



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA
BANK SYARIAH INDONESIA KC PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S-1)
Jurusan Perbankan Syariah*

Oleh :

FERNANDO JHODY ARISMAN
NIM. 1830401043

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fernando Jhody Arisman
NIM : 1830401043
Tempat/Tanggal Lahir : Payakumbuh, 10 Januari 2000
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh”** adalah hasil karya saya sendiri bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 28 Juni 2022

yang membuat pernyataan



Fernando Jhody Arisman

NIM. 1830401043

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas Nama: **Fernando Jhody Arisman**, NIM: 1830401043 dengan judul: **“Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh”** memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dilanjutkan *Munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 28 Juni 2022

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Pembimbing



Elmilyani Wahyuni. M.E.Sy
NIP. 198803302018012002



Ifelda Nengsih, SE.I., MA., CRP
NIP. 19860817 201903 2 006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus
Batusangkar



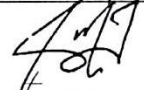


Dr. H. Rizal. M.Ag., CRP
NIP. 19731007 200212 1 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **FERNANDO JHODY ARISMAN**, NIM : 1830401043, dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh**”, telah diuji dalam Ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S1) dalam bidang Perbankan Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Ifelda Nengsih, SE.I., MA., CRP NIP. 19860817 201903 2 006	Ketua Sidang/ Pembimbing		12/8-22
2.	Idris, SE.Sy., MM NIP. -	Penguji I		12-8-22
3.	Fitri Yenti, SE.I., MA NIP. 201702012006	Penguji II		11-8-22

Batusangkar, Agustus 2022

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Rizal. M.Ag., CRP

NIP.19731007 2002121 001

BIODATA PENULIS



Nama : **Fernando Jhody Arisman**

NIM : **1830401043**

Tempat/Tanggal Lahir : **Payakumbuh/ 10 Januari 2000**

Jenis Kelamin : **Laki-Laki**

Jurusan : **Perbankan Syariah**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Agama : **Islam**

Email : **fernando.jhody@gmail.com**

Riwayat Pendidikan

SD : **MIN 1 Batam Tahun 2012**

SMP : **MTS N 1 Batam Tahun 2015**

SMA : **MAN 2 Batam Tahun 2018**

Perguruan Tinggi : **UIN Mahmud Yunus Batusangkar Tahun 2022**

KATA PERSEMBAHAN



Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas dukungan doa dari orang tua tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu dengan rasa syukur dan bahagia saya persembahkan rasa terimakasih saya kepada :

Allah SWT

Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana, walaupun jauh dari kata sempurna namun penulis bangga telah mencapai titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat

Ayah dan Ibu

Skripsi ini adalah persembahan istimewa saya untuk kedua orang tua saya, Ayah tercinta Riswandi dan Ibu Misnawati, yang telah memberikan dukungan moril maupun material serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya dan keberhasilan dalam penulisan skripsi ini. Ucapan terimakasih saya tak akan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua maka skripsi ini / karya tulis sederhana ini kupersembahkan untuk kedua orang tua tercinta

Adik

Untuk adik saya Felly Regina Putri Arisman yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan do'anya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang engkau berikan menjadikanku orang baik pula. Terimakasih

Dosen Pembimbing, Penguji dan Pembimbing Akademik

Kepada Ibu Ifelda Nengsih, SE.I., MA., CRP selaku Pembimbing, Ibu Nailur Rahmi, M.AG. selaku Pembimbing Akademik, Ibu Fitri Yenti, SE.I., MA selaku Penguji I dan Bapak Idris, SE.Sy., MM selaku Penguji II, saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya serta memberikan bimbingan dan pelajaran agar saya menjadi lebih baik dalam penulisan skripsi saya.

Orang Spesial

Kepada saudari Desi Rahmadani yang selalu ada disaat senang maupun susah, yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dari awal sampai saat ini. Yang tidak bosan-bosan mengingatkan saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih banyak

Teman-Teman

Terimakasih untuk kawan-kawan seperjuangan (Perbankan Syariah 18A) yang selama 4 tahun menjalani perkuliahan bersama-sama, yang sangat berkesan yang dihiasi canda, tawa, sedih dan kebersamaan yang kita rasakan selama ini, semoga kita bisa bertemu dan berkumpul kembali di kemudian hari. Semangat buat kawan-kawan yang masih berjuang untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) semoga diberikan kemudahan dan kelancaran. Dan terimakasih banyak juga buat sahabat-sahabatku Andrian Kaswari, Ana Daturahmi, Arsita Aulia Sari dan kk Yola Faisya yang telah memberikan support dan motivasi selama ini.

Terimakasih Banyak

ABSTRAK

FERNANDO JHODY ARISMAN NIM. 1830401043, judul skripsi “**Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh**” Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar, tahun ajaran 2022.

Pokok permasalahan dalam SKRIPSI ini adalah bagaimana penerapan strategi pemasaran gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dan kendala dalam pemasaran produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Penerapan Strategi pemasaran Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dan mengetahui hambatan dalam pemasaran cashback 20k produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*) dengan metode kualitatif. Sumber data penelitian ini adalah sumber data primer, yaitu wawancara langsung dengan kepala cabang dan *Pawning Staff Gadai emas* Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh, dan sumber data sekunder yaitu dokumen-dokumen Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh. data yang telah terkumpul diolah, langkah-langkah analisis data menggunakan reduksi data (*Data Reduction*), penyajian data (*Data Display*) dan kesimpulan atau verifikasi (*Conclusion Drawing Or Verification*).

Hasil penelitian ini adalah penerapan Strategi Pemasaran Gadai pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh menggunakan 4P yaitu pertama *Product* (Produk) dimana BSI KC Payakumbuh menciptakan program cashback 20k gadai emas dengan beberapa keunggulan dan manfaat yang akan di peroleh nasabah. Kedua *Price* (harga) BSI KC Payakumbuh memberikan biaya administrasi hanya di ambil pada saat realisasi pinjaman dan biaya pemeliharannya yang murah. Ketiga *Place* (tempat) untuk tempat sendiri BSI KC Payakumbuh sangat strategis yaitu terletak di tengah-tengah kota Payakumbuh. Keempat *Promotion* (promosi) BSI KC Payakumbuh menggunakan brosur, BSI Mobile dan secara langsung kepada nasabah baik itu nasabah yang datang ke bank maupun pihak bank yang langsung turun memberitahukannya kepada nasabah. Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh BSI KC Payakumbuh dalam produk gadai emas baik secara internal maupun eksternal yaitu kurangnya petugas layanan produk gadai emas yang mengakibatkan kurang maksimalnya di dalam memasarkan dan layanan gadai emas, kurangnya sosialisasi mengenai gadai emas kepada masyarakat yang menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk gadai emas tersebut. kurangnya animo masyarakat terhadap produk gadai emas dan persaingan yaitu pada bank lain baik itu bank umum syariah maupun bank umum konvensional (Bank Nagari Syariah, Bank Syariah Bukopin) dan pegadaian yang menyediakan gadai emas serupa.

Kata kunci: Penerapan Strategi Pemasaran Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

KATA PENGANTAR

Assalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, segala puji syukur penulis ucapkan kepadal Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia kepada setiap hamba-Nya. Dengan rahmat dan karunia-Nya itulah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam tidak lupa penulis kirimkan kepada baginda tercinta Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabat dan kepada para pengikut beliau sampai pada akhir zaman yang telah membentangkan jalan kebenaran dimuka bumi Allah yang tercinta ini yang kita nanti-nantikan syafa`atnya diakhirat nanti.

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat yang telah diberikan, baik nikmat sehat fisik maupun akal pikiran, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tujuan melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Jurusan Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh”**.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini pula perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus hati serta rasa penghargaan yang tak terhingga kepada kedua Orang Tua penulis yang tersayang dan tercinta dalam bentuk moril dan materil. Kepada Ayahanda Riswandi dan Ibunda Misnawati yang telah menjadi penyemangat sampai hari ini yang tiada lelah berjuang mencari nafkah dan selalu percaya dengan semua jalan dan perjuangan yang penulis lalui hari ini, memberi semangat dan dukungan serta kasih sayang yang tercurah kepada penulis hingga penulis bisa sampai dititik ini, yang tiada henti mengirimkan do`a dan restu juga rasa cinta. Tidak lupa juga kepada adik tercinta Felly Regina Putri Arisman yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih kepada seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan do`a, dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Selain itu pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Prof. Dr. Marjoni Imamora, M.Sc**, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
2. **Dr. H. Rizal, M.Ag. CRP** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
3. **Elmiliyani Wahyuni, M.E., Sy** selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, beserta staff Jurusan Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan dorongan dan fasilitas belajar kepada penulis selama mengikuti pendidikan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. **Nailur Rahmi, M. AG** selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dan kemudahan dalam persetujuan judul skripsi yang penulis ajukan.
5. **Ifelda Nengsih, SE.I., M.A., CRP** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. **Fitri Yenti, SE.I., MA** dan **Idris, SE. Sy., MM** selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak masukan agar skripsi ini lebih baik.
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar. Sehingga memperluas cakrawala keilmuan penulis.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan Mahasiswa/i Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2018 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terkhususnya seluruh Mahasiswa/i Jurusan **Perbankan Syariah 18A** yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
9. Terimakasih untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Terimakasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan seluruhnya yang dengan sukarela memberikan bantuan, semangat, motivasi, dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini terdapat kekhilafan dan kekeliruan, baik teknis maupun isinya. Kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Batusangkar, 28 Juni 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fernando Jhody Arisman', written in a cursive style.

Fernando Jhody Arisman
NIM. 1830401043

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
SURAT PENGESAHAN	
BIODATA DIRI	
KATA PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Sub Fokus	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian	7
F. Definisi Operasional	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Bank Syariah.....	9
2. Strategi	15
3. Strategi Promosi.....	20
4. Gadai (<i>Rahn</i>).....	25
B. Penelitian yang Relevan	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
C. Instrumen Penelitian	39

D. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	41
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
A. Temuan Penelitian	43
1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.....	43
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh	44
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.....	45
4. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh	50
B. Hasil Penelitian.....	55
C. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Data Nasabah Gadai Emas Bank Syariah KC Payakumbuh Dari Bulan Januari-Desember Tahun 2020-2021.....	4
Table 1. 2 Biaya Administrasi.....	5
Table 1. 3 Biaya Pemeliharaan.....	5
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian	38
Tabel 4. 1 Biaya Administrasi.....	56
Tabel 4. 2 Biaya Pemeliharaan.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	58
Gambar 4. 2.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara	72
Lampiran 2 Laporan Hasil Wawancara.....	73
Lampiran 3 Pengelolaan Data	79
Lampiran 4 Display Data	83
Lampiran 5 Surat Tugas Pra Seminar	89
Lampiran 6 Surat Tugas Seminar.....	90
Lampiran 7 Surat Tugas Pembimbing Skripsi	91
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian.....	92
Lampiran 9 Dokumentasi.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan dananya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Dua fungsi pokok bank yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat.

Sedangkan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya ialah menyalurkan dana kepada lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha (Ismail, 2011:23).

Dengan melihat perkembangan pesat yang terjadi diperbankan syariah beberapa lembaga keuangan khususnya perbankan syariah mulai membuka produk gadai syariah atau disebut dengan *rahn*. Namun untuk saat ini lembaga keuangan seperti perbankan syariah mengedepankan menerima barang gadai berupa emas lantakan, perhiasan ataupun koin emas. Hal ini disebabkan oleh kecilnya nilai resiko yang akan terjadi dan keberadaan nilai emas itu sendiri yang tetap stabil bahkan cenderung naik dari tahun ke tahun serta tidak terkena dampak inflasi.

Secara bahasa, *rahn* atau gadai berasal dari kata *ats-tsubut* yang berarti tetap dan *ad-dawam* yang berarti terus menerus. Sehingga air yang diam tidak mengalir dikatakan sebagai *maun rahin*. secara bahasa, *rahn* juga bermakna *al-habs* yang bermakna memenjara atau menahan sesuatu.

Sedangkan pengertian *rahn* dalam syariat adalah harta yang dijadikan jaminan atas sebuah hutang, supaya nilainya digunakan untuk melunasi hutang tersebut. Dengan kata lain, *rahn* adalah menyimpan sementara harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diberikan oleh berpiutang (yang meminjamkan) (Haidar, 2019:7).

Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat. Gadai emas saat ini tidak hanya dapat dilakukan di pegadaian syariah saja, tetapi juga dapat dilakukan di bank syariah. Beberapa bank syariah di Indonesia sudah menerapkan produk gadai emas. Sehingga hal tersebut dapat memudahkan masyarakat yang ingin melakukan pinjaman dana dengan menggunakan emas sebagai agunan atau jaminannya (Andri, 2010:402).

Suatu lembaga keuangan yang berorientasi terhadap perolehan laba (keuntungan) sudah pasti membutuhkan apa yang disebut strategi pemasaran bank, pengertian pemasaran bank itu sendiri suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan kepada nasabah (Kasmir, 2003:65).

Sedangkan pemasaran berpangkal pada kebutuhan pembeli yang belum terpenuhi dalam hal produk, kualitas, harga dan sebagainya. Produk bukan satu-satunya penjamin kepuasan akan tetapi ada beberapa variable lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni harga produk, lokasi dan distribusi.

Keberhasilan pemasaran tidak akan signifikan menambah jumlah nasabah tanpa didukung dengan strategi pemasaran, strategi pemasaran dinilai penting karena merujuk kepada persaingan pasar yang semakin ketat. Mulai dari persaingan dengan sesama bank syariah yang juga menawarkan produk gadai emas, persaingan dengan pegadaian syariah maupun perusahaan lain yang juga menawarkan produk gadai emas.

Pemasaran dibutuhkan tidak hanya oleh perusahaan-perusahaan akan tetapi digunakan oleh lembaga keuangan syariah misalnya lembaga keuangan syariah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Payakumbuh dalam pengembangan produk-produknya terkhusus produk gadai emas.

Beberapa lembaga keuangan mempunyai tujuan yang sama akan tetapi strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut sudah tentu berbeda-beda. Pada umumnya jajaran manajemen suatu lembaga keuangan akan selalu membuat rencana-rencana yang baik dan tepat. Jadi jelaslah masalah strategi bagi suatu lembaga keuangan sangatlah penting sebab strategi tersebut merupakan penentuan tercapainya tujuan yang telah direncanakan. Karena itu Bank Syariah Indonesia memasarkan produk gadai emas melalui promosi cashback 20K gadai emas sebagai suatu strategi untuk menarik minat nasabah menggunakan produk gadai emas, promosi cashback 20K gadai emas ini sudah di pasarkan dari bulan awal tahun 2021 oleh Bank Syariah Indonesia.

Syarat dan ketentuan :

1. Promo cashback Rp 20.000 untuk setiap nasabah yang telah mengajukan gadai emas melalui BSI Mobile dan proses pencairan gadai emas nasabah telah berhasil dilakukan oleh petugas gadai
2. Kuota cashback Rp 20.000 untuk 1.250 transaksi pertama selama periode promo
3. Cashback berupa saldo tabungan yang akan dikreditkan ke rekening pencairan yang dipilih nasabah saat mengajukan gadai melalui BSI Mobile
4. Cashback dikreditkan ke rekening nasabah H+3 (hari kerja) apabila sudah memenuhi ketentuan yang tertera diatas
5. Bank Syariah Indonesia berhak merubah syarat dan ketentuan promo sewaktu-waktu

6. Dengan mengikuti promo ini, nasabah dianggap mengerti dan menyetujui semua syarat dan ketentuan berlaku (www.bankbsi.co.id/, 2021).

Table1.1
Data Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Indonesia
KC Payakumbuh Dari Bulan Januari-Desember
Tahun 2020-2021

No.	Bulan	Jumlah Nasabah			
		2020	%	2021	%
1	Januari	84	-	140	2,9%
2	Februari	87	3,6%	150	7,1%
3	Maret	92	5,7%	155	3,3%
4	April	96	4,3%	163	5,2%
5	Mei	100	4,2%	170	4,3%
6	Juni	105	5%	183	7,6%
7	Juli	109	3,8%	196	7,1%
8	Agustus	115	5,5%	210	7,1%
9	September	122	6,1%	219	4,3%
10	Oktober	128	4,9%	227	3,7%
11	November	131	2,3%	250	10,1%
12	Desember	136	3,8%	257	2,8%

(Sumber : Dokumen PT. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh)

Berdasarkan table 1.1 di atas merupakan perkembangan nasabah gadai emas diketahui bahwa perkembangan jumlah nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia terus meningkat dari bulan ke bulan. Kenaikan tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor seperti strategi pemasaran dan pelaksanaan produk gadai emas yang baik.

Table 1.2
Biaya Administrasi

No.	Berat Emas	Biaya Administrasi (Rp)
1	< 30 Gram	25.000
2	31 - 150 Gram	80.000
3.	> 151 Gram	125.000

(Sumber : Dokumen PT. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh)

Biaya administrasi yang dibayarkan oleh nasabah diambil pada saat proses realisasi pinjaman gadai atau hanya di awal saat melakukan gadai emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Payakumbuh

Table 1.3
Biaya Pemeliharaan

No.	Harga (Rp)	Biaya Pemeliharaan Per 10 Hari	Interval Pinjaman/Plafon
1	Per 1 Gram	Rp 1.200	> Rp 100 juta
2	Per 1 Gram	Rp 1.300	Dari Rp 50 juta – Rp 100 juta
3	Per 1 Gram	Rp 1.400	Dari Rp 25 juta – Rp 50 juta
4	Per 1 Gram	Rp 1.500	Dari Rp 10 juta – Rp 25 juta
5	Per 1 Gram	Rp 1.600	< Rp 10 juta

(Sumber : PT. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh)

Biaya pemeliharaan pada saat berakhirnya masa pinjaman gadai emas atau pada saat pelunasan pinjaman gadai emas. Biaya pemeliharaan dihitung per 10/1 gram. semakin besar plafon pinjaman yang diajukan oleh nasabah maka semakin rendah biaya pemeliharaan yang diberikan oleh bank, dengan tujuan untuk menarik minat nasabah dalam melakukan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

Dengan melihat pemaparan singkat di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan memberikan gambaran tentang strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh melalui promosi cashback 20K gadai emas. Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GADAI EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KC PAYAKUMBUH**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat difokuskan masalah yang akan penulis teliti yaitu pada analisis strategi pemasaran gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

C. Sub Fokus

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka penulis membatasi masalah yang akan penulis teliti yaitu pada:

1. Bagaimana strategi pemasaran gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh?
2. Bagaimana kendala yang di hadapi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam menjalankan pemasaran cashback 20k gadai emas?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan strategi pemasaran gadai emas pada Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan penggunaan produk gadai emas
2. Untuk menjelaskan kendala strategi pemasaran cashback 20k gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

- a. Peneliti pasti mengharapkan hasil penelitiannya mempunyai manfaat tertentu bagi dirinya sendiri pada khususnya dan bagi orang lain pada umumnya.
- b. Menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang Perbankan Syariah.
- c. Sebagai kontribusi pemikiran tambahan atau referensi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Jurusan Perbankan Syariah UIN Mahmud Yunus Batusangkar.
- d. Menambah pengalaman dan pemecahan suatu masalah yang terjadi dalam dunia perbankan syariah khususnya mengenai strategi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan penggunaan produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia.

2. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian yang di harapkan dari penelitian ini adalah agar dapat diterbitkan dalam jurnal dan bisa menambah referensi di perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

F. Definisi Operasional

Ada beberapa istilah yang penulis gunakan dalam penelitian ini dan perlu diberi penjelasan secara mendalam. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi ini, untuk menghindari kesalahpahaman tersebut penulis menjabarkan beberapa istilah berikut :

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar

sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi dan sebagainya (Wibowo, 2015:61)

2. Gadai (*Rahn*)

Gadai atau dalam bahasa Arab *rahn* menurut arti bahasa berasal dari kata *Tsabata* yang artinya tetap, *Dama* yang artinya kekal atau langgeng, *Habasa* yang artinya menahan. Gadai (*rahn*) adalah menjadikan suatu barang sebagai jaminan atau uang dengan ketentuan bahwa apabila terjadi kesulitan dalam pembayarannya maka utang tersebut bisa dibayar dari hasil penjualan barang yang dijadikan jaminan itu (Muclis, 2007:286).

3. Cashback

Cashback berasal dari kata *cash* yang berarti tunai dan *back* yang artinya pengembalian. Secara sederhana *cashback* dapat dipahami sebagai pengembalian tunai. Dalam pengertian yang lebih luas *cashback* merupakan penawaran yang diberikan kepada konsumen dalam bentuk persentase pengembalian uang tunai atau uang virtual atau berupa suatu produk dengan persyaratan memenuhi minimal pembelian yang di tentukan (Mufid, 2021:31).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank syariah (*Islamic banking*) atau bank tanpa bunga (*interest-free banking*) adalah bank yang operasional dan produknya tidak menggunakan sistem bunga tetapi menggunakan konsep imbalan sesuai dengan yang di perjanjikan berdasarkan Al-Quran dan Hadist Nabi Muhammad (Ismail, 2010:29)

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 1 perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah mencakup kelembagaan, kegiatan usahanya. Dalam pasal 1 ayat 7 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Dalam pasal 1 ayat 12 menyebutkan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Sumar'in, 2012:50).

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist Nabi Muhamma SAW dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam (Elfadhli, 2018:10).

b. Konsep Bank Syariah

Kemunculan bank syariah didasari oleh adanya keinginan untuk mempraktekkan konsep transaksi di dalam syariah Islam yang tidak memperbolehkan pengambilan bunga seperti di praktekkan oleh bank konvensional. Merujuk kepada Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2004 tentang bunga (*interest/fa'idah*), dijelaskan bahwa bunga lembaga keuangan bank konvensional termasuk di dalamnya bank konvensional, termasuk riba dan riba haram hukumnya. Menurut Adiwarmanto Karim (2003) dalam hukum Islam dikenal 3 jenis riba yaitu :

1) Riba Fadl

Yaitu riba yang muncul dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak memenuhi kriteria sama kualitas, sama kuantitas dan sama waktu penyerahannya. Menurut Rasulullah terdapat 6 jenis barang dipertukarkan tergolong riba jika tidak terpenuhi tiga kriteria tersebut yaitu emas, perak, gandum, tepung, kurma dan garam. Di luar ke 6 jenis barang tadi dibolehkan sepanjang penyerahan barang dilakukan pada saat yang sama.

2) *Riba Nasi'ah*

Yaitu riba yang muncul akibat adanya transaksi utang-piutang yang tidak terpenuhi kaidah : utang muncul bersama resiko dan hasil usaha muncul bersama biaya. Riba Nasiah timbul manakala terjadi utang piutang hari ini dan dikembalikan pada hari lain dengan disertai adanya tambahan. Pihak yang memberi hutang telah memastikan diri telah memperoleh keuntungan berupa tambahan dana dari pokok yang dipinjamkan tanpa menanggung resiko kerugian usaha dan adanya beban biaya.

3) *Riba Jahiliyah*

Yaitu riba yang timbul ketika utang dibayar melebihi pokok pinjaman. karena si peminjam tidak mampu mengembalikan tepat waktu. Dinamakan riba jahiliyah karena banyak terjadi di zaman jahiliyah. Pada masa itu kreditur ketika menagih pelunasan seluruh pinjaman apabila tidak maka si peminjam harus memberi tambahan dengan pengembalian yang ditangguhkan dilain waktu.

c. Fungsi Bank Syariah

Dalam beberapa literature perbankan syariah, bank syariah dengan beragam skema transaksi yang dimiliki dalam skema non riba memiliki setidaknya empat fungsi yaitu :

1) Fungsi Manajer Investasi

Fungsi ini dilihat dari segi penghimpunan dana oleh bank syariah, khususnya dana mudharabah. Dengan fungsi ini bank syariah bertindak sebagai manajer investasi dari pemilik dana (*shahibul maal*) dalam hal dana tersebut harus dapat disalurkan pada penyaluran yang produktif sehingga dana yang dihimpun dapat menghasilkan keuntungan yang kemudian dilakukan bagi hasil antara bank syariah dan pemilik dana.

2) Fungsi Investor

Dalam penyaluran dana, bank syariah berfungsi sebagai investor (pemilik dana). Sebagai investor penanaman dana yang dilakukan oleh bank syariah harus dilakukan pada sektor-sektor yang produktif dengan resiko yang minim dan tidak melanggar ketentuan syariah. Selain itu, dalam menginvestasikan dana bank syariah harus menggunakan alat investasi yang sesuai dengan syariah. Investasi yang sesuai dengan syariah meliputi akad jual beli (*murabahah, salam dan istishna*), akad investasi (*mudharabah dan musyarakah*), akad sewa-menyewa (*ijarah dan ijarah muntahiya bittamlik*) dan akad lainya yang dibolehkan oleh syariah.

3) Fungsi Sosial

Fungsi sosial bank syariah adalah sesuatu yang melekat pada bank syariah. Setidaknya ada dua instrument yang digunakan oleh bank syariah dalam menjalankan fungsi sosialnya yaitu instrument Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf (*ZISWAF*) dan instrument *qardhul hasan*. Instrument *ZISWAF* berfungsi untuk menghimpun *ZISWAF* dari masyarakat, pegawai bank, serta bank sendiri sebagai lembaga milik para investor.

Dana yang dihimpun melalui instrument *ZISWAF* selanjutnya akan disalurkan kepada yang berhak dalam bentuk bantuan atau hibah memenuhi kebutuhan hidupnya. Instrument *qardhul hasan* berfungsi menghimpun dana dari penerimaan yang tidak memenuhi kriteria halal serta dana infak dan sedekah yang tidak ditentukan peruntukannya secara spesifik oleh yang memberi. Selanjutnya dana *qardhul hasan* disalurkan untuk :

- a) Pengadaan atau perbaikan kualitas fasilitas sosial dan fasilitas umum masyarakat (terutama bagi dana yang

berasal dari penerimaan yang tidak memenuhi kriteria halal)

- b) Sumbangan atau hibah kepada yang berhak
- c) Pinjaman tanpa bunga yang diprioritaskan pada masyarakat golongan ekonomi lemah, tetapi memiliki potensi dan kemampuan untuk mengembalikan pinjaman tersebut.

4) Fungsi Jasa Keuangan

Fungsi jasa keuangan yang dijalankan oleh bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional seperti memberikan layanan kliring, transfer, inkaso, pembayaran gaji, letter of guarantee, letter of credit dan lain sebagainya. Namun dalam hal mekanisme mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut bank syariah tetap harus menggunakan skema yang sesuai dengan prinsip syariah (Yaya, 2014:48).

d. Akad – Akad pada Bank Syariah

Berikut adalah beberapa akad yang digunakan dalam bank syariah adalah sebagai berikut :

1) *Wadiah*

Akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang.

2) *Mudhrabah*

Akad kerjasama suatu usaha antara pihak pertama (shahibul maal atau bank syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*amil, mudharib atau nasabah*) yang bertindak selaku pengelola dana dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank syariah kecuali jika pihak kedua

melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.

3) *Musyarakah*

Akad kerjasama diantara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana masing-masing

4) *Murabahah*

Akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.

5) *Salam*

Akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati

6) *Istishna*

Akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (*mustashni* ') dan penjual atau pembuat (*shani* ').

7) *Ijarah*

Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri

8) *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik*

Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang.

9) *Qardh*

Akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya

pada waktu yang telah disepakati (www.ojk.go.id/id/Default.aspx).

10) *Rahn*

Menahan barang sebagai jaminan atas hutang (Fatwa DSN MUI No.25/DSN-MUI/III/2002, 2002).

2. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat perang, siasat atau akal untuk mencapai sesuatu yang dimaksud dan tujuan yang telah direncanakan.

Sedangkan dalam istilah berasal dari kata Yunani *strategate*, *stratos* (militer) dan *ag* (pemimpin) arti seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagi, penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Fandy, 2001:3).

Griffin (2000) mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai akan tetapi strategi juga di maksudkan untuk mempertahankan kelangsungan organisasi di lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya (Sule, 2006:132).

Menurut Chamdler (1962) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Selain itu ada juga defenisi yang lebih khusus misalnya pada dua pakar strategi Hamel dan Prahalad (1995) yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal penting mereka mendefenisikan strategi

dengan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.

Dengan demikian strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan (Umar, 2003:16).

Dengan demikian strategi diarahkan atau dialamatkan bagaimana organisasi itu memanfaatkan atau mengusahakan agar dapat mempengaruhi lingkungannya serta memilih upaya pengorganisasian internal. Dari gambaran di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi dalam upaya pencapaian tujuan dalam organisasi tersebut.

b. Jenis-Jenis Strategi

- 1) Corporate Strategy menunjukkan arah keseluruhan strategi perusahaan dalam arti apakah perusahaan akan memilih strategi pertumbuhan (*growth*), strategi stabilitas (*stability*) atau strategi pengurangan usaha (*retrenchment*), serta bagaimana pilihan strategi tersebut disesuaikan dengan pengelolaan berbagai bidang usaha dan produk yang terdapat di dalam perusahaan.
- 2) Business strategy merupakan strategi yang di buat pada level *business unit*, divisi atau *product-level* dan strateginya lebih ditekankan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan di dalam suatu industri tertentu atau segmen pasar tertentu.

- 3) Functional strategy yang dibuat oleh masing-masing fungsi organisasi perusahaan (misalnya strategi marketing, strategi keuangan, strategi produksi) dengan tujuan menciptakan kompetensi yang lebih baik dibandingkan pesaing (*distinctive competence*) sehingga akan meningkatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*).

c. Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu terdapat 6 fungsi yang harus dilakukan secara simultan yaitu :

- 1) Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- 2) Menghubungkan, mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya
- 3) Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang di dapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- 4) Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang
- 5) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan
- 6) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

Fungsi strategi berikutnya adalah menghasilkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang, khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang di olah atau digunakan. Fungsi yang penting dalam hal ini adalah dihasilkannya sumber-sumber daya nyata yang penting, tidak hanya

pendapatan, tetapi juga repitisi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.

Strategi membantu pengkoordinasian dan pengarahan aktivitas organisasi, menunjukkan bagaimana para individu bekerja sama dengan yang lain. Strategi baru menyiapkan keputusan yang cocok atau sesuai hal ini sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi. Selanjutnya fungsi terakhir dari strategi adalah proses yang terus menerus berjalan bagi penemuan dengan tujuan untuk menciptakan dan menggunakan sumber-sumber daya serta mengarahkan aktivitas pendukungnya.

Pola fungsi dan strategi harus dijalankan dengan mengikuti pemahaman kondisi yang baru akan dihadapi serta menilai implikasinya terhadap banyak tindakan. Semua hal tersebut harus di perhatikan secara menyeluruh dan dinilai secara satu kesatuan atau suatu strategi yang di ambil atau ditetapkan (Assauri, 2010:7).

d. Tujuan Strategi

Tujuan dari strategi adalah untuk mempertahankan atau mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pesaing (Winardi, 1997:96).

Tujuan dari sebuah strategi juga merupakan tujuan yang berdimensi jangka panjang yang merupakan hasil yang akan datang, misalnya dapat disebutkan antara lain tujuan yang ingin dicapai adalah kemampuan dalam *profitability*, *return on investmen*, posisi bersaing, kepemimpinan teknologi, tanggung jawab sosial dan mengembangkan sumber daya manusia (Muclis, 2007:213).

e. Level Strategi

Dalam level perusahaan terdapat 3 level strategi yaitu level korporasi, level unit bisnis atau lini bisnis dan level fungsional. Berikut penjelasannya :

1) Strategi Level Korporasi

Strategi level korporasi dirumuskan oleh manajemen puncak yang mengatur kegiatan dan operasi organisasi yang memiliki lini atau unit bisnis lebih dari satu. Dalam mengembangkan sasaran level korporasi, setiap perusahaan perlu menentukan salah satu dari beberapa alternatif berikut :

- a) Kedudukan dalam pasar
- b) Inovasi
- c) Sumber daya fisik dan finansial
- d) Produktivitas
- e) Profitabilitas
- f) Prestasi dan pengembangan manajerial
- g) Prestasi dan sikap karyawan

2) Strategi Level Unit Bisnis

Strategi level unit bisnis lebih diarahkan pada pengelolaan kegiatan dan operasi suatu bisnis tertentu, strategi level unit bisnis berupaya menentukan pendekatan yang sebaiknya digunakan oleh suatu bisnis terhadap pasarnya.

Dalam strategi level unit bisnis ada 3 strategi generic yang dapat dipilih diverensiasi, fokus dan *cash leadership*. Strategi ini biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industrinya atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis umumnya menekankan pada peningkatan laba produksi dan penjualan (Umar, 2010:17)

3) Strategi Level Fungsional

Strategi level fungsional merupakan strategi dalam kerangka fungsi-fungsi manajemen (secara tradisional terdiri atas riset dan pengembangan, keuangan, produksi, operasi, pemasaran dan sumber daya manusia) yang dapat mendukung strategi level unit bisnis.

Strategi fungsional umumnya lebih terperinci dan memiliki jangka waktu yang lebih pendek dari pada strategi organisasi. Tujuan pengembangan strategi fungsional adalah untuk mengkomunikasikan tujuan jangka pendek, menentukan tindakan-tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan jangka pendek dan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif pada pencapaian tujuan tersebut.

3. Strategi Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Promosi merupakan salah satu cara yang dibutuhkan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, kegiatan promosi harus dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran serta diarahkan dan dikendalikan dengan baik sehingga promosi tersebut benar-benar dapat memberikan kontribusi yang tinggi dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2004: 78) bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut “empat P” yaitu:

1) *Product* (produk)

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, *design*, fitur, nama merek, kemasan serta layanan.

2) *Price* (Harga)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu.

3) *Place*

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen

4) *Promotion*

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Definisi promosi menurut Kotler (2005) adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk dan mengingatkan para konsumen

sasaran agar membeli produk tersebut. Secara rinci tujuan promosi menurut tjiptono (2008: 221-222) adalah sebagai berikut:

- a) Menginformasikan
- b) Membujuk pelanggan sasaran
- c) Mengingatkan (Wibowo, 2015:61)

b. Tujuan Promosi

Tujuan promosi menurut Kasmir adalah untuk menginformasikan tentang keberadaan produk melalui iklan dan untuk mempengaruhi dilakukan melalui *sales promotion* serta untuk memberikan citra perbankan dapat dilakukan melalui publisitas. Pada umumnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan harus berdasarkan kepada tujuan sebagai berikut :

1) Modifikasi tingkah laku

Tujuan dari promosi ini adalah berusaha untuk mengubah tingkah laku dan pendapat individu tersebut dari tidak menerima suatu produk menjadi setia terhadap produk.

2) Memberitahu

Kegiatan promosi yang ditujukan untuk memberikan informasi kepada pasar yang dituju, tentang pemasaran perusahaan, mengenai produk tersebut berkaitan dengan harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan dan keistimewaannya. Promosi yang bersifat informasi ini umumnya lebih disukai dan dilakukan pada tahap-tahap awal dalam siklus kehidupan produk.

3) Membujuk

Promosi ini diarahkan untuk mendorong pembelian agar dapat memberi pengaruh kepada konsumen dalam jangka waktu lama, promosi ini akan menjadi dominan jika produk yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan.

4) Mengingat

Promosi yang bersifat mengingat adalah salah satu hal yang utama untuk mempertahankan suatu produk pada konsumen. Paling tidak perusahaan harus berusaha untuk memberikan kepercayaan dan mempertahankan pembeli yang ada (Kasmir, 2004:176).

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Bauran Promosi

Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi strategi bauran promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- 1) Dana yang tersedia
- 2) Karakteristik produk
- 3) Karakteristik pasar
- 4) Pemasaran
- 5) Pasar sasaran
- 6) Pesaing
- 7) Tahap dalam daur hidup produk
- 8) Bauran pemasaran lainnya (Mujib, 2016:80)

d. Analisis Strategi Promosi

Sesuai dengan teori Nana Abdurahman bahwa promosi adalah semua kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan, membujuk dan mengingatkan pelanggan pada produk atau perantara. Secara umum promosi dapat dilakukan melalui lima cara sebagai berikut :

1) Priklanan

Priklanan merupakan semua bentuk penyajian dan promosi non personal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan sponsor tertentu. Iklan digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi orang.

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti :

- a) Pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis
 - b) Percetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau dipusat perbelanjaan
 - c) Pemasangan spanduk dilokasi tertentu yang strategis
 - d) Pemasangan melalui media massa seperti Koran atau majalah
 - e) Pemasangan melalui media elektronik seperti TV dan radio
 - f) Dan menggunakan media lainnya
- 2) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Personal Selling merupakan komunikasi dua arah antara karyawan jasa dengan pelanggan yang dirancang untuk langsung mempengaruhi proses pembelian (Lovelock dan Wright). Dimana sifat langsung dari *personal selling* memungkinkan bagi penjualan menyesuaikan pesan tersebut agar cocok dengan kebutuhan dan keinginan tertentu masing-masing pelanggan. Melalui *personal selling* kebutuhan-kebutuhan dapat diidentifikasi, pertanyaan dapat dijawab dan segala persoalan dipecahkan

3) Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek yang ditawarkan kepada pelanggan dan perantara untuk merangsang pembelian produk (Lovelock dan Wright, 2005). Dengan kegiatan promosi penjualan diharapkan dapat mempercepat keputusan pembelian dan memotivasi pelanggan menggunakan jasa tertentu lebih cepat dalam volume yang lebih besar pada setiap pembelian atau lebih sering.

4) Publisitas dan Hubungan Masyarakat

Publisitas merupakan salah satu alat promosi yang cukup potensial dan menguntungkan dalam mengkomunikasikan produk barang atau jasa. Publisitas mempunyai kesamaan dengan iklan, dimana kedua alat promosi ini sama-sama menggambarkan komunikasi massa. Tapi yang membedakan kedua alat promosi ini yaitu pada publisitas tidak mengeluarkan biaya untuk melakukan kegiatannya. Publisitas dapat dimuat dalam media secara gratis karena perwakilan dari media menganggap informasi tersebut penting dan layak untuk disampaikan pada khalayak ramai (Mujib, 2016:80)

4. Gadai (*Rahn*)

a. Pengertian Gadai (*Rahn*)

Menurut bahasa, gadai (*al-rahn*) berarti *asl-tsubut* dan *al-habs* yaitu penetapan dan penahanan. Ada pula yang menjelaskan bahwa rahn adalah terkurung atau terjerat.

Menurut Syara' yang dimaksud dengan rahn ialah :

- 1) Akad yang objeknya menahan harga terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna darinya.
- 2) Menjadikan suatu benda berharga dalam pandangan syara' sebagai jaminan atau uang selama ada dua kemungkinan untuk mengembalikan uang itu atau mengambil sebagian benda itu.
- 3) Akad perjanjian pinjam meminjam dengan menyerahkan barang sebagai tanggungan utang
- 4) Gadai ialah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan hutang dengan adanya benda yang menjadi tanggungan itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima (Suhendi, 2008:105).

Gadai (*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 dan sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai (Syafi'i, 2001:128)

Pegadaian menurut Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150 disebutkan gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak yang diserahkan kepadanya oleh seorang berhutang atau oleh seorang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan (Soemitra, 2010:387).

Menurut Ahmad Azhar Basyir gadai adalah perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang atau menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan *murhun bih* sehingga dengan adanya tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima (Zainuddin, 2008:2).

Menurut Bank Indonesia 1999 gadai adalah akad penyerahan barang atau harta (*marhun*) dari nasabah (*rahin*) kepada bank (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang .

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa gadai syariah (*rahn*) dalam pandangan Islam adalah harta yang dijadikan oleh pemiliknya sebagai jaminan hutang dan kepercayaan terhadap hutang yang dapat dijadikan (seluruh atau sebagiannya)

untuk pembayaran hutang apabila orang yang berhutang tidak dapat membayar hutangnya.

b. Dasar Hukum Rahn

1) Al-Quran

Qs. Al-Baqarah ayat 282 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَأَلْيَكْتُبْ
وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا (البقرة
(282)

Artinya : “Wahai Orang-orang yang beriman, apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang di tentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar, janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berhutang itu mendiktekan dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, tuhanannya dan janganlah dia mengurangi sedikitpun dari padanya.” (Qs.Al-Baqarah: 282).

2) Hadist

a) Hadist riwayat Aisyah ra. Ia berkata :

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ
إِلَىٰ أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Artinya : “Rasulullah SAW pernah membeli makanan dari seorang yahudi dengan cara menanggukkan

pembayarannya, lalu beliau menyerahkan baju besi beliau sebagai jaminan”.(Bukhari Muslim)

b) Nabi bersabda :

الظَّهُرُ يُرَكَّبُ بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرَهُونًا، وَلَبَنُ الدَّرِّ يُشْرَبُ

بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرَهُونًا وَعَلَى الَّذِي يَرَكَّبُ وَيَشْرَبُ النَّفَقَةَ

Artinya : “Tunggangan (kendaraan) yang di gadaikan boleh dinaiki dengan menanggung biayanya dan binatang ternak yang digadaikan dapat diperah susunya dengan menanggung biayanya. Bagi orang yang menggunakan kendaraan dan pemerah susu tersebut wajib menanggung biaya perawatan dan peneliharaan”.(Bukhari Muslim)

3) Ijma’

Berkaitan dengan pembolehan perjanjian gadai ini, jumhur ulama juga berpendapat boleh dan mereka tidak pernah berselisih pendapat mengenai hal ini. Jumhur ulama berpendapat bahwa disyari’atkan pada waktu tidak bepergian maupun pada waktu bepergian, berdasarkan kepada perbuatan Rasulullah Saw dalam hadits di atas. Demi keabsahan suatu perjanjian gadai yang dilakukan oleh pihak bank dengan nasabah, ada beberapa rukun dan syarat yang harus dipenuhi yaitu :

- a) Akad (*Sighat*)
- b) Orang yang bertransaksi (*Aqid*)
- c) Adanya barang yang di gadaikan (*Marhun*)
- d) Utang (*Marhun Bih*).

4) Landasan Hukum

Dalam pasal 19 ayat (1) huruf q Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa kegiatan usaha Bank Umum Syariah antara lain melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan di bidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Fatwa DSN-MUI yang merupakan hukum positif karena keberadaannya di tunjuk oleh Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah juga telah mengatur Rahn. Fatwa yang dimaksud yakni Fatwa No:25/DSN-MUI /III/2002 Tentang *Rahn* Dan Fatwa No:26/DSN-MUI /III/2002 Tentang Rahn Emas. Substansi fatwa No:25/DSN-MUI /III/2002 Tentang Rahn adalah sebagai berikut:

- a) penerima barang (*Murtahin*) mempunyai hak untuk menahan barang (*Marhun*) sampai semua utang yang menyerahkan barang (*Rahin*) dilunasi.
- b) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *Rahin*, *Marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *Murtahin* kecuali seizin *Rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *Marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
- c) Pemeliharaan dan penyimpanan *Marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *Rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *Murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *Rahin*
- d) Besar biaya administrasi dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman (Hanifa, 2021:72)

Adapun Substansi Dan Fatwa No:26/DSN-MUI /III/2002 Tentang *Rahn* Emas adalah sebagai berikut :

- a) *Rahn* Emas dibolehkan berdasarkan prinsip *Rahn* (lihat Fatwa DSN nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*).
- b) Ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) ditanggung oleh penggadai (*rahin*).
- c) Ongkos sebagaimana dimaksud ayat 2 besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan.
- d) Biaya penyimpanan barang (*marhun*) dilakukan berdasarkan akad Ijarah (Khotibul, 2017:173)

c. Rukun dan Syarat Gadai Syariah

Kesepakatan tentang perjanjian penggadaian suatu barang terkait dengan akad sebelumnya yakni utang piutang (*al-dain*) karena tidak akan terjadi gadai dan tidak akan mungkin seseorang menggadaikan benda atau barangnya kalau tidak ada utang yang dimilikinya. Dalam menjalankan penggadaian syariah, penggadaian harus memenuhi rukun gadai syariah. Rukun gadai syariah tersebut antara lain :

- 1) *Ar-Rahin* (orang yang menggadaikan)

Orang yang telah dewasa, berakal, bisa di percaya dan memiliki barang yang di gadaikan

- 2) *Al-Murtahin* (yang menerima gadai)

Orang, bank atau lembaga yang di percaya oleh *rahin* untuk mendapatkan modal dengan jaminan barang gadai

- 3) *Al-marhun/rahn* (barang yang di gadaikan)

Barang yang digunakan *rahin* untuk dijadikan jaminan dalam mendapatkan utang

- 4) *Al-marhun bih* (utang)

Sejumlah dana yang diberikan *murtahin* kepada *rahin* atas dasar besarnya tafsiran *marhun* (Sutedi, 2011:27).

Sedangkan syarat-syarat sahnya akad dalam perjanjian gadai (*Rahn*) adalah sebagai berikut :

- 1) Orang yang berakal sehat
- 2) Orang yang sudah baligh
- 3) Barang yang dijadikan jaminan itu ada pada saat akad sekalipun tidak satu jenis
- 4) Barang tersebut di pegang oleh orang yang menerima gadai (*murtahin*) atau wakilnya

Diantara ketentuan syarat-syarat rahn menjelaskan rukun *rahn* adalah sebagai berikut :

1) *Rahin*

- a) *Rahin* baligh dan berakal sehat, karena tidak sah jika rahin itu anak kecil, orang gila dll. Adapun wali yang di perbolehkan menggadaikan harta untuk kepentingan atau kemaslahatan orang-orang yang ada di perwaliannya.
- b) *Rahin* yang akan melakukan transaksi gadai. Setiap yang sudah melakukan transaksi jual beli, ia juga sudah diperbolehkan untuk melakukan gadai seperti melakukan jula beli yang merupakan pengelolaan harta.

2) *Sighat* (akad)

- a) Akad tidak boleh terkait dengan syarat tertentu dan juga suatu waktu di masa depan.
- b) Mempunyai sisi pelepasan barang dan pemberian hutang seperti halnya akad jual beli. Maka tidak boleh diikat dengan syarat tertentu atau dengan suatu waktu tertentu atau dengan waktu di masa depan.

3) *Marhun bih* (hutang)

- a) Harus merupakan hak yang wajib diberikan atau diserahkan pemiliknya

- b) Memungkinkan pemanfaatannya. Bila sesuatu yang menjadi hutang itu tidak bisa di manfaatkan maka tidak sah
- c) Harus dikuantifikasi atau dapat di hitung jumlahnya. Bila tidak dapat diukur atau tidak dapat dikuantifikasikan, *rahn* tidak sah.

4) *Marhun* (barang)

- a) Para ulama sepakat, syarat yang berlaku pada barang yang biasa di perjualbelikan. Syarat-syarat barang gadai antara lain :
 - (1) Harus bisa di perjualbelikan
 - (2) Harus berupa barang yang bernilai
 - (3) Marhun harus bisa di manfaatkan secara syariah tidak berbentuk barang yang di haramkan.
 - (4) Harus di ketahui fisiknya
 - (5) Harus dimiliki oleh rahin, setidaknya atas izin pemiliknya.

d. Akad Perjanjian Gadai

Ulama syafi'iyah berpendapat bahwa pegadaian bisa sah bila memenuhi 3 syarat yaitu :

- 1) Harus berupa barang karena uang tidak bisa digadaikan
- 2) Penetapan kepemilikan penggadaian atas barang yang di gadaikan tidak terhalang seperti *mushaf*.
- 3) Barang yang digadaikan bisa di jual manakala sudah masa pelunasan utang gadai

Berdasarkan tiga syarat di atas, maka dapat di ambil alternatif dalam mekanisme perjanjian gadai adalah menggunakan 3 akad perjanjian. Ketiga akad tersebut adalah :

- 1) Akad *Al-Qardul Hasan*

Akad ini dilakukan pada kasus nasabah yang menggadaikan barangnya untuk keperluan konsumtif. Dengan demikian *rahin* akan memberikan biaya upah atau fee kepada pegadaian (*murtahin*) yang telah menjaga atau merawat barang gadai (*marhin*) tersebut.

2) *Akad Al-Mudharabah*

Akad dilakukan untuk nasabah yang menggadaikan jaminannya untuk menambahkan modal usaha (pembiayaan investasi dan modal kerja). Dengan demikian *rahin* akan memberikan bagi hasil (berdasarkan keuntungan) kepada *murtahin* sesuai dengan kesepakatan sampai modal yang di pinjamkan terlunasi.

3) *Akad Bai Al-Muqayadah*

Untuk sementara akad ini dapat dilakukan jika *rahin* yang menginginkan menggadaikan barangnya untuk keperluan produktif artinya dalam menggadaikan *rahin* tersebut menginginkan modal kerja berupa pembelian barang. Sedangkan barang jaminan yang dapat di jaminkan untuk akad ini adalah barang-barang yang dapat dimanfaatkan oleh *rahin* atau *murtahin*. Dengan demikian *murtahin* akan membelikan barang yang sesuai dengan keinginan *rahin* dan *rahin* akan memberikan *mark-up* kepada *murtahin* sesuai dengan kesepakatan pada saat akad berlangsung sampai batas waktu yang telah ditentukan (Sudarsono, 2005:164).

e. Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia

Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternative memperoleh pembiayaan secara cepat. Pinjaman gadai emas merupakan fasilitas

pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Jaminan emas yang diberikan disimpan dalam penguasaan atau pemeliharaan bank atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa. Bank syariah dalam melaksanakan produk ini harus memperhatikan unsur-unsur kepercayaan kesepakatan, jangka waktu dan resiko.

Bagi calon nasabah yang ingin mengajukan permohonan dapat mendatangi bank-bank syariah yang menyediakan fasilitas pembiayaan gadai emas dengan memenuhi persyaratan :

- 1) Mempunyai objek berupa emas batangan, emas perhiasan atau koin dinar
- 2) Besaran karat agunan berada dalam rentang 16-24 karat
- 3) Merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia
- 4) Sudah mengaktifasi aplikasi Bank Syariah Indonesia Mobile
- 5) Telah berusia setidaknya 21 tahun di buktikan dengan kepemilikan KTP
- 6) Melakukan pengajuan gadai emas pada hari kerja

Selain syarat umum di atas, nasabah Bank Syariah Indonesia harus mempersiapkan beberapa dokumen persyaratan berikut ini :

- 1) Foto Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- 2) Foto NPWP (khusus pengajuan di atas Rp 50.000.000)
- 3) Foto jaminan atau agunan emas

Bila semua syarat sudah terpenuhi maka nasabah Bank Syariah Indonesia sudah bisa langsung mengajukan permohonan gadai emas melalui aplikasi BSI Mobile (<https://bankbsi.co.id/>, 2021).

f. Kelebihan Dan Kekurangan Gadai Emas Di BSI

- 1) Kelebihan
 - a) Sesuai syariah Islam
 - b) Pengajuan dilakukan secara online di aplikasi resmi

- c) Bisa menggunakan cara pick up
- d) Biaya cenderung ringan
- e) Keamanan terjamin
- f) Proses gadai cenderung cepat
- g) Menyediakan simulasi angsuran gadai
- h) Plafon pembiayaan besar

2) Kekurangan

- a) Baru bisa digunakan oleh nasabah BSI
- b) Tenor atau jangka waktu gadai tergolong singkat meski bisa di perpanjang
- c) Metode pick up belum bisa digunakan di seluruh area.

g. Cara Gadai Emas Bank Syariah Indonesia

1) Gadai Emas BSI Offline

Gadai emas BSI melalui cara offline artinya penyerahan jaminan harus dilakukan dengan cara mendatangi salah satu kantor cabang BSI.

- a) Pertama akseslah BSI Mobile lalu masuk ke menu **Emas** lalu **Gadai Emas** lalu **Gadai Emas Fisik**
- b) Selanjutnya masukkan data emas untuk melakukan simulasi nilai taksiran
- c) Jika besaran taksiran sesuai maka tekan tombol **Metode Pengajuan** lalu pilih **Datang ke Bank**
- d) Berikutnya masukkan pilihan kantor BSI, tanggal serta jam datang, lalu upload foto KTP beserta selfie KTP
- e) Lanjut isi data lainnya hingga mendapat **Resi Bukti Pengajuan Gadai** di dalam inbox BSI Mobile ataupun email
- f) Selanjutnya Anda hanya perlu mendatangi kantor cabang sesuai tanggal serta jam pilihan

- g) Di kantor serahkanlah jaminan emas, lalu tunggu hingga mendapat **SBGE (Surat Bukti Gadai Emas)**
- h) Terakhir hanya perlu menunggu uang di kirimkan ke rekening (<https://bankbsi.co.id/>, 2021).

2) Gadai Emas BSI Online (Pick Up)

Sebenarnya gadai emas melalui pick up hanya mempunyai perbedaan pada proses penyerahan agunan. Dimana nasabah tidak perlu ke kantor karena akan ada petugas BSI mendatangi langsung kerumah.

- a) Pertama akseslah BSI Mobile lalu masuk ke menu **Emas** lalu **Gadai Emas** lalu **Gadai Emas Fisik**
- b) Selanjutnya masukkan data emas untuk melakukan simulasi nilai taksiran
- c) Bila nilainya sesuai maka tekan tombol **Metode Pengajuan** lalu pilih **Layanan Pick Up**.
- d) Berikutnya masukkan pilihan kantor BSI, tanggal serta jam datang, lalu upload foto KTP beserta selfie KTP
- e) Lanjut isi data lainnya hingga mendapat **Resi Bukti Pengajuan Gadai** di dalam inbox BSI Mobile ataupun email
- f) Selanjutnya Anda hanya perlu mendatangi kantor cabang sesuai tanggal serta jam pilihan
- g) Di kantor serahkanlah jaminan emas, lalu tunggu hingga mendapat **SBGE (Surat Bukti Gadai Emas)**
- h) Terakhir hanya perlu menunggu uang di kirimkan ke rekening (maksimal H+1 setelah emas diambil) (<https://bankbsi.co.id/>, 2021).

B. Penelitian yang Relevan

Afrida Irmania Sari, NIM : 13202005, penelitian berupa skripsi di Bank Nagari Syariah Cabang Payakumbuh pada tahun 2017 dengan judul **“Strategi Pengembangan Produk Gadai Emas Pada Bank Nagari Syariah Cabang Payakumbuh Melalui Analisis SWOT”**. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengembangkan produk gadai emas perlu adanya strategi agresif Bank Nagari Syariah Cabang Payakumbuh dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut : a. Mengembangkan produk gadai emas melalui teknologi modern, b. Menjaga kepercayaan nasabah dengan produk yang ditawarkan dan dengan layanan yang diberikan, c. Meningkatkan pengetahuan karyawan dalam bidang strategi bisnis. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian ini membahas bagaimana strategi pengembangan produk gadai emas dengan menggunakan analisis SWOT apakah ada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan produk gadai emas di Bank Nagari Syariah Cabang Payakumbuh. Berbeda dengan penelitian yang penulis yaitu memfokuskan pada strategi pemasaran BSI dalam meningkatkan penggunaan gadai emas melalui cashback 20k gadai emas.

Skripsi dengan judul **“Analisis Pelaksanaan Pembiayaan Menggunakan Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Panjang”**. Oleh Fathi Risqhi NIM 08202020 . Tulisan ilmiah ini membahas bagaimana pelaksanaan pembiayaan gadai emas pada Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Padang Panjang dengan hasil penelitian bahwa pelaksanaan pembiayaan gadai emas sudah dilaksanakan berdasarkan standar prosedur operasional BSM, biaya-biaya yang di ambil untuk pembiayaan gadai emas tersebut dihitung berdasarkan besarnya pembiayaan yang diterima nasabah, akad yang digunakan yaitu menyertakan akad qard, rahn dan ijarah boleh dilakukan oleh bank syariah pada akadnya karna untuk mengambil kebutuhan masyarakat yang butuh pertolongan cepat dan dalam jangka waktu singkat hal ini sudah sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional No.79/DSN-MUI/III/2011 dan Surat

Edaran Bank Indonesia No. 14/7/DPbs tanggal 29 Februari 2012. Persamaan dengan tulisan penulis yaitu sama-sama membahas mengenai gadai emas namun berbeda dari segi tempat penelitian dimana penulis meneliti di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Payakumbuh dan penulis meneliti tentang strategi pemasaran BSI dalam meningkatkan penggunaan produk gadai emas.

Penelitian oleh Ulil Ansor Prodi Perbankan Syariah UIS Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2014 dengan judul “ **Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri pada Produk Gadai Emas Dalam Meningkatkan Daya Saing Sesama Bank Syariah**”. Dalam penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing antar sesama bank syariah. Strategi pemasaran yang diterapkan Bank Syariah Mandiri adalah dengan melakukan kerja sama dengan kantor pos. Berbeda dengan penelitian yang penulis yaitu memfokuskan pada strategi pemasaran BSI dalam meningkatkan penggunaan gadai emas melalui cashback 20k gadai emas.

Penelitian yang di tulis oleh Tiara Nurvianti NIM 1602100074 jurusan perbankan syariah, Istitut Agama Islam Negeri Metro tahun 2020, dengan judul ”**Implementasi Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kedaton Bandar Lampung Berdasarkan Fatwa DSN-MUI/III/2002**“. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Bank Syariah Mandiri telah berjalan dengan berdasarakan prinsip syariah dan ketentuan yang berlaku pada Fatwa Dewan Syariah Nomor: 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn* dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn* emas. Dapat dilihat dalam hal akad yang digunakan pada produk gadai emas, rukun dan syarat serta penjualan *marhun* dijalankan berdasarkan prinsip syariah dan ketentuan yang berlaku dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional. Persamaan dengan tulisan penulis yaitu sama-sama membahas mengenai gadai emas namun berbeda dari segi tempat penelitian dimana penulis meneliti di Bank Syariah Indonesia Kantor

Cabang Payakumbuh dan penulis meneliti tentang analisis strategi pemasaran gadai emas pada Bank Syariah Indonesia.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian lapangan (*fiel research*) yaitu penelitian yang langsung ke lapangan atau pada responden. Maka dalam pengumpulan data peneliti menggali data-data yang bersumber dari lapangan, yang mana dalam hal ini penelitian dilakukan pada Karyawan dan kapala cabang Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh. Penelitian ini bersifat deksriptif analisis, yang mana dalam penelitian ini menggunakan penelitian survei yang sifatnya deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis dalam menafsirkan fenomena yang terjadi. Dimana penulis memperoleh data yang dibutuhkan dalam pembahasan penulisan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Payakumbuh yang terkait tentang strategi BSI dalam meningkatkan penggunaan produk gadai emas.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh Jl. Ade Irma Surayani No. 3 D-E, Payakumbuh, Sumatera Barat dan waktu penelitian dilakukan dari November-Februari tahun 2021-2022

**Tabel 3. 1
Jadwal Kegiatan Penelitian**

Uraian	Tahun 2021-2022									
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
Pengajuan Proposal										
Bimbingan Proposal										
Seminar Proposal										
Revisi Setelah Seminar										

Proposal										
Penelitian										
Bimbingan Skripsi										
Munaqasyah										

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini adalah alat-alat yang diperlukan atau yang digunakan untuk mengumpulkan data. Ini berarti dengan menggunakan alat-alat tersebut data dapat dikumpulkan. Dalam penelitian ini, instrumen utamanya yaitu peneliti sendiri dan memerlukan alat pendukung yang akan dijadikan sebagai instrumen berupa daftar pertanyaan, handphone, buku catatan dan pena.

D. Sumber Data

Adapun sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang di kumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang menerbitkan atau menggunakannya (Soeratno, 2003:85).

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer yaitu karyawan di bagian *Payment Officer* gadai emas (Zulkha dan Eko) dan Kepala Cabang (Willy) di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh, yang dapat memberikan data dan informasi-informasi mengenai permasalahan yang diteliti.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang telah disusun, dikembangkan dan diolah kemudian di catat. Pengambilan data sekunder dari penelitian ini berupa dokumen yaitu data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi seperti berbentuk surat, catatan, laporan, foto dan lain-lainnya. Sumber data sekunder yang penulis dapat dari Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang terkait dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berhadapan langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain. Wawancara merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya (Noor, 2012:138).

Wawancara yang penulis lakukan dengan bagian *payment Officer* (bagian gadai) yang berjumlah dua orang di Bank Syariah Indonesia untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan strategi BSI dalam meningkatkan penggunaan produk gadai emas.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dokumentasi yang berkaitan dengan produk gadai emas, sarana prasarana juga struktur organisasi di Bank Syariah Indonesia.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman sebagai berikut :

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

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

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya

3. *Conclusion Drawing/Verivication* (penarikan kesimpulan dan verifikasi)

Langkah terakhir dalam data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2018:412)

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjaminan keabsahan data yang digunakan oleh penulis adalah triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus

menguji kredibilitas data yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data (Sugiyono, 2018:440).

Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek sumber data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Peneliti menggunakan sumber yang berbeda dengan pertanyaan yang sama. Peneliti mewawancarai pawning staff Eko Febrian, Zulka dan kepala cabang dengan pertanyaan wawancara yang sama. Setelah itu peneliti akan membandingkan pernyataan dari sumber data tersebut.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Temuan Penelitian

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

Krisis moneter dan ekonomi sejak tahun 1997 yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan di Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Lahirnya Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah.

Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun waktu tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan bank BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumaidil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI dan BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (www.bankbsi.co.id/, 2021).

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

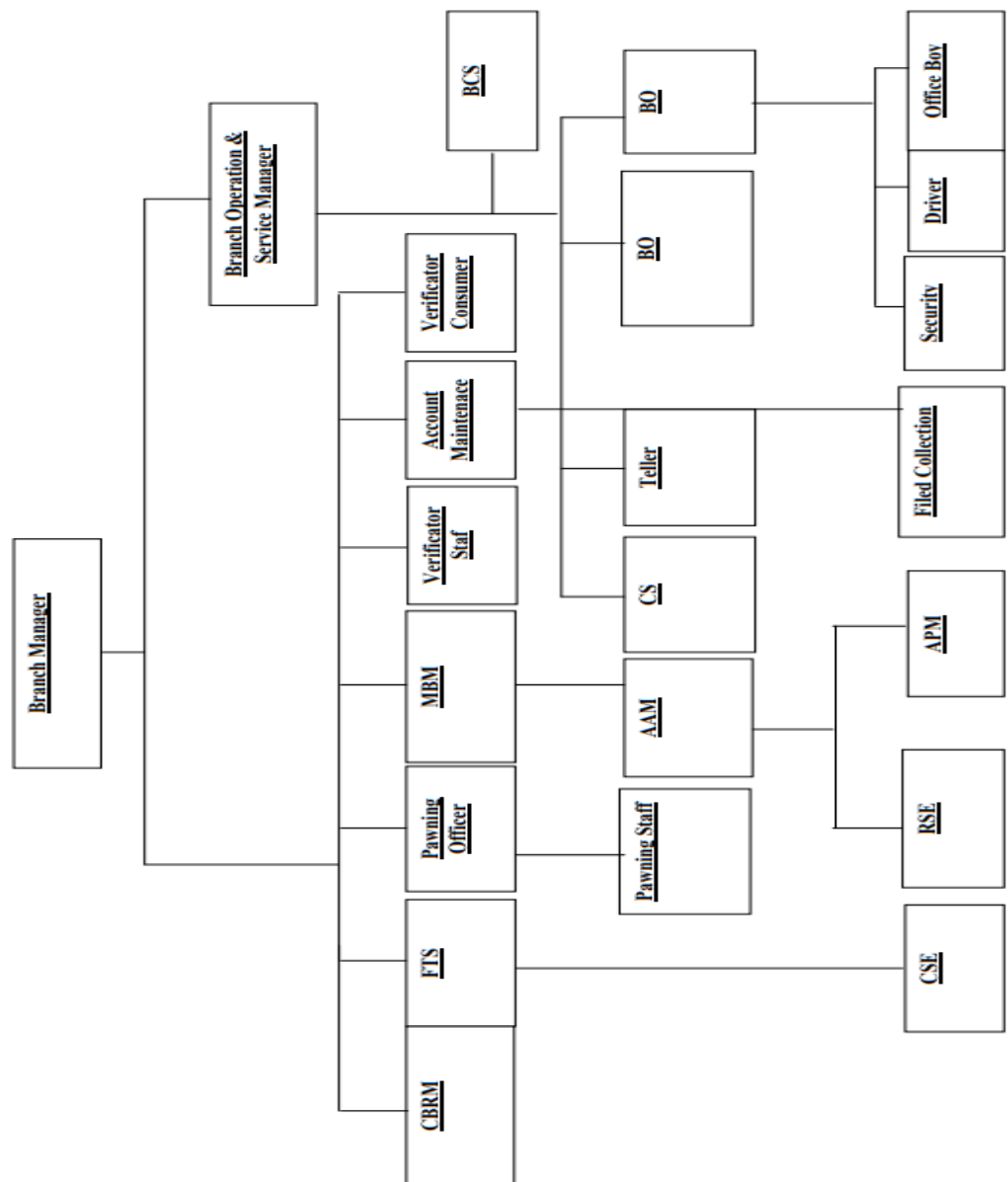
Adapun visi dari Bank Syariah Indonesia adalah menjadi top 10 global Islamic bank (bank syariah).

Sedangkan misi dari Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia, melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50T di tahun 2025
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai baik bagi para pemegang saham, top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia, perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja (www.bankbsi.co.id/, 2021).

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh



Dalam setiap perusahaan ataupun lembaga keuangan (Perbankan), struktur organisasi mempunyai arti sangat penting agar pelaksanaan kegiatan maupun usaha dapat berjalan dengan baik dan lancar, sesuai dengan hirarki dari masing-masing unsur dapat berjalan dengan professional. Adapun bentuk struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh adalah sebagai berikut:

a. *Branch Manager* (Kepala cabang)

Tugas dari *Branch Manager*

- 1) Mengawasi serta melakukan koordinasi dari kegiatan operasional
- 2) Memimpin kegiatan pemasaran dalam kantor cabang
- 3) Memonitor segala kegiatan operasional perusahaan (lingkup kantor cabang)
- 4) Memantau prosedur operasional manajemen resiko
- 5) Melakukan pengembangan kegiatan operasional

b. *Branch Operation & Service Manager*

Tugas dari *Branch Operation & Service Manager*

- 1) Menjaga kualitas pelayanan kantor cabang kepada nasabah telah sesuai dengan standar pelayanan yang di tetapkan
- 2) Membangun hubungan baik dengan nasabah dalam rangka mendukung pencapaian target dari kantor cabang
- 3) Memastikan operasional kantor cabang berjalan sesuai rencana dan memenuhi standar yang telah di tentukan
- 4) Berperan dalam mendukung pencapaian target kewajiban *dan fee-based income* unit bisnis di area
- 5) Melakukan control serta supervise untuk fungsi-fungsi kerja yang ada di bawah tanggung jawabnya yang mencakup transaksi cabang, *general affairs*, *cash* dan *clearing operation*
- 6) Memastikan bahwa transaksi kantor cabang yang dilakukan telah sesuai dengan ketentuan dan *Standard Operational*

Procedur (SOP) serta pengoptimalkan fungsi internal kontrol di kantor cabang

c. *BO (Back Office)*

- 1) Melaksanakan transaksi kliring keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku
- 2) Melaksanakan transaksi inkaso keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan
- 3) Memelihara administrasi dan dokumentasi seluruh transaksi
- 4) Menjaga kerahasiaan password yang menjadi tanggung jawabnya
- 5) Menggunakan wewenang limit transaksi operasional sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 6) Memastikan kelengkapan pemenuhan dokumen pembiayaan sebelum fasilitas dicairkan berdasarkan persyaratan atau syarat yang telah di tentukan.

d. *CBRM (Consumer Banking Retail Manager)*

- 1) Mengenai konsumen secara individu
- 2) Menjaga relasi atau hubungan baik pada intra-perusahaan ataupun inter-perusahaan
- 3) Membedakan konsumen dengan mengetahui bahwa konsumen tersebut berbeda secara SDM
- 4) Berinteraksi dengan konsumen dan menyesuaikan perlakuan terhadap konsumen

e. *Pawning Officer*

- 1) Melakukan pengecekan dan verifikasi kelengkapan dokumen pembiayaan di kantor cabang
- 2) Memberikan penjelasan dan melayani pertanyaan dari customer mengenai pembiayaan serta menyarankan produk yang tepat bagi pelanggan (nasabah)

- 3) Menyiapkan kelengkapan dokumen untuk persetujuan pembiayaan
- f. *MBM (Micro Banking Manager)*
- 1) Bertanggung jawab terhadap proses pembiayaan mikro
 - 2) Bertanggung jawab atas pengambilan keputusan pembiayaan
 - 3) Bertanggung jawab terhadap nasabah yang akan melakukan perjanjian pembiayaan
 - 4) Melakukan supervise terhadap mikro pembiayaan
 - 5) Dapat melakukan kunjungan ke tempat usaha on site atau survey untuk melakukan verifikasi lebih lanjut terhadap calon nasabah pembiayaan
- g. *Pawning Staf*
- 1) Melakukan pengecekan dan verifikasi kelengkapan dokumen pinjaman di kantor cabang
 - 2) Memberikan penjelasan dan melayani pertanyaan dari customer mengenai pembiayaan serta menyarankan produk yang tepat bagi nasabah
 - 3) Menyiapkan kelengkapan dokumen untuk persetujuan pembiayaan
- h. *CS (Customer Service)*
- 1) Melayani layanan kepada pihak nasabah
 - 2) Melayani serta memberikan solusi atas masalah dari nasabah
 - 3) Membuat berbagai jenis administrasi dalam bank
 - 4) Mengenalkan dan memberikan penawaran terhadap nasabah

i. *Teller*

- 1) Pemeriksaan cashing, penyetoran dan transfer
- 2) Menerima cek dan uang tunai untuk deposit, memverifikasi jumlah dan periksa keakuratan slip setoran
- 3) Mengimput transaksi nasabah ke komputer
- 4) Membantu dan melayani pelanggan terkait transaksi keuangan
- 5) Mengidentifikasi kesalahan transaksi ketika debit dan kredit tidak seimbang

j. *Security*

- 1) Bertanggung jawab kepada kepala cabang dalam hal keamanan
- 2) Mengawasi dan menjaga keamanan dari kegiatan operasional kantor
- 3) Mengawal penyetoran dan pengambilan uang dari kantor cabang
- 4) Selalu waspada terhadap kemungkinan terjadinya kejahatan yang dapat mengganggu kegiatan operasional

k. *Driver*

- 1) Menunjang kelancaran transportasi yang diperlukan kantor
- 2) Mengurus dan merawat mobil agar tetap bersih dan siap pakai
- 3) Melaporkan kerusakan kendaraan agar segera dilakukan perbaikan

l. *Office Boy*

- 1) Menjaga kebersihan kantor secara keseluruhan
- 2) Membantu penyiapan arsip dan dokumen nasabah
- 3) Sewaktu-waktu bila dibutuhkan melakukan kegiatan pengiriman (kurir) dokumen ke kantor cabang (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

4. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

a. Tabungan

1) BSI Tabungan Valas

Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan bank, tabungan dengan ini pilihan akadnya yaitu *Wadiah Yad Dhamanah* atau *Mudharabah Mutlaqah*.

2) BSI Tabungan *Easy Mudharabah*

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

3) BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan dengan akad *Mudharabah muthlaqah* yang diperuntukkan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan sistem auto debet dan mendapat perlindungan asuransi.

4) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad *Mudharabah Muthlaqah* dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur *free* biaya RTGS, transfer SKN dan setoran kliring masuk melalui Teller dan Net Banking (<https://bankbsi.co.id/>, 2021).

5) BSI TabunganKu

Tabungan dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah* untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

6) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan dengan pilihan akad *Wadiah Yad Dhamanah* atau *Mudharabah Muthlaqah* diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelolaan Pensiun yang telah bekerjasama dengan bank.

7) BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan efek syariah dengan akad *Mudharabah Muthlaqah* merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukkan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal

8) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan umroh yang berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad *Wadiah Yah Dhamanah* atau *Mudharabah Mutlaqah*. Tabungan ini dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas e-banking apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

9) BSI Tabungan Rencana

Tabungan dengan akad *Mudharabah Muthlaqah* yang diperuntukkan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem auto debet dan gratis perlindungan asuransi

b. Pembiayaan

1) BSI Griya Simuda

Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk usia muda memiliki rumah impian dengan plafond pembiayaan lebih tinggi dan angsuran ringan

2) BSI Multiguna Hasanah

Fasilitas Pembiayaan Komsuntif untuk:

- a) Pembelian barang kebutuhan konsumtif seperti renovasi rumah, pembelian perlengkapan atau furniture rumah dll
- b) Pembelian manfaat jasa seperti wedding organizer untuk pernikahan, perawatan dirumah sakit, pendidikan, jasa travel
- c) Pengalihan atau pemindahan utang pembiayaan konsumtif di lembaga keuangan lain yang memiliki *underlying asset*

3) BSI Griya

Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk ragam kebutuhan, sebagai beriku:

- a) Pembelian rumah baru, Rumah second, ruko dan apartement
- b) Pembelian kavling siap bangun
- c) Pembangunan atau renovasi rumah
- d) Ambil alih pembiayaan dari bak lain (Take Over)
- e) Refinancing untuk pemenuhan kebutuhan nasabah

4) BSI OTO

Layanan pembiayaan kepemilikan kendaraan (mobil baru, mobil bekas dan motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap.

5) BSI Pensiun Berkah

Pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan, di antaranya sebagai beriku:

- a) Pensiunan ASN dan pensiunan Janda ASN
- b) Pensiunan BUMN atau BUMD
- c) Pensiunan dan pensiunan Janda ASN atau PNS yang belum memasuki TMT pensiun namun telah menerima SK pension (<https://bankbsi.co.id/>, 2021).

6) BSI KPR Sejahtera

Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hunian subsidi pemerintah dengan prinsip syariah

c. Investasi

1) BSI Deposito Valas

Investasi berjangka yang dikelola dengan akad *Mudharabah* yang ditunjukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang USD. Tersedia jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

2) Deposito Rupiah

Investasi berjangka yang dikelola dengan akad *Mudharabah* yang ditunjukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang rupiah. Tersedia jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

3) BSI Reksa Dana Syariah

Reksa dana syariah adalah wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal sebagai pemilik harta. Dana ini selanjutnya diinvestasikan dan dikelola dalam portofolio efek syariah oleh manajer investasi, menurut ketentuan syariah dan tidak bertentangan dengan prinsip syariat islam.

4) Bancassurance

Kerjasama pemasaran produk asuransi dengan perusahaan asuransi yang bekerjasama dengan Bank Syariah Indonesia.

5) SBSN Ritel

SBSN ritel terdiri dari Sukuk Negara Ritel dan Sukuk Tabungan

- a) Sukuk Negara Ritel adalah Sukuk Negara yang dijual kepada individu atau perseorangan warga Negara Indonesia melalui agen penjual di pasar perdana dalam negeri
 - b) Sukuk tabungan adalah produk investasi syariah yang ditawarkan oleh pemerintah kepada individu warga Negara Indonesia sebagai tabungan investasi yang aman, mudah, terjangkau dan menguntungkan
- d. Transaksi
- 1) BSI Giro Valas

Titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan akad *Wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang valas.
 - 2) BSI Giro Rupiah

Titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah* atau *Mudharabah Muthlaqah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Debit, Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang rupiah.
- e. Emas
- 1) BSI Gadai Emas

Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat (<https://bankbsi.co.id/>, 2021).

2) BSI Cicilan Emas

Cicilan emas merupakan suatu produk pembiayaan pembelian berupa emas yang dapat dilakukan dengan cara penyicilan dalam pembayarannya (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

B. Hasil Penelitian

1. Strategi pemasaran produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

a. Strategi pemasaran dari segi produk

Agar produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Payakumbuh dapat diterima oleh masyarakat atau sasaran pasar Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dengan cara membuat program cashback 20k gadai emas dan menawarkan keunggulan serta manfaat produk gadai emas kepada masyarakat baik secara langsung maupun melalui BSI Mobile agar masyarakat tertarik melakukan pembiayaan pada produk gadai emas.

Keunggulan dari produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak memakai sistem bunga yang ada hanya biaya pemeliharaan emas yang dijadikan barang gadai
- 2) Biaya dalam produk gadai emas lebih murah
- 3) Akses cepat, 15 menit bisa langsung cair
- 4) Aman karena selama pembiayaan gadai emas berlangsung, emas di asuransikan

Manfaat dari produk gadai emas melalui BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh adalah sebagai berikut:

- 1) Memudahkan nasabah untuk mempersingkat waktu dan proses pengajuan gadai emas
- 2) Memberikan fasilitas *Pick Up* bagi nasabah gadai emas yang memiliki keterbatasan akses ke cabang (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

b. Strategi pemasaran dari segi harga

Dalam produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Payakumbuh, harga-harga yang ditetapkan oleh bank dalam produk gadai emas ini adalah sebagai berikut :

- 1) Biaya administrasi gadai emas

Tabel 4.1
Biaya Administrasi

No.	Berat Emas	Biaya Administrasi (Rp)
1	< 30 gram	25.000
2	31 - 150 gram	80.000
3.	> 151 gram	125.000

(Sumber : Dokumen PT. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh)

Biaya administrasi yang dibayarkan oleh nasabah diambil pada saat proses realisasi pinjaman gadai atau hanya di awal saat melakukan gadai emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Payakumbuh (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

2) Biaya pemeliharaan barang gadai emas

Tabel 4.2
Biaya Pemeliharaan

No.	Harga (Rp)	Biaya Pemeliharaan Per 10 Hari	Interval Pinjaman/Plafon
1	Per 1 gram	Rp 1.200	> Rp 100 juta
2	Per 1 gram	Rp 1.300	Dari Rp 50 juta – Rp 100 juta
3	Per 1 gram	Rp 1.400	Dari Rp 25 juta – Rp 50 juta
4	Per 1 gram	Rp 1.500	Dari Rp 10 juta – Rp 25 juta
5	Per 1 gram	Rp 1.600	< Rp 10 juta

(Sumber : Dokumen PT. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh)

Biaya pemeliharaan pada saat berakhirnya masa pinjaman gadai emas atau pada saat pelunasan pinjaman gadai emas. Biaya pemeliharaan dihitung per 10/1 gram. semakin besar plafon pinjaman yang diajukan oleh nasabah maka semakin rendah biaya pemeliharaan yang diberikan oleh bank, dengan tujuan untuk menarik minat nasabah dalam melakukan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

c. Strategi pemasaran dari segi promosi

Promosi merupakan unsur penting dalam memasarkan suatu produk, tanpa adanya promosi maka masyarakat luas tidak mengetahui tentang produk dan variasi yang ada pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam memasarkan produk gadai emas kepada masyarakat atau sasaran pasar yang terletak di Payakumbuh yaitu melalui penyebaran brosur, melalui BSI Mobile dan secara langsung kepada nasabah (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

1) Brosur

Dalam mempromosikan produk gadai emas kepada masyarakat Payakumbuh dan sekitarnya, Bank Syariah Indonesia KC payakumbuh melakukan penyebaran brosur kepada nasabah yang datang ke bank, ke pasar-pasar dan beberapa tempat lainnya di daerah Payakumbuh untuk memperkenalkan produk gadai emas ini kepada masyarakat dan agar masyarakat tertarik untuk melakukan pembiayaan gadai emas di BSI KC Payakumbuh



Gambar 4.1
Brosur gadai emas Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

2) BSI Mobile

Dalam kegiatan mempromosikan produk pembiayaan gadai emas ini Bank Syariah KC Payakumbuh melakukan promosi melalui BSI Mobile agar memudahkan calon nasabah mendapatkan informasi secara digital dengan membuka BSIMobile saja



Gambar 4.2
BSI Mobile gadai emas Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

3) Secara Langsung (*Personal Selling*)

Dalam mempromosikan gadai emas secara langsung atau personal selling yaitu menjelaskan langsung secara lisan kepada calon nasabah yang datang langsung ke bank maupun pihak bank yang langsung turun kelapangan bertemu dengan calon nasabah BSI dan menjelaskan tentang seperti apa itu gadai emas, bagaimana syaratnya dan bagaimana prosedur pemberian produk pembiayaan gadai emas ini.

d. Strategi Pemasaran Dari Segi Tempat

Dalam kegiatan pemasaran produk gadai emas ini tempat menjadi sangat penting karena nasabah menginginkan layanan dan kenyamanan yang lebih memuaskan. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh ini sendiri terletak di tengah keramaian lebih tepatnya di tengah-tengah kota Payakumbuh yaitu di dekat pasar Buah Payakumbuh. Dengan kondisi yang seperti ini di harapkan dapat

meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh terkhusus pada produk pembiayaan gadai emas.

Tata cara pelaksanaan produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

a. Permohonan pembiayaan gadai emas

1) Nasabah

- a) Mengisi formulir permohonan gadai secara langsung atau melalui BSI Mobile
- b) Menyerahkan kepada penaksir (yang mengisi secara langsung)
 - (1) Formulir permohonan gadai yang telah dilengkapi dan di tanda tangan
 - (2) Fotocopy KTP
 - (3) Barang jaminan yang akan di taksir dan bukti pendukung
 - (4) NPWP untuk peminjaman dengan nilai plafon tertentu
- c) Menerima bukti penyerahan barang jaminan dari penaksir
- d) Menandatangani surat akad gadai yang diserahkan oleh penaksir
- e) Menerima pencairan dana secara tunai atau pemindah bukuan (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh)

2) Penaksir

- a) Menerima nasabah bersama dengan formulir permohonan gadai (yang mengisi secara langsung) dan KTP
- b) Memeriksa kelengkapan formulir permohonan gadai
- c) Meminta nasabah untuk menyerahkan barang jaminan sesuai yang tertera dalam formulir permohonan gadai
- d) Memberikan bukti penyerahan barang jaminan kepada nasabah

- e) Melakukan transaksi barang jaminan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
 - f) Mengisi formulir berikut dengan mencantumkan nominal maksimum pinjaman yang akan diberikan
 - g) Menginformasikan kepada nasabah mengenai besar pinjaman yang akan diberikan
 - h) Meminta nasabah menandatangani surat akad diatas materai yang tersedia
 - i) Mendistribusikan (untuk tarik tunai)
 - (1) Surat akad gadai lembar ke 2 kepada nasabah
 - (2) Surat akad lembar pertama kepada petugas administrasi
 - (3) Formulir permohonan gadai lembar ke 3 file penaksir
 - j) Mendistribusikan (untuk yang di tarik melalui rekening nasabah)
 - (1) Surat akad gadai lembar 1 kepada nasabah untuk diserahkan kepada petugas
 - (2) Dan lembar ke 2 untuk CS untuk pembukaan rekening
 - k) Menyerahkan barang jaminan yang telah disegel kepada petugas administrasi dengan menggunakan buku serah terima barang jaminan
 - l) Mencatat kegiatan diatas kedalam laporan transaksi harian sebagai bukti percocokan pada saat serah terima barang jaminan antara penaksiran dengan pejabat cabang
- 3) Costomer Service
- a) Menerima surat akad gadai dan bukti identitas diri (asli) nasabah
 - b) Melakukan pembukaan rekening nasabah
 - c) Memeriksa dan mencocokkan data yang tertera dalam surat akad gadai dengan bukti identitas nasabah serta formulir aplikasi pembukuan rekening

- d) Memfotocopy bukti identitas nasabah sebagai file petugas customer service
 - e) Menginput nomor rekening nasabah dalam surat gadai (lembar 1 dan 2)
 - (1) Surat akad gadai (lembar 2) kepada nasabah
 - (2) Surat akad gadai (lembar 1) kepada petugas administrasi sebagai dasar pencatatan pencairan dana ke rekening nasabah (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh)
- 4) Petugas Administrasi
- a) Menerima surat akad gadai (lembar 1) yang telah tercantum nomor rekening nasabah (tarik tunai) sebagai dasar pencatatan dan pencairan dana
 - b) Membukukan atau mengadministrasikan pinjaman gadai dan membuat kwitansi pencairan
 - c) Mencatat surat akad gadai (lembar 1) dalam buku administrasi gadai, petugas administrasi sebagai bukti pencocokan pada saat serah terima surat akad gadai (lembar 1) antara petugas administrasi dan petugas teller
 - d) Pada akhirnya hari menerima barang jaminan yang telah disegel dari penaksir dengan menggunakan buku serah terima barang jaminan
 - e) Menyimpan barang jaminan pada gudang *hasanah* penyimpanan dilakukan berdasarkan kategori jangka waktu per bulan transaksi berjalan dengan nomor barang jaminan
 - f) Membuat catatan bulanan berupa buku gudang mengenai keberadaan atau jumlah barang jaminan di dalam *hasanah* (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

5) Teller

- a) Menerima surat akad gadai (lembar 1) dan kwitansi pencairan dari petugas administrasi
- b) Membubuhkan staff pada buku administrasi gadai petugas administrasi
- c) Memanggil nasabah berdasarkan surat akad gadai yang diterima
- d) Meminta nasabah untuk menyerahkan surat akad gadai (lembar 2) untuk dicocokkan dan pengambilan pembiayaan
- e) Menjalankan transaksi
- f) Meminta nasabah menandatangani kwitansi penerimaan pinjaman rangkap dua sebagai bukti bahwa pinjaman telah diterima atau di bayarkan
- g) Serah terima dokumen berupa surat akad gadai (lembar 1) dari teller kepada petugas administrasi
- h) Mencocokkan kegiatan tersebut dengan yang tercantum dalam buku administrasi gadai (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

2. Kendala yang di hadapi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam menjalankan pemasaran cashback 20k gadai emas

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pawning staff gadai emas dan pimpinan Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh diketahui bahwa kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk gadai emas terdiri dari kendala internal dan eksternal.

Kendala internal Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh seperti petugas layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh hanya terdiri dari dua petugas saja, karena kurangnya petugas layanan gadai emas mengakibatkan kurang maksimal dalam memasarkan produk gadai emas dan pelayanan produk gadai emas tersebut. Adapun kendala lain yaitu kurangnya sosialisasi atau edukasi

oleh pihak Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh kepada masyarakat sekitar mengenai gadai emas itu sendiri, apa manfaatnya, apa keuntungannya sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya.

Adapun kendala eksternal yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam produk gadai emas tersebut adalah kurangnya animo masyarakat terhadap produk gadai emas karena masyarakat menganggap bahwa gadai emas di bank syariah sama dengan gadai emas di bank konvensional atau pegadaian dan persaingan yaitu pada bank lain baik itu bank umum syariah maupun bank umum konvensional (Bank Nagari Syariah, Bank Syariah Bukopin) dan pegadaian yang menyediakan gadai emas serupa, yang mana dari kendala tersebut sangat berdampak besar bagi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam jumlah dan minat masyarakat untuk menggunakan produk gadai tersebut.

Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh memasarkan produk gadai emas pada bulan Maret 2021, sedangkan pada Bank Nagari Syariah sendiri memasarkan produk gadai emasnya pada tanggal 16 September 2020 dan pada Bank Syariah Bukopin memasarkan produk IB gadai emas pada tanggal 1 Maret 2012, dari ketiga bank tersebut dapat di ketahui bahwa Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh yang paling terakhir memasarkan produk gadai emasnya dan Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh harus bekerja keras untuk menarik animo masyarakat untuk melakukan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

C. Pembahasan

Dari pemaparan hasil penelitian yang telah penulis paparkan di atas, maka analisa penulis mengenai strategi pemasaran dan pelaksanaan produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

Berdasarkan strategi pemasaran dari segi produk melalui program cashback 20K gadai emas sudah baik karena pihak bank telah menawarkan beberapa keunggulan dan manfaat produk gadai emas kepada masyarakat dengan tujuan meningkatkan animo masyarakat untuk melakukan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

Dari strategi pemasaran dari segi harga, yang ditetapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh untuk produk gadai emas sudah baik, karena biaya administrasi hanya dibayar saat proses realisasi dan biaya pemeliharaan yang diberikan semakin besar plafon yang diajukan oleh nasabah semakin rendah biaya yang di berikan oleh Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh yaitu biaya pinjaman <Rp. 10jt biaya pemeliharaan Rp. 1.600/gram dalam 10 hari, dari Rp 10-25jt biaya pemeliharaannya Rp 1.500/gram dalam 10 hari, dari Rp 25-50jt biaya pemeliharaannya Rp. 1.400/gram dalam 10 hari, dari Rp 50-100jt biaya pemeliharaan Rp 1.300/gram dalam 10 hari dan >Rp 100jt biaya pemeliharaannya Rp 1.200/gram dalm 10 harinya. Dibandingkan dengan produk gadai emas di Bank Nagari Syariah biaya yang di gunakan dalam produk gadai emas ini yaitu biaya pemeliharaannya sebesar Rp. 4.500/gram dalam perbulannya dan biaya administrasi yang dilakukan di Bank Nagari Syariah dibayarkan pada setiap akad produk gadai emas.

Strategi pemasaran dari segi promosi, promosi yang dilakukan oleh pihak bank belum berjalan dengan baik karena strategi promosi yang dilakukan hanya melalui brosur, BSI Mobile dan secara langsung, dimana tidak banyak masyarakat yang mendapatkan dan mengetahui tentang produk di gadai emas tersebut. Pihak Bank Syariah Indonesia sendiri tidak ada menggunakan radio, periklanan dimedia sosial dan

spanduk yang di letakkan atau di pasang di tempat-tempat keramaian yang banyak orang dapat membacanya.

Strategi Pemasaran Dari Segi Tempat, dalam kegiatan pemasaran produk gadai emas ini tempat menjadi sangat penting karena nasabah menginginkan layanan dan kenyamanan yang lebih memuaskan. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh ini sendiri terletak di tengah keramaian lebih tepatnya di tengah-tengah kota Payakumbuh yaitu di dekat pasar Buah Payakumbuh. Dengan kondisi yang seperti ini di harapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh terkhusus pada produk pembiayaan gadai emas.

Tata cara dalam pelaksanaan produk gadai emas pertama nasabah memohon pembiayaan gadai emas kepada karyawan gadai emas atau melalui BSI Mobile, kedua mengisi formulir permohonan gadai, ketiga menyerahkan emas kepada penaksir untuk di taksir berapa mas tersebut bisa diberikan pembiayaan, keempat melakukan pembukuan rekening di *costumer service* dan yang kelima menerima kwitansi bukti pencairan dari teller.

2. Kendala yang di hadapi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam menjalankan pemasaran cashback 20k gadai emas

a. Kendala Internal

Adapun kendala internal Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam pemasaran cashback 20k gadai emas adalah:

- 1) Kurangnya petugas layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh, petugas gadai emas hanya terdiri dari dua petugas saja, karena kurangnya petugas layanan gadai emas mengakibatkan kurang maksimal dalam memasarkan produk gadai emas dan pelayanan produk gadai emas tersebut

- 2) kurangnya sosialisasi atau edukasi oleh pihak Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh kepada masyarakat sekitar mengenai gadai emas itu sendiri, apa manfaatnya, apa keuntungannya sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya.

b. Kendala Eksternal

Adapun kendala eksternal Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam pemasaran cashback 20k gadai emas adalah:

- 1) kurangnya animo masyarakat terhadap produk gadai emas dan persaingan yaitu pada bank lain baik itu bank umum syariah maupun bank umum konvensional (Bank Nagari Syariah, Bank Syariah Bukopin) dan pegadaian yang menyediakan gadai emas serupa, yang mana dari kendala tersebut sangat berdampak besar bagi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam jumlah dan minat masyarakat untuk menggunakan produk gadai tersebut.
- 2) Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh memasarkan produk gadai emas pada bulan Maret 2021, sedangkan pada Bank Nagari Syariah sendiri memasarkan produk gadai emasnya pada tanggal 16 September 2020 dan pada Bank Syariah Bukopin memasarkan produk IB gadai emas pada tanggal 1 Maret 2012, dari ketiga bank tersebut dapat di ketahui bahwa Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh yang paling terakhir memasarkan produk gadai emasnya dan Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh harus bekerja keras untuk menarik animo masyarakat untuk melakukan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam memasarkan produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh melakukan strategi pemasaran sebagai berikut:
 - a. Strategi pemasaran melalui strategi produk yaitu dengan menawarkan beberapa keunggulan dan manfaat yang diperoleh nasabah terkhusus pada program cashback 20k gadai emas.
 - b. Strategi pemasaran melalui strategi harga yaitu Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh memberikan biaya administrasi hanya di ambil pada saat realisasi pinjaman dan memberikan biaya pemeliharaan barang gadai emas lebih murah di bandingkan dengan bank lain.
 - c. Strategi pemasaran dari segi promosi, promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh melalui 3 cara yaitu melalui brosur, BSI Mobile dan secara langsung.
 - d. Strategi Pemasaran Dari Segi Tempat, letak Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh ini sangat strategis yaitu terletak di tengah keramaian lebih tepatnya di tengah-tengah kota Payakumbuh di dekat pasar Ibuah Payakumbuh.
2. Kendala yang di hadapi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam menjalankan pemasaran cashback 20k gadai emas
 - a. Kendala internal

Kurangnya petugas layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh, yang mengakibatkan kurang maksimal dalam memasarkan produk gadai emas dan pelayanan produk gadai emas tersebut. Kurangnya sosialisasi atau edukasi oleh pihak Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh kepada masyarakat sekitar

mengenai gadai emas itu sendiri, apa manfaatnya, apa keuntungannya sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya.

b. Kendala eksternal

Hambatan yang di hadapi Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam menjalankan pemasaran cashback 20k gadai emas adalah kurangnya animo masyarakat terhadap produk pembiayaan gadai emas, persaingan antar bank, pegadaian dan masih barunya produk pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh di bandingkan dengan bank syariah yang lainnya yang ada di Payakumbuh.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang penulis paparkan di atas maka penulis memberikan saran kepada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh sebagai berikut:

- a. Sebaiknya Bank syariah Indonesia KC Payakumbuh lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan supaya nasabah merasa nyaman dan lebih tertarik lagi untuk melakukan pembiayaan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh
- b. Pada strategi promosi sebaiknya Bank syariah Indonesia KC Payakumbuh lebih meningkatkan strategi promosi produknya, sehingga tujuan atau sasaran akan tercapai sesuai target yang di harapkan. Seperti memasang spanduk, koran, radio dan media sosial seperti facebook, instagram dan yang lebih peraktis sekarang melalui status whatsapp.
- c. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh harus selalu melakukan strategi-strategi yang lebih optimal dalam mempromosikan produk-produknya terkhusus pada gadai emas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, S. (2010). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bank Syariah Indonesia. 2021. *Gadai Emas dan Pelaksanaan Gadai Emas*. Dipetik Oktober 10, 2021, dari <https://www.bankbsi.co.id/>
- Elfadhli. (2018). *Manajemen Dana Bank*. Batusangkar: STAIN Press.
- Fandy, T. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ed ke 2.
- Fatwa DSN MUI No.25/DSN-MUI/III/2002. (2002). *Tentang Gadai*. Jakarta: Dewan Syariah Nasional.
- Haidar, M. A. (2019). *Memfaatkan Barang Gadai, Bolehkah?* Jakarta: Rumah Fiqih Publishing.
- Hanifa, H. (2021). Analisis Implementasi Akad Rahn (Gadai) di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Bogor Baru. *El-Mal Vol 4 No 1*: 63-77.
- Ismail, I. (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group.
- _____. (2011). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. (2003). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- _____. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Khotibul. (2017). *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangan di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muclis. (2007). *Bisnis Syariah Perspektif Muamalah dan manajemen*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mufid, M. (2021). *Fikih Untuk Milenial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mujib, A. (2016). Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah Vol.1 No.1*: 80.
- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.

- Otoritas Jasa Keuangan. Produk-Produk Perbankan Syariah. Dipetik Oktober 10, 2021, <https://www.ojk.go.id/id/Default.aspx>.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soemitra, A. (2010). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- _____. (2017). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, H. (2005). *Istilah-Istilah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, H. (2008). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sule, E. (2006). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Sumar'in. (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Sutedi, A. (2011). *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Syafi'i, M. A. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Umar, H. (2003). *Desain Penelitian Manajemen Strategis*. Jakarta: Rajawali Press.
- _____. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Wibowo, D. H. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Jeng Solo. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.29 No.1:59-66*.
- Winardi, K. (1997). *Manajemen Strategi*. Bandung: Mandar Maju.
- Yaya, R. (2014). *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: Selemba Empat.
- Zainuddin, A. (2008). *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

Daftar Pertanyaan Wawancara Kepala dan pihak Pawning Staff Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

1. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas dalam upaya menarik minat nasabahnya di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh?
2. Bagaimana prosedur pelaksanaan produk gadai emas mulai dari permohonan sampai pemberian pembiayaan produk gadai emas?
3. Syarat apa saja yang harus dipenuhi calon nasabah untuk mengajukan produk gadai emas?
4. Apa Kendala yang di hadapi dalam melakukan promosi produk gadai emas?
5. Siapa saja yang menjadi sasaran Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam kegiatan penasarannya produk gadai emas?

Lampiran 2 Laporan Hasil Wawancara

Pihak Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

1. Nama : Ekko Febrian SE dan Zulka Afiffey SP
Jabatan : Pawning Staff Gadai Emas BSI KC Payakumbuh
Hari/Tanggal : 28 Februari 2022
Pertanyaan :

Jhody : Assalamualaikum Wr.Wb kk/bg, perkenalkan nama saya Fernando Jhody Arisman jurusan Perbankan Syariah IAIN Batusangkar kk/bg, maaf sebelumnya kalau boleh tau siapa nama kk/bg dan jabatan yang di pegang di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh ?

Zulka dan Eko : Wa'alaikumsalam Wr.Wb, perkenalkan nama kk Zulka Afiffey SP, nama abg Ekko Febrian SE, disini kami berdua sebagai pawning staff gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

Jhody : Disini Jhody ingin menanyakan beberapa pertanyaan mengenai Gadai Emas yang ada di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh kk/bg?

Zulka dan Eko : Silahkan Jhody

Jhody : Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas dalam upaya menarik minat nasabahnya di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh bg/kk?

Zulka dan Eko : Disini untuk strategi pemasaran produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh, kami memiliki 3 strategi yaitu pertama strategi pemasaran melalui strategi produk dengan menawarkan manfaat serta keunggulan gadai emas terkhusus pada cashback 20k gadai emas, kedua melalui strategi pemasaran melalui strategi harga dimana dalam strategi harga ini kami hanya memberikan biaya administrasi pada saat realisasi dan biaya pemeliharaan yan ditetapkan semakin besar plafon yang di ajukan maka semakin rendah biaya pemeliharaan yang di berikan

oleh Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh, ketiga strategi pemasaran melalui strategi promosi seperti melakukan penyebaran brosur, secara langsung memberitahukan kepada nasabah dan melalui BSI Mobile.

Jhody : Bagaimana prosedur pelaksanaan produk gadai emas mulai dari permohonan sampai pemberian pembiayaan produk gadai emas kk/bg?

Zulka dan Eko : Dalam pelaksanaan produk gadai emas itu sendiri kami dari Bank Syariah Indonesia melaksanakannya sesuai dengan prinsip syariah dan ketentuan SOP yang berlaku di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh, untuk prosedur pelaksanaannya yang pertama nasabah atau calon nasabah memohon pembiayaan gadai emas kepada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh, kedua mengisi formulir baik secara langsung dalam bentuk kertas ataupun melalui BSI Mobile, setelah itu nasabah memberikan barang jaminannya berupa emas bisa dalam bentuk logam mulia/batangan atau emas perhiasan setelah nasabah memberikan jaminannya pihak bank akan melakukan pengecekan terhadap emas tersebut dan melakukan penaksiran harga terhadap barang tersebut. Setelah itu apabila harga yang diberikan oleh pihak bank sepakat dengan nasabah maka akan dilanjutkan dengan menandatangani surat akad dengan materai lalu pihak bank akan memberikan uang tunai atau dikirimkan ke rekening nasabah sebesar harga yang sudah disepakati di awal, mungkin seperti itulah gambaran proses pelaksanaan dalam gadai emas ini Jhody.

Jhody : Syarat apa saja yang harus dipenuhi calon nasabah untuk mengajukan produk gadai emas kk/bg?

Zulka dan Eko : Dalam produk gadai ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh calon nasabah gadai emas yaitu pertama mempunyai objek berupa emas batangan atau emas perhiasan, kedua besaran karat agunan berada dalam rentang 16-24 karat, ketiga merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia, keempat sudah mengaktivasi aplikasi Bank Syariah Indonesia mobile, kelima sudah berusia setidaknya 21 tahun dibuktikan

dengan kepemilikan KTP, keenam Foto Kartu Tanda Penduduk (KTP), ketujuh foto NPWP (khusus pengajuan di atas Rp 50.000.000), itulah beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh calon nasabah gadai emas.

Jhody : Apa Kendala yang di hadapi dalam melakukan promosi produk gadai emas kk/bg?

Zulka dan Eko : Disini dalam mempromosikan produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh tidak memiliki kendala pada calon nasabah tetapi Bank Syariah Indonesia memiliki kendala di lempangnya seperti persaingan antar bank maupun pegadaian atau perusahaan yang membuka jasa gadai emas, dengan banyaknya pesaing yang ada itu menjadi kendala bagi Bank Syariah KC Payakumbuh dalam mempromosikan produk gadai emas tersebut.

Jhody : Siapa saja yang menjadi sasaran Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam kegiatan pemasaran produk gadai emas kk/bg?

Zulka dan Eko : Untuk yang menjadi sasaran produk gadai emas itu sendiri yaitu masyarakat Payakumbuh seperti pegawai, pedagang-pedagang dan masyarakat umum.

Jhody : Mungkin itu saja pertanyaan dari Jhody kk/bg, jika ada kata-kata Jhody yang salah Jhody minta maaf kk/bg, terimakasih banyak kk/bg sudah meluangkan waktunya kk/bg

Zulka dan Eko : Baik Jhody, sama-sama Jhody

Jhody : Assalammualaikum Wr.Wb kk/bg

Zulka dan Eko : Wa'alaikumsalam Wr.Wb Jhody

2. Nama : Willy Novriwan Saputra

Jabatan : Branch Manager

Hari/Tanggal : 28 Februari 2022

Pertanyaan :

Jhody : Assalammualaikum Wr.Wb Pak, perkenalkan nama saya Fernando Jhody Arisman, bisa di panggil Jhody pak, Jhody dari jurusan perbankan syariah IAIN Batusangkar pak, maaf sebelumnya kalau boleh tau siapa namanya pak dan jabatan yang di pegang oleh bapak di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh ?

Willy : Wa'alaikumsalam Wr.Wb Jhody, perkenalkan nama bapak Willy Novriwan Saputra disini bapak sebagai Branch Manager di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh

Jhody : Baik pak, disini Jhody ingin menanyakan beberapa pertanyaan mengenai Gadai Emas yang ada di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh pak?

Willy : Silahkan Jhody, akan bapak jawab pertanyaan Jhody sepengetahuan yang bapak tau ya

Jhody : Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas dalam upaya menarik minat nasabahnya di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh pak?

Willy : Untuk Strategi pemasaran itu sendiri kami dari Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh memiliki 3 Strategi dalam pelaksanaan pemasaran produk gadai emas yaitu ada dalam strategi produk, strategi harga, strategi promosi.

Jhody : Bagaimana prosedur pelaksanaan produk gadai emas mulai dari permohonan sampai pemberian pembiayaan produk gadai emasnya pak?

Willy : Kalau untuk prosedur pelaksanaan gadai emas di Bank Syariah KC Payakumbuh ini yaitu pertama nasabah memohon pembiayaan gadai emas kepada karyawan gadai emas atau melalui BSI Mobile, kedua mengisi formulir permohonan gadai, yang ketiga menyerahkan emas kepada penaksir untuk di taksir berapa emas tersebut bisa diberikan pembiayaan, keempat melakukan pembukuan rekening di costumer service dan kelima menerima kwitansi bukti pencairan dari teller.

Jhody : Selanjutnya Syarat apa saja yang harus dipenuhi calon nasabah untuk mengajukan produk gadai emas pak?

Willy : Untuk syarat dalam gadai emas di Bank Syariah Indonesia ada beberapa syarat yaitu mempunyai barang yang ingin di gadaikan yaitu emas, yang kedua besaran karat pada emas tersebut sebesar 16-24 karat, ketiga merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia, keempat foto KTP dan yang terakhir foto NPWP (khusus pengajuan di atas Rp 50.000.000).

Jhody : Apa Kendala yang di hadapi dalam melakukan promosi produk gadai emas pak?

Willy : Untuk mempromosikan produk Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh melakukan beberapa cara agar masyarakat mengetahui produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh terkhusus pada gadai emas, untuk kendala yang di hadapi di lapangan seperti banyaknya persaingan antar bank maupun pegadaian sehingga persaingan yang terjadi di lapangan sangat ketat.

Jhody : Siapa saja yang menjadi sasaran Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam kegiatan pemasaran produk gadai emas pak?

Willy : Yang menjadi sasaran produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh adalah masyarakat payakumbuh itu sendiri, seperti para pedagang pasar, pedagang kaki lima dan masyarakat umum yang berada di Payakumbuh.

Jhody : Mungkin itu saja pertanyaan dari Jhody pak, jika ada kata-kata Jhody yang salah, Jhody minta maaf pak, terimakasih banyak pak sudah meluangkan waktunya dan menjawab pertanyaan untuk memenuhi penelitian Jhody pak.

Willy : Baik Jhody, sama-sama Jhody

Jhody : Assalammualaikum Wr.Wb pak

Willy : Wa'alaikumsalam Wr.Wb Jhody

Lampiran 3 Pengelolaan Data

Pengelolaan Data

1. Reduksi Data

Pertanyaan wawancara	Hasil Wawancara	Hasil Reduksi Wawancara
1. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas dalam upaya menarik minat nasabahnya di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh?	Willy : <i>“Untuk pertanyaan tersebut kami dari Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh memiliki 3 Strategi dalam pelaksanaan pemasaran produk gadai emas yaitu dalam strategi produk, strategi harga, strategi promosi”</i> . Zulka dan Eko : <i>”Untuk strategi pemasaran produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh ada 3 strategi yaitu pertama strategi pemasaran melalui strategi produk dengan menawarkan manfaat serta keunggulan gadai emas terkhusus pada cashback 20k gadai emas, kedua melalui strategi pemasaran melalui strategi harga dimana dalam strategi harga ini kami hanya memberikan biaya administrasi pada saat realisasi dan biaya pemeliharaan yan ditetapkan semakin besar plafon yang di ajukan maka semakin rendah biaya pemeliharaan yang di berikan oleh Bank Syariah Indonesia KC payakumbuh,</i>	Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh memiliki 3 strategi pemasaran dalam memasarkan produk gadai emas yaitu pertama melalui pemasaran produk gadai emas melalui strategi produk, kedua strategi pemasaran melalui strategi harga, ketiga strategi pemasaran melalui strategi promosi.

	<p><i>ketiga strategi pemasaran melalui strategi promosi seperti melakukan penyebaran brosur, secara langsung memberitahukan kepada nasabah dan melalui BSI Mobile”.</i></p>	
<p>2. Bagaimana prosedur pelaksanaan produk gadai emas mulai dari permohonan sampai pemberian pembiayaan produk gadai emas?</p>	<p>Willy : <i>“Untuk prosedur pelaksanaan gadai emas di Bank Syariah KC Payakumbuh yaitu pertama nasabah memohon pembiayaan gadai emas kepada karyawan gadai emas atau melalui BSI Mobile, kedua mengisi formulir permohonan gadai, yang ketiga menyerahkan emas kepada penaksir untuk di taksir berapa emas tersebut bisa diberikan pembiayaan, keempat melakukan pembukuan rekening di costumer service dan kelima menerima kwitansi bukti pencairan dari teller”</i></p> <p>Zulka dan Eko : <i>“Dalam prosedur pelaksanaan gadai emas melalui beberapa tahap yaitu nasabah memohon pembiayaan gadai emas kepada BSI KC Payakumbuh lalu mengisi formulir yang diberikan oleh pihak bank atau mengisi formulir permohonan pembiayaan di BSI Mobile, lalu nasabah menyerahkan barang gadainya berupa emas atau perhiasan kepada pihak</i></p>	<p>Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh memiliki prosedur pelaksanaan dalam pembiayaan produk gadai emas yaitu pertama nasabah meminta atau memohon pembiayaan gadai emas kepada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh, kedua mengisi permohonan yang diberikan oleh karyawan Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh atau melalui BSI Mobile, ketiga menyerahkan emas kepada penaksir untuk ditaksir berapa emas tersebut bisa diberikan pembiayaan serta dilakukan pengecekan ke aslian emas tersebut, keempat melakukan pembukuan rekening di costumer service dan kelima menerima kwitansi bukti pencairan dari teller</p>

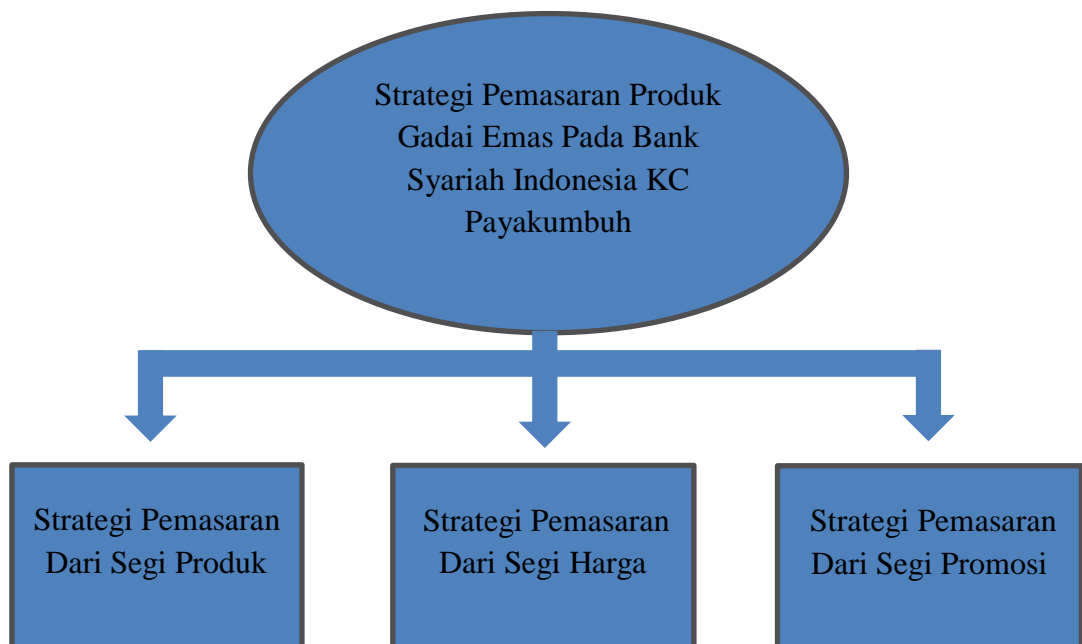
	<p><i>penaksir untuk di taksir harga emas tersebut dan di cek ke asliannya, lalu melakukan pembukuan rekening di costumer service dan yang terakhir melakukan pencairan di teller”.</i></p>	
<p>3. Syarat apa saja yang harus dipenuhi calon nasabah untuk mengajukan produk gadai emas?</p>	<p>Willy : <i>“Untuk syarat dalam gadai emas di Bank Syariah Indonesia ada beberapa syarat yaitu mempunyai barang yang ingin di gadaikan yaitu emas, yang kedua besaran karat pada emas tersebut sebesar 16-24 karat, ketiga merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia, keempat foto KTP dan yang terakhir foto NPWP (khusus pengajuan di atas Rp 50.000.000)”.</i></p> <p>Zulka dan Eko : <i>“Dalam produk gadai ada beberapa syarat yang harus di penuhi yaitu pertama mempunyai objek berupa emas batangan atau emas perhiasan, kedua besaran karat agunan berada dalam rentang 16-24 karat, ketiga merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia, keempat sudah mengaktivasi aplikasi Bank Syariah Indonesia mobile, kelima sudah berusia setidaknya 21 tahun dibuktikan dengan kepemilikan KTP, keenam Foto Kartu Tanda Penduduk (KTP), ketujuh foto NPWP (khusus pengajuan di atas Rp</i></p>	<p>Untuk syarat yang harus di penuhi calon nasabah untuk pengajuan produk gadai emas yaitu pertama mempunyai objek berupa emas batangan atau perhiasan, kedua besaran karat pada emas tersebut sebesar 16-24 karat, ketiga merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia, keempat foto Kartu Tanda Penduduk (KTP), foto NPWP (khusus pengajuan di atas Rp 50.000.000)</p>

	50.000.000)”. Willy : “Untuk mempromosikan produk Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh melakukan beberapa cara agar masyarakat mengetahui produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh terkhusus pada gadai emas, untuk kendala yang di hadapi di lapangan seperti banyaknya persaingan antar bank maupun pegadaian sehingga persaingan yang terjadi di lapangan sangat ketat”.	
4. Apa kendala yang di hadapi dalam melakukan promosi produk gadai emas?	<p>Zulka dan Eko : “Dalam mempromosikan produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh tidak memiliki kendala pada calon nasabah/nasabah tetapi Bank Syariah Indonesia memiliki kendala di lejangannya seperti persaingan antar bank maupun pegadaian atau perusahaan yang membuka jasa gadai emas, dengan banyaknya pesaing yang ada itu menjadi kendala bagi Bank Syariah KC Payakumbuh dalam mempromosikan produk gadai emas tersebut”.</p>	Bank Syariah Indonesia dalam mempromosikan produk gadai emas tidak memiliki kendala pada nasabah atau calon nasabahnya tetapi kendala yang di hadapi oleh Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh adalah kendala di lapangannya, seperti banyaknya persaingan yang terjadi baik antar bank, pegadaian atau perusahaan-perusahaan yang membuka jasa gadai emas.

<p>5. Siapa saja yang menjadi sasaran Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam kegiatan penasaran produk gadai emas?</p>	<p>Willy : <i>“Yang menjadi sasaran produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh adalah masyarakat payakumbuh itu sendiri, seperti para pedagang pasar, pedagang kaki lima dan masyarakat umum yang berada di Payakumbuh”</i></p> <p>Zulka dan Eko : <i>“Untuk yang menjadi sasaran produk gadai emas itu sendiri yaitu masyarakat Payakumbuh seperti pegawai, pedagang-pedagang dan masyarakat umum”</i>.</p>	<p>Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh memiliki sasaran dalam produk gadai emas yaitu masyarakat Payakumbuh seperti para pedagang, pegawai dan masyarakat umum yang berada di Payakumbuh.</p>
--	---	--

Lampiran 4 Display Data

2. Display Data



3. Conclution (Kesimpulan)

Adapun pemasaran yang Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh lakukan yaitu :

a. Strategi Pemasaran dari Segi Produk

Agar produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Payakumbuh dapat diterima oleh masyarakat atau sasaran pasar Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dengan cara membuat program cashback 20k gadai emas dan menawarkan keunggulan serta manfaat produk gadai emas kepada masyarakat baik secara langsung maupun melalui BSI Mobile agar masyarakat tertarik melakukan pembiayaan pada produk gadai emas.

Keunggulan dari produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak memakai sistem bunga yang ada hanya biaya pemeliharaan emas yang dijadikan barang gadai
- 2) Biaya dalam produk gadai emas lebih murah
- 3) Akses cepat, 15 menit bisa langsung cair
- 4) Aman karena selama pembiayaan gadai emas berlangsung, emas di asuransikan

Manfaat dari produk gadai emas melalui BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh adalah sebagai berikut:

- 1) Memudahkan nasabah untuk mempersingkat waktu dan proses pengajuan gadai emas
- 2) Memberikan fasilitas *Pick Up* bagi nasabah gadai emas yang memiliki keterbatasan akses ke cabang

b. Strategi Pemasaran dari Segi Harga

Dalam produk gadai emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Payakumbuh, harga-harga yang ditetapkan oleh bank dalam produk gadai emas ini adalah sebagai berikut :

- 1) Biaya administrasi gadai emas

Tabel Biaya Administrasi

No.	Berat Emas	Biaya Administrasi (Rp)
1	< 30 gram	25.000
2	31 - 150 gram	80.000
3.	> 151 gram	125.000

(**Sumber** : PT. Bank Syariah Indonesia)

Biaya administrasi yang dibayarkan oleh nasabah diambil pada saat proses realisasi pinjaman gadai atau hanya di awal saat melakukan gadai emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Payakumbuh (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

- 2) Biaya pemeliharaan barang gadai emas

Table Biaya Pemeliharaan

No.	Harga (Rp)	Biaya Pemeliharaan Per 10 Hari	Interval Pinjaman/Plafon
1	Per 1 gram	Rp 1.200	> Rp 100 juta
2	Per 1 gram	Rp 1.300	Dari Rp 50 juta – Rp 100 juta
3	Per 1 gram	Rp 1.400	Dari Rp 25 juta – Rp 50 juta

4	Per 1 gram	Rp 1.500	Dari Rp 10 juta – Rp 25 juta
5	Per 1 gram	Rp 1.600	< Rp 10 juta

(Sumber : PT. Bank Syariah Indonesia)

Biaya pemeliharaan pada saat berakhirnya masa pinjaman gadai emas atau pada saat pelunasan pinjaman gadai emas. Biaya pemeliharaan dihitung per 10/1 gram. Semakin besar plafon pinjaman yang diajukan oleh nasabah maka semakin rendah biaya pemeliharaan yang diberikan oleh bank, dengan tujuan untuk menarik minat nasabah dalam melakukan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

c. Strategi Pemasaran dari Segi Promosi

Promosi merupakan unsur penting dalam memasarkan suatu produk, tanpa adanya promosi maka masyarakat luas tidak mengetahui tentang produk dan variasi yang ada pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh.

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh dalam memasarkan produk gadai emas kepada masyarakat atau sasaran pasar yang terletak di Payakumbuh yaitu melalui penyebaran brosur, melalui BSI Mobile dan secara langsung kepada nasabah (Wawancara dengan Eko dan Zulka, Pawning Staff BSI KC Payakumbuh).

1) Brosur

Dalam mempromosikan produk gadai emas kepada masyarakat Payakumbuh dan sekitarnya, Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh melakukan penyebaran brosur kepada nasabah yang datang ke bank, ke pasar-pasar dan

kebeberapa tempat lainnya di daerah Payakumbuh untuk memperkenalkan produk gadai emas ini kepada masyarakat dan agar masyarakat tertarik untuk melakukan pembiayaan gadai emas di BSI KC Payakumbuh



2) BSI Mobile

Dalam kegiatan mempromosikan produk pembiayaan gadai emas ini Bank Syariah KC Payakumbuh melakukan promosi melalui BSI Mobile agar memudahkan calon nasabah mendapatkan informasi secara digital dengan membuka BSI Mobile saja



3) Secara Langsung (*Personal Selling*)

Dalam mempromosikan gadai emas secara langsung atau personal selling yaitu menjelaskan langsung secara lisan kepada calon nasabah tentang gadai emas seperti apa itu gadai emas, bagaimana syaratnya, dan bagaimana prosedur pemberian produk pembiayaan gadai emas ini.

d. Strategi Pemasaran dari Segi Promosi

Dalam kegiatan pemasaran produk gadai emas ini tempat menjadi sangat penting karena nasabah menginginkan layanan dan kenyamanan yang lebih memuaskan. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh ini sendiri terletak di tengah keramaian lebih tepatnya di tengah-tengah kota Payakumbuh yaitu di dekat pasar Buah Payakumbuh. Dengan kondisi yang seperti ini di harapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh terkhusus pada produk pembiayaan gadai emas.

Lampiran 5 Surat Tugas Pra Seminar



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : info@iainbatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 949.d./In.27/F.IV.1/PP.00.9/10/2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan ini menugaskan Saudara:

Nama Dosen / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Ifelda Nengsih, M.A.,CRP 198608172019032006 P	Penata Muda Tk.1 / III.b	Asisten Ahli	Pembimbing

sebagai Pembimbing Skripsi Proposal Pra Seminar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021, atas nama :

Nama : Fernando Jhody Arisman
NIM : 1830401043
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Proposal : *Pengaruh Cashback 20K Produk Gadai Emas Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Indonesia KC. Payakumbuh.*

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 22 Oktober 2021
a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan



[Signature]
Dr.Nofrivul, SE.,MM

Unggul, Pembaharu dan Berkeadilan Lokal

Lampiran 6 Surat Tugas Seminar



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
 Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : info@iainbatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : B- 054- /In.27/F.IV/PP.00.9/01/2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan ini menugaskan Saudara :

Nama / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Ifelda Nengsih, SE.I., MA., CRP 19860817 201903 2 006	Penata Muda Tk.I, III/b	Asisten Ahli	Ketua
Fitri Yenti, SE.I., MA 201702012006	Penata Muda Tk.I, III/b	Asisten Ahli	Anggota

sebagai Tim Penguji Seminar Proposal Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada semester GANJIL Tahun Akademik 2021/2022, atas nama :

Nama Mahasiswa : Fernando Jhody Arisman
 NIM : 1830401043
 Jurusan : Perbankan Syariah
 Judul Proposal : "Strategi BSI Dalam Meningkatkan Penggunaan Produk Gadaai Emas Melalui Cashback 20K Gadaai Emas Pada Bank Syariah Indonesia"
 Hari/Tanggal : Senin / 31 Januari 2022
 Pukul : 09.00 WIB
 Tempat : Menyesuaikan

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 26 Januari 2022
 Dekan

A.

Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP

Catatan :

1. Apabila Bapak/Ibu tidak bersedia harap diberitahukan kepada Ketua Jurusan dengan mengembalikan surat tugas, setelah mengisi blanko di bawah ini

NAMA	ALASAN	TANDA TANGAN

2. Apabila terjadi perubahan jadwal pelaksanaan seminar proposal, mohon konfirmasi paling lambat 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan jadwal tertulis dalam surat tugas ini

Lampiran 7 Surat Tugas Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : info@iainbatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : Nomor: B- 140. 6 /In.27/F.IV/PP.00.9/03/2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan ini menugaskan Saudara:

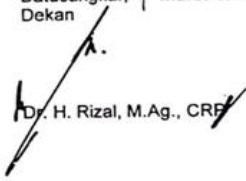
Nama Dosen / NIP	Pangkat / Gol.	Jabatan	Keterangan
Ifelda Nengsih, SE.I., MA., CRP® 19860817 201903 2 006	Penata Muda Tk.I, III/b	Asisten Ahli	Pembimbing

sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas nama :

Nama : Fernando Jhody Arisman
NIM : 1830401043
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Proposal : *Analisis Strategi Cashback 20K Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh*

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 7 Maret 2022
Dekan


Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP

Unggul, Berkahani dan Berkeadilan Lokal

Lampiran 8 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221, 71890 Fax. (0752) 71879
Website : www.iainbatusangkar.ac.id e-mail : lpdm@iainbatusangkar.ac.id

Nomor : B-267/In.27/L.I/ TL.00/02/2022

25 Februari 2022

Sifat : Biasa

Lamp : 1 Rangkap

Perihal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan PT. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh
Jl. Ade Irma Suryani No.3 D-E Payakumbuh

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Dengan hormat,

Dengan ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM : Fernando Jhody Arisman/1830401043
Tempat/Tanggal Lahir : Payakumbuh/10 Januari 2000
Kartu Identitas : 2171091001009002
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Alamat : Sei Nayon RT/RW 001/012 Kel/Desa Sadai Kecamatan Bengkong Kota Batam

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian : Analisis Strategi Cashback 20K Gadaai Emas pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh
Lokasi : PT. Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh
Waktu : 25 Februari 2022 s.d 25 April 2022
Dosen Pembimbing : Ifelda Nengsih, M.A., CRP

untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian mahasiswa yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua,

Dr. H. Muhammad Fazis, M.Pd

Tembusan

1. Rektor IAIN Batusangkar (sebagai Laporan)
2. Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam (sebagai Laporan)

Lampiran 9 Dokumentasi

