

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dalam kegiatan sehari-hari, uang selalu saja dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Disini yang jadi masalah terkadang kebutuhan yang ingin di beli tidak dapat dicukupi dengan uang yang dimilikinya. Kalau sudah demikian maka mau tidak mau harus mengurangi berbagai keperluan yang dianggap tidak penting, namun untuk keperluan yang sangat penting terpaksa harus dipenuhi dengan berbagai cara seperti meminjam dari berbagai sumber dana yang ada. Jika kebutuhan dana jumlahnya besar, maka dalam jangka pendek sulit untuk dipenuhi, apalagi jika harus dipenuhi lewat lembaga perbankan jika dana yang dibutuhkan relatif kecil tidak jadi masalah, karena banyak tersedia sumber dana yang murah dan cepat, mulai dari pinjaman ke tetangga, sampai ke pinjaman dari berbagai lembaga keuangan lainnya.<sup>1</sup>

Bagi mereka yang memiliki barang-barang berharga kesulitan dana dapat segera dipenuhi dengan cara menjual barang berharga tersebut, sehingga sejumlah uang dapat dipenuhi. Namun risikonya barang yang telah di jual akan hilang dan sulit untuk kembali. Kemudian jumlah uang yang diperoleh terkadang lebih dari yang diinginkan sehingga dapat mengakibatkan pemborosan. Untuk mengatasi kesulitan diatas dimana kebutuhan dana dapat

---

<sup>1</sup> Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ombak, 2014), hlm. 192

dipenuhi tanpa kehilangan barang-barang berharga, maka masyarakat dapat menjaminkan barang-barang berharga tertentu ke lembaga tertentu.<sup>2</sup>

Dalam filosofinya Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan meluncur produk terbaru yaitu Rahn Tasjily Tanah dimana tanah merupakan salah satu harta yang sudah diatur tata kelola serta ketentuan kepemilikannya sejak masa Rasulullah Saw. ketentuan kepemilikan atas tanah ini sangat penting karena menyangkut hak yang ditetapkan oleh Allah SWT bagi manusia untuk memanfaatkan tanah. Dalam Islam segala sesuatu yang ada di langit dan bumi termasuk tanah hakikatnya hakikatnya milik Allah SWT semata. Setelah tanah itu dimiliki, tanah bisa dikelola dan dimanfaatkan dengan baik. Syariat Islam mengatur agar pemilik tanah pertanian mengolahnya sehingga menjadi tanah yang produktif.

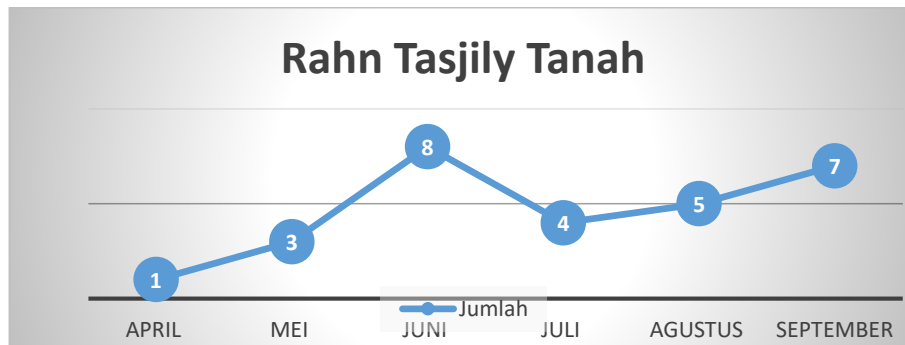
Negara dapat membantunya dalam menyediakan sarana produksi pertanian seperti irigasi dan sejenisnya. Apabila tidak mampu mengelola dan memanfaatkan tanah tersebut, maka sebaiknya tanah tersebut diserahkan pengelolaannya kepada orang yang di anggap mampu. Saat ini tanah memiliki berbagai fungsi sesuai dengan pemenuhan kebutuhan kontemporer, selain di tata kelola agar produktif, ternyata tanah juga bisa dijadikan agunan untuk gadai. Pemanfaatnya lewat produk yang di keluarkan oleh Pegadaian Syariah, yakni Rahn Tasjily Tanah untuk gadai sertifikat tanah.<sup>3</sup> Dimana RTT hanya ada di Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia termasuk Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan.

---

<sup>2</sup> Ibid hlm. 193.

<sup>3</sup> <https://pegadaiansyariah.co.id>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2019.

Tujuan Rahn Tasjily Tanah untuk menysasar pelaku usaha mikro yang membutuhkan modal usaha seperti petani, peternak hingga pemilik toko. Program tersebut diharapkan dapat menjembatani kebutuhan masyarakat akan modal usaha, bukan untuk menjebak para debitur terlilit utang. Keunggulannya jika debitur tidak mampu menebut utangnya, penyelesaian akan dilakukan secara syariah. Tanah yang di gadaikan akan di jual oleh pemberi agunan sesuai harga yang disepakati. Jika berlebih, akan di kembalikan kepada debitur, namun jika kurang maka sisanya tetap dibebankan kepada debitur. Berikut grafik Rahn Tasjily Tanah:



Grafik di atas menunjukkan banyaknya jumlah nasabah dari bulan April sampai September dimana setiap bulan perkembangannya selalu berubah. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi pemasaran tidak hanya diperuntukkan bagi usaha berskala besar saja. Usaha kecil juga membutuhkan strategi pemasaran untuk mengembangkan usahanya, karena sering kali pada saat kondisi krisis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Hubungan strategi dan pemasaran menjadi penting bagi dunia bisnis, karena pada hakikatnya hubungan ini merupakan langkah-langkah kreatif

yang berkesinambungan yang diupayakan oleh sebuah perusahaan juga mencapai target pemasaran terbaik dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen secara maksimal. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mencegah penurunan jumlah konsumen serta jatuhnya daya saing produk bisnis di pasar.<sup>4</sup>

Pemasaran merupakan satu kegiatan pokok yang harus dipahami dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang dan mendapatkan laba.<sup>5</sup> Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, di beli, dipergunakan, atau dikonsumsi dalam rangka memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Adapun jasa adalah kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan tertentu.<sup>6</sup> Strategi pemasaran adalah proses perencanaan dan implementasi kebijakan perusahaan untuk mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan yang sesuai dengan visi perusahaan.<sup>7</sup>

Produk adalah objek yang sangat vital yang memengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendatangkan tingkat keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga aktivitas operasional dan kesehatan keuangan perusahaan. Secara luas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan.<sup>8</sup> Pemasaran melibatkan penetapan visi perusahaan serta mengimplementasikan kebijakan dimana

---

<sup>4</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Erlangga, 2012), hlm. 33-34

<sup>5</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, Februari, 2013), hlm. 341.

<sup>6</sup> Ibid hlm. 344.

<sup>7</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Erlangga, 2012), hlm. 40

<sup>8</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Erlangga, 2012), hlm. 36.

perusahaan mampu untuk menghidupkan dan mengelola visi tersebut.<sup>9</sup> Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebuah produk dapat dipandang mengandung pemuas kebutuhan dalam jumlah tertentu. Selain itu produk juga dapat dilihat sebagai sekumpulan manfaat yang dicari konsumen. Produk tidak hanya meliputi atribut fisik, tetapi juga jasa yang mencakup sifat-sifat nonfisik, seperti harga, merek, warna, pelayanan dan lain-lain.<sup>10</sup>

Periklanan dan pemasaran adalah dua hal yang sangat sulit untuk dipisahkan, keduanya saling berkait satu sama lain. Periklanan merupakan bagian untuk memenuhi fungsi pemasaran di mana periklanan tidak sekedar memberikan informasi kepada khalayak tetapi juga ditujukan untuk memengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merk.<sup>11</sup>

Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran, yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>12</sup> Banyak orang mengatakan, pasar syariah adalah pasar yang emosional (*emotional market*), sedangkan pasar konvensional adalah pasar yang rasional (*rational market*). Dalam pasar syariah, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata untuk mencari keridhaan Allah maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dahadapan Allah SWT, ini akan

---

<sup>9</sup> Ibid hlm.40

<sup>10</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, Februari, 2013), hlm. 344.

<sup>11</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Erlangga, 2012), hlm. 78

<sup>12</sup> Irine Diana Sari, *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*, (Yogyakarta: Nuha Medika, Maret, 2010), hlm. 163.

menjadi bibit dan modal besar baginya untuk menjadi bisnis yang besar, yang memiliki *spiritual brand*, *charisma*, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi, seperti di sebutkan didalam Al-Quran.<sup>13</sup>

Sifat terpenting bagi pebisnis yang di ridhai Allah adalah kejujuran. Oleh karena itu tak heran jika prinsip al-amanah menjadi sangat penting perannya dalam hidup bermasyarakat dan bermuamalah.<sup>14</sup> Persaingan merupakan sebuah motivasi utama dalam strategi pemasaran.<sup>15</sup> Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas memberikan aturan-aturannya untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Persaingan bukan berarti upaya mematikan pesaing, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnis. Dalam berbisnis syariah, pebisnis muslim tidak boleh menghalalkan segala cara dalam mengungguli persaingan.<sup>16</sup>

Saingan-saingan tersebut hendaknya diperhitungkan, baik dari segi kemampuan/kualitasnya, dalam rangka mencari “pasar” nasabah bagi bank yang bersangkutan. Dengan demikian, bank tersebut mengetahui besarnya market share yang dimilikinya sehingga dapat pula mengatur “strategi” yang mampu merebut pasar.<sup>17</sup>

Kebijakan pembiayaan atau “*Ion policy*” suatu bank pada dasarnya merupakan pernyataan secara garis besar tentang arah dan tujuan pembiayaan oleh bank tersebut. Arah dan tujuan tersebut harus sejalan dengan misi dan

---

<sup>13</sup> Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, April, 2013), hlm. 64

<sup>14</sup> Ibid hlm. 69

<sup>15</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Erlangga, 2012), hlm. 41

<sup>16</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, Februari, 2013), hlm. 321

<sup>17</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, Maret, 2013), hlm. 215.

fungsi suatu bank, sedangkan misi dan fungsi suatu bank adalah maksud dan tujuan “*ideal*” yang di tetapkan oleh pemiliknya.<sup>18</sup> Ketentuan atau peraturan pemerintah atau bank Indonesia berupa hal-hal yang langsung berkenaan dengan salah satu sektor usaha, tetapi secara tidak langsung dapat memengaruhi kebijakan pembiayaan bank tersebut. Ketentuan yang langsung berkenaan dengan seluruh aktivitas perbankan tersebut dapat bersifat menunjang/mendorong kebijakan pembiayaan ke arah yang positif bagi bank tersebut.<sup>19</sup>

Menurut Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang di biayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Di dalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum Islam.<sup>20</sup>

Adapun pengertian *rahn* menurut Imam Ibnu Qadhamah dala *Kitab al-Mughni* adalah sesuatu benda yang dijadikan kepercayaan dari suatu hutang untuk dipenuhi dari harganya, apabila yang berhutang tidak sanggup membayarnya dari orang yang berpiutang. Sedangkan Imam Abu Zakaria al-Anshary dalam kitabnya *Fathul Wahab* mendefinisikan *rahn* adalah menjadikan benda yang bersifat harta benda sebagai kepercayaan dari suatu

---

<sup>18</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung; CV. Pustaka Setia, Maret, 2013), hlm. 211

<sup>19</sup> Ibid hlm. 214.

<sup>20</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta; Kencana Prenada Media Group, September, 2011), hlm 106.

yang dapat dibayarkan dari harta benda itu bila utang tidak dibayar.<sup>21</sup> Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian *rahn* adalah menahan harta salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai.<sup>22</sup>

Sudarsono menjelaskan bahwa *rahn* terbagi menjadi dua yaitu, *Rahn takmini* (benda tetap) atau *rahn tasjily* (benda bergerak). *Rahn takmini* atau *rahn tasjily* merupakan bentuk gadai dengan hanya memindahkan bukti hak kepemilikan benda jaminan seperti sertifikat tanah (benda tidak bergerak), Bukti Pemilik Kendaraan Bermotor/BPKB (benda bergerak) dan lainnya, namun bendanya sendiri berada pada penguasaan pihak pemberi jaminan.<sup>23</sup> *Rahn Tasjily* adalah jaminan dalam bentuk barang atas utang tetapi barang jaminan tersebut (*marhun*) tetap berada dalam penguasaan (pemanfaatan) *Rahin* dan bukti kepemilikannya diserahkan kepada *murtahin*.<sup>24</sup>

Untuk *rahn tasjily* dalam Fatwa No. 68/DSN-MUI/III/2008 disebutkan bahwa *rahn tasjily* disebut juga dengan *rahn ta'mini*, *rahn rasmi*, atau *rahn hukmi* adalah jaminan dalam bentuk barang atas utang dalam kesepakatan bahwa yang diserahkan kepada penerima jaminan (*murtahin*) hanya bukti sah kepemilikannya, sedangkan fisik barang jaminan tersebut (*marhun*) tetap berada dalam penguasaan dan pemanfaatan pemberi jaminan (*rahin*).<sup>25</sup>

<sup>21</sup> Sudarsono, 2003: 157, (Vol 18, No. 1, Juni, 2018).

<sup>22</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011), hlm. 112

<sup>23</sup> Azhar, Mekanisme Penggunaan Jaminan Kebendaan (Rahn Tasjily) Dalam Pembiayaan Bank Syariah di Indonesia dan Malaysia, (Nurani, Vol. 18, No. 1, Juni, 2015), hlm. 166.

<sup>24</sup> Mohammad Hilal Nu'man, *Implementasi Akad Rahn Tasjily Dalam Lembaga Pembiayaan Syariah*, (Aktualita, Vol. 1 No.2, Desember, 2018), hlm. 619.

<sup>25</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Depok: Kencana, Oktober, 2017), hlm. 404-405.



Dengan demikian dapat dimaknai bahwa rahn tasjily adalah jaminan kebendaan atas pembiayaan berupa benda bergerak seperti kendaraan bermotor maupun benda tidak bergerak seperti tanah yang mana hanya bukti atas hak kepemilikannya saja yang diserahkan kepada kreditur (murtahin).<sup>26</sup>

Dalam melakukan transaksi produk pembiayaan Rahn Tasjily Tanah semua kalangan masyarakat itu bisa mengajukan RTT asalkan jaminan sertifikat tanahnya harus atas nama sendiri. Yang bisa mengajukan RTT disini seperti pedagang, usaha kecil, pengusaha, PNS, dan lain-lain. Intinya dalam pengajuan pembiayaan RTT. Sertifikat tanah yang dijadikan yaitu sertifikat tanah apapun, baik tanah kosong, tanah ada bangunannya, yang penting tanahnya prospek misalnya tidak ada didekat kuburan yang lokasinya plosok desa, harus ada di tempat strategis seperti perkotaan, pinggiran kota, di lokasi desa pinggir jalan yang masih bisa di lewati oleh kendaraan.

Pegadaian Syariah Jokotole mengeluarkan produk barunya yaitu Rahn Tasjily Tanah di keluarkan pada pertengahan bulan Maret 2019. Untuk itulah peneliti tertarik dalam melakukan penelitian dengan mengangkat tema judul “Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah Di Pegadaian Syariah Jokotole Kantor Cabang Pamekasan”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian sebagaimana yang telah di uraikan di atas, maka peneliti mengambil fokus penelitian dalam penyusunan penelitian,

---

<sup>26</sup> Azhar, *Mekanisme Penggunaan Jaminan Kebendaan (Rahn Tasjily) Dalam Pembiayaan Bank Syariah di Indonesia dan Malaysia*, (Nurani, Vol. 18, No. 1, Juni, 2015), hlm. 166.

Bagaimana Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah Di Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini, Untuk Mengetahui Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah Di Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Manfaat atau kegunaan dari penelitian ini yakni manfaat atau kegunaan secara ilmiah dan manfaat atau kegunaan secara praktis antara lain sebagai berikut:

#### **1. Kegunaan secara Akademis**

##### **a. Bagi IAIN MADURA**

Untuk menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa/I IAIN MADURA dalam mengembangkan keilmuannya. Khususnya dalam bidang Perbankan.

##### **b. Bagi Peneliti**

Untuk meningkatkan wawasan dalam bidang perbankan syariah serta sebagai bentuk aplikatif atas apa yang telah di peroleh di bangku kuliah, serta untuk mengetahui bagaimana Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah.

#### **2. Kegunaan Secara Praktis**

**a. Bagi Pegadaian Syariah**

Sebagai pertimbangan dalam rangka meningkatkan kinerjanya, serta diharapkan dapat dijadikan acuan untuk menambah atau menginovasi produk-produk baru kedepannya dan pihak Pegadaian Syariah harus lebih semangat serta telaten dalam memperkenalkan produk-produknya kepada nasabah guna menarik minat nasabah untuk menggunakan atau bertransaksi pada Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan.

**b. Bagi Masyarakat Umum**

Hasil penelitian ini bisa menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah serta beralih kepercayaan yang awalnya dari Pegadaian Konvensional beralih ke Pegadaian Syariah. Terutama di Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan.

**E. Definisi Istilah**

Penelitian ini berjudul “Strategi Marketing Mix Produk Pembiayaan Rahn Tasjily Tanah di Pegadaian Syariah Jokotole Kantor Cabang Pamekasan”. Penulis perlu menjelaskan makna rangkaian kata yang terdapat dalam judul penelitian ini agar tidak terjadi kesalahpahaman bagi pembaca, sehingga penting untuk memperjelas istilah-istilah yang terdapat didalamnya. Adapun istilah-istilah kunci yang terdapat dalam penelitian ini yaitu:

1. Strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

2. *Marketing Mix* adalah seperangkat alat yang digunakan oleh pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan marketing mix 7p, yaitu *produk, price, place, promotion, people, process dan physical evidence*.
3. Produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.
4. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.
5. *Rahn Tasjily* Tanah adalah fitur layanan *Rahn* (gadai syariah) yang jaminannya berupa bukti kepemilikan tanah atau sertifikat tanah yang ditujukan kepada PNS, petani dan pengusaha mikro ataupun makro untuk mengembangkan usahanya.
6. Pegadaian Syariah adalah lembaga keuangan yang menyediakan transaksi pembiayaan dan jasa gadai berdasarkan prinsip syariah Islam.