

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Segi produk gadai yang dikembangkan, Pegadaian Syariah saat ini tidak lagi menjadi pemegang monopoli karena telah ada produk substitusinya seperti yang dikembangkan oleh perbankan syariah, yaitu produk *Rahn* Emas. Namun secara kelembagaan, usaha pegadaian ini masih tetap dimonopoli oleh satu perusahaan, yaitu PT Pegadaian (Persero) yang notabennya adalah milik pemerintah. Meskipun produk *Rahn* Emas ini telah diadopsi menjadi salah satu produk perbankan syariah, namun sifatnya sebatas pada orientasi produk pelengkap, yakni sebagai akad tambahan, misalnya sebagai jaminan atau agunan produk pembiayaan al-murabahah dan al-mudharabah.<sup>1</sup>

Perkembangan produk-produk berbasis syariah kian marak di Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Perum pegadaian mengeluarkan produk berbasis syariah yang disebut dengan pegadaian syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan atau bagi hasil. Pegadaian syariah atau dikenal dengan istilah rahn, dalam pengoperasiannya menggunakan metode Fee Based Income (FBI) atau mudharabah (bagi hasil).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Ade Sofyan Mulazid, *kedudukan sistem pegadaian syariah*, (Jakarta: Kementerian agama RI, 2012), h. 10.

<sup>2</sup>Totok Budisantoso dan Sigit Triandaru, *Bank dan Lembaga Keuangan lain*, (Yogyakarta: Salemba Empat, 2006), h.223.

Pegadaian syariah merupakan pegadaian yang dalam menjalankan operasionalnya berpegang pada prinsip syariah. Payung hukum gadai syariah dalam hal pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegang pada Fatwa DSN-MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap mengindukkan kepada Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990 tanggal 10 April 1990.<sup>3</sup>

Produk yang dikembangkan oleh Pegadaian Syariah, khususnya produk pembiayaan selama ini baru ada tiga produk (berdasarkan akad), yaitu *rahn*, *rahn emas*, *rahn tasjily*. Ketika pegadaian syariah memiliki keterbatasan produk, sudah dapat dipastikan bahwa lembaga tersebut tidak dapat berjalan secara optimal. Oleh karena itu, diversifikasi produk Pegadaian Syariah yang inovatif, kreatif, relevan dengan kebutuhan masyarakat tidak dapat dihindarkan dan menjadi hal yang utama.<sup>4</sup>

Pengertian gadai juga dapat ditemukan dalam pasal 1150 kitab Undang-Undang Hukum Perdata, gadai memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1) gadai diberikan atas benda bergerak, (2) gadai harus dikeluarkan dari penguasaan pemberi gadai, (3) gadai memberikan hak kepada kreditur untuk memperoleh pelunasan terlebih dahulu atas piutang kreditur, (4) gadai memberikan kewenangan kepada kreditur untuk mengambil sendiri pelunasan utang tersebut, karena itu, makna gadai dalam hukum perundang-undangan disebut sebagai jaminan agunan, ruguhan, cakar, dan tanggungan.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Medan : Kencana, 2009), h.405.

<sup>4</sup>Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*, h. 11.

<sup>5</sup>Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*, h. 28.

Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat. Pinjaman gadai emas merupakan fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban pinjaman secara sekaligus atau cicil dalam jangka waktu tertentu. Jaminan emas yang diberikan disimpan dalam penguasaan atau pemeliharaan dan atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa.<sup>6</sup>

Sebuah produk baru dari pegadaian syariah hadir sebagai produk yang mempermudah seseorang untuk berangkat haji dengan bermodalkan emas yang dimilikinya, maka seseorang memiliki peluang menunaikan ibadah wajib ke tanah suci. Dimana melaksanakan ibadah haji merupakan kewajiban setiap umat Islam yang mampu, maka dari itu pegadaian syariah ingin membantu mewujudkan impian anda untuk pergi ke Tanah suci.

ARRUM merupakan singkatan dari Ar-Rahn untuk usaha mikro kecil yang merupakan pembiayaan bagi para pengusaha mikro kecil, untuk pengembangan usaha dengan berprinsip syariah. ARRUM Haji merupakan produk dari pegadaian syariah yang memungkinkan anda untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas. Dimana Produk ARRUM Haji merupakan produk baru dipegadaian syariah salah satu lokasinya berada di kabupaten pinrang.

Landasan hukum kewajiban haji terdapat pada QS Al-Imran/97:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ <sup>ط</sup> وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا <sup>ط</sup> وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ  
مَنْ أَسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

<sup>6</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Medan: Kencana, 2009), h. 402.

Terjemahnya:

Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah yaitu bagi orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji) maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.<sup>7</sup>

Produk ARRUM Haji ini merupakan produk baru di pegadaian syariah dimana produk ini memberikan pinjaman dengan melakukan pembukaan rekening sebesar Rp 500 ribu. Sementara yang dapat dijadikan sebagai jaminan adalah emas senilai Rp 7 juta atau setara dengan logam mulia seberat 15 gram untuk mendapatkan porsi haji (setoran awal biaya penyelenggaraan haji) adapun syarat untuk memperoleh sebuah pinjaman yaitu minimal usia 12 tahun dan maksimal usia jatuh tempo pinjaman adalah 65 tahun. Dan dalam memasarkan produk ARRUM Haji ini agar dapat dikenali atau diminati oleh masyarakat yaitu melakukan strategi pemasaran dengan cara melalui brosur, sosialisasi, literasi dan bahkan agen pegadaian juga ikut membantu dalam memasarkan produk tersebut.

Produk ARRUM Haji di pegadaian syariah dapat membantu meringankan beban masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji namun terkendala yang disebabkan karena kekurangan dana maka dari itu pegadaian syariah mengeluarkan sebuah produk yang disebut dengan ARRUM Haji dimana dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat dan semoga dari tahun ke tahun produk ini dapat memberikan pelayanan yang baik sehingga masyarakat dapat meningkatkan minat untuk melakukan pinjaman.

Perjalanan ibadah haji yang dilaksanakan oleh seorang jema'ah calon Haji sejak pemberangkatannya dari rumah masing-masing, seluruh kegiatan manasik haji

---

<sup>7</sup>Departemen Agama, Al Quran Surah Al-Imran/97.

di Makkah dan Madinah, sampai kepulangannya kembali menuju desa atau kota masing-masing dapat dipandang dari berbagai perspektif (cara pandang) yang tunggal.<sup>8</sup>

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktifitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program (seperti periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, layanan pelanggan atau pengembangan produk) memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan *sinergistik*. Mekanisme ini disebut strategi pemasaran. Umumnya peluang pemasaran terbaik diperoleh dari upaya memperluas permintaan primer. Sedangkan peluang pertumbuhan terbaik berasal dari upaya.<sup>9</sup>

Perlu juga dipahami bahwa strategi pemasaran merupakan jembatan antara strategi korporat dan analisis situasi di satu pihak dengan program pemasaran yang sifatnya *action-oriented* di lain pihak. Oleh karenanya, program pemasaran harus konsisten dan harus didasarkan pada strategi pemasaran.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Ghufron Ajib Mas'adi, *Haji Menangkap Makna Fisikal dan Spiritual*, cet.I (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), h. 9.

<sup>9</sup>Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran strategik* (Yogyakarta: Andi, 2007), h. 283.

<sup>10</sup>Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran strategik*, h. 284.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul strategi pemasaran produk ARRUM Haji dalam meningkatkan minat nasabah yang lokasinya berada di kabupaten pinrang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Masalah pokok yang dibahas dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran produk ARRUM Haji dalam meningkatkan minat nasabah.

- 1.2.1 Bagaimana Target Pasar (*Targeting*) dalam Strategi Pemasaran produk ARRUM Haji untuk meningkatkan minat nasabah di Pegadaian Syariah Pinrang?
- 1.2.2 Bagaimana Posisi Pasar (*Positioning*) dalam strategi pemasaran produk ARRUM Haji untuk meningkatkan minat nasabah di Pegadaian Syariah Pinrang?
- 1.2.3 Bagaimana Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dalam strategi pemasaran produk ARRUM Haji untuk meningkatkan minat nasabah di Pegadaian Syariah Pinrang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1.3.1 Untuk mengetahui Target Pasar (*Targeting*) dalam strategi pemasaran produk ARRUM Haji untuk meningkatkan minat nasabah di Pegadaian Syariah Pinrang?
- 1.3.2 Untuk mengetahui Posisi Pasar (*Positioning*) dalam strategi pemasaran produk ARRUM Haji untuk meningkatkan minat nasabah di Pegadaian Syariah Pinrang?

- 1.3.3 Untuk mengetahui Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dalam strategi pemasaran produk ARRUM Haji untuk meningkatkan minat nasabah di Pegadaian Syariah Pinrang?

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1.4.1 Bagi penulis

Untuk melatih pola pikir ilmiah dan menambah wawasan penulis mengenai Strategi Pemasaran Produk ARRUM Haji dalam meningkatkan minat nasabah

1.4.2 Bagi Pegadaian Syariah Pinrang

Penulisan ini dapat dijadikan masukan lebih teliti dalam Strategi Pemasaran Produk ARRUM Haji dalam meningkatkan minat nasabah

1.4.3 Bagi IAIN Parepare

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan menyusun penelitian dengan mengangkat tema yang sama atau sejenis.

