

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Sistem ekonomi syariah muncul di era globalisasi, dan seiring dengan tujuan umat Islam untuk menjadikan Islam sebagai agama yang sejati, mustahil untuk memisahkan keduanya. Islam adalah agama kesatuan dan penyerahan diri seutuhnya kepada Allah SWT melalui penerapan syariatnya secara benar dan menyeluruh. Hal ini memberikan panduan dalam sejumlah aspek kehidupan manusia, termasuk hubungan dan perdagangan, yang keduanya sangat penting bagi kehidupan manusia.

Ilmu ekonomi tidak bisa dipisahkan dari aktivitas manusia karena manusia adalah makhluk hidup yang bernafas. Tujuan dasar ilmu ekonomi adalah membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Ilmu ekonomi mempelajari bagaimana menggunakan sesuatu secara efektif dan efisien serta bagaimana menangani uang.<sup>1</sup>

Status elemen pemasaran sebagai elemen yang viral dan strategis semakin menguat seiring dengan pesatnya ekspansi dunia bisnis dan persaingan yang semakin ketat. Pada kenyataannya, sering ditemukan bahwa konsep pemasaran masih belum dipahami dengan baik dan terkadang didasarkan pada penafsiran yang salah. Salah satu kesalahan yang dimaksud adalah seringnya terjadi penggabungan definisi penjualan

---

<sup>1</sup> FaridatusSa'adah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah*, Hal. 61-62

dan pemasaran. Sebenarnya, arti dari kedua frasa ini berbeda tidak hanya dalam semantiknya tetapi juga dalam penggunaan praktisnya.

Kewajiban penjual untuk menjual barang-barang perusahaan saat ini dan mengerahkan upaya yang signifikan dalam penjualan dan pemasaran merupakan inti dari konsep penjualan untuk mencapai target penjualan yang menghasilkan keuntungan. Sementara itu, menciptakan, memperkirakan, memasarkan, dan memberikan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen saat ini atau masa depan adalah sistem operasi perusahaan yang komprehensif yang dikenal sebagai pemasaran.

Terlihat dari kalimat sebelumnya bahwa kedua frasa tersebut memiliki orientasi yang sangat berbeda. Tujuan utama penjualan adalah mengubah persediaan penjual menjadi uang tunai karena penjualan terfokus pada keinginan penjual untuk menjual barangnya guna mendapatkan keuntungan. Sementara itu, pemasaran berkaitan dengan bagaimana menyediakan barang yang dapat dipasok kepada pelanggan untuk memenuhi permintaan mereka melalui berbagai saluran distribusi yang ditargetkan, agar pemasaran lebih menekankan orientasi pelanggan. Dalam pengertian ini, tujuan pemasaran adalah menyediakan barang dan jasa yang memberikan perasaan puas kepada pelanggan dan membujuk mereka untuk membeli barang-barang yang sedang dijual.

Untuk memberikan pengetahuan yang luas tentang kata tersebut, sudut pandang Philip Kotler mengenai konsep pemasaran penting yang mendasari definisi pemasaran berikut akan dibahas: Melalui proses

pemasaran sosial dan manajerial, individu dan kelompok dapat memuaskan keinginan dan keinginan mereka dengan memproduksi, menyediakan, dan menukar komoditas dan nilai dengan orang dan kelompok lain.<sup>2</sup>

Dari tujuh bauran pemasaran, hanya empat yaitu harga, tempat, promosi, dan proses yang sangat relevan dengan rencana pemasaran yang saat ini sedang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

Menurut Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, biayanya lebih kecil dibandingkan ujroh syariah lainnya. Di kantor pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep untuk mengambil ujroh setiap empat bulan sekali, sedangkan pada pegadaian syariah setiap setengah bulan sekali.<sup>3</sup>

Kemudian pada segi *place*, untuk lokasi atau tempat BPRS Bhakti Sumekar terletak di jantung kota, Kantor Pusat Sumenep mempunyai kepentingan strategis. Mendirikan organisasi keuangan syariah dengan jumlah pedagang yang lebih banyak adalah hal yang ideal. Kenyataannya, mengajukan permohonan barang Ar-Rahn sangat wajar jika seseorang sedang membutuhkan uang saat ini.

Selain itu, Dengan klien yang mengunjungi Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, organisasi ini melakukan pemasaran langsung.

---

<sup>2</sup>Moh. Aris Pasigai, *Pentingnya Konsep Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 Januari-April, 2009, 51-52

<sup>3</sup>Nurannisa Puji Beladien, 19 Mei 2023, Sumenep

Selain itu, BPRS juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat melalui pemasangan spanduk, penyebaran pamflet, dan promosi di media sosial.

Cara pencairan gadai emas (Rahn) di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep prosesnya cepat, mudah, dan tanpa bunga. Pinjaman ini tidak ada kelebihannya karena berdasarkan akad qardh. Nasabah cukup melakukan deposit atau biaya ujroh ke BPRS Bhakti Sumekar Sumenep agunan hanya dapat berupa perhiasan atau logam mulia yang nilainya ditentukan oleh kantor pusat.

Tidak termasuk empat bauran pemasaran yang disebutkan sebelumnya. Teknik pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) juga diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar.

Pertama, mengelompokkan pelanggan dengan persyaratan dan keinginan yang sama terhadap suatu produk adalah tujuan dari tahap segmentasi.

Selanjutnya pada tahap kedua yaitu *Targeting* dengan kata lain, bisnis ini melayani setiap ceruk pasar yang ada saat ini. Target pasar harus selaras dengan rangkaian produk yang ditawarkan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep yakni kepada semua kalangan masyarakat.

Tahap ketiga *Positioning*, yaitu penentuan posisi pasar. Dalam hal ini BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep harus menampakan keunggulan yang ada pada produk gadai emas (rahn) sehingga masyarakat akan tertarik terhadap keunggulan produk dibandingkan produk yang sama dengan perusahaan lainnya.

Strategi pemasaran merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam industri perbankan. Tujuan utama BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep adalah menjalankan strategi pemasaran yang berlandaskan hukum syariah Islam. Selain menggunakan strategi promosi tersebut, BPRS Bhakti Sumekar juga menyediakan barang-barang di atas rata-rata sehingga menarik minat banyak nasabah. BPRS Bhakti Sumekar menghasilkan beberapa barang unggulan, salah satunya adalah Gadai Emas (rahn).

Gadai syariah disebut ar-Rahn dalam bahasa hukum Islam, yaitu sejenis akad yang menjamin suatu barang sebagai jaminan suatu utang. Definisi rahn ini menyatakan bahwa rahn adalah perjanjian antara dua pihak untuk menjamin barang-barang berharga seperti emas, perhiasan, mobil, dan/atau aset lainnya kepada pemberi pinjaman sebagai jaminan sesuai dengan hukum Rahn. Rahn beroperasi dengan model bagi hasil yang disebut mudharabah atau pendapatan berbasis biaya (FBI), dari pada mengenakan bunga. Hanya biaya jasa penitipan dan biaya administrasi yang diterima dari nasabah atas barang gadai (ujrah) yang diperoleh berdasarkan perkiraan nilainya.

Masyarakat Indonesia sudah familiar dengan penggalangan dana seperti ini karena sudah ada sejak lama. Hal ini dilakukan sejalan dengan tujuan perusahaan pegadaian memberikan pinjaman kepada masyarakat umum dengan tagline “Menyelesaikan Masalah Tanpa Masalah.”<sup>4</sup>Struktur

---

<sup>4</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Edisi Revisi 8*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada 2008), h. 263-264

bunga yang digunakan dalam operasional pegadaian juga dilarang keras oleh hukum Islam. Namun hal tersebut tidak perlu dikhawatirkan lagi, karena belakangan ini bermunculan pegadaian syariah yang didirikan oleh pegadaian itu sendiri selain pegadaian tradisional.

Masyarakat kini memerlukan gadai emas atau rahn di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep karena prinsip dan kegiatannya berdasarkan syariah Islam, tidak bergantung pada komponen Maghrib (Maysir, Gharor, dan Riba). Penerbitan fatwa MUI baru-baru ini yang melarang bunga bank karena riba juga semakin memperkuat hal tersebut. Mayoritas penduduk muslim Indonesia tentu menginginkan aturan syariah Islam diterapkan dalam berbagai transaksi atau muamalat untuk memenuhi segala kebutuhannya.

Pasal 1150 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) mengatur tentang gadai, yaitu suatu perbuatan hukum yang melibatkan pengurusan hutang dan piutang dengan jaminan atas barang bergerak. Jaminan ini harus ada agar barang yang dijadikan jaminan itu berada dalam wilayah hukum pemberi gadai. Di Indonesia, Perusahaan Pegadaian menangani transaksi gadai. Tanggung jawab utama pegadaian adalah meminjamkan uang kepada siapa pun di masyarakat dengan tetap mematuhi peraturan perundang-undangan pegadaian.<sup>5</sup>

Pegadaian syariah berpedoman pada Al-Qur'an, Hadist, dan kitab hukum Islam lainnya, serta Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama

---

<sup>5</sup> ShintyaRobiatul Adawiyah, dkk, *Pelaksanaan Gadai Emas Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan Di Kota Bandar Lampung*, Vol. 1, No. 2, 2018, 156

Indonesia. Salah satu ciri yang dimiliki oleh semua produk berbasis syariah adalah tidak adanya riba, yang mencegah mereka membebankan tambahan (bunga) dengan cara yang berbeda, mengklasifikasikan uang berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu, sebagai alat pertukaran dan bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan dan menjalankan perusahaan untuk mendapatkan bayaran atas layanan yang diberikan. disebut juga “bagi hasil” Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas merupakan landasan hukum gadai syariah dalam rangka menegakkan prinsip syariah. Fatwa DSN MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang rahn yang menyatakan bahwa peminjaman dengan cara menggadaikan barang sebagai jaminan hutang berupa rahn diperbolehkan.<sup>6</sup>

Dengan demikian, gadai syariah dapat diartikan sebagai suatu pengaturan dimana seseorang atau lembaga keuangan mengalihkan harta kekayaannya, misalnya emas, perhiasan, mobil, atau harta kekayaan lainnya, kepada orang lain atau kepada perusahaan pengelola pegadaian syariah sesuai dengan gadai syariah. Pada saat yang sama, pegadaian memberikan tanda terima tunai sebanyak-banyaknya 90% dari perkiraan nilai barang yang diterimanya. Surat bukti komitmen harus dilengkapi dan ditandatangani untuk mengesahkan janji yang bersangkutan (rahn).<sup>7</sup>

Saat ini banyak bank syariah yang menyediakan produk gadai emas sebagai salah satu pilihan pembiayaan sebagai jawaban atas

---

<sup>6</sup> Iwan Setiawan, *Penerapan Gadai Emas pada Bank Syariah*, Al-Daulah Vol. 6, No.1, 2016, 157

<sup>7</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: SinarGrafika, 2008), 3

tingginya permintaan masyarakat terhadap gadai emas (Rahn). Bank syariah adalah bisnis, oleh karena itu tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan. Sebagaimana dikemukakan oleh A. Kadir, “asal-usul mencari keuntungan dilarang oleh undang-undang, kecuali jika dilakukan dengan cara yang bertentangan dengan ketentuan hukum syariah.” Setiap keuntungan yang diperoleh dari berbagai usaha ekonomi yang halal, secara teori, diperbolehkan. Biaya penitipan atas emas yang digadaikan konsumen dapat digunakan oleh bank syariah untuk mengimbangi margin keuntungan dari penyediaan produk gadai emas.

Salah satu dari sekian banyak institusi yang berkembang di Indonesia dalam menanggapi permasalahan perekonomian bangsa saat ini adalah lembaga keuangan syariah. Menyikapi permasalahan sosial ekonomi yang dihadapi masyarakat, sejumlah pihak menyambut baik dengan mengembangkan ide-ide kreatif keuangan syariah yang dapat diterapkan baik di perbankan maupun non-bank. Salah satu lembaga keuangan tersebut adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar Sumenep, yang memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana untuk mempertahankan usahanya.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank yang berfungsi sebagai perantara antara pihak yang membutuhkan uang dengan pihak yang mempunyai kelebihan uang tunai, memanfaatkan praktik bisnis berbasis syariah dalam operasionalnya. Dalam kasus ketika layanan lalu lintas pembayaran tidak ditawarkan oleh aktivitas ini. Usaha yang dengan izin Bank Indonesia menghimpun dana dari masyarakat, mengembalikan

uangnya, menawarkan jasa dan barang, atau melakukan kegiatan operasional komersial Bank Syariah lainnya sesuai dengan hukum Syariah. Masa depan bank syariah resmi bagi hasil oleh undang-undang perbankan menjadi landasan dilator BPRS Syariah.<sup>8</sup>

Uang biasanya dibutuhkan dalam aktivitas sehari-hari untuk membeli barang atau menutupi pengeluaran lainnya. Keadaan yang timbul adalah dana yang tersedia tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan pembelian. Dengan mengingat hal ini, orang harus mengurangi jumlah permintaan berbeda yang mereka anggap tidak penting, suka atau tidak. Meskipun demikian, ada sejumlah alternatif untuk memenuhi kebutuhan mendesak, seperti mengambil pinjaman dari sumber uang tunai yang ada. Oleh karena itu, sesuai dengan kaidah dan ketentuan gadai syariah, pihak-pihak yang membutuhkan dana akan disediakan oleh lembaga gadai syariah yang resmi berupa loket layanan gadai emas dari Bank BPRS Bhakti Sumekar Sunnep.

Perusahaan keuangan dengan pola pikir mencari keuntungan tentu memerlukan rencana pemasaran. Perusahaan yang terus menerus memproduksi barang atau jasa memanfaatkan strategi pemasaran untuk mendapatkan keunggulan dibandingkan pesaingnya di pasar. Membuat rencana perusahaan secara menyeluruh yang didasarkan pada strategi pemasaran adalah nama lain dari strategi pemasaran.

---

<sup>8</sup><https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/gadai-emas-ar-rahn/>

Perusahaan khususnya perbankan harus lebih jeli dalam memilih taktik yang akan digunakan merupakan upaya untuk menggugah minat nasabah dalam memanfaatkan produk atau jasa yang disediakan bank, mengingat pesatnya ekspansi bisnis di bidang jasa. Rencana pemasaran bank bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi penarikan nasabah. Variabel lain yang mempengaruhi hal ini adalah tuntutan nasabah yang mendesak agar prosedur pembayaran segera dilakukan, keinginan nasabah agar transaksi gadai bebas bunga (ribawi), dan lain-lain.

Di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, jumlah nasabah gadai emas (rahn):<sup>9</sup>

**Tabel 1.1**

**Data Jumlah Nasabah Gadai Emas (*Rahn*) Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

No	Bulan	Jumlah Nasabah
1.	Januari	166
2.	Februari	184
3.	Maret	188
4.	April	155
5.	Mei	175
6.	Juni	160
7.	Juli	178

<sup>9</sup>Nurannisa Puji Beladien, 19 Mi 2023, Sumenep

8.	Agustus	185
9.	September	192

Berdasarkan data diatas, jika dilihat dari secara keseluruhan pada bulan Januari – Agustus jumlah nasabah gadai emas (*rahn*) mengalami peningkatan. Hal ini membuktikan bahwa produk gadai emas (*rahn*) telah berkembang menjadi produk yang paling diminati masyarakat, sehingga meningkatkan minat dan banyaknya masyarakat yang memanfaatkan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep untuk menggadaikan emas.

Berdasarkan pembahasan di atas, ada baiknya untuk mengkaji permasalahan ini lebih lanjut dengan melakukan “**Strategi Pemasaran Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep**” adalah judul skripsi yang memuat penelitian mengenai teknik pemasaran

## **B. Fokus Penelitian**

Karena beberapa alasan yang penulis sebutkan di atas, tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran gadai emas (*rahn*) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep?
2. Bagaimana efektivitas dari strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah gadai emas (*rahn*) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penyelidikan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran gadai emas (rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep
2. Untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah gadai emas (rahn) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep

### **D. Kegunaan Penelitian**

Ini adalah manfaat dan nilai kegunaan yang diantisipasi dari penelitian ini:

#### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai sumber informasi, sumber informasi lebih lanjut mengenai gadai emas (rahn), dan dasar bagi proyek penelitian di masa depan yang membandingkan penelitian ini dengan penelitian lain yang lebih baru.

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

##### **a. Untuk Peneliti**

Ini akan menjadi pengalaman yang sangat bermanfaat untuk memperdalam ilmu di bidang ekonomi perbankan, khususnya terkait dengan taktik pemasaran gadai emas (rahn) guna meningkatkan minat konsumen terhadap BPRS, dan menjadi kebutuhan untuk menyelesaikan studi.

##### **b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura**

Riset akan digunakan sebagai sumber tambahan bagi mahasiswa dan orang lain, khususnya mereka yang mempelajari

perbankan Islam, ketika melakukan penelitian lebih lanjut atau mengerjakan proyek terkait pemasaran lainnya gadai emas (rahn).

**c. Untuk Masyarakat**

Hal ini dimaksudkan agar masyarakat mendapat informasi mengenai temuan penelitian ini, sehingga memungkinkan mereka mengevaluasi dan memilih barang dan bisnis yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

**d. Untuk BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Hasil penelitian dapat dikonsultasikan kepada Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep untuk menentukan pendekatan pemasaran terbaik terhadap barang gadai emas (rahn). Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi penilaian dalam promosi barang-barang yang dikandungnya dengan tetap memperhatikan strategi pemasarannya tersebut.

**E. Definisi Istilah**

Untuk mencegah “Strategi Pemasaran Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep” adalah judul proyek studi ini. Jika ada kesimpangsiuran mengenai maksud dari judul ini, maka peneliti akan memperjelasnya:

**1. Strategi Pemasaran**

Tujuan pemasaran adalah untuk memenuhi keinginan dan hasrat masyarakat melalui proses pertukaran. Dengan demikian, operasi pemasaran suatu perusahaan secara berkala dipandu oleh serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan, dan peraturan yang membentuk strategi

pemasarannya. Strategi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan penjualan melalui penerapan taktik dan metode tertentu untuk mempromosikan suatu produk, baik itu berupa jasa atau barang.

## **2. Gadai Emas (*Rahn*)**

Akad gadai syariah adalah akad yang didalamnya seseorang atau lembaga keuangan sepakat untuk mengalihkan harta benda, misalnya emas, kepada pihak lain sebagai jaminan berdasarkan hukum gadai syariah.<sup>10</sup> Gadai adalah istilah hukum melindungi hak kepemilikan individu yang berhutang uang atas barang bergerak yang mereka janjikan sebagai jaminan atas kewajiban tersebut. Jika debitur tidak mampu membayar tepat waktu, maka ia berhak menjual barang tersebut.

## **3. Minat Nasabah**

Minat merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh seorang pelanggan sebagai reaksi terhadap suatu barang yang mengindikasikan adanya keinginan untuk membeli.<sup>11</sup> Sumber inspirasi yang mendorong konsumen untuk mengikuti keinginannya adalah kepentingannya sendiri. Seseorang mungkin tertarik pada sesuatu jika mereka yakin hal itu bermanfaat. Hal ini kemudian dapat menghasilkan kepuasan jika kepuasan menurun, minat juga menurun. Dengan demikian, bunga bersifat sementara atau dapat berubah, bukan konstan.

---

<sup>10</sup>Iwan Setiawan, *Penerapan Gadai Emas Pada Bank Syariah Perspektif Hukum ekonomi Islam*, Al-Daulah, Vol. 1, No. 1 (2006)

<sup>11</sup>Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 164

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penting untuk membicarakan penelitian sebelumnya sebagai standar judul yang akan dibahas nanti, untuk mencegah tumpang tindih dengan studi sebelumnya. Dalam penelusuran kajian karya ilmiah yang dihubungkan dengan topik “Strategi Pemasaran Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah BPRS Bhakti Sumekar”, peneliti menemukan beberapa tema yang hanya relevan sedikit dengan tema yang akan peneliti gali, Kepala Sumenep Kantor." Termasuk tema-tema ini:

1. Kajian penelitian Fevvy Chandra Aulia Putri berjudul “Strategi Pemasaran Gadai Emas Produk Ar-Rahn Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Pada PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)”. Penelitian jenis ini memadukan desain penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Rencana pemasaran barang gadai emas (Ar-Rahn) yang diterapkan PT BPRS Metro Madani Cabang Jatimulyo memanfaatkan temuan penelitian. PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo mempunyai letak yang strategis, sedangkan dua faktor lokasi lainnya adalah harga dan lokasi. Variabel bauran pemasaran yang pertama ditetapkan pada tingkat yang lebih rendah dibandingkan pegadaian syariah, yakni menjadi pusat pasar, dan ideal jika Terdapat lembaga-lembaga keuangan syariah yang didirikan, dan sebagian besar stafnya adalah para pedagang. Strategi pemasaran atau promosi yang ketiga dilakukan oleh PT BPRS Metro Madani KC Jatimulyo dengan melakukan promosi dengan cara menginformasikan keunggulan produk kepada masyarakat. Ar-Rahn, empat cara proses

gadai emas BPRS Metro Madani adalah sebagai berikut: pinjaman berdasarkan akad qard yang artinya tidak ada kelebihan; klien cukup membayar biaya penyimpanan produk (ujroh). Prosedur pembayaran harus cepat, sederhana, dan bebas bunga.<sup>12</sup>

2. Penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Cabang Pegadaian Syariah Banda Aceh” Anisatur Rifka Dengan desain penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan penelitian, Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh mendasarkan strategi pemasaran produk gadai emas pada empat faktor yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi. Dari segi barang, hal ini dilakukan dengan menjadikan produk gadai emas sangat menarik dan diminati konsumen. Dari segi harga yaitu dengan menawarkan pembebasan biaya administrasi dan pengurangan biaya administrasi gadai emas pada saat transaksi gadai emas untuk barang gadai biasa. Dari segi persebaran dan kedudukannya, khususnya Karena letaknya di pinggir jalan, cabang Pegadaian Syariah di Banda Aceh sangat menguntungkan dan di pusat kota, berdekatan dengan kawasan perbelanjaan. Terkait periklanan, yang meliputi penggunaan baliho, pamflet, WhatsApp untuk pesan massal, dan media lainnya.<sup>13</sup>
3. Penelitian “Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah (Rahn) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Pusat Makassar” yang dilakukan oleh Zulfiani Basri.

---

<sup>12</sup>Fevvy Chandra Aulia Putri, “*Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Ar-Rahn Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Di PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)*”, (Skripsi, IAIN Metro, Lampung Utara, 2020)

<sup>13</sup>Anisatur Rifka, “*Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas di Cabang Pegadaian Syariah Banda Aceh*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022)

Metodologi penelitian ini memadukan desain studi kasus kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Pusat Makassar menggunakan pendekatan pemasaran jasa produk, pricing, place, dan promosi (PPP), proses, orang, dan bukti nyata—ketika menjual barangnya. (7p). Dalam bidang promosi, ini adalah taktik yang paling banyak digunakan. Pegadaian Syariah Cabang Pusat Makassar menjual barang unggulan yang lebih baik dibandingkan dengan penyedia jasa yang juga menawarkan jasa gadai.<sup>14</sup>

4. Penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Unit Lubuk Linggau)” yang dilaksanakan oleh Muhammad Okto Putra. Dengan desain penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan penelitian, unit Pegadaian Syariah Lubuk Linggau memasarkan barang gadai syariah dengan menggunakan empat unsur bauran pemasaran yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi. Dalam hal pengembangan produk, pelanggan kini dapat memilih elemen yang lebih penting bagi mereka. Fasilitas Pegadaian Syariah Lubuk Linggau berlokasi strategis di pinggir jalan ramai dan berada di jantung kota, berdampak langsung pada jumlah nasabah yang digaetnya. Sebab, lokasinya mudah

---

<sup>14</sup>Zulfiani Basri, “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Sentral Makassar*”, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2022)

ditemukan. Mengenai taktik periklanan, seperti penggunaan leaflet, brosur, pernak-pernik, dan materi lainnya.<sup>15</sup>

Tabel berikut menunjukkan persamaan dan perbedaan antara temuan penelitian ini dan penelitian sebelumnya:

**Tabel 1.2**

**Tabel Perbandingan Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Fevvy Chandra Aulia Putri (2020)	Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Ar-Rahn Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus Di PT.BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.</li> <li>- Membahas tentang strategi pemasaran</li> <li>- Membahas tentang produk gadai (<i>rahn</i>)</li> <li>- Menggunakan 4 bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini dilakukan di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, sedangkan objek penelitian sebelumnya adalah studi kasus pada PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo Lampung Selatan.</li> <li>- Penetapan ujroh pada penelitian</li> </ul>

<sup>15</sup> Muhammad Okto Putra, “Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Di Pegadaian Syariah Unit Lubuk Linggau)”, (Skripsi, IAIN Curup, 2020)

				terdahulu setiap satu bulan sekali, sedangkan pada penelitian ini ujroh yang di tetapkan yaitu setiap empat bulan sekali.
2.	Anisatur Rifka (2022)	Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas di Cabang Pegadaian Syariah Banda Aceh	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menerapkan penelitian deskriptif kualitatif.</li> <li>- Bicara tentang taktik pemasaran</li> <li>- Berbicara tentang barang gadai (rahn)</li> <li>- Memanfaatkan empat bauran pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini dilakukan di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang fokus pada studi kasus di Cabang Pegadaian Syariah Banda Aceh.</li> <li>- Berdasarkan penelitian terdahulu, biaya ujroh dibebaskan dari biaya administrasi barang gadai sehari-hari dan</li> </ul>

				<p>mendapat potongan transaksi gadai, sedangkan pada penelitian di tetapkan biaya ujroh yang relative murah yakni 6 rupiah/10.000</p>
3.	Zulfiani Basri (2022)	<p>Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Sentral Makassar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bicara tentang taktik pemasaran</li> <li>- Bicara tentang barang gadai (rahn)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studi kasus digunakan dalam penelitian kualitatif di masa lalu, namun penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Tujuh bauran pemasaran digunakan dalam penelitian sebelumnya, namun hanya empat yang digunakan di sini. Studi kasus penelitian</li> </ul>

				<p>dilakukan di Pegadaian Syariah Cabang Pusat Makassar, namun penelitian ini dilakukan di Kantor Pusat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.</p> <p>- Pada penelitian terdahulu biaya ujroh yang di tetapkan sebesar 5000, sedangkan pada penelitian ini biaya ujroh yang di tetapkan yaitu 6 rupiah/10.000</p>
4.	Muhammad Okto Putra (2020)	Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Unit Lubuk Linggau)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.</li> <li>- Bicara tentang taktik pemasaran</li> <li>- Bicara tentang barang gadai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fokus penelitian sebelumnya adalah studi kasus pada Pegadaian Syariah Unit Lubuk Linggau; penelitian ini dilakukan di kantor pusat BPRS</li> </ul>

			<p>(rahn)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan 4 bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>)</li> </ul>	<p>Bhakti Sumekar Sumenep</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada penelitian terdahulu biaya ujroh yang di tetapkan yaitu dengan memotong tarif ijarah dari 85 menjadi 80/10.000 nilai taksiran, sedangkan pada penelitian ini biaya ujroh yang di tetapkan yaitu 6rupiah/10.000</li> </ul>
--	--	--	---	---