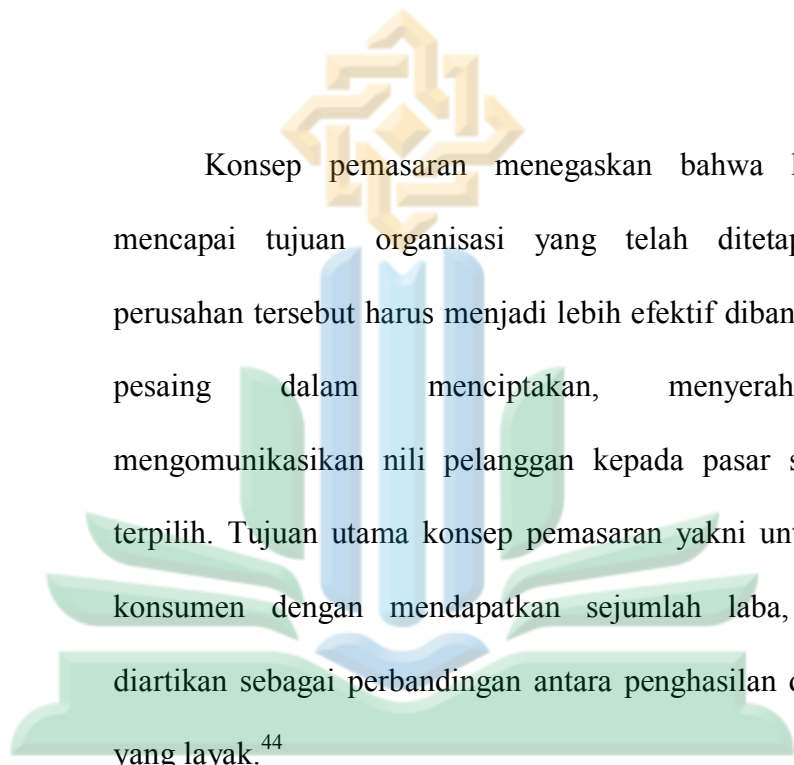
d) Promosi Penjualan: kegiatan pemasaran yang mempromosikan pembelian konsumen dan aktivitas pengecer dengan cara memperagakan, pertunjukan, dan pameran, demonstrasi dan sebagainya.⁴³

e) *Process*

Proses merupakan prosedur actual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan produk barang atau jasa untuk mengantisipasi dan peka terhadap permintaan pasar yang cenderung berubah-ubah. Untuk itu diperlukan perencanaan yang efektif dan ketepatan dalam melakukan antisipasi dan memperhatikan kebutuhan pelanggan guna perbaikan ke depan.

Tujuan dari strategi proses yaitu menemukan cara dalam memproduksi produk yang memenuhi persyaratan dan spesifikasi produk. Strategi proses meliputi kegiatan awal mempersiapkan bahan-bahan, pengolahan, pengemasan, pendistribusian dan pemberian layanan kepada konsumen. Suatu proses berisi tentang metode atau prosedur yang diberlakukan untuk memperoleh produk yang dibutuhkan oleh konsumen melalui proses pelayanan cepat, mudah, ramah, dan memberikan nilai lebih konsumen terhadap suatu produk.

⁴³ Basu Swasta, Irwan, Manajemen Pemasaran Modern (Yogyakarta: Liberty, 2008), 350.



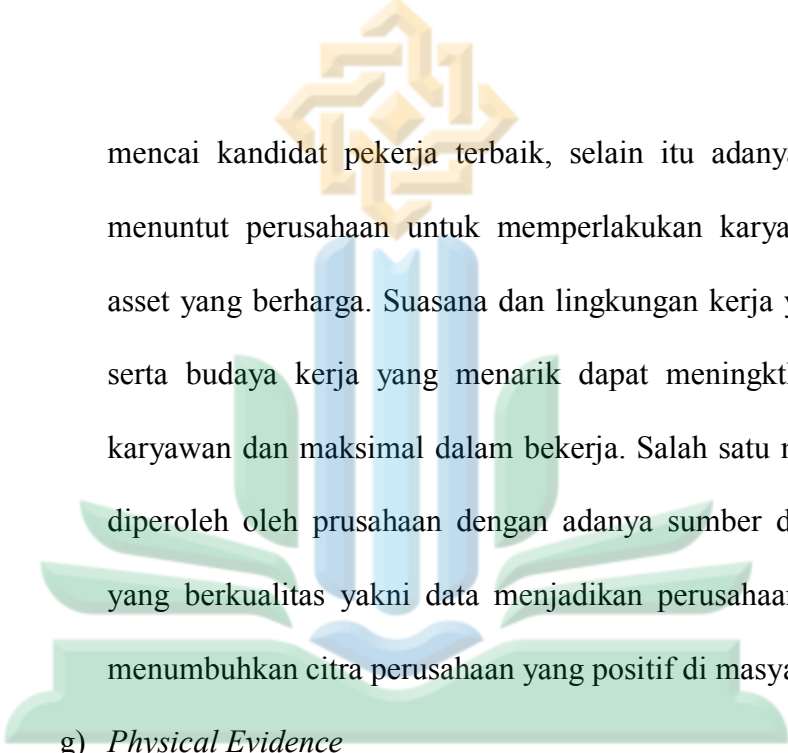
Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Tujuan utama konsep pemasaran yakni untuk melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak.⁴⁴

f) *People*

Sumber daya manusia merupakan asset utama dalam industri barang atau jasa baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, khususnya karyawan dengan kualitas kinerja yang tinggi. Kemampuan dan pengetahuan yang baik akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan, selain itu dibutuhkan rasa tanggungjawab yang tinggi dalam mengembangk tugas yang diberikan. Manajemen perusahaan akan mengambil langkah-langkah tertentu untuk menjamin tersedianya tenaga kerja yang tepat untuk menduduki posisi dan pekerjaan yang tepat.

Faktor sumber daya manusia sangat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. Perusahaan akan berusaha untuk

⁴⁴ Zul Rachmat et.al, Strategi Pemasaran, (Sumatera Barat:PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022), 8.



mencari kandidat pekerja terbaik, selain itu adanya persaingan menuntut perusahaan untuk memperlakukan karyawan sebagai asset yang berharga. Suasana dan lingkungan kerja yang nyaman serta budaya kerja yang menarik dapat meningkatkan loyalitas karyawan dan maksimal dalam bekerja. Salah satu manfaat yang diperoleh oleh perusahaan dengan adanya sumber daya manusia yang berkualitas yakni dapat menjadikan perusahaan kokoh dan menumbuhkan citra perusahaan yang positif di masyarakat.⁴⁵

g) *Physical Evidence*

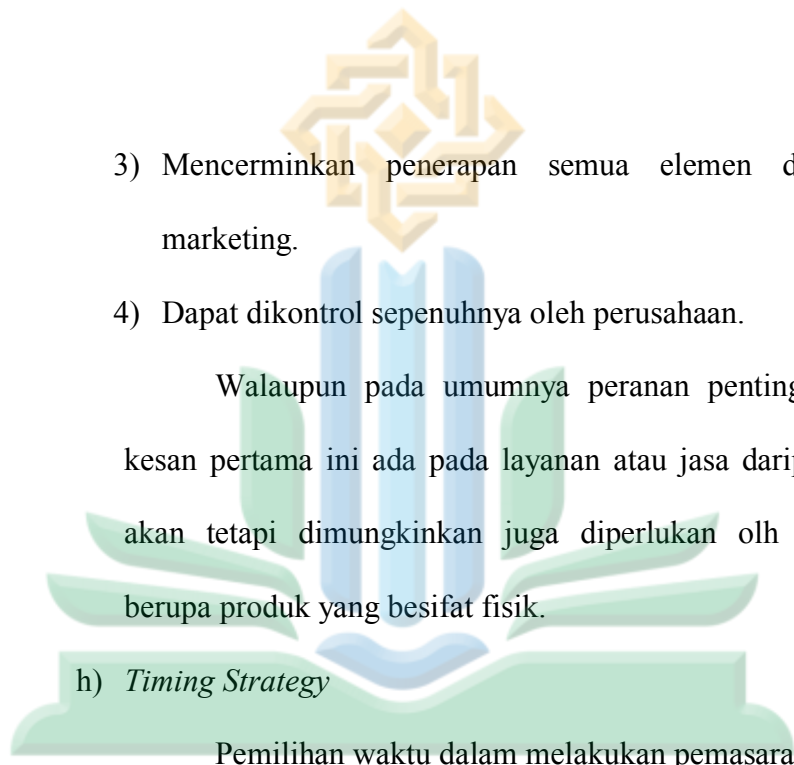
Bukti fisik (*physical evidence*) merupakan suatu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan barang maupun jasa yang ditawarkan. Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyediaan jasa serta konsumen berinteraksi, ditambahkan elemen tangible yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu.⁴⁶

Adapun barang bukti fisik memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Terkait langsung dengan produk atau layanan yang diberikan.
- 2) Terlihat secara jelas serta dapat dirasakan langsung oleh target pasar.

⁴⁵ Zul Rachmad et.al, Strategi Pemasaran, (Sumatera Barat: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022), 7-8.

⁴⁶ Zul Rachmad et.al, Strategi Pemasaran, (Sumatera Barat: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022), 41-42.

- 
- 3) Mencerminkan penerapan semua elemen dalam taktik marketing.
 - 4) Dapat dikontrol sepenuhnya oleh perusahaan.

Walaupun pada umumnya peranan penting pembentuk kesan pertama ini ada pada layanan atau jasa daripada produk, akan tetapi dimungkinkan juga diperlukan oleh merek yang berupa produk yang bersifat fisik.

h) *Timing Strategy*

Pemilihan waktu dalam melakukan pemasaran juga sangat penting untuk diperhatikan. Perusahaan perlu melakukan berbagai persiapan yang baik di bidang produksi, dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar.⁴⁷

2. Pembiayaan Rahn

a. Pengertian Pembiayaan

Istilah pembiayaan pada intinya berarti “*I believe I Trust*” Saya percaya atau Saya menaruh kepercayaan perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*). Berarti lembaga pembiayaan selalu shahibul maal menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan amanah yang diberikan adalah berupa pemanfaatan dana yang diberikan oleh pihak yang memberikan pembiayaan dana tersebut harus digunakan dengan benar adil dan harus

⁴⁷ Marissa Grace Haque-Fawzi. Ahmad Syarif Iskandar Et Al., *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi* (Banten: Pascal Books, 2021), 13.

disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak sebagaimana Allah SWT memerintahkan orang - orang yang beriman. Untuk memanfaatkan harta dengan benar-benarnya, sebagaimana yang tertulis dalam Surah Annisa ayat 29.⁴⁸

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

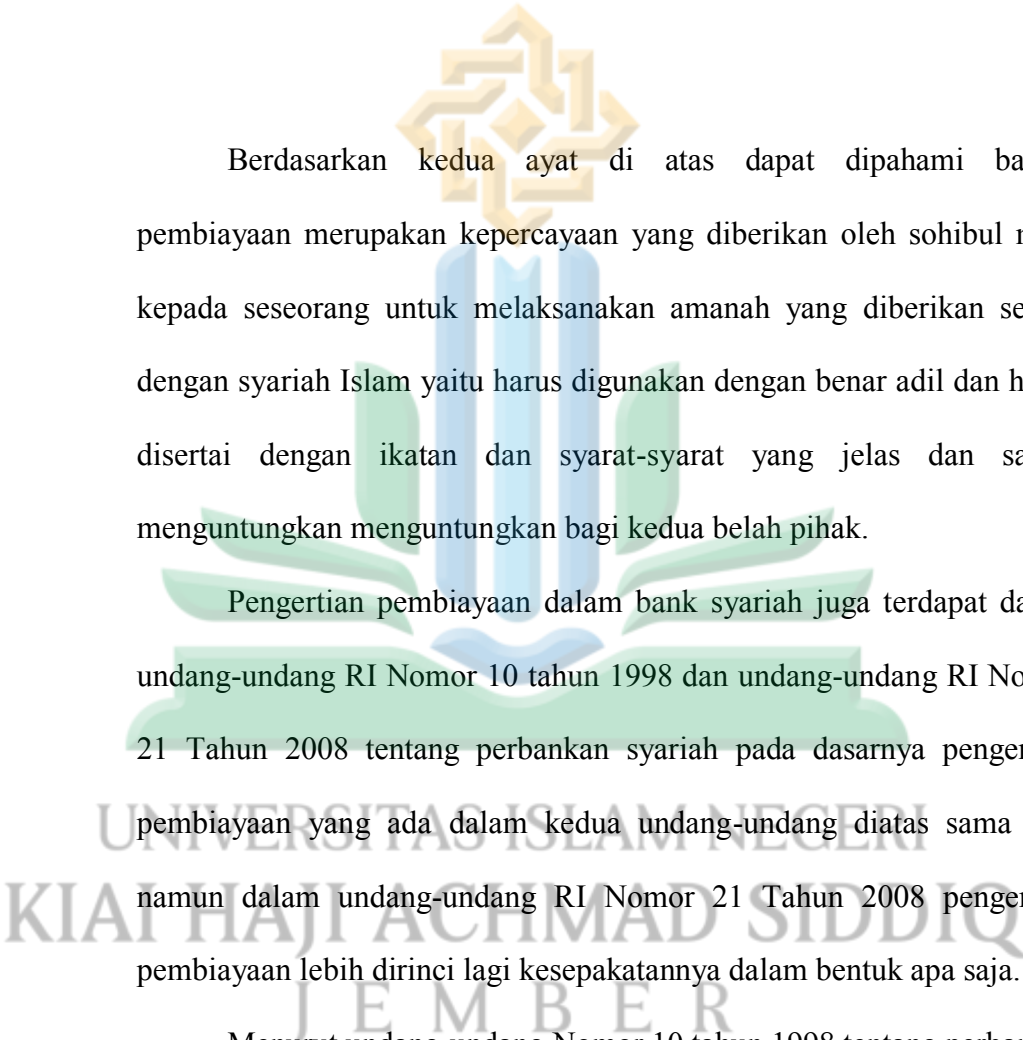
Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-nisa 4:29)

Allah juga memerintahkan orang-orang yang beriman untuk menyempurnakan akad-akad yang telah disepakatinya dalam surah Al-Maidah ayat 1.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا
يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحْلِي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.” (Q.S Al-Maidah 5:1)

⁴⁸ Muhammad Wandisyah R Hutagalung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah* (Medan: merdeka kreasi, 2021), 21.



Berdasarkan kedua ayat di atas dapat dipahami bahwa pembiayaan merupakan kepercayaan yang diberikan oleh sohibul maal kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan sesuai dengan syariah Islam yaitu harus digunakan dengan benar adil dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas dan saling menguntungkan menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Pengertian pembiayaan dalam bank syariah juga terdapat dalam undang-undang RI Nomor 10 tahun 1998 dan undang-undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pada dasarnya pengertian pembiayaan yang ada dalam kedua undang-undang di atas sama saja namun dalam undang-undang RI Nomor 21 Tahun 2008 pengertian pembiayaan lebih dirinci lagi kesepakatannya dalam bentuk apa saja.

Menurut undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan syariah tepatnya dalam pasal 1 menjelaskan bahwa pembiayaan pada bank syariah adalah penyediaan uang atau tagihan kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tertentu setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

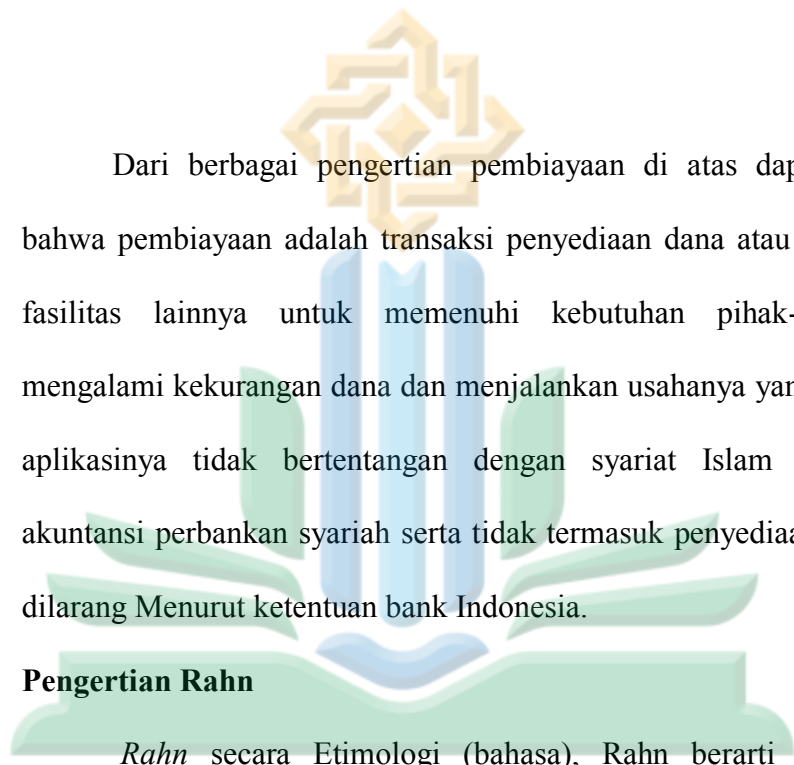
Pengertian pembiayaan dijelaskan lebih detail lagi dalam undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 menjelaskan jenis-jenis transaksi penyediaan dana serta bentuk-bentuk akad yang digunakan dalam

transaksi tersebut seperti pengertian pembiayaan. Penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:⁴⁹

- 1) Transaksi bagi hasil dalam bentuk model badan musyawarah;
- 2) Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah dan sewa beli dalam bentuk Ijarah muntahiya bittamlik;
- 3) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah salam dan Istishna;
- 4) Transaksi pinjaman meminjam dalam bentuk piutang qardh
- 5) Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa.

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujarah tanpa imbalan atau bagi hasil. Namun Muhammad Syafi'i Antonio mengemukakan pengertian pembiayaan dengan singkat kali yaitu salah satu tugas pokok bank syariah pemberian fasilitas penyediaan dana dan memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Yang dimaksud dengan pihak-pihak yang defisit unit adalah pihak-pihak yang mengalami kekurangan dana dalam menjalankan usahanya sehingga mereka membutuhkan tambahan dana dari pihak lain yaitu lembaga keuangan bank syariah demi kelancaran usaha yang akan atau yang sudah dijalankan nya.

⁴⁹ Muhammad Wandisyah R Hutagalung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah* (Medan: merdeka kreasi, 2021), 22.



Dari berbagai pengertian pembiayaan di atas dapat dipahami bahwa pembiayaan adalah transaksi penyediaan dana atau barang serta fasilitas lainnya untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang mengalami kekurangan dana dan menjalankan usahanya yang sistem dan aplikasinya tidak bertentangan dengan syariat Islam dan standar akuntansi perbankan syariah serta tidak termasuk penyediaan dana yang dilarang Menurut ketentuan bank Indonesia.

b. Pengertian Rahn

Rahn secara Etimologi (bahasa), Rahn berarti "Assyubuutu Waddawamu" (tetap dan lama), yakni berarti Pengekangan dan Keharusan. Sedangkan menurut Terminologi syara', *Rahn* berarti "Penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat dijadikan sebagai pembayaran dari barang tersebut." Ulama Syafi'iyah, bebrpedapat bahwa *Rahn* adalah "Menjadikan suatu benda sebagai jaminan utang yang dapat dijadikan pembayar ketika berhalangan dalam membayar utang." Sedangkan menurut Ulama Hanabilah "Harta yang dijadikan jaminan utang sebagai pembayar harga (nilai) utang ketika berutang berhalangan (tak mampu) membayar utangnya kepada pemberi pinjaman." *Rahn* adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh

atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai.⁵⁰

Tujuan akad *rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria:

- 1) Milik nasabah sendiri.
- 2) Jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar.
- 3) Dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank. Atas izin

bank, nasabah dapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan dengan tidak mengurangi nilai dan merusak barang yang digadaikan. Apabila barang yang digadaikan rusak atau cacat, maka nasabah harus bertanggungjawab. Apabila nasabah wanprestasi, bank dapat melakukan penjualan barang yang digadaikan atas perintah hakim. Nasabah mempunyai hak untuk menjual barang tersebut dengan seizin bank. Apabila hasil penjualan melebihi kewajibannya, maka kelebihan tersebut menjadi milik nasabah. Dalam hasil penjualan tersebut lebih kecil dari kewajibannya, nasabah menutupi kekurangannya.

c. Rukun Rahn

Rahn memiliki empat unsur, yaitu *rahin* (orang yang memberikan jaminan), *al-murtahin* (orang yang menerima), *al-marhun* (jaminan), dan

⁵⁰ Muhammad Nafik Hadi Ryandono and Rofiul Wahyudi, *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek* (Yogyakarta: UAD PRESS, 2018), 87.

al-marhun bih (utang). Menurut sebagian besar ulama rukun *rahn* adalah sebagai berikut:⁵¹

- 1) Akad ijab dan kabul dilakukan secara lisan atau bisa pula dilakukan selain dengan kata-kata, seperti dengan surat, isyarat atau yang lainnya. Akan tetapi akad *rahn* tidak akan sempurna sebelum adanya penyerahan barang.
- 2) Agid, yaitu yang menggadaikan (*rahin*) dan yang menerima gadai (*murtahin*). Adapun syarat bagi yang berakad adalah ahli tasharuf yaitu mampu membelanjakan harta dan dalam hal ini memahami persoalan-persoalan yang berkaitan dengan gadai.
- 3) Barang yang dijadikan jaminan (*borg*), syarat pada benda yang dijadikan jaminan ialah keadaan barang itu tidak rusak sebelum janji utang harus dibayar. Rasul bersabda: "Setiap barang yang telah diperjual belikan boleh dijadikan borg gadai.

d. Syarat-Syarat syah akad Rahn

Syarat syah akad *rahn* disyaratkan adalah;⁵²

1. Persyaratan Aqid Kedua orang yang akan akad harus memenuhi kriteria al-ahliyah. Menurut ulama Syafi'iyah ahliyah adalah orang yang telah sah untuk jual beli, yakni berakal dan mumayyiz, tetapi tidak disyaratkan harus baligh. Dengan demikian, anak kecil yang sudah mumayyiz, dan orang yang bodoh berdasarkan izin dari walinya dibolehkan melakukan *rahn*. Menurut ulama selain

⁵¹Muhammad Nafik Hadi Ryandono and Rofiul Wahyudi, *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek* (Yogyakarta: UAD PRESS, 2018), 88.

⁵²Ryandono And Wahyudi, *Manajemen Bank Islam*, 89.

Hanafiyah, ahliyah dalam *rahn* seperti pengertian ahliyah dalam jual-beli dan derma. *Rahn* tidak boleh dilakukan oleh orang yang mabuk, gila, bodoh, atau anak kecil yang belum baligh. Begitu pula seorang wali tidak boleh menggadaikan barang orang yang dikuasainya, kecuali jika dalam keadaan madarat dan meyakini bahwa pemegangnya yang dapat dipercaya.

2. Syarat Shighat

Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa shighat dalam *rahn* tidak boleh memakai syarat atau dikaitkan dengan sesuatu. Jika memakai syarat tertentu, syarat tersebut batal dan *rahn* tetap sah.

Aplikasi *Rahn* Dalam Perbankan

a. Sebagai Produk Pelengkap

Rahn dipakai sebagai produk pelengkap, artinya sebagai akad tambahan (jaminan/collateral) terhadap produk lain seperti dalam pembiayaan ba'i al murabahah. Bank dapat menahan barang nasabah sebagai konsekuensi akad tersebut.

b. Sebagai Produk Tersendiri

Beberapa negara Islam termasuk diantaranya adalah Malaysia, akad *Rahn* telah dipakai sebagai alternatif dari pegadaian konvensional. Bedanya dengan pegadaian biasa, dalam *rahn* nasabah tidak dikenakan bunga, yang dipungut dari nasabah adalah biaya penitipan, pemeliharaan, penjagaan, serta penaksiran.

Perbedaan utama antara biaya *rahn* dan bunga pegadaian adalah dari sifat bunga yang bisa berakumulasi dan berlipat ganda, sedangkan biaya *rahn* hanya sekali dan ditetapkan di muka.⁵³

e. **Ekonomi islam**

1) **Pengertian Ekonomi Islam**

Menurut Dawam Rahaedjo ekonomi islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran agama islam, ekonomi islam juga adalah sebuah sistem, sistem yang menyangkut pengaturan, yaitu pengaturan kegiatan ekonomi dalam masyarakat atau negara berdasarkan cara atau metode tertentu, ekonomi islam juga bisa disebut perekonomian umat islam, Ekonomi islam sebagai ilmu pengetahuan lahir melalui proses pengkajian keilmuan yang panjang.

2) **Sistem Ekonomi Islam**

Ekonomi adalah ilmu sosial yang mempelajari aktifitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan juga konsumsi terhadap suatu barang dan jasa. Istilah ekonomi berasal dari bahasa Yunani yang mempunyai arti aturan rumah tangga atau kata lainnya adalah manajemen rumah tangga. Sedangkan ekonomi dalam perspektif islam adalah sebuah pengetahuan tentang aturan yang berkaitan tentang produksi kekayaan, mendistribusikannya dan mengkonsumsinya. Ekonomi islam ini merupakan sebuah ilmu yang

⁵³Ryandono And Wahyudi, *Manajemen Bank Islam*, 90.

mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan dengan tauhid sebagaimana yang sudah dirangkum dalam rukun iman dan rukun islam.⁵⁴

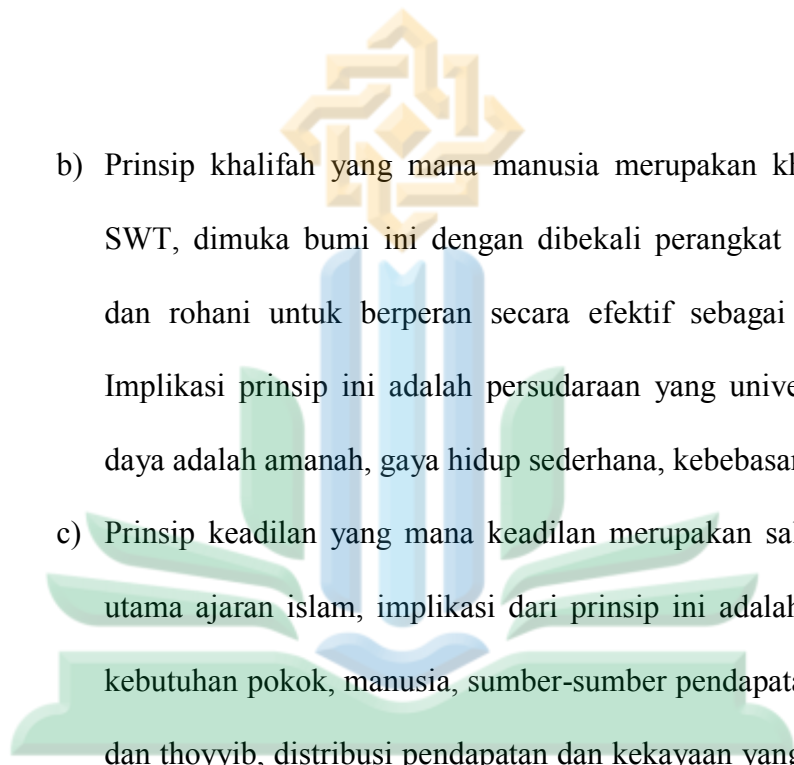
Sedangkan beberapa istilah lain menyebutkan bahwa deskripsi paling sederhana untuk memahami sistem ekonomi islam ini adalah sistem ekonomi yang di dasarkan pada ajaran dan nilai-nilai islam yang mana keseluruhan aturan yang terdapat dalam ekonomi islam sudah terdapat dalam Al-qur'an, as- sunnah, ijma', dan qiyas. Yang mana semua itu merupakan pedoman hidup manusia. Lahirnya ide tentang sistem ekonomi islam di dasarkan pada sebuah pemikiran bahwa sebagai agama yang lengkap dan sempurna, islam tidak hanya memberikan penganutnya sebuah aturan-aturan mengenai soal ketuhanan, tetapi juga memberikan jawaban mengenai berbagai masalah yang dihadapi oleh manusia, termasuk juga hal ekonomi.⁵⁵

3) Prinsip-prinsip Dalam Ekonomi Islam

a) Prinsip tauhid. Sebagai pondasi keimanan islam, tauhid bermakna bahwa segala apa yang ada di alam semesta ini di desain dan dicipta dengan sengaja oleh Allah SWT, bukan untuk kebetulan dan semuanya pasti memiliki tujuan. Dan tujuan inilah yang memberikan signifikasi dan makna pada eksistensi jagat raya, termasuk manusia yang menjadi salah satu penghuni didalamnya.

⁵⁴ Azharsyah Ibrahim, “ *Pengantar Ekonomi Islam* “, (Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia, 2021), 55.

⁵⁵ M. Nur Rianto Al Arif, “ *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktek* “, (Cv. Pustaka Setia, 2015), 69.

- 
- b) Prinsip khalifah yang mana manusia merupakan khalifah Allah SWT, dimuka bumi ini dengan dibekali perangkat baik jasmani dan rohani untuk berperan secara efektif sebagai khalifahnya. Implikasi prinsip ini adalah persudaraan yang universal, sumber daya adalah amanah, gaya hidup sederhana, kebebasan manusia.
- c) Prinsip keadilan yang mana keadilan merupakan salah satu misi utama ajaran islam, implikasi dari prinsip ini adalah pemenuhan kebutuhan pokok, manusia, sumber-sumber pendapatan yang halal dan thoyyib, distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata, dan pertumbuhan stabilitas.⁵⁶

4) Kebijakan Dasar dalam Sistem Ekonomi Islam

Kebijakan dasar yang menjadi acuan dalam sistem ekonomi islam diantaranya :

- a) Pelarangan atas riba dalam perekonomian. Dalam islam biaya aktual yang diakui sebagai biaya produksi dengan menambahkan biaya depresiasi, tetapi tidak memasukkan biaya spekulatif.
- b) Penerapan mudharabah dalam perekonomian, dengan pola kerjasama seperti ini dapat memberikan kesempatan akses yang sama kepada pemilik modal ataupun pengelola dalam menjalankan aktivitas perekonomiannya.
- c) Pelarangan atas israf atau konsumsi yang berlebihan atau mubazir.

⁵⁶ Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktek*, 70.

- d) Kehadiran institusi zakat sebagai suatu mekanisme dalam mengatur sebuah distribusi kekayaan di kalangan masyarakat.

5) Nilai-nilai Keislaman dalam Ekonomi Islam

Nilai-nilai islam yang menjadi filosofi dalam ekonomi islam yang biasa dijumpai dalam asas -asas yang mendasari dalam perekonomian islam diantaranya adalah :

- a) Asas suka sama suka yang merupakan suatu kerelaan. Kerelaan ini harus diekspresikan dalam berbagai bentuk muamalah yang legal dan dapat dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu dalam islam mengharamkan berbagai transaksi yang mengandung maysir, gharar, dan riba. Sebab pasti ada salah satu pihak yang dikecewakan dan tidak adanya keridhoan dari kedua belah pihak.
- b) Asas keadilan yaitu dapat diartikan sebagai keseimbangan atas kesetaraan individu atau komunitas. Keadilan harus bisa mampu menempatkan sesuatu pada tempatnya sesuai dengan proporsinya, artinya memberikan kesempatan yang sama untuk dapat berkembang sesuai dengan potensi yang dimiliki.
- c) Asas saling menguntungkan, yang mana didalam ekonomi islam dilarang atau diharamkan transaksi yang mengandung maysir, gharar, dan riba karena akan merugikan salah satu pihak. Dalam ekonomi islam harus terjadi suatu kerja sama yang saling menguntungkan antar pihak yang bekerja sama.

d) Asas tolong menolong dan dilarang dengan adanya suatu pemerasan dan eksploitas.⁵⁷

6) Sumber Hukum Ekonomi Islam

Ada beberapa metode pengambilan hukum dalam islam, yang secara garis besar yang disepakati oleh seluruh ulama dan yang masih menjadi perdebatan pendapat, yang secara khusus dipelajari dalam disiplin ilmu ushul fiqh. Beberapa metode pengambilan hukum yang telah disepakati oleh seluruh ulama' diantaranya :

a. Al- Qur'an

Sumber hukum islam yang abadi adalah kitab suci Al-qur'an. Al-qur'an merupakan amanat sesungguhnya yang disampaikan Allah melalui perantara Nabi Muhammad SAW, untuk membimbing umat manusia.

Allah SWT memerintahkan kepada umat manusia agar menjadikan Al- qur'an sebagai pedoman hidup agar kita tidak tersesat dari jalan yang lurus. Pedoman hidup ini bukan hanya dalam ibadah, melainkan juga diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu setiap penarikan dan pembuatan hukum ekonomi harus merujuk kepada Al- qur'an, apakah hal tersebut dilarang atau diperbolehkan dalam Al- qur'an, yang mana bisa dicari dalam Al- qur'an.⁵⁸

⁵⁷ Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktek*, 24.

⁵⁸ M. Nur Rianto Al Arif, “ *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktek* “, (Cv. Pustaka Setia, 2015), 47.

b. Hadist dan Sunnah

Secara harfiah, sunnah berarti cara, adat istiadat, kebiasaan hidup yang mengacu pada perilaku Nabi Muhammad SAW, yang dijadikan tauladan. Sunnah didasarkan kepada praktik normative masyarakat pada zamannya. Dan sunnah ini berbeda dengan hadits, hadits merupakan cerita singkat yang berisi informasi mengenai sesuatu yang dikatakan, diperbuat, disetujui, dan tidak disetujui oleh Nabi Muhammad SAW. Namun keduanya juga merupakan sumber hukum dalam setiap pengambilan keputusan dalam ekonomi islam.⁵⁹

c. Ijma'

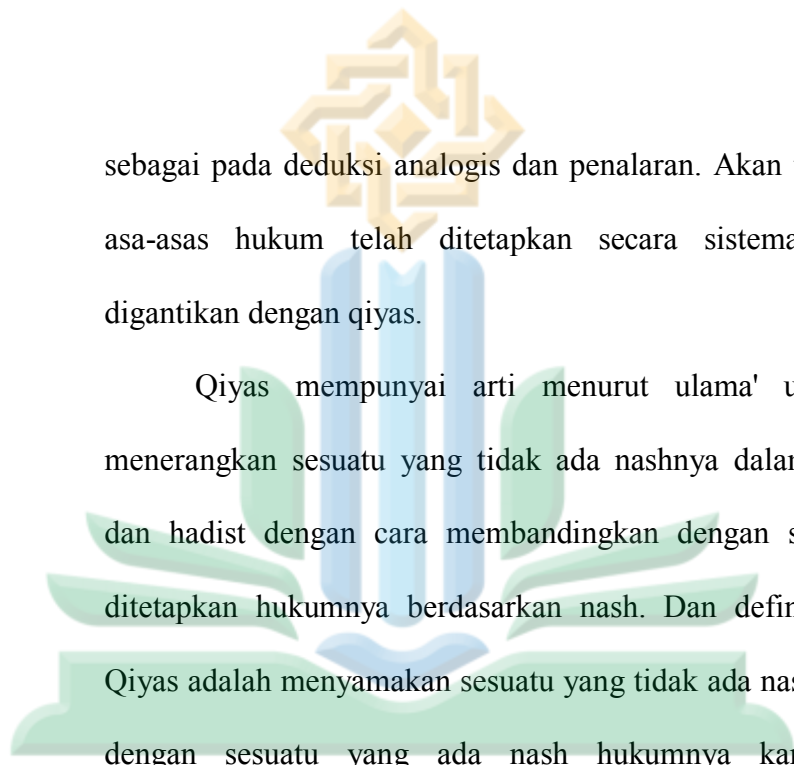
Ijma' sebagai landasan hukum ketiga merupakan sebuah konsesus, baik dari masyarakat maupun cendekiawan agama. Ijma' adalah prinsip hukum baru yang timbul sebagai akibat dari penalaran atas setiap perubahan yang terjadi dalam masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi.⁶⁰

d. Ijtihad dan Qiyas

Ijtihad berarti meneruskan setiap usaha untuk menentukan sedikit banyaknya kemungkinan suatu persoalan syariat. Pengaruh hukumnya adalah bahwa pendapat yang diberikannya mungkin benar, walaupun mungkin juga keliru. Ijtihad mempercayai sebagian pada proses penafsiran dan penafsiran kembali, dan

⁵⁹ Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktek*, 51.

⁶⁰ Al Arif, 56.



sebagai pada deduksi analogis dan penalaran. Akan tetapi, ketika asa-asas hukum telah ditetapkan secara sistematis, hal itu digantikan dengan qiyas.

Qiyas mempunyai arti menurut ulama' ushul adalah menerangkan sesuatu yang tidak ada nashnya dalam Al- qur'an dan hadist dengan cara membandingkan dengan sesuatu yang ditetapkan hukumnya berdasarkan nash. Dan definisi lain dari Qiyas adalah menyamakan sesuatu yang tidak ada nash hukumnya dengan sesuatu yang ada nash hukumnya karena adanya

persamaan illat hukum.⁶¹

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁶¹ Al Arif, 58.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis penelitian

Pendekatan penelitian berisikan uraian tentang pendekatan penelitian yang dipilih, yaitu pendekatan penelitian kualitatif. Sementara jenis penelitian misalnya dapat mengambil jenis studi kasus, etnografi, penelitian tindakan kelas, dan atau jenis lainnya. Penentuan pendekatan dan jenis penelitian harus diikuti oleh alasan-alasan.⁶²

Metode penelitian ini dianggap relevan dengan penelitian yang akan membahas tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn dalam perspektif Ekonomi Islam. Hal ini merupakan suatu fenomena atau sebuah kenyataan yang akan dibahas. Pada umumnya, alasan menggunakan metode penelitian kualitatif karena permasalahan belum jelas, holistik, kompleks, dinamis dan penuh makna sehingga tidak mungkin data tersebut dijarang dengan metode kuantitatif dengan instrumen test, kuisisioner, pedoman wawancara.

Penelitian yang dilakukan berupaya mendeskripsikan secara jelas mengenai Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn Dalam Perspektif Islam dengan perumusan tidak dilakukan dengan angka-angka.

⁶² Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember), 91.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisis.⁶³

Adapun lokasi penelitian ini adalah di Desa Kecamatan Tanggul. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena di Desa Kecamatan Tanggul memiliki daya tarik yang baik dan strategi manajemen yang baik untuk memulai dan menginovasi BMT. Yang mana kepengurusan BMT menggunakan BMT untuk meningkatkan perekonomian masyarakat guna untuk kesejahteraan masyarakat.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Penelitian ini menggunakan teknik purposive yang mana teknik tersebut dilakukan dengan cara memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh dari sebelumnya, dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap. Istilah sampel jarang digunakan Karena istilah ini biasanya digunakan melakukan generalisasi dalam pendekatan kuantitatif.⁶⁴

Berdasarkan hal tersebut maka yang menjadi subyek penelitian dalam penelitian ini yaitu:

⁶³ Tim Penyusun, 92.

⁶⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta), 219.

1. Bapak Moch. Muslim S.Sy selaku Kepala BMT NU Jatim Cabang Tanggul
2. Ibu Nurul Azizah S.ST selaku Kepengurusan bagian pembiayaan di BMT NU Jatim Cabang Tanggul
3. Ibu Nurul Latifa S.E selaku bagian keuangan dan administrasi di BMT NU Jatim Cabang Tanggul
4. Nasabah BMT NU Jatim Cabang Tanggul

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Masing-masing harus dideskripsikan tentang data apa saja yang di peroleh melalui teknik tersebut.⁶⁵ Adapun pengumpulan data yang di gunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Obesrvasi merupakan suatu proses yang kiompleks dan tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.⁶⁶ Dalam hal ini peneliti menggunakan *observasi non partisipan*, dimana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Adapun hal-hal yang akan diteliti oleh peneliti diantaranya:

- a. Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn
- b. Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn Dalam Perspektif Ekonomi Islam

⁶⁵ Tim Penyusun,92.

⁶⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung;Alfabeta,2016),145.

2. Wawancara

Menurut Mulyasa, wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan diri seseorang yang ingin memperoleh informasi dari orang yang lain dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan wawancara.⁶⁷

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pedoman wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara bebas, maksudnya peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya, namun pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan diantaranya :

- a. Sejarah BMT NU Jatim Desa Kecamatan Tanggul
- b. Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn BMT NU Jatim Desa Kecamatan Tanggul
- c. Perspektif ekonomi islam dalam Pemasaran Pembiayaan Rahn BMT NU Jatim
- d. Pendapatan yang diperoleh

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk ulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁶⁸

⁶⁷ Deddy Mulyasa, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), 181.

⁶⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 240.

Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/dapat dipercaya kalau didukung oleh foto-foto kegiatan yang berjalan selama penelitian.

E. Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data deskriptif. Pada bagian ini diuraikan teknik proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan – bahan lain agar peneliti dapat menyajikan temuannya. Analisis ini melibatkan pengerjaan, pengorganisasian, pemecahan, sintesis data serta pencarian pola, pengungkapan hal yang penting, dan penentuan apa yang di laporkan. Analisis data dilakukan selama dan setelah pengumpulan data.⁶⁹ Adapun aktifitas dalam analisis data, yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori dan sejenisnya, dan yang paling

⁶⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember), 92.

sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut.

c. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.⁷⁰

F. Keabsahan Data

Dilakukan Agar sebuah penelitian memperoleh keabsahan dalam temuannya. Dan untuk menemukan temuan yang absah, maka perlu mengecek kembali data yang telah di dapatkan dari hasil observasi, wawancara. Setelah data terkumpul, dan sebelum peneliti menulis hasil laporn penelitian, maka peliti mengecek kembali data-data yang diperoleh dengan mengkroscek data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentas. Dengan data yang di dapat dari hasil peneliti dapat diuji keabsahan dan dapat di pertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Triangulasi Sumber dan Teknik*. Hal yang dapat dilakukan dengan cara:

⁷⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 244.

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang –orang di depan umum tentang usaha tersebut.
3. Membandingkan apayang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁷¹

G. Tahap-tahap Penelitian

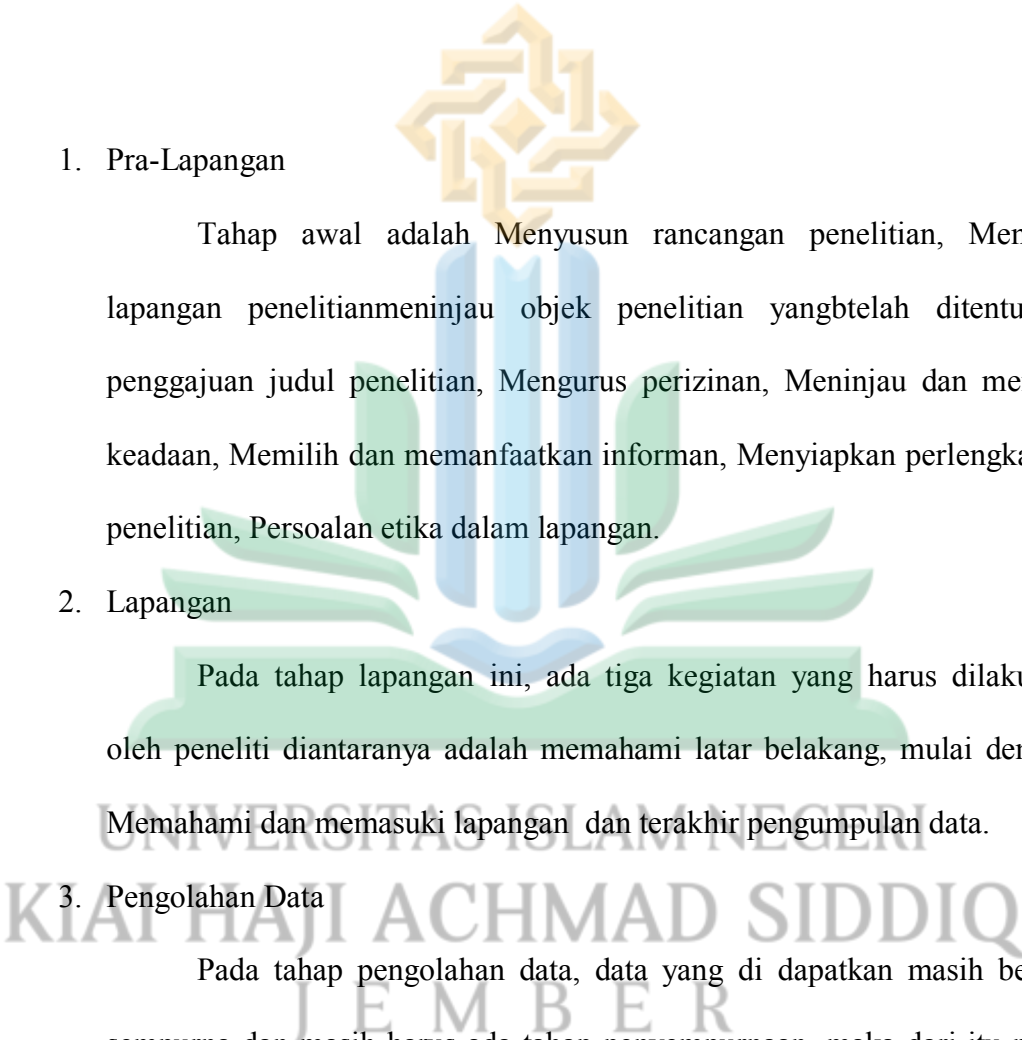
Bagian ini menguraikan proses pelaksanaan penelitian, mulai dari penelitian terdahulu, pengembsngsn desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.⁷²

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti sebelum meneliti ialah mencari sebuah Strategi Pembiayaan Rahn untuk di jadikan fenomena. Peneliti mengambil fenomena dengan judul “Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus BMT NU Jatim cabang Tanggul. Tahapan-tahapan dalam penelitian kualitatif mengikuti langkah sebagai berikut⁷³:

⁷¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rofdakarya,2016), 331.

⁷² Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember), 93.

⁷³ Asep Suryana, *Tahap-Tahapan Penelitian Kualitatif*, (Universitas Pendidikan Indonesia),11.



1. Pra-Lapangan

Tahap awal adalah Menyusun rancangan penelitian, Memilih lapangan penelitian, meninjau objek penelitian yang telah ditentukan, pengajuan judul penelitian, Mengurus perizinan, Meninjau dan menilai keadaan, Memilih dan memanfaatkan informan, Menyiapkan perlengkapan penelitian, Persoalan etika dalam lapangan.

2. Lapangan

Pada tahap lapangan ini, ada tiga kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti diantaranya adalah memahami latar belakang, mulai dengan Memahami dan memasuki lapangan dan terakhir pengumpulan data.

3. Pengolahan Data

Pada tahap pengolahan data, data yang di dapatkan masih belum sempurna dan masih harus ada tahap penyempurnaan, maka dari itu perlu pengelompokan data mengenai Reduksi data, Display data, Analisis, Mengambil kesimpulan dan verifikasi, Meningkatkan keabsahan data sehingga menjadi Narasi hasil yang lebih baik.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objektif Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BMT NU Jawa Timur

BMT NU berdiri dari sebuah keprihatinan pengurus Majelis Wakil Cabang Nahdlatul Ulama (MWCNU) Gapura atas kondisi masyarakat Kabupaten Sumenep dan masyarakat Kecamatan Gapura pada khususnya dimana kesejahteraan mereka tidak ada peningkatan secara relevan. Padahal kerja keras mereka sangat tinggi hal ini sesuai dengan lagu madura asapok angen abantal ombek (berselimut angin dan berbantal ombak) hal tersebut dikarenakan semakin merajalelanya praktik rentenir dengan bunga hingga mencapai 50 persen perbulan yang nyatanya mencekik usaha masyarakat sehingga sulit berkembang.

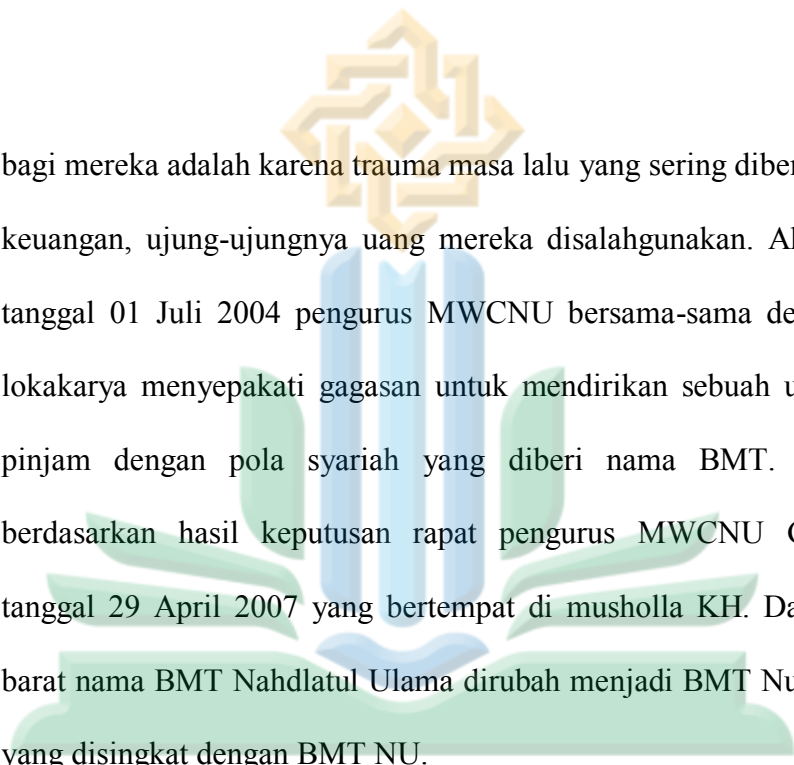
Masyarakat Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep termasuk pekerja keras, suami istri saling membantu untuk memenuhi taraf hidup. Akan tetapi kerja keras mereka tidak mampu meningkatkan kebutuhan hidupnya. Hal ini yang membuat Nahdlatul Ulama prihatin. Oleh karena itu pada tahun 2003 MWCNU Gapura bertindak sebagai Rois Suriyah KH. M. Asy'ari Marzuki dan sebagai ketua tanfidziyah KH. MOH. Ma'ruf memberi tugas kepada lembaga perekonomian waktu itu adalah masyudi untuk melakukan aksi nyata dalam meningkatkan ekonomi warga Nahdiyyin, mulai dari kesepakatan bersama, akhirnya lembaga

perekonomian merencanakan program penguatan ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat yang mardhatillah.

Untuk mewujudkan program tersebut serangkaian upaya telah dilakukan oleh lembaga perekonomian MWCNU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan (8-10 April 2003), bincang bersama alumni pelatihan guna merumuskan model penguatan ekonomi kerakyatan (13 Juni 2003), temu usaha (21 November 2003), lokakarya tanaman alternatif selain tembakau (13 Mei 2004), dan lokakarya perencanaan pembentuk BUMNU (Badan Usaha Milik NU).


Dari pertemuan lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang sedang dihadapi oleh masyarakat kecil adalah lemahnya akses permodalan, lemahnya pemasaran, lemahnya pengetahuan teknologi. Selanjutnya peserta lokakarya sepakat bahwa yang perlu pertama kali ditindaki adalah penguatan modal bagi usaha kecil dan mikro yang selama ini kurang mendapatkan akses permodalan dan dibawah oleh para pemodal besar atau praktik rentenir yang cenderung mencekik usaha mereka. Oleh karena itu, ketua lembaga perekonomian NU menawarkan gagasan untuk mendirikan Baitul Maal wat Tamwil (BMT), sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak dibidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya.

Pada awalnya para peserta lokakarya dan pengurus MWCNU Gapura keberatan dengan gagasan ketua lembaga perekonomian untuk mendirikan BMT. Keberatan mereka bukan tanpa alasan, salah satu alasan



bagi mereka adalah karena trauma masa lalu yang sering dibentuk lembaga keuangan, ujung-ujungnya uang mereka disalahgunakan. Akhirnya pada tanggal 01 Juli 2004 pengurus MWCNU bersama-sama dengan peserta lokakarya menyepakati gagasan untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam dengan pola syariah yang diberi nama BMT. Hanya saja, berdasarkan hasil keputusan rapat pengurus MWCNU Gapura pada tanggal 29 April 2007 yang bertempat di musholla KH. Dahlan Gapura barat nama BMT Nahdlatul Ulama dirubah menjadi BMT Nuansa Ummat yang disingkat dengan BMT NU.

Kerja keras dan dedikasi total pengurus pada tahun 2004 belum banyak membuahkan hasil. Hal ini dilihat dari modal awal Rp 400.000 diawal berdirinya (1 Juli 2004) sampai dengan Desember 2004 hanya meningkat menjadi Rp. 2.172.000,- dengan laba bersih yang diperoleh Rp 42.000,- padahal biaya operasionalnya tidak dibebankan kepada BMT NU akan tetapi dibebankan kepada pengurus sebagai wujud pengorbanan pengurus. Dengan demikian diawal berdirinya pengurus harus menanggung sendiri biaya operasional serta tidak mendapatkan gaji sepeserpun. Itu semua dilakukan demi kemajuan BMT NU, sejak tahun 2006 kehadiran BMT NU mulai terasa perkembangannya. Hingga sekarang tetap eksis, hal ini terbukti pada akhir tahun buku 2006 jumlah aset BMT NU sudah mencapai Rp 30.361.230,17 dengan jumlah anggota 182 orang dan laba bersih sebanyak Rp 5.356.282.



Pada perkembangannya sampai saat ini BMT NU Jawa Timur banyak memperoleh prestasi diantaranya seperti tingkat nasional sebagai koperasi berprestasi tahun 2014, MNCTV pahlawan untuk Indonesia kategori penggerak ekonomi rakyat kecil tahun 2013, SCTV Liputan 6 award kategori pemberdayaan ekonomi tahun 2012, KSP award kategori penumbuhan anggota dan aset tercepat tahun 2014, prestasi tingkat provinsi koperasi prestasi juara 1 tahun 2014, KJKS berkinerja terbaik juara 1 pada tahun 2010.

BMT NU Jawa Timur membuka pelayanan di kabupaten maupun di kota, dan pada saat ini BMT NU Jawa Timur telah berusia 17 tahun dan telah memiliki 1 kantor pusat, 1 kantor kas yang berada di Kabupaten Sumenep dan memiliki 100 kantor cabang yang tersebar diberbagai wilayah Jawa Timur.

2. Visi dan Misi BMT NU Jawa Timur

Visi dan Misi perusahaan adalah salah satu aspek penting sebagai dasar pelaksanaan berbagai kegiatan perusahaan untuk membangun dan mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Adapun Visi dan Misi BMT NU Jawa Timur adalah sebagai berikut:

a. Visi BMT NU Jawa Timur

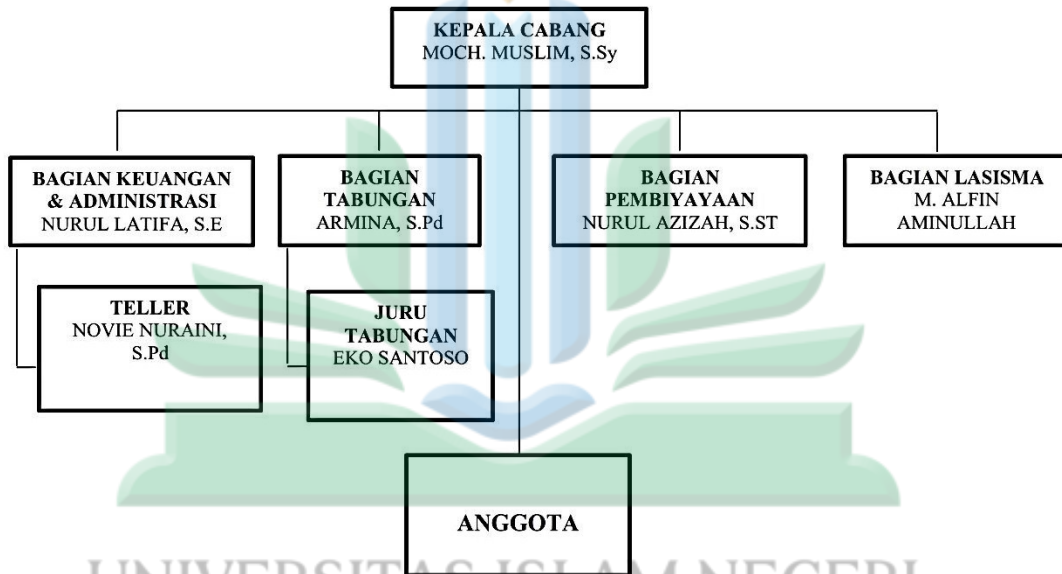
Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah dan profesional sehingga unggul dalam pelayanan, unggul dalam kinerja sampai terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.



b. Misi BMT NU Jawa Timur

- 1) Memberikan layanan prima bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama.
- 2) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar taawun dan penyaluran pembiayaan pada pelaku UMKM baik secara perseorangan ataupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, sadaqah dan waqaf.
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan sumber daya insani (SDI) yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta manajemen yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian.
- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi sumber daya insani (SDI) sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.

3. Struktur Organisasi BMT NU Jawa Timur Cabang Tanggul



Sumber: Bagian keuangan dan administrasi BMT NU Jatim Cabang Tanggul

4. Deskripsi Sumber Jabatan

Berikut ini adalah job description dari struktur BMT NU Jawa Timur Kantor Cabang Tanggul:

- a. Pimpinan Kepala Cabang
 - 1) Bertanggung Jawab Kepada:
 - a) Direksi
 - b) Pengurus Pusat
 - 2) Membawahi:
 - a) Bagian Keuangan
 - b) Bagian Pembiayaan
 - c) Bagian Administrasi dan umum



3) Fungsi

- a) Menemukan arah kebijakan dan mengelola kantor cabang secara keseluruhan demi terjaganya visi dan misi serta tujuan KJKS BMT NU Jawa Timur.
- b) Memimpin jalannya Kantor Cabang BMT NU secara profesional dan amanah.
- c) Bertanggung Jawab terhadap manajemen pengawasan Kantor Cabang BMT NU baik secara internal maupun eksternal.

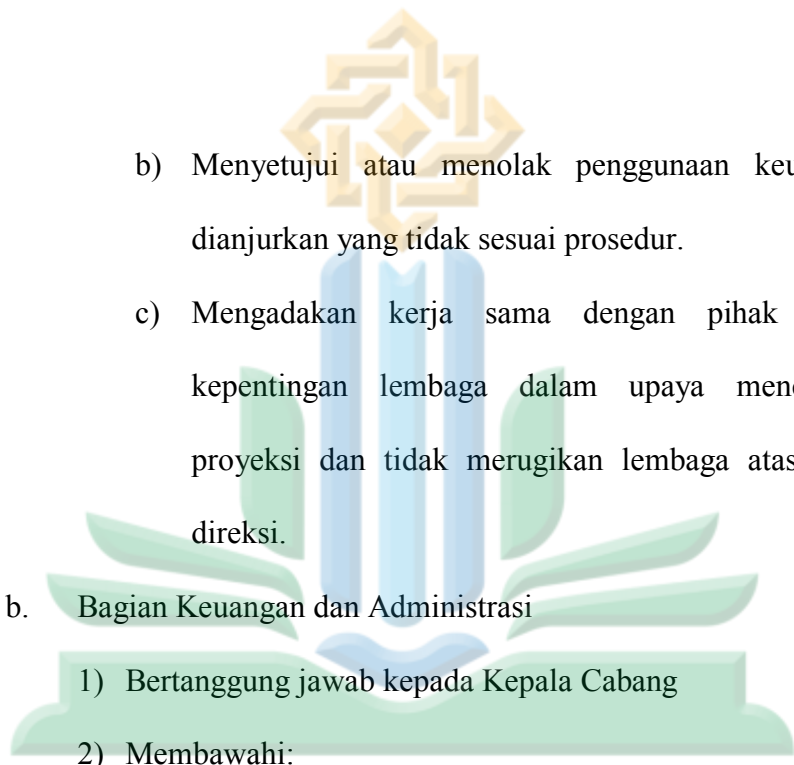
- d) Menindaklanjuti ketentuan dan rekomendasi temuan pusat ataupun direksi.

4) Tugas Pokok dan Tanggung Jawab

- a) Menyusun visi misi dan nilai-nilai serta rencana strategis dalam membentuk rencana kerja dan rencana bisnis.
- b) Mengajukan rencana keuangan RK dan rencana keuangan belanja RKB Kantor Cabang KJKS BMT NU kepada pengurus pusat.
- c) Mengadakan evaluasi secara berkala terhadap realisasi pencapaian target dan menetapkan langkah-langkah peningkatan manajemen pengawasan yang harus dilakukan.

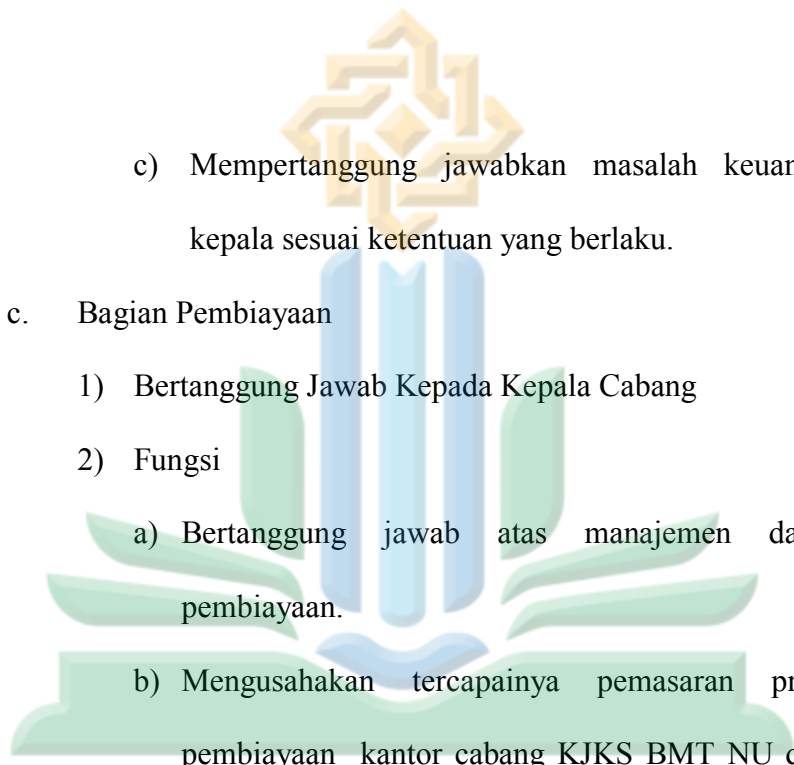
5) Wewenang

- a) Mengambil keputusan strategis untuk kemajuan usaha KJKS BMT NU atas persetujuan direksi.

- 
- b) Menyetujui atau menolak penggunaan keuangan yang dianjurkan yang tidak sesuai prosedur.
 - c) Mengadakan kerja sama dengan pihak lain untuk kepentingan lembaga dalam upaya mencapai target proyeksi dan tidak merugikan lembaga atas persetujuan direksi.
- b. Bagian Keuangan dan Administrasi
- 1) Bertanggung jawab kepada Kepala Cabang
 - 2) Membawahi:
 - a) Teller
 - b) Juru Tabungan

3) Fungsi

- a) Bertanggung jawab dan mengarsip seluruh tanda bukti transaksi untuk kebenaran pencatatan transaksi sesuai dengan prinsip akuntansi berbasis syariah yang berlaku di lingkungan Kantor KJKS BMT NU.
 - b) Bertanggung jawab atas pengelolaan Kantor Cabang KJKS BMT NU
- 4) Tugas Pokok dan tanggung jawab
- a) Melakukan penghimpunan dana.
 - b) Menilai dan mengevaluasi manajemen pengawasan dan juru tabungan.

- 
- c) Mempertanggung jawabkan masalah keuangan kepada kepala sesuai ketentuan yang berlaku.

c. Bagian Pembiayaan

1) Bertanggung Jawab Kepada Kepala Cabang

2) Fungsi

- a) Bertanggung jawab atas manajemen dan prosedur pembiayaan.

- b) Mengusahakan tercapainya pemasaran produk-produk pembiayaan kantor cabang KJKS BMT NU dengan target yang telah ditentukan.

3) Tugas Pokok dan Tanggung jawab

- a) Melakukan kunjungan laporan dan penagihan atas tunggakan pembiayaan.

- b) Mengeluarkan laporan pembiayaan untuk keperluan internal.

- c) Bersama-sama dengan kepala cabang menyetujui atau menolak keputusan atau persetujuan pembiayaan yang dilakukan kantor cabang.

- d) Mengajukan biaya operasional dan kebutuhan-kebutuhan lain yang dibutuhkan untuk mendukung pekerjaan dibidang pembiayaan kepada kepala cabang untuk dipertimbangkan.



d. Teller

1) Bertanggung Jawab Kepada Bagian Keuangan

2) Fungsi

a) Memberikan layanan terbaik pada anggota dan nasabahnya.

b) Bertanggung jawab atas pengelolaan kas kecil (petty cash).

3) Tugas Pokok dan Tanggung Jawab

a) Mengambil cash box selambat-lambatnya pada jam 07.20 WIB.

b) Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari.

c) Memastikan bahwa upload transaksi harian sudah terkirim ke kantor pusat.

d) Bersama-sama dengan bagian keuangan melakukan check fisik uang tunai setiap akhir pekan.

4) Wewenang

a) Menerima transaksi tunai.

b) Memegang kas tunai sesuai kebijakan yang ada.

e. Bagian Tabungan

1) Bertanggung jawab kepada bagian keuangan

2) Fungsi

a) Bertanggung jawab terhadap jemputan tabungan anggota.

b) Melakukan penjemputan terhadap setoran dan penarikan simpanan.

3) Tugas Pokok dan Tanggung Jawab

- a) Membuat rencana atau jadwal kolektif harian, mingguan dan bulanan.
- b) Menyiapkan peralatan administrasi yang dibutuhkan untuk menjemput setoran dan penarikan simpanan.
- c) Membantu tugas-tugas bagian keuangan.

5. Letak Geografis Objek Penelitian

BMT NU Jawa Timur Cabang Tanggul terletak di jalan kamboja no.02 desa tanggul, kecamatan tanggul, kabupaten jember 68155, dengan batas wilayah

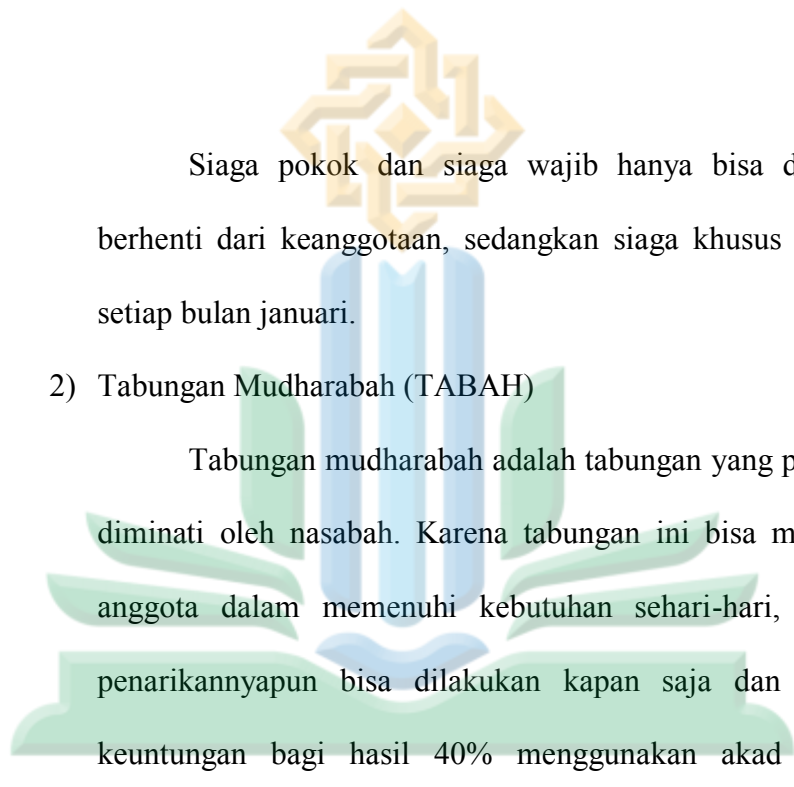
6. Produk-produk BMT NU Jawa Timur Cabang Tanggul

a. Produk Simpanan

1) Simpanan Anggota (SIAGA)

Disediakan bagi calon nasabah yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70% dari SHU (maksimal 60% sebagai partisipasi modal dan minimal 10% sebagai dana cadangan) dengan menggunakan akad musyarakah. SIAGA terdiri dari:

- a) Siaga pokok, dibayar satu kali sebesar Rp 100.000
- b) Siaga Wajib, dibayar setiap bulan sebesar Rp 20.000
- c) Siaga khusus, dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp 100.000



Siaga pokok dan siaga wajib hanya bisa ditarik ketika berhenti dari keanggotaan, sedangkan siaga khusus dapat ditarik setiap bulan Januari.

2) Tabungan Mudharabah (TABAH)

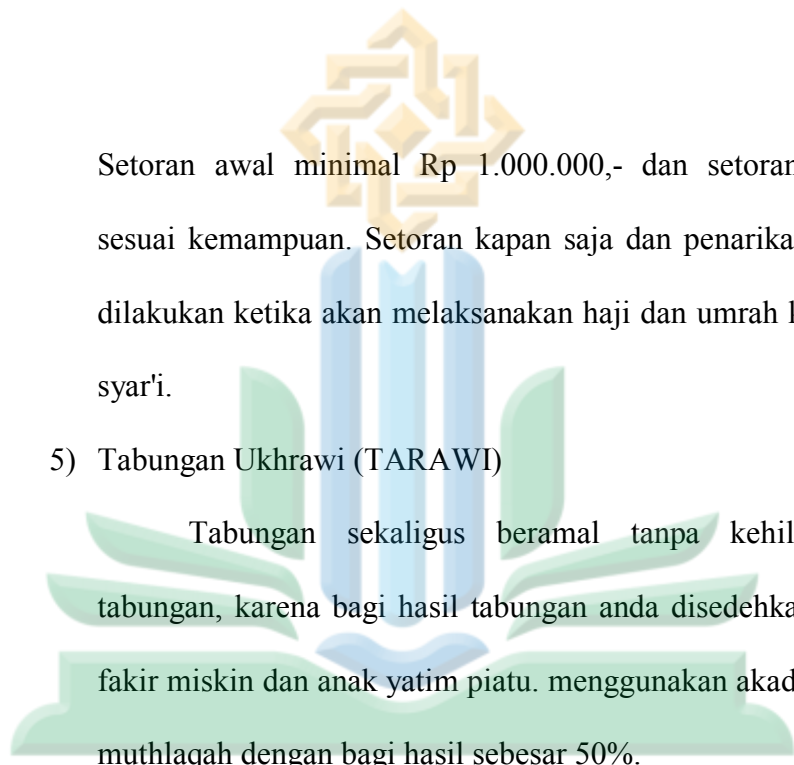
Tabungan mudharabah adalah tabungan yang paling banyak diminati oleh nasabah. Karena tabungan ini bisa mempermudah anggota dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, setoran dan penarikannya pun bisa dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan bagi hasil 40% menggunakan akad mudharabah muthlaqah dengan setoran awal Rp 10.000 dan selanjutnya bisa menyetor minimal Rp 2.500 rupiah.

3) Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK FATHONAH)

Simpanan ini untuk siswa dan orang tua siswa yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 40% yang menguntungkan. Menggunakan akad mudharabah muthlaqah yang dapat disetor kapan saja dan bisa ditarik pada saat tahun ajaran baru dan semesteran. Setorannya awal hanya sebesar Rp 2.500 dan selanjutnya bisa menyetor minimal Rp 500 rupiah.

4) Simpanan Haji dan Umrah (SAHARA)

Simpanan yang dapat mempermudah anda menunaikan haji dan umrah dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil sebesar 65% sebagai bekal tambahan biaya haji dan umrah dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah.



Setoran awal minimal Rp 1.000.000,- dan setoran selanjutnya sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan ketika akan melaksanakan haji dan umrah kecuali udzur syar'i.

5) Tabungan Ukhrawi (TARAWI)

Tabungan sekaligus beramal tanpa kehilangan uang tabungan, karena bagi hasil tabungan anda disedehkahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu. menggunakan akad mudharabah muthlaqah dengan bagi hasil sebesar 50%.

6) Simpanan Lebaran (SABAR)

Simpanan yang bisa mempermudah anda untuk memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55%. Menggunakan akad midlarabah mithlaqah dengan setoran awal sebesar Rp 25.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp 5.000. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap bulan ramadhan.

7) Simpanan Berjangka Wadi'ah Berhadiah (SAJADAH)

Simpanan keuntungan yang bisa dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Dengan berbagai hadiah seperti mobil, sepeda motor, televisi, laptop, mesin cuci dan hadiah-hadiah lain. Simpanan ini menggunakan akad wadi'ah yad al- dhamanah.

8) Simpanan Berjangka Mudharabah (SIBERKAH)

Simpanan dengan keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil sebesar 65% dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Setoran minimal Rp 500.000 dalam jangka waktu 1 tahun.

Adapun manfaat dari tabungan BMT NU Jawa Timur sebagai berikut:

- a) Aman karena dikelola secara profesional dan amanah.
- b) Menentramkan karena bebas dari praktik riba yang diharamkan
- c) Bagi hasil tiap bulan atau hadiah langsung tanpa diundi yang menguntungkan, halal dan berkah.
- d) Transaksi mudah, transparan dan dapat cek saldo melalui hand phone via SMS center atau mobile BMT NU.
- e) Bebas biaya administrasi bulanan.
- f) Bisa melakukan setoran dan penarikan di seluruh kantor cabang dengan menggunakan kartu online SIBIJAK.
- g) Bisa dijadikan jaminan pembiayaan atau pinjaman.
- h) Membantu perjuangan Nahdlatul Ulama dan
- i) InsyaAllah pahalanya berlipat ganda karena anda telah membantu sesama umat, mengamalkan ekonomi syariah, membantu perjuangan Nahdlatul Ulama dan memberi kepada fakir miskin dan anak yatim piatu.
- j) Adapun persyaratan pembukaan tabungan sebagai berikut:

- k) Foto copy KTP/SIM/KARTANU atau kartu identitas lainnya.
- l) Mengisi form aplikasi atau registrasi di kantor cabang atau secara online melalui aplikasi BMT NU keren.
- m) Membayar biaya administrasi pembukaan tabungan Rp 5.000 (simpanan non SIAGA) dan Rp 10.000 (simpanan SIAGA).

b. Produk Pembiayaan

1) Al-qardhul hasan

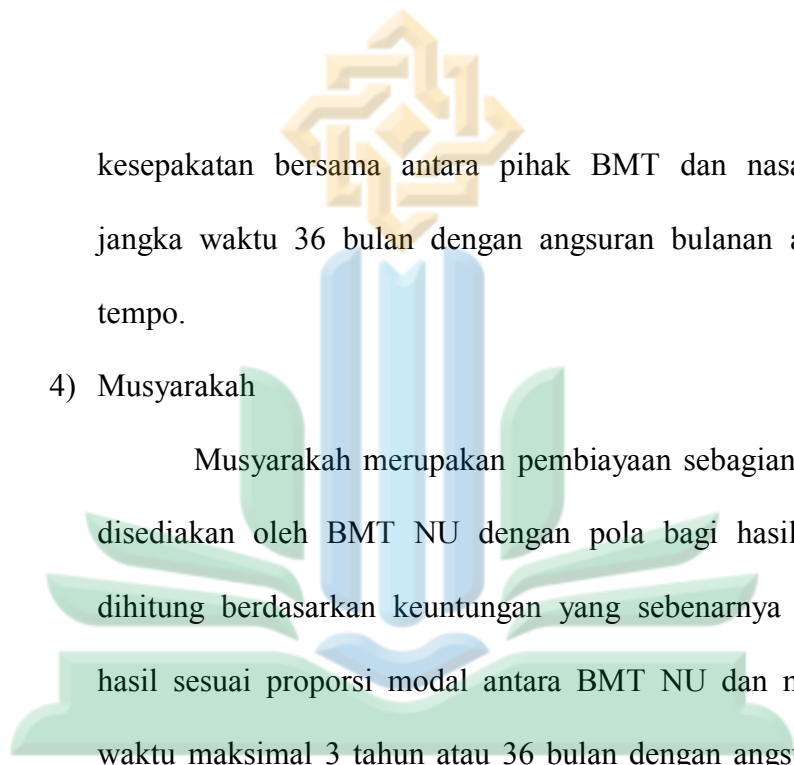
Pembiayaan dengan al-qardhul hasan merupakan pembiayaan dengan jasa seikhlasnya (tanpa bagi hasil dan margin) dalam jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan, dan cash tempo.

2) Murabahah dan ba'i bitsamanil ajil

Murabahah dan ba'i bitsamanil ajil merupakan pembiayaan dengan pola jual beli barang harga pokok diketahui sama dengan harga jual beli berdasarkan kesepakatan bersama. Selisih harga pokok dan harga jual merupakan margin keuntungan KSPPS BMT NU Jawa Timur. Dalam jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan (ba'i bitsamanil ajil) dan cash tempo untuk (murabahah).

3) Mudharabah

Mudharabah ialah pembiayaan seluruh modal kerja yang dibutuhkan disediakan oleh BMT NU dengan pola bagi hasil berdasarkan keuntungan sebenarnya dan bagi hasil berdasarkan



keepakatan bersama antara pihak BMT dan nasabah. Dalam jangka waktu 36 bulan dengan angsuran bulanan ataupun cash tempo.

4) Musyarakah

Musyarakah merupakan pembiayaan sebagian modal kerja disediakan oleh BMT NU dengan pola bagi hasil. Bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang sebenarnya dengan bagi hasil sesuai proporsi modal antara BMT NU dan mitra. Jangka waktu maksimal 3 tahun atau 36 bulan dengan angsuran bulanan atau cash tempo.

5) Rahn (Gadai)

Pembiayaan dengan menyerahkan barang atau tanda bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 85% dari harga barang. Waktu pinjaman maksimal 4 bulan dan diperpanjang selama 3 kali. Barang yang diserahkan merupakan barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang sedangkan KSPPS BMT NU mendapatkan ujroh/ongkos penitipan barang setiap harinya sebesar 6 untuk setiap kelipatan Rp 10.000 dari harga barang.

6) Pembiayaan Tanpa Jaminan

Layanan berbasis jamaah (LASISMA) merupakan layanan pinjaman pembiayaan tanpa jaminan bagi anggota yang

berpenghasilan rendah dan membentuk kelompok. Minimal kelompok ada 5 orang dan maksimal kelompok 20 orang.

7) Pembiayaan Hidup Sehat

Pembiayaan hidup sehat islami (HIDUP SEHATI) disiapkan bagi anggota yang belum memiliki Jamban/ WC / Toilet dari sarana air bersih yang sehat dengan menggunakan akad murabahah.

c. Layanan Antar Jemput Tabungan dan Pembiayaan

Pihak BMT NU siap menjemput dan mengantarkan tabungan atau pembiayaan anggota ke rumah masing-masing setiap hari atau setiap minggu sesuai dengan keinginan anggota. Pihak BMT NU juga bisa menjemput di tempat usaha anggota atau bisa dengan kontak HP Kantor Cabang atau dengan nomer HP pengelola BMT NU. Adapun produk jasa yang disediakan oleh BMT NU Jawa Timur adalah sebagai berikut:

- 1) Transfer atau kiriman uang antar bank dalam ataupun luar negeri.
- 2) Pendaftaran haji dan umrah
- 3) Pembayaran tagihan PLN, BPJS, Pulsa, Telepon dan lain-lain.
- 4) Jasa antar jemput tabungan dan angsuran pembiayaan.
- 5) Pembayaran biaya pendidikan perguruan tinggi.

B. Penyajian Data dan Analisis

Dalam setiap penelitian pasti didalamnya disertai dengan penyajian data, karena pada tahap ini nantinya akan mengetahui hasil analisa, dan dari itu

menghasilkan suatu kesimpulan. Peneliti berupaya mendeskripsikan gambaran mengenai strategi pemasaran pembiayaan rahn dalam perspektif ekonomi islam di BMT NU Jawa Timur cabang Tanggul. Berikut adalah fokus penelitian serta penyajian data dan beberapa temuan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Strategi pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Jawa Timur cabang Tanggul

Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan semakin meningkat. Salah satu konsep yang ada pada strategi pemasaran produk khususnya pada pembiayaan rahn BMT NU Jatim Cabang Tanggul yaitu bauran pemasaran atau juga bisa disebut dengan *marketing mix* dengan menggunakan strategi pemasaran 7P yang meliputi: Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), Promosi (*promotion*), Orang (*people*), Bukti fisik (*physical evidence*), Proses (*process*). Strategi-strategi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Strategi Produk (*Product*)

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Moch. Muslim selaku kepala cabang menyampaikan bahwa BMT NU Jatim cabang tanggul memiliki beberapa produk yang digunakan dalam pemasarannya, beliau menyampaikan bahwa:

“Kalau dilihat dari segi garis besarnya, pembiayaan rahn disini ada beberapa macam yaitu rahn emas, rahn BPKB, dan juga rahn elektronik seperti hp, laptop dll, akan tetapi yang banyak diminati sama masyarakat itu ya rahn emas ini. Sedangkan untuk produk

yang ada di BMT sendiri ada 3, ada produk tabungan, produk tabungan disini memiliki 8 macam yaitu tabungan siaga (simpanan anggota), sidiq fathona (simpanan pendidikan fathonah), Sajadah (simpanan berjangka wadi'ah berhadiah), siberkah (simpanan berjangka mudharabah), sahara (simpanan haji dan umroh), sabra (simpanan lebaran), tabah (tabungan mudharabah), tarawi (tabungan ukhrawi). Sedangkan produk pembiayaan disini memiliki 5 macam produk dan produk jasa. Macam produk pembiayaan diantaranya Al – Qordhul hasan, murabahah dan ba'i bitsamanil ajil, mudharabah dan musyarakah, rahn atau gadai, pembiayaan tanpa jaminan. Sedangkan produk jasa dalam produk pembiayaan adalah transfer atau kiriman uang antar bank dalam dan luar negeri, pendaftaran haji dan umrah, pembayaran tagihan listrik PLN, BPJS, Telephon, pulsa dll, pembayaran iuran biaya lembaga pendidikan, pembayaran pajak kendaraan bermotor”⁷⁴

Demikian pula yang di sampaikan oleh ibu nurul azizah selaku bagian pembiayaan BMT NU Jatim cabang tanggul terkait strategi pemasaran produk di BMT NU Jatim cabang tanggul. Beliau menyampaikan bahwa:

“Jadi untuk pemasaran sendiri disini tabungan dulu yang kita pasarkan. Kenapa kita melakukan pemasaran tabungan dulu, karena kita inginnya masyarakat itu tidak hanya tau meminjam akan tetapi juga menabung. Dengan produk tabungan itu kita akan melakukan pemasaran pembiayaan, yang mana kita menawarkan pembiayaan pada orang-orang terdekat terlebih dahulu yang kita tahu latar belakangnya seperti apa.”⁷⁵

Selain itu ibu nurul azizah selaku bagian pembiayaan juga menyampaikan sebagai berikut:

“Karena kita tidak tau, niat setiap orang itu kan beda-beda. Niat disini maksudnya dia berani pinjam dia juga mau bayar dan resikonya ketika pembiayaan dipasarkan kita harus tau orang yang akan meminjam ini bagaimana dan seperti apa? Oleh karena itu kita perlu beberapa strategi-strategi dan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan untuk mencari pemimjam.”

⁷⁴ Moch.Muslim, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 22 Agustus 2023

⁷⁵ Nurul Azizah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 Juli 2023

Berdasarkan dari hasil teknik pengumpulan data yang peneliti dapatkan diatas mengenai strategi produk di BMT NU Jatim dapat menyimpulkan bahwa:

- 1) BMT NU Jatim memiliki 3 (tiga) jenis produk yaitu tabungan, pembiayaan, dan jasa.
- 2) BMT NU Jatim menyediakan 5 (lima) pembiayaan yang ditawarkan ke masyarakat.
- 3) Nasabah BMT NU Jatim lebih minat pada pembiayaan rahn emas.

b. Strategi Harga (*Price*)

Bapak Moh. Muslim selaku kepala cabang BMT NU Jatim cabang tanggul mengungkapkan bahwa:

“Jadi untuk strategi harga disini itu tidak ada bunga yang ada hanyalah ujroh (ongkos) penitipan barang yang mana ujroh disini lebih rendah dari pegadaian ataupun lembaga keuangan yang ada di kecamatan tanggul ini. Karena ujroh disini kalau ditaksir dalam pinjaman 1.000.000 kurang lebih dalam per-harinya ujrohnya hanya 600 rupiah dan jika dibulatkan dalam 1 bulan ujrohnya disini hanya 20.000 dengan jangka waktu pinjaman selama 4 bulan.”⁷⁶

Hal senada juga disampaikan oleh ibu nurul azizah selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jatim cabang tanggul, sebagai berikut:

“disini tuhh untuk strategi harga nggak ada bunga mbak, adanya hanya ujroh (ongkos) penitipan barang karena barang yang ada disini kami rawat. untuk ujrohnya sendiri disini termasuk paling rendah daripada lembaga keuangan lain yang ada di kecamatan tanggul ini karena ujroh disini dalam per-harinya kurang lebih hanya 600 rupiah dan jika dibulatkan dalam waktu 1 bulan ujroh disini hanya sebesar 20.000 dalam jangka waktu pinjaman selama 4 bulan.”⁷⁷

⁷⁶ Moch.Muslim, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 22 Agustus 2023

⁷⁷ Nurul Azizah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 Juli 2023

Pendapat lain juga disampaikan oleh salah satu nasabah pembiayaan rahn BMT NU Jatim cabang tanggul ibu kasiyati, beliau menyampaikan bahwa:

“Saya ini sudah lama jadi anggota pembiayaan rahn di BMT NU Jatim cabang tanggul nduk, saya baru saja kmren gadai emas disana soalnya enak disana nggak ada bunga nduk cuma ada ongkos penitipan barang itupun ongkosnya lebih murah daripada ditempat peminjaman yg lain.”⁷⁸

Berdasarkan dari hasil wawancara dan hasil dokumentasi yang peneliti dapatkan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi harga (price) pada BMT NU Jatim, sebagai berikut:

- 1) BMT NU Jatim tidak ada bunga
- 2) BMT NU Jatim hanya memberikan ujroh(ongkos) untuk penitipan barang.
- 3) Untuk ujroh di BMT NU Jatim lebih rendah daripada pegadaian" yang ada di kecamatan tanggul.

c. Strategi Tempat (*Place*)

Menurut bapak Moh. Muslim selaku kepala cabang di BMT NU Jatim cabang Tanggul beliau mengungkapkan bahwa:

“Kalau dilihat dari segi lokasi kami emang cukup strategis mbak, karena kantor kami dekat dengan jalan raya dan kantor kami ada di jalan kamboja no.02 yang mana jalan ini menuju pemakaman habib sholeh jadi banyak orang yang mengetahui lokasi kami.”⁷⁹

⁷⁸ Kasiyati, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 5 Agustus 2023

⁷⁹ Moch.Muslim, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 22 Agustus 2023

Senada dengan penyampaian bapak moh.muslim diatas, ibu nurul azizah juga memberi penyampaian mengenai strategi tempat di BMT NU Jatim cabang Tanggul.beliau menyatakan bahwa:

“ Kantor kami ini bisa dibilang cukup strategis mbak, karena kantor kami dekat dengan jalan poros atau jalan raya dan juga berada di jalan menuju makam habib sholeh jadi lumayan banyak orang mengetahui kantor kami dan juga bisa dilihat di google maps”⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas, mengenai strategi tempat (place) pada BMT NU Jatim dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Lokasi BMT NU Jatim cabang tanggul berlokasi di jalan kamboja no.02 kelurahan tanggul kulon, kecamatan tanggul, kabupaten Jember, jawa timur.
- 2) BMT NU Jatim cabang tanggul memiliki lokasi yang sangat strategis karena dekat dengan jalan raya, selain itu BMT NU Jatim juga berada di jalan arah menuju makam habib soleh yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan bapak moh. Muslim selaku kepala cabang BMT NU Jatim cabang Tanggul, beliau mengatakan:

“Untuk promosi kita melakukan dengan berbagai cara mbak, salah satu yang dilakukan yaitu dengan door to door, jadi kita melakukan pemasarannya dengan langsung terjun ke lapangan baik ke pasar-pasar dan ke rumah orang-orang untuk membagikan brosur. Selain itu kita juga menggunakan jasa story di sosmed baik itu di Wattshap ataupun di Instagram, Selain rahn

⁸⁰ Nurul Azizah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 Juli 2023

emas kita juga menjelaskan semua produk tabungan dan juga pembiayaan personal seperti BPKB.”⁸¹

Pendapat lain dari ibu nurul azizah juga menyampaikan mengenai strategi promosi yang dilakukan di BMT NU Jatim cabang tanggul, beliau menyampaikan bahwa:

“Kalau strategi promosi biasanya kami menaruh kertas promosi di depan buku tabungan seperti ini, karena awalnya yang kita pasarkan adalah tabungan dulu baru setelah itu pembiayaan. selain itu kita pemasarannya juga dilakukan dari mulut ke mulut ataupun postingan di sosial media.”⁸²

Dari hasil wawancara serta observasi di atas dapat disimpulkan

bahwa untuk strategi marketing yang dilakukan oleh BMT NU Jatim, yaitu:

- 1) Pemasaran yang dilakukan secara door to door.
- 2) Membagikan brosur di pasar maupun di rumah-rumah masyarakat.
- 3) Mempromosikan produk melalui media sosial.
- 4) Menaruh stiker promosi pembiayaan rahn pada buku tabungan.

e. Strategi Orang (*People*)

Dari hasil wawancara, menurut bapak moh. Muslim selaku kepala cabang di BMT NU Jatim cabang Tanggul, beliau mengatakan:

“Semua orang yang ada di sini atau karyawan bmt sini sama-sama melakukan pemasaran karena disini kita tuh kerja tim, karena dimana-mana itu kalau ingin berkembang harus kerja tim. Akan tetapi yang lebih dekat atau berhadapan dengan masyarakat ya bagian tim funding atau tabungan.”⁸³

Hal senada juga disampaikan oleh ibu nurul azizah selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jatim, beliau menyampaikan:

⁸¹ Moch.Muslim, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 22 Agustus 2023

⁸² Nurul Azizah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 Juli 2023

⁸³ Moch.Muslim, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 22 Agustus 2023

“Ya semua karyawan yang ada disini sama-sama melakukan pemasaran produk mbak, baik itu funding ataupun landing karena kita disini kerja tim. Tetapi yang lebih dekat dengan masyarakat dan memasarkan produk ya bagian tabungan, seperti yang telah saya bilang diawal kalau kita memasarkan produk tabungan dulu barulah kita memasarkan produk pembiayaan dengan menggunakan kertas promosi yang ditempel itu.”⁸⁴

Senada dengan hasil wawancara diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

- 1) Untuk memasarkan produk dan jasa di BMT NU Jatim cabang Tanggul semua karyawan terlibat dalam pemasarannya.

f. Strategi Bukti Fisik (*Physical Evedience*)

Berdasarkan hasil wawancara bersama bapak moh. Muslim selaku kepala cabang di BMT NU Jatim cabang Tanggul, beliau menyampaikan:

“kondisi kantor kita ya seperti ini mbak, bisa dibilang nggak luas banget ya karena disini hanya kantor cabang, seperti parkirannya hanya didepan kantor saja tidak luas tapi untuk kenyamanan nasabah kita disini sudah menyediakan tempat tunggu yang bersih dan nyaman.”⁸⁵

Senada dengan penyampaian ibu nurul azizah terkait kondisi BMT NU Jatim cabang Tanggul, beliau mengaku bahwa:

“kalau menurut saya kondisi kantor BMT ini tidak cukup luas yaa karena disini hanya kantor cabang, kayak ruangan karyawan disini semua masih jadi satu ruangan beda lagi kalau bagian admin sama teller ya yang emang ada di depan tempatnya dan untuk tempat tunggu nasabah sudah termasuk nyaman kata saya karena tempatnya bersih,wangi dan ber-AC juga.”⁸⁶

⁸⁴ Nurul Azizah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 Juli 2023

⁸⁵ Moch.Muslim, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 22 Agustus 2023

⁸⁶ Nurul Azizah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 Juli 2023

Berdasarkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi pada strategi bukti fisik dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kantor BMT NU Jatim cabang tanggul tidak terlalu luas.
- 2) Tempat parkir hanya di depan kantor.
- 3) Ruang tunggu nasabah bersih, ber-AC dan nyaman.
- 4) Ruangan semua karyawan BMT NU Jatim cabang tanggul masih menjadi satu.

g. Strategi Proses(*Process*)

Bapak moh.muslim selaku kepala cabang BMT NU Jatim cabaang tanggul menyampaikan mengenai strategi proses sebagai berikut:

“Untuk proses pencairan rahn emas atau non emas itu langsung ke kantor dan langsung cair pada hari itu juga, paling lama itu kurang lebihnya ya 10 menit, Kan dateng orangnya kesini ditaksir sama teller ditimbang dapetnya sekian dan langsung dikasihkan sudah. Prosesnya cepat tidak lama kalau tidak antri tapi ya nduk.”⁸⁷

Senada dengan yang disampaikan oleh bapak moh.muslim diatas ibu nurul azizah selaku bagian pembiayaan juga menyampaikan bahwa:

“ Kalau proses pencairan disini bisa dibilang cepat nduk, nggak perlu nunggu beberapa hari atau beberapa minggu hanya menunggu beberapa menit saja untuk teller mengecek atau mentaksir barang tersebut dan berapa pinjaman yang bakal didapat oleh nasabah tersebut gitu.”⁸⁸

⁸⁷ Moch.Muslim, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 22 Agustus 2023

⁸⁸ Nurul Azizah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 Juli 2023

Pengakuan lain juga disampaikan oleh ibu kasiyati selaku salah satu nasabah pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul, sebagai berikut:

“Orang-orang sini banyak yang ngambil pinjaman di BMT NU Jatim bukan cuma pinjam tapi juga tabungannya karena enak bisa dibuat persiapan untuk Lebaran nanti, soalnya saya sendiri sudah lama jadi nasabah di BMT NU sana proses pencairannya cepet nggak usah nunggu berhari-hari cuma nunggu beberapa menit aja langsung cair dah uangnya itu.”⁸⁹


Berdasarkan dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

- 1) Proses pencairan pembiayaan rahn di BMT NU Jatim terbilang sangat cepat dan langsung ke kantor.
- 2) Proses pencairan pembiayaan rahn di BMT NU Jatim hanya membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit.

2. Perspektif ekonomi islam dalam pembiayaan rahn di BMT NU Jatim cabang Tanggul

Definisi ekonomi islam atau ekonomi syariah adalah sebagai suatu ilmu pengetahuan yang lahir melalui pengkajian keilmuan yang panjang. Pada awalnya terjadi sikap pesimis berkaitan dengan eksistensi ekonomi islam dalam kehidupan masyarakat saat ini, hal ini disebabkan pada masyarakat telah terbentuk pemikiran bahwa harus terdapat dikotomi antara agama dan keilmuan, termasuk ilmu ekonomi. Istilah ekonomi islam dalam tiga kemungkinan pemaknaan diantaranya: 1. Ekonomi islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai-nilai atau ajaran islam. 2. Ekonomi islam

⁸⁹ Kasiyati, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 5 Agustus 2023



adalah suatu sistem, sistem menyangkut pengaturan, yaitu pengaturan kegiatan ekonomi dalam masyarakat atau Negara berdasarkan cara atau metode tertentu. 3. Ekonomi islam dalam pengertian perekonomian umat islam, teori, sistem, dan kegiatan ekonomi umat islam merupakan tiga pilar yang harus membentuk sebuah sinergi. Yang mana hal ini memberikan makna bahwa sebagai ilmu, ekonomi islam harus berkembang dan menyajikan ilmu yang benar-benar sesuai dengan prinsip syariat islam. Syariah juga mempunyai banyak arti, diantaranya ialah berarti ketetapan dari Allah yang digunakan untuk menunjukkan hokum-hukum islam, sebagai landasan kehidupan manusia diantaranya yaitu aspek ekonomi.

Strategi pemasaran pembiayaan rahn yang digunakan BMT NU Jatim cabang Tanggul juga akan dilihat dari segi ekonomi islam. Karena pembiayaan rahn di BMT NU Jatim ini terletak di desa tanggul, dimana daerah ini merupakan daerah yang fanatik, akan tetapj masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya mengerti tentang akad rahn. Berdasarkan hukum islam, rahn merupakan suatu tanggungan atas hutang yang dilakukan apabila pengutang gagal menunaikan kewajibannya dan semua barang yang pantas sebagai barang dagangan dapat dijadikan jaminan. Barang jaminan itu baru boleh dijual/dihargai apabila dalam waktu yang disetujui kedua belah pihak, utang tidak dapat dilunasi oleh pihak yang berutang. Oleh sebab itu, hak pemberi piutang hanya terkait dengan barang jaminan, apabila orang yang berutang tidak mampu melunasi hutangnya.

Dalam islam Rahn merupakan sarana saling tolong-menolong (ta'awun) bagi umat islam dengan tanpa adanya imbalan jasa. dalam kitab fiqh sunnah Sayyid Sabiq para ulama mendefinisikan rahn ialah : penetapan sebuah barang yang memiliki nilai finansial dalam pandangan syariat sebagai jaminan bagi utang-utang, dimana utang tersebut atau sebagian darinya dapat dibayar dengannya.

Bapak Moh. muslim selaku kepala cabang menyampaikan mengenai perspektif ekonomi islam dalam pembiayaan rahn:

” Kalau dalam perspektif islam Kayak pemasaran sih kita nggak ada yang keluar dari islam kan cuma pemasaran aja, kalok yang ditanya masalah hukumnya itu penerapannya pas kita mentransaksi ya disitu ada pengakadan, kalau cuma pemasaran saya kira tidak ada penyelewengan karena di BMT NU melayani gadai emas dan banyak lagi sebenarnya seperti gadai emas, laptop, handphone, sepeda motor bisa juga mobil bedanya kalau gadai emas itu dengan laptop atau sepeda motor, sepeda motornya taruh disini, bpkb tatuh disini dan stnknya juga ditaruh disini. Kalau ditanya pemasarannya sudah sesuai sama islam saya kira sudah sesuai islam kalau dilihat dari akadnya kita disitu pas transaksi emang mengakad ya sesuai islam karena kita bas'ul masaidnya juga ada terus kita itu juga nggak moro-moro menerapkan pengakadan, Jadi ketika transaksi itu ya di bagian teller itu ada.”⁹⁰

⁹⁰ Moch. Muslim, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 27 Agustus 2023

Ibu Nurul Azizah selaku bagian pembiayaan di BMT NU Jatim cabang Tanggul juga menjelaskan mengenai ekonomi Islam dalam pembiayaan rahn sebagai berikut:

“Kalau pemasaran kita tidak perlu menjelaskan detail kaitannya itu karena kan tidak semua orang paham akan hal itu, orang tuh taunya kalau pinjam yaudah pinjamannya dan bayarnya berapa kan seperti itu tapi untuk kehati-hatian dan juga kita masih selingi sedikit-sedikit, kita bukan cuman mempromosikan umpama kan di kppsnya itu syariah terus syariah itu apa kita jelaskan yang tidak sedetail mungkin tapi mereka paham karena orang itu kan jarang yang mau mendengarkan. Jadi kita itu menjelaskannya sedikit-sedikit saja bagian atau point-point pentingnya aja tapi ketika proses kita disini realisasinya memang ada akad-akadnya dan akad itu ditentukan dari hasil surveynya dan kegunaannya untuk apa.”⁹¹

Dilanjutkan penjelasan Ibu Nurul Azizah, selaku bagian pembiayaan BMT NU Jatim Cabang Tanggul mengenai perspektif Islam dalam pembiayaan rahn:

“Kalo misal kegunaannya orang itu untuk jual beli kita biasanya pakai akad jual beli, kalau mungkin buat biaya sekolah atau biaya mondok atau biaya lainnya selain ada transaksi jual beli disana itu biasanya kita pakai akad rahn atau akad biaya penitipan itu dijelaskannya nanti ketika akad. Jadi ketika akad misal pencairan nih disini tuh teknisnya dari pengajuan terus survey kalau surveynya itu sudah sesuai kita telfon kapan

⁹¹ Nurul Azizah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 Juli 2023

jadwalnya pencairan dan acc plafonnya itu berapa dan ketika sudah diel kita disini langsung pencairannya langsung dengan kepala cabang dan sama kepala cabang disitu di akad. Jadi kehati-hatiannya itu kita emang di akad.”

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi pemasaran pembiayaan Rahn BMT NU Jatim Cabang Tanggul

Setiap suatu industri perbankan maupun perusahaan pastinya memiliki strategi pemasaran tersendiri untuk menawarkan produk dan jasa mereka kepada masyarakat umum. Dengan strategi pemasaran ini suatu bank akan dapat mengetahui apa yang diminati oleh masyarakat. Dimana hal ini berfungsi untuk mencapai suatu tujuan dan keberhasilan suatu perusahaan. Buchari Alma berpendapat dalam karyanya yang berjudul Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa bahwa untuk pemasaran produk/barang berwujud yang terpenting yaitu unsur 4P tradisional, akan tetapi untuk jasa harus dilengkapi dengan 3P juga.⁹²

Senada dengan teori tersebut, peneliti mendapatkan data yang diperoleh di lapangan, bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT NU Jatim Cabang Tanggul dalam memasarkan produknya adalah menggunakan teori 7P tersebut.

a. Strategi Produk (Product)

Pada strategi produknya BMT NU Jatim Cabang tanggul mempunyai 3 jenis produk yaitu tabungan, pembiayaan, dan jasa, untuk

⁹² Alma, 341.

tabungan disini ada 8 jenis yaitu tabungan siaga, sahara, sidik fathonah, sabar, sajadah, tabah, siberkah, tarawih. Untuk pembiayaan ada 5 jenis yaitu pembiayaan al-qardul hasan, murabahah dan bai bitsamanil ajil, mudharabah dan musyarakah, rahn/gadai, dan pembiayaan tanpa jaminan. Selanjutnya untuk produk jasa seperti pembayaran listrik dan lain-lain. Akan tetapi pembiayaan yang sering diminati oleh para nasabah BMT NU Jatim Cabang Tanggul ialah pembiayaan rahn/gadai emas. Hal ini senada dengan yang dijelaskan oleh Kotler dalam buku manajemen pemasaran dan pemasaran jasa yang ditulis oleh Bukhari

Alma bahwa produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan dalam pasar dan bertujuan agar memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen.⁹³

b. Strategi Harga (Price)

Berdasarkan dari hasil wawancara dan hasil dokumentasi yang peneliti dapatkan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi harga (price) pada BMT NU Jatim, sebagai berikut: BMT NU Jatim tidak ada bunga. BMT NU Jatim hanya memberikan ujroh(ongkos) untuk penitipan barang. Untuk ujroh di BMT NU Jatim lebih rendah dari pada pegadaian. Jadi untuk strategi harga disini itu tidak ada bunga yang ada hanyalah ujroh (ongkos) penitipan barang yang mana ujroh disini lebih rendah dari pegadaian ataupun lembaga keuangan yang ada di kecamatan tanggul ini. Hal ini senada dengan penjelasan Karina Odia

⁹³ Alma, 140.

Julialevi dalam jurnalnya tentang Strategi Pemasaran Dalam Pandangan Islam bahwa konsep harga tidak hanya didasarkan pada faktor keuntungan, tetapi juga pada daya beli dan keadilan masyarakat. Sehingga konsepnya berbagai manfaat dari harga tinggi tentu tidak dibenarkan.

c. Strategi Tempat (Place)

Selanjutnya strategi tempat, dalam hal ini BMT NU Jatim cabang tanggul mengalami peningkatan yang pesat dalam setiap tahunnya yang mana BMT NU Jatim bertempat di jalan. Kamboja no.02 kelurahan tanggul wetan kec. Tanggul. Selain itu BMT NU Jatim Cabang Tanggul memiliki tempat yang sangat strategis karena letak kantor cabang ini berada di pinggir jalan yang mudah dijangkau dan merupakan jalan menuju arah makam habib sholeh yang mayoritas masyarakat mengetahuinya dan juga bisa dilihat pada google maps yang ada. Penemuan tersebut sama dengan teori Kasmir dalam buku Pemasaran Bank bahwa pemilihan dan penentuan lokasi usaha perlu diperhatikan, bagaimana sebisa mungkin yang berdekatan dengan kawasan industri atau UMKM dan berdekatan juga dengan masyarakat.⁹⁴

d. Strategi Promosi (Promotion)

Selanjutnya strategi promosi, Kotler menjelaskan bahwa promosi berfungsi sebagai media yang dilakukan untuk mengenalkan serta menginformasikan adanya suatu produk atau jasa yang memiliki tujuan

⁹⁴ Kasmir, 163

untuk meningkatkan penjualan.⁹⁵ berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti pada saat di lapangan strategi promosi yang diterapkan oleh BMT NU Jatim Cabang Tanggul ialah dengan melakukan pemasaran secara door to door, pembagian brosur, melalui media sosial, dan juga menaruh stiker promosi pembiayaan rahn pada buku tabungan.

e. Strategi Orang (People)

Strategi orang (people) pada BMT NU Jatim Cabang Tanggul dimana semua karyawan sama-sama mempromosikan produk dan jasa yang ada di BMT NU Jatim Cabang Tanggul melalui media sosialnya

baik story whatsapp maupun instagram ataupun lainnya. Contohnya seperti kepala cabang yang update pada insta story wa ataupun instagram pribadi. Hal ini senada dengan pendapat Fitria Halim bahwa orang (people) ialah penggabungan antara target pasar dan para karyawan langsung, dimana hal tersebut karyawan perusahaan berperan penting dalam pemasaran karena mereka yang akan memberikan pelayanan.⁹⁶

f. Strategi Bukti Fisik (Physical Evidence)

Pada strategi bukti fisik (physical evidence) kantor BMT NU Jatim Cabang Tanggul tidak terlalu luas, parkirannya hanya di depan kantor saja, dan juga ruangan karyawan masih menjadi satu ruangan. Akan tetapi BMT NU Jatim mampu memberikan pelayanan yang baik dan memberikan fasilitas yang layak untuk kenyamanan para nasabah

⁹⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Global Edisi Bahasa Indonesia* (Jakarta: Prenhalindo, 2001), 265.

⁹⁶ Fitria Halim, dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 6

dalam menerima pelayanan. Dari temuan yang ada di lapangan hal tersebut senada dengan teori Rafid dalam buku Manajemen Strategis karangan Ferdinandus bahwa bukti fisik merupakan suatu layanan yang diberikan yang memungkinkan pelaksanaannya. Dimana bukti fisik penting untuk nasabah karena merupakan petunjuk bahwa perusahaan telah berhasil atau gagal dalam memenuhi keinginan pelanggannya.⁹⁷

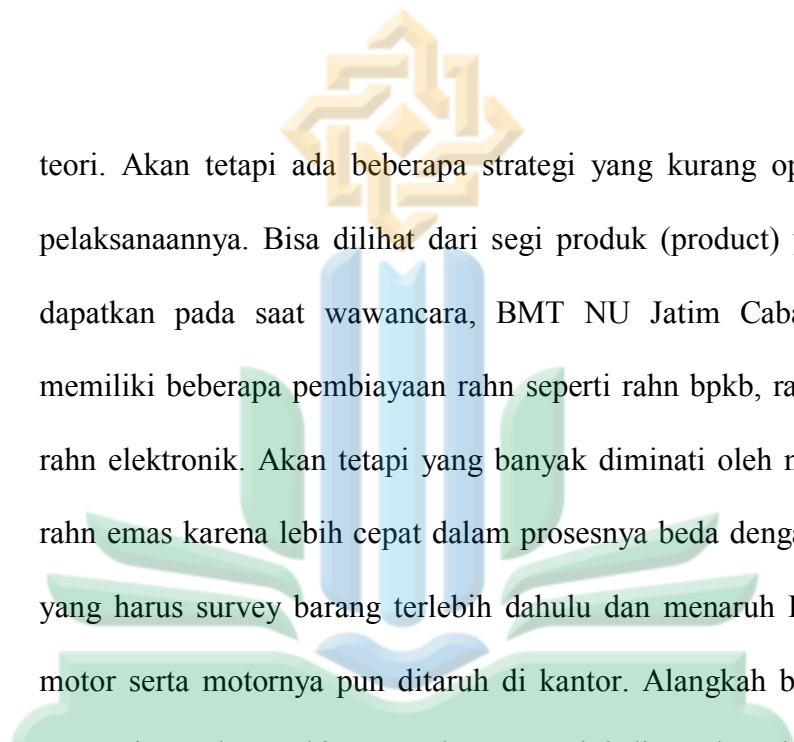
g. Strategi Proses (Process)

Terakhir yaitu strategi proses, dimana di BMT NU Jatim Cabang Tanggul dalam proses pencairan pembiayaan atau pinjaman terbilang sangat cepat karena tidak harus menunggu beberapa bulan, satu minggu, ataupun sehari-hari. BMT NU Jatim Cabang Tanggul hanya membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit saja untuk pencairan dana tersebut dan orang yang meminjam harus langsung datang ke kantor. Hal diatas senada dengan pendapat yang dijelaskan oleh Ferdinandus dalam bukunya yang berjudul Manajemen Strategis bahwa strategi proses adalah proses dimana tugas-tugas berurutan yang dilakukan olehkaryawan ialah bagian dari pekerjaannya.⁹⁸ Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa perkembangan karyawan saat menyelesaikan tugasnya.

Berdasarkan data dan teori yang telah peneliti paparkan melalui hasil wawancara dan dokumentasi, menurut analisis peneliti, BMT NU Jatim Cabang Tanggul telah melakukan strategi marketing mix sesuai

⁹⁷ Ferdinandus Sampe, *Manajemen Strategis Teori dan Implementasi* et.al. (Serang Banten: Sada Kurnia Pustaka, 2023), 159

⁹⁸ Sampe, 158.



teori. Akan tetapi ada beberapa strategi yang kurang optimal dalam pelaksanaannya. Bisa dilihat dari segi produk (product) yang peneliti dapatkan pada saat wawancara, BMT NU Jatim Cabang Tanggul memiliki beberapa pembiayaan rahn seperti rahn bpkb, rahn emas dan rahn elektronik. Akan tetapi yang banyak diminati oleh nasabah yaitu rahn emas karena lebih cepat dalam prosesnya beda dengan rahn bpkb yang harus survey barang terlebih dahulu dan menaruh BPKB, kunci motor serta motornya pun ditaruh di kantor. Alangkah baiknya BMT NU Jatim pada pembiayaan rahn BPKB ini disamakan dengan tempat peminjaman yang lainnya seperti hanya BPKB saja yang ditaruh di kantor.

Selain itu pada strategi tempat (place), hasil dari pengamatan dan juga wawancara yang diperoleh oleh peneliti bahwa lokasi BMT NU Jatim Cabang Tanggul memang mempunyai tempat yang sangat strategis dan gampang dijangkau oleh masyarakat. Akan tetapi, pada google maps yang ada alamat kantor BMT NU Jatim Cabang Tanggul kurang jelas karena tidak ada nama jalan dan nomer jalan. Hal tersebut dapat berdampak pada nasabah yang masih belum mengetahui kantor BMT NU Jatim Cabang Tanggul itu dimana. Hal ini juga peneliti alami pas pembuatan surat izin penelitian yang akan diberikan kepada kantor BMT NU karena tidak mengetahui alamat lengkapnya dan alangkah lebih baiknya pada google maps yang ada alamat yang tertera diganti dengan yang lebih jelas lagi.

Selain itu juga pada strategi promosi (promotion), pihak BMT NU Jatim Cabang Tanggul seharusnya bagian pembiayaan juga ikut mempromosikan produk pembiayaan dengan terjun ke lapangan juga, tidak hanya bagian tabungan saja yang mempromosikannya karena jika bagian pembiayaan sendiri yang memasarkan produknya pasti bisa menjelaskan produk yang di pasarkan secara jelas dan detail bagaimana mekanismenya karena memang sudah bagiannya.

2. Perspektif Ekonomi Islam dalam Pemasaran Pembiayaan Rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul

Berdasarkan hasil temuan penelitian tentang perspektif ekonomi islam dalam pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul sama dengan teori M. Nur Riyanto Al Arif dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik. Ekonomi islam adalah segala bentuk-bentuk kegiatan perekonomian yang diatur berdasarkan hukum-hukum islam. Hukum-hukum pada ekonomi syariah dilandaskan berdasarkan Al-qur'an, Al-sunah, Al-hadist, Al-ijma', dan Al-qiyas.⁹⁹ Islam mengajarkan kepada seluruh umatnya untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi islam dalam melakukan aktivitasnya terutama pada kegiatan ekonomi. Dalam prinsip-prinsip ekonomi islam yang pertama ada prinsip tauhid, prinsip tauhid merupakan pondasi keimanan islam. Jadi tauhid ialah segala apa yang ada di muka bumi ini dicipta dengan sengaja oleh Allah SWT dan memiliki tujuan. Dan dari tujuan itulah yang memberikan

⁹⁹ M. Nur Riyanto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*

signifikansi termasuk manusia yang menjadi penghuni didalamnya. Kedua prinsip khilafah, yang mana manusia merupakan khalifah Allah SWT. Implikasi prinsip ini adalah persaudaraan yang universal, amanah, gaya hidup sederhana dan kebebasan manusia. Ketiga prinsip keadilan, prinsip ini merupakan salah satu misi utama ajaran islam. Prinsip ini ialah pemenuhan kebutuhan pokok manusia, sumber-sumber pendapatan yang halal dan thoyyib, distribusi pendapatan serta pertumbuhan stabilitas. Setiap kegiatan ekonomi harus bermanfaat dan tidak boleh memberatkan diri sendiri maupun orang lain, tidak hanya itu dalam ekonomi islam tidak diperbolehkan melakukan suatu kejahatan baik seperti perjudian, pemaksaan, penipuan dan sampai merugikan orang lain dengan mengambil yang bukan haknya. Dalam islam kegiatan perekonomian yang harus dijalankan dengan ketelitian dan juga berpatok pada prinsip-prinsip dasar ekonomi islam. Adapun prinsip-prinsip islam bersumber pada Al-qur'an dan As-sunnah yang menjadi pandangan hidup. Prinsip-prinsip dasar ekonomi islam yaitu:

a. Tauhid / Ketuhanan

فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُلْ حَسْبِيَ اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَهُوَ رَبُّ
 الْعَرْشِ الْعَظِيمِ ﴿١٢٩﴾

Artinya: jika mereka berpaling (dari keimanan), maka katakanlah; 'cukuplah Allah bagiku, tidak ada tuhan selain dia. Hanya kepadanya aku bertawakal dan Dia adalah Tuhan yang memiliki Arsy yang Agung. (QS. Al-Taubah: 129).¹⁰⁰

¹⁰⁰ Al-Qur'an, 9:129

Pada surat yang tertera diatas diyakini bahwa Allah SWT pemilik langit dan bumi. Kita sebagai umatnya diperintahkan untuk memanfaatkan serta mengelola sumber daya manusia dan menjauhi larangan-larangan yang dilarang oleh Allah SWT. Seperti pembiayaan rahn yang ada pada BMT NU Jatim Cabang Tanggul yang mana disana mereka memberikan pinjaman dana sesuai prinsip-prinsip ekonomi islam dan produk-produk lain yang dipasarkan juga sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam.

b. Khilafah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا
مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ
إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya: “Dan (ingatlah) ketika tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “aku hendak menjadikan khalifah di bumi.” Mereka berkata,” apakah engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia berfirman,”Sungguh, aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui”(QS. Al-Baqarah:30).¹⁰¹

Surah diatas menjelaskan bahwa Allah SWT menjadikan manusia sebagai khalifah dibumi, diberi hak untuk bekerja dan berusaha untuk kesenangan hidupnya dengan tidak berpolah-polah. BMT NU Jatim Cabang Tanggul mengembangkan perusahaannya dengan cara memasarkan produk funding dan landing untuk membantu perekonomian masyarakat. Dan produk-produk yang dipasarkan sudah

¹⁰¹ Al-Qur'an, 2:30.

terikat atau sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi dalam islam.

c. Keadilan

.... وَأَقْسَطُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ

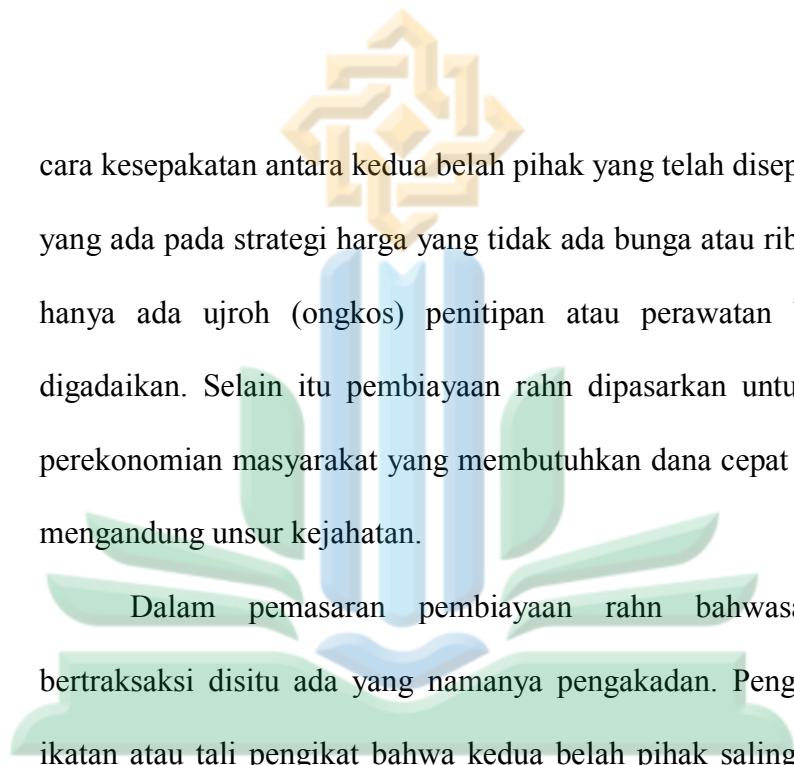
Artinya: “Dan berbuat adil, sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berbuat adil.” (QS. Al-Hujurat: 9).¹⁰²

Surat ini berkeinginan bahwa prinsip keadilan ialah untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia, pendapatan yang halal dan juga untuk pertumbuhan stabilitas. Dalam pemasaran produk pembiayaan

yang dijalankan oleh BMT NU Jatim Cabang Tanggul bertujuan untuk membantu perekonomian masyarakat serta mengelola dana yang ada agar menjadi stabil. Selain itu produk pembiayaan yang ada di BMT NU Jatim tidak ada bunga atau riba hanya ada ongkos (*ujroh*) untuk penitipan atau perawatan barang yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Dengan itu sudah bisa dilihat bahwa itu sudah salah satu menjauhi larangan Allah SWT.

Dalam strategi pemasarannya pembiayaan rahn BMT NU Jatim Cabang Tanggul sudah menerapkan sesuai prinsip ekonomi islam. Dalam menjalankan pemasarannya BMT NU Jatim menggunakan strategi 7p yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi, strategi orang, strategi bukti fisik, dan strategi proses. Pada strategi-strategi yang digunakan oleh BMT tidak ada unsur penipuan, perjudian maupun pemaksaan akan tetapi itu semua dilakukan dengan

¹⁰² Al-Qur'an, 49:9.



cara kesepakatan antara kedua belah pihak yang telah disepakati. seperti yang ada pada strategi harga yang tidak ada bunga atau riba akan tetapi hanya ada ujroh (ongkos) penitipan atau perawatan barang yang digadaikan. Selain itu pembiayaan rahn dipasarkan untuk membantu perekonomian masyarakat yang membutuhkan dana cepat dengan tidak mengandung unsur kejahatan.

Dalam pemasaran pembiayaan rahn bahwasanya waktu bertransaksi disitu ada yang namanya pengakadan. Pengakadan ialah ikatan atau tali pengikat bahwa kedua belah pihak saling sepakat dan

adanya pengakadan tersebut untuk kehati-hatian. Penerapan ekonomi islam sudah mulai diterapkan dalam pemasaran pembiayaan rahn yang ada di BMT NU Jatim Cabang Tanggul. Semua produk ya dipasarkan didalamnya sudah mengandung unsur ekonomi islam, tidak ada unsur riba, unsur keterpaksaan, unsur *gharar* (ketidakpastian), serta unsur *maysir* (perjudian atau untung-untungan). Jadi semua itu dilakukan dengan asas keadilan, asas sama-sama suka, dan juga adanya asas saling tolong-menolong.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul.

BMT NU Jatim Cabang Tanggul dalam strategi pemasarannya menggunakan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran dengan 7p yang meliputi

- a. Strategi produk (*product*)
- b. Strategi harga (*price*)
- c. Strategi tempat (*place*)
- d. Strategi promosi (*promotion*)
- e. Strategi orang (*people*)
- f. Strategi bukti fisik (*physical evidence*)
- g. Strategi proses (*process*).

Akan tetapi ada beberapa strategi yang kurang optimal seperti strategi produk yang mana banyak nasabah yang lebih atau minat dengan rahn emas daripada rahn BPKB dll. karena rahn emas lebih cepat dalam prosesnya beda dengan rahn BPKB yang harus survey terlebih dahulu dan menaruh BPKB, Kontak motor dan motornya di kantor. Salain itu strategi

yang kurang optimal ialah strategi tempat (*place*), strategi promosi (*promotion*) dan strategi bukti fisik (*physical evidence*)

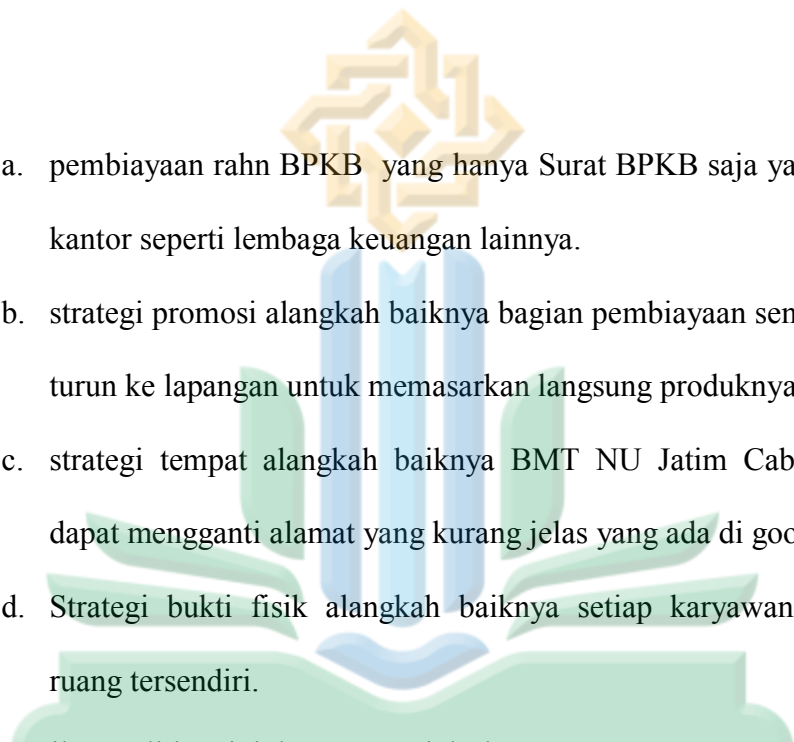
2. Perspektif Ekonimo islam dalam pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul.

Pembiayaan rahn dalam pemasarannya ialah untuk membantu perekonomian masyarakat yang membutuhkan dana cepat. Pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul ini dalam pemasarannya sudah menerapkan prinsip-prinsip dasar ekonomi islam, yang mana ada 3 prinsip yaitu prinsip ketauhidan, yang mana pada BMT NU jatim pemasaran pembiayaan rahn dilakukan dengan ajaran islam. Kedua prinsip khilafah, kita sebagai umat islam dianjurkan untuk bekerja agar bisa memenuhi kebutuhan. Ketiga prinsip keadilan, dmna implikasinya untuk memenuhi kebutuhan secara halal dan toyyib. Seperti yang telah diajarkan tidak boleh adanya riba, garar dan maysir,dimana BMT NU Jatim menggunakan pengakadan untuk kehati-hatiannya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan.adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Dalam memasarkan produknya diharapkan kepada pihak BMT NU Jatim Cabang Tanggul untuk lebih mengoptimalkan beberapa produknya seperti

- 
- a. pembiayaan rahn BPKB yang hanya Surat BPKB saja yang ditaruh di kantor seperti lembaga keuangan lainnya.
 - b. strategi promosi alangkah baiknya bagian pembiayaan sendiri juga ikut turun ke lapangan untuk memasarkan langsung produknya
 - c. strategi tempat alangkah baiknya BMT NU Jatim Cabang Tanggul dapat mengganti alamat yang kurang jelas yang ada di google maps.
 - d. Strategi bukti fisik alangkah baiknya setiap karyawan mempunyai ruang tersendiri.
2. Hasil penelitian ini hanya menjelaskan tentang pemasaran pembiayaan rahn dalam bentuk umum saja. Diharapkan kepada peneliti berikutnya untuk lebih rinci lagi dalam membahas pemasaran pembiayaan rahn.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



DAFTAR PUSTAKA

- Ajereni, Dwi Apriosy. " Strategi Pemasaran Produk Rahn Dalam Memperluas Market Share (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Cabang Blang Padang Banda Aceh) ". Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- Al Arif, M.nur Rianto. *Pengantar Ekonomi Syariah Praktik dan Teori*. Bandung : Pustaka Setia, 2015.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Aziz, Abdul. *Manajemen Produk*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022.
- Basri, Zulfiani. " Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (rahn) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Sentral Makassar ". *Islamic Banking, Economic And Financial* 2, no 2 (2022): 21- 35.
- E Kurtz David L Louis, pengantar bisnis kontemporer. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Fawzi, Marissa grace haque. *Strategi Pemasaran: konsep, teori dan implementasi*. et.al. Banten : Pascal Books, 2021.
- Halim, Fitria,dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Hariani, Mira. " Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (rahn) Dalam Mendorong Minat Nasabah di PT. BPRS PNM Patuh Beramal Kota Mataram ". Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2020.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.
- Herlambang, Susantyo. *Bsic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Gosyen Publising, 20014.
- Hutagalung, Muhammad Wandisyah R. *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*. Medan : Merdeka Kreasi, 2021.
- Ibrahim, Azharsyah. *Pengantar Ekonomi Islam*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Premada Media, 2004.
- Kotler philip, armstrong. prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: ERLANGGA, 2006.
- Kotler,philip. *Manajemen Pemasaran Global Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Prenhalindo, 2001.

- Mardanis, “ gadai syariah (*rahn*) dalam perspektif ekonomi islam dan fiqh muamalah “ Makalah, Institut keguruan dan ilmu pendidikan siliwangi, 2017.
- Maulana, Fazar. " Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (ar-rahn) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di Pegadaian Arif Rahman Hakim Bandar Lampung ". Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Moleong, Laxy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Muhammad. *System dan prosedur bank syariah*. Yogyakarta : Tim UII Press, 2000.
- Mulyasa, Deddy. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya, 2003.
- Nur Hidayah, Rizka Wakhidatul, “ Strategi Promosi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai Emas (*rahn*) Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kota Mojokerto “ Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.
- Roni Mohamad, dan Endang Rahim. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah,” Mutawazin Jurnal Ekonomi Syariah 2, nomor. 1 (2021): 21.
- Rusniawati, Dini. “ " Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus di Unit Pegadaian Syariah Pekalipan Cirebon) “ Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bunga Bangsa Cirebon, 2018.
- Saleh, Muhammad Yusuf, Sid Miah. *Konsep & Srategi Pemasaran*. Makassar:Sah Media, 2019.
- Sampe, ferdinandus. *Manajemen Strategis Teori dan Implementasi et.al*. Serang Banten:Sada Kurnia Pustaka, 2023.
- Sari, Ayun. " Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Luwu ". Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2021.
- Sari, Rahmita. " Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Madina ". Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, 2019.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2016.
- Suharno, Sutarso, Yudi. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Swasta, Basu, Irwan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2008.

Tanama Putri, Budi Rahayu. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas peternakan, Universitas Udayana, 2017.

Tim Penyusun. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jember : IAIN Jember, 2019.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang perbankan syariah.

Wahyudi rofiul, Ryandono Muhammad nafik hadi. *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktik*. Yogyakarta : UAD PRESS, 2018.

Wahyuni, Nur. " Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Di Kabupaten Bone ". Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021.

Yulianto, Muhammad Arief. " strategi pemasaran pembiayaan musiman dengan akad rahn di BMT Marhamah cabang kertek) " Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018.

Zainurossalama, Saida. *Manajemeen pemasaran*. NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber data	Metode penelitian	Fokus penelitian
STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN RAHN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS BMT NU JATIM CABANG TANGGUL)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi Pemasaran 2. Pemasaran Pembiayaan Rahn Dalam Ekonomi Islam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi Pemasaran 2. Pembiayaan Rahn 3. Ekonomi Islam 	<p>Strategi Pemasaran</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Strategi Pemasaran 2. Fungsi Dan Tujuan Strategi Pemasaran 3. Konsep Strategi Pemasaran <p>Pembiayaan Rahn</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Pembiayaan 2. Pengertian Rahn 3. Rukun Rahn 4. Syarat Syah Rahn <p>Ekonomi Islam</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Ekonomi Islam 2. Sistem Ekonomi Islam 3. Prinsip Dalam Ekonomi Islam 4. Sumber Hukum Ekonomi Islam 	<p>Data primer:</p> <p>Bapak Moch. Muslim, kepala cabang BMT NU Jatim</p> <p>Ibu Nurul Azizah, bagian pembiayaan BMT NU Jatim</p> <p>Ibu Nurul Latifa, admin BMT NU Jatim</p> <p>Ibu Novi Nuraini, teller BMT NU Jatim</p> <p>Ibu Kasiyati, nasabah BMT NU Jatim</p> <p>Data Skunder:</p> <p>Buku</p> <p>Jurnal</p> <p>Artikel dll</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan penelitian Kualitatif 2. Jenis penelitian studi lapangan 3. Teknik pengumpulan data (Observasi, Wawancara, Dokumentasi) 4. Analisis Data (Reduksi Data, Penyajian data, Verifikasi data) 5. Keabsahan data menggunakan Triangulasi Sumber 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana strategi yang digunakan dalam pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul? 2. Bagaimana perspektif ekonomi islam dalam pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul?



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Iro Datul Izzah

NIM : E20191039

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di BMT NU Jatim Cabang Tanggul)" adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 10 November 2023



Iro Datul Izzah
E20191039



PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Observasi

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan rahn BMT NU Jatim Cabang Tanggul.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan rahn dalam perspektif ekonomi islam.

B. Pedoman Wawancara

1. Kapan berdirinya BMT NU Jatim Cabang Tanggul ?
2. Bagaimana sejarah BMT NU Jatim ?
3. Bagaimana strategi yang digunakan dalam pemasaran pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul ?
4. Bagaimana BMT NU Jatim Cabang Tanggul dalam memasarkan produk dan jasa kepada masyarakat ?
5. Bagaimana BMT NU Jatim Cabang Tanggul dalam menetapkan ujroh kepada nasabah ?
6. Bagaimana letak geografis kantor BMT NU Jatim Cabang Tanggul ?
7. Bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh BMT NU Jatim Cabang Tanggul ?
8. Apakah semua pihak yang ada di BMT NU Jatim sama-sama menerapkan strategi pemasaran pembiayaan rahn ?
9. Bagaimana kondisi kantor BMT NU Jatim Cabang Tanggul ?
10. Bagaimana proses pencairan pembiayaan rahn di BMT NU Jatim Cabang Tanggul ?



11. Apakah dalam pemasaran BMT NU Jatim menggunakan sistem yang berbasis syariah ?

12. Apa saja yang menjadi rujukan ekonomi islam dalam BMT NU Jatim Cabang Tanggul ?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



Badan Hukum 158 4/11/2011/25435 113/2007 - Akte Notaris No. 08 Tgl. 04 Mei 2007
PAO P2T/09.02/01/NS/2014 - SILSP P2T/25/0A/00/01/00/2014 - NPWP 02.599.962.4.608.000

Alamat Kantor :

Jalan Karitaga No. 2 (Barat
Pasar Tanggul) Desa Tanggul Kulon
Kec. Tanggul Kab. Jember Kode Pos 68155
HP: 0852 5744 3009 - Telp./Fax : 0328 661654
Website : www.bmtgapura.com
e-mail : bmtnu_tanggul21@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moch Muslim, S.Sy

Jabatan : Kepala Cabang KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tanggul

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Iro Datul Izzah

NIM : E20191039

Semester : IX (Sembilan)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Instansi : UIN Khas Jember

Telah selesai melakukan penelitian di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Tanggul Jember terhitung mulai tanggal 20 Juli 2023 sampai dengan 27 September 2023, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus BMT NU Jatim Cabang Tanggul)."

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tanggul, 27 September 2023

KSPPS BMT NU Jawa Timur
Cabang Tanggul Jember
Kepala Cabang,


Moch. Muslim, S.Sy
NIP.2404.170516.0143



Jurnal Kegiatan Penelitian

Judul Penelitian:

Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus BMT NU Jatim Cabang Tanggul)

Lokasi Penelitian:

BMT NU Jatim Cabang Tanggul

Jl. Kamboja No.02 Kel. Tanggul Kulon, Kec. Tanggul, Kab. Jember.

NO	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	TTD
1	Sabtu, 15 Oktober 2022	Observasi Tempat Penelitian	 LUTFI
2	Rabu, 19 Oktober 2022	Menyerahkan Surat Izin Penelitian Kepada BMT NU Cabang Tanggul	 LUTFI
3	Kamis, 20 Juli 2023	Wawancara dengan Bagian Pembiayaan, Ibu Nurul Azizah	 ARISA
4	Selasa, 22 Agustus 2023	Wawancara dengan Kepala Cabang, Bapak Moch. Muslim	 MOCH. MUSLIM
5	Selasa, 22 Agustus 2023	Wawancara dengan salah satu nasabah pembiayaan rahn, Ibu Kasiyati	 KASIYATI
6	Rabu, 27 September 2023	Wawancara dengan Bagian Administrasi dan keuangan, Kak Nurul Latifa	 NURUL LATIFA
7	Rabu, 27 September 2023	Wawancara dengan Bagian Teller, Kak Novi Nuraini	 NOVI NURAINI
8	Rabu, 27 September 2023	Mengurus surat keterangan selesai penelitian	 LUTFI

Jember, 27 September 2023

Kepala Cabang BMT NU Cabang Tanggul


Moch. Muslim



DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan Bapak Moch. Muslim selaku Kepala Cabang BMT NU Jatim Cabang Tanggul.



Wawancara dengan Ibu Nurul Azizah selaku Bagian Pembiayaan BMT NU Jatim Cabang Tanggul.



Wawancara dengan Ibu Novi Nuraini selaku bagian Teller BMT NU Jatim Cabang Tanggul.



Strategi promosi (*promotion*) menaruh stiker pembiayaan rahn pada buku tabungan BMT NU Jatim Cabang Tanggul.



Strategi orang (*people*) pemasaran yang diterapkan oleh kepala cabang BMT NU Jatim Cabang Tanggul.



Strategi bukti fisik (*physical Evidence*) ruang tunggu nasabah BMT NU Jatim Cabang Tanggul.



Strategi bukti fisik (*Physical Evidence*) parkir BMT NU Jatim Cabang Tanggul.



Strategi Proses (*Process*) pencairan nasabah pembiayaan rahn BMT NU Jatim Cabang Tanggul.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos. 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-07.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Iro Datul Izzah
NIM : E20191039
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di BMT NU Jatim Cabang Tanggul)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 09 November 2023

An. Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Swahar Mulyadi





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: feb@uinkhas.ac.id Website: <http://feb.uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Iro Datul Izzah
NIM : E20191039
Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 06 November 2023
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


Dr. Hi Nurul Setianingrum, S.E., M.M
196905231998032001

BIODATA PENULIS



Nama : Iro Datul Izzah
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 25 Juni 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Sumber Canting, RT 002 RW 001,
Tugusari, Bangsalsari, Jember
Agama : Islam
No. HP : 081259673217
Email : irodahizzah@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SDN Tugusari 06 : 2007-2013
2. MTS Bustanul Ulum Bulugading : 2013-2016
3. MA Bustanul Ulum Bulugading : 2016-2019
4. UIN KHAS Jember : 2019-202