

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS DALAM
MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT. PEGADAIAN
SYARIAH CABANG JAMPUE**



OLEH

LISA ANDRIANI

NIM : 18.2300.145

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS DALAM
MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT. PEGADAIAN
SYARIAH CABANG JAMPUE**



OLEH

**LISA ANDRIANI
NIM : 18.2300.145**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Parepare

**PRORAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue

Nama Mahasiswa : Lisa Andriani

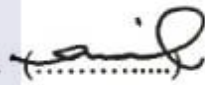
NIM : 18.2300.145

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam


Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : B.2375/In.39.8/PP.00.9/7/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. 

NIP : 19730129 200501 1 001

Pembimbing Pendamping : Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I. 

NIP : 19781101 200912 1 003

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. 

NIP: 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue
Nama : Lisa Andriani
NIM : 18.2300.145
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : B.2375/In.39.8/PP.00.9/7/2021
Tanggal Kelulusan : 31 Juli 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. (Ketua)
Dr. Andi Bahri S.,M.E., M.Fil.I (Sekretaris)
Dr. Hj. St. Nurhayati Ali, M.Hum. (Anggota)
Dr. H. Mukhtar, Lc., M.Th.I. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Abduljalifun Muhammadun, M.Ag.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda Sawawi Ibunda Hasnah, dan Mama Ima (nenek) dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Andi Bahri, M., M.Fil.I. selaku Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, p'enulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidika'n di IAIN Parepare
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dan Bapak Andi Bahri S, M.E., M. Fil.I. selaku Wakil dekan I Fakulas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Ibu Dr. Damirah, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam atas pengabdianya serta dedikasinya menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa terkhusus mahasiswa FEBI IAIN Parepare.

3. Bapak I Nyoman Budiono, M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuannya kepada kami sebagai mahasiswa program Studi Perbankan Syariah.
4. Ibu Umaima, M.E.I selaku Penasehat Akademik khusus untuk penulis atas arahnya sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
5. Ibu Dr. Hj. St. Nurhayati, M.Hum. sebagai dosen penguji utama I dan Bapak Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. sebagai penguji utama II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan arahan, saran dan kritikan dalam menyelesaikan skripsi ini. Atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terima kasih.
6. Bapak dan Ibu dosen program studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya dan wawasan kepada penulis. Dan seluruh staf agian rektorat; akademik; dan fakultas yang selalu siap melayani mahasiswa.
8. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalankan studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Staf dan Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai berbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
10. Kepada Bapak Syamsul Ma'arif, Pengelola Kantor PT. Pegadaian Syariah Jampue beserta jajarannya yang telah memberikan izin, data serta informasi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

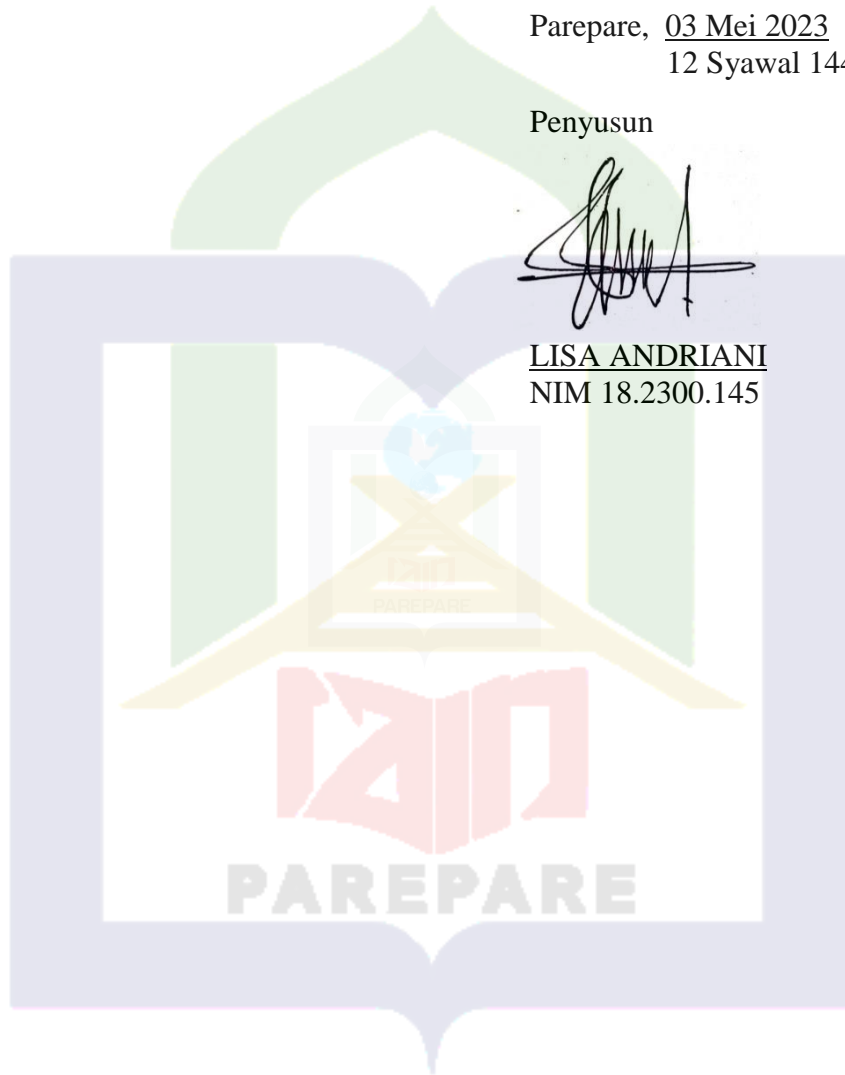
Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebaikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat pahala-Nya kepada semua pihak yang telah membantu. Terakhir penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 03 Mei 2023
12 Syawal 1444 H

Penyusun



LISA ANDRIANI
NIM 18.2300.145



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : LISA ANDRIANI

Nim : 18.2300.145

Tempat/Tgl. Lahir : Lerang, 06 November 2000

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas Dalam
Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Pegadaian Syariah
Cabang Jampue

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 03 Mei 2023
12 Syawal 1444 H

Penyusun



LISA ANDRIANI
NIM 18.2300.145

ABSTRAK

Lisa Andriani. *Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.* (dibimbing oleh Muhammad Kamal Zubair dan Andi Bahri S).

Pegadaian sebagai lembaga (perusahaan) yang memberikan pinjaman uang dengan jaminan barang-barang. Sejarah pegadaian dimulai pada saat pemerintah belanda yang mendirikan Bank Van Learning yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Kondisi perekonomian di Indonesia saat ini belum membaik..

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang datanya diperoleh dari observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. Adapun Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data (data display), dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu: (1) Model promosi pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue promosi yang dilakukan oleh pegelolah pegadaian syariah cabang jampue adalah menggunakan media yang bergerak dibidang sosial media. (2) Efektifitas promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue Sebagai lembaga yang berdasarkan prinsip syariah, Pegadaian syariah harus terus berupaya menyediakan produk/jasa di pegadaian syariah yang lengkap dan luas. (3) D. Hambatan atau tantangan pada saat melakukan promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue Kendala berarti halangan, faktor atau kondisi yang untuk membatasi atau mencegah atau menghambat pencapaian tujuan. Sedangkan hambatan adalah kondisi yang membuat sesuatu terjadi lambat atau tidak menentu.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Tabungan Emas, Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan	8
B. Tinjauan Teori.....	10
1. Strategi	10
2. Promosi	13
3. Pembiayaan.....	16
4. Gadai Emas	20
5. Efektivitas	26
C. Tinjauan Konseptual	29
D. Bagan Kerangka Pikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	32

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian	33
C.	Fokus Penelitian.....	34
D.	Jenis dan Sumber data.....	34
E.	Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data.....	35
F.	Uji Keabsahan Data	36
G.	Teknik Analaisis Data.....	37
BAB IV	PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	41
A.	Hasil Penelitian	41
1.	Model promosi pada PT.Pegadaian Syariah Cabang Jampue.	41
2.	Efektifitas promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.....	42
3.	Hambatan atau tantangan pada saat melakukan promosi di PT.Pegadaian Syariah Cabang Jampue.....	45
B.	Pembahasan Hasil Penelitian	49
1.	Model promosi pada PT.Pegadaian Syariah Cabang Jampue.	50
2.	Efektifitas promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.....	54
3.	Hambatan atau tantangan pada saat melakukan promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.....	61
BAB V	PENUTUP.....	66
A.	Simpulan	66
B.	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

No	Daftar Tabel	Halaman
1.	jumlah nasabah yang menggadai emas di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue 2022-2023	6



DAFTAR GAMBAR

No	Daftar Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	31



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Pedoman Wawancara	74
Lampiran 2	SK Penetapan Pembimbing Skripsi	77
Lampiran 3	Surat Meneliti dari Kampus	78
Lampiran 4	Surat Izin Meneliti dari Dinas Penanaman Modal Kota Pinrang	79
Lampiran 5	Surat Selesai Meneliti dari Kantor PT.Pegadaian Syariah cabang Jampue	80
Lampiran 6	Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Jampue	81
Lampiran 7	Surat Keterangan Wawancara	84
Lampiran 8	Dokumentasi Wawancara	89
Lampiran 9	Biodata Penulis	93

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

C. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◻	Fathah	A	A
◻	Kasrah	I	I
◻	Dammah	U	U

1. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَا...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ `ala
- سِئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

D. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

E. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutahhidup
Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

F. Syaddah (*Tasydid*)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

G. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu

- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

H. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

I. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

J. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan

huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm

- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

K. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pegadaian sebagai lembaga (perusahaan) yang memberikan pinjaman uang dengan jaminan barang-barang. Sejarah pegadaian dimulai pada saat pemerintah belanda yang mendirikan *Bank Van Learning* yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Kondisi perekonomian di Indonesia saat ini belum membaik. Masih terhadap ketimpangan ekonomi, tingkat kemiskinan dan pengangguran yang masih tinggi, serta pendapatan per kapita yang masih rendah. Dapat memperbaiki sistem perekonomian di Indonesia, kita perlu mempelajari sejarah tentang perekonomian Indonesia dari masa penjajahan, orde lama, orde baru hingga masa reformasi. Ekonomi apa saja yang sudah diambil pemerintah dan bagaimana dampaknya terhadap perekonomian Indonesia serta dapat memberikan kontribusi untuk mengatasi permasalahan ekonomi yang ada. Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana.¹

Pegadaian merupakan tempat untuk konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminannya. Mengusung slogan “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah“, perum pegadaian bahkan dinilai sebagai ekonomi kerakyatan. Biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan. Biaya-biaya mana yang harus didahulukan.²

¹ Muhammad Firdaus NH, dkk, *Mengatasi masalah dengan Pegadaian Syariah*, (Jakarta:Renaissance, 2005), h. 13.

²Fitri Diana, *Studi Komparasi Strategi Promosi Produk Gadai Emaas Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah*, (Palembang 2017), h. 2.

produk tabungan emas adalah layanan penjualan dan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat dalam berinvestasi emas dengan vasilitas titipan. Salah satu tujuan produk ini adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari uahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli.³ Lalu dibarengi dengan promosi sebagai salah satu kegiatan promosi produk tersebut. Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, tetapi harus dilakukan dengan upaya untuk mempengaruhi konsumen sehinggann tertarik untuk membeli produknya.

Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah cabang Jampue cukup baik yaitu dengan melakukan literasi, membagikan brosur, sosial media dan sebagainya agar produk tabungan emas dapat dikenal oleh masyarakat, sebagaimana diketahui produk tabungan biasanya dilakukan di perbankan, baik itu dengan meggunakan sistem konvensional maupun sistem syariah. Sedangkan pegadaian menghadirkan produk tabungan dengan saldo yang dikonversikan kedalam emas. Sehingga tidak ada lagi masyarakat yang tidak mengetahui adanya pegadaian syariah di Jampue.

Kehidupan sehari-hari uang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, uang selalu menjadi acuan untuk memenuhi segala keperluan dan kebutuhan manusia, permasalahannya terkadang segala sesuatu yang dibutuhkan manusia belum sepenuhnya bisa terwujudkan sesuai dengan keinginannya. Sehingga banyak hal yang

³Riyono, Pengaruh kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati, Jurnal STIE Semarang, 2016, h. 97.

dapat dilakukan untuk mendapatkan uang tersebut salah satunya dengan cara meminjamkan uang baik dalam jumlah yang kecil maupun jumlah yang besar. Meminjamkan uang sangat mudah dan banyak tersedia di sekitar seperti pinjaman di keluarga, kerabat terdekat sampai ke rentenir. Tetapi yang jadi permasalahannya meminjam uang dalam jumlah yang banyak dan jangka waktu yang panjang itu sangat sulit untuk didapatkan.⁴

Perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh latar belakang yang sangat kompleks, latar belakang itu menurut Arif Mufraini antara lain, tingkat pengetahuan, wawasan, lingkungan social budaya,, kemampuan ekonomi dan social budaya (*psikologis*). Karena itu, antara seorang individu dengan individu lainnya akan berbeda sifat dan perilaku konsumsinya. Orang yang berpengetahuan dan berwawasan luas akan berbeda motif perilaku konsumsinya dengan orang yang berpengetahuan dan berwawasan sempit. Orang yang hidup di tengah-tengah lingkungan dan budaya yang maju akan berbeda motif perilaku konsumsinya dengan orang yang hidup di tengah-tengah lingkungan dan budaya terbelakang. Orang yang memiliki kehidupan ekonomi yang kuat akan berbeda motif perilaku konsumsinya dengan orang yang memiliki kehidupan ekonomi yang lemah. Orang yang memiliki kepribadian keagamaan yang baik akan berbeda motif konsumsinya dengan orang yang memiliki kepribadian keagamaan yang buruk dan seterusnya. Dalam perspektif agama islam misalnya, bahwa motif perilaku konsumsi orang muslim, teristimewa yang memiliki pengetahuan dan wawasan orang muslim, teristimewa yang memiliki pengetahuan dan wawasan agama serta keimanan yang baik .⁵

⁴ Affad Zainudin, Strategi Pemasaran Pembiayaan Gadai Ema di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwakerto, (Skripsi, IAIN Purwakerto, 2017), h. 12

⁵ Andi Bahri S, Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Jurnal Studia Islamika) 2014, h. 356

Implementasi produk gadai yang dikembangkan pada bank syariah. Pada saat ini ada *rahn emas*. Meskipun produk *rahn emas* ini telah diadopsi menjadi salah satu produk perbankan syariah, diadopsi menjadi salah satu produk perbankan syariah, namun sifatnya sebatas pada prioritas produk pelengkap, yakni sebagai akad tambah. Islam membolehkan pinjam-meminjam, baik melalui individu maupun lembaga keuangan. Salah satunya merupakan Lembaga Keuangan Syariah, baik lembaga Bank maupun non-Bank. Salah satu lembaga keuangan syariah yaitu pembiayaan, dimana hukum Islam kepentingan kreditur sangat diperhatikan, jangan sampai dirugikan⁶.

Gadai merupakan perjanjian dengan menahan suatu barang yang kemudian dijadikan sebagai tanggungan hutang. Terlihat pada pelaksanaan transaksi gadai dalam sistem gadai syariah dalam pengambilan keuntungan yang berdasarkan ketentuansyariah, yaitu dengan cara mengambil keuntungan lewat jalan sewa menyewa tempat (*Ijarah*) dan jasa penitipan barang (*Rahn*), sehingga terbebas dari unsur riba dalam melakukan transaksi gadai. Pegadaian memiliki visi sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia. Selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah. PT. Pegadaian memiliki peran yang sangat signifikan bagi perekonomian negara. Dilihat dari fungsinya yaitu penyalur dana untuk pihak yang membutuhkan dengan mengumpulkan dana dari pihak yang memilikinya.⁷

Kegiatan promosi memudahkan perusahaan untuk memasarkan produknya dengan lancar mengingat persaingan yang semakin ketat dan kebebasan konsumen

⁶Iwan Setiawan, *Penerapan Gadai Emas Pada Bank SYARIAH Perspektif Hukum Ekonomi Islam*, (Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam) 2016, h.193.

⁷Nur Haya, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Jampue Kabupaten Pinrang* (2019), h. 24.

dalam memilih produk yang ditawarkan ke pasar, dalam hal ini dibutuhkan suatu promosi yang berfungsi untuk mempengaruhi kecenderungan membeli dan loyalitas konsumen terhadap barang yang ditawarkan. Begitu pula yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Jampue, mereka menentukan berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk promosi dalam menarik nasabah sehingga nasabah tersebut tertarik pada salah satu produknya.⁸

Promosi sebagai salah satu komponen dari bauran promosi (*promotion mix*) yang dapat menciptakan referensi konsumen atau calon konsumen mengenai keefektifan dari promosi yang digunakan. Bauran promosi yang digunakan oleh setiap perusahaan tidak sama, hal ini tergantung dari kondisi perusahaan.⁹ Strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue yaitu:

- a) Strategi Promosi Iklan
- b) Strategi Promosi Penjualan
- c) Strategi Promosi Acara dan pengalaman
- d) Strategi Promosi Pemasaran Langsung
- e) Strategi Pemasaran Online dan Median Sosial

Dari upaya promosi yang telah dilakukan diharapkan agar masyarakat tertarik untuk membuka tabungan emas di pegadaian syariah cabang Jampue, dan dapat meningkatkan naabahnya. Untuk melihat sejauh mana kemampuan perusahaan dalam melakukan promosi produk tabungan emas dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah yang menabung dari tahun 2022-2023.

⁸ Hasil Observasi pada penelitian Strategi Promosi pada Pembiayaan Gadai Emas di PT. Pegadaian Syariah Jampue. 6 November 2022.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul “Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana model promosi pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue?
2. Bagaimana efektifitas promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue?
3. Bagaimana hambatan dan tantangan pada saat melakukan promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue?

C. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui efektifitas strategi promosi pembiayaan Gadai Emas dalam meningkatkan minat nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.
2. Untuk mengetahui model strategi promosi pembiayaan gadai emas di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.
3. Untuk mengetahui hambatan dan tantangan pada saat melakukan promosi dalam meningkatkan minat nasabah di pegadaian syariah cabang Jampue.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penulisan ini adalah :

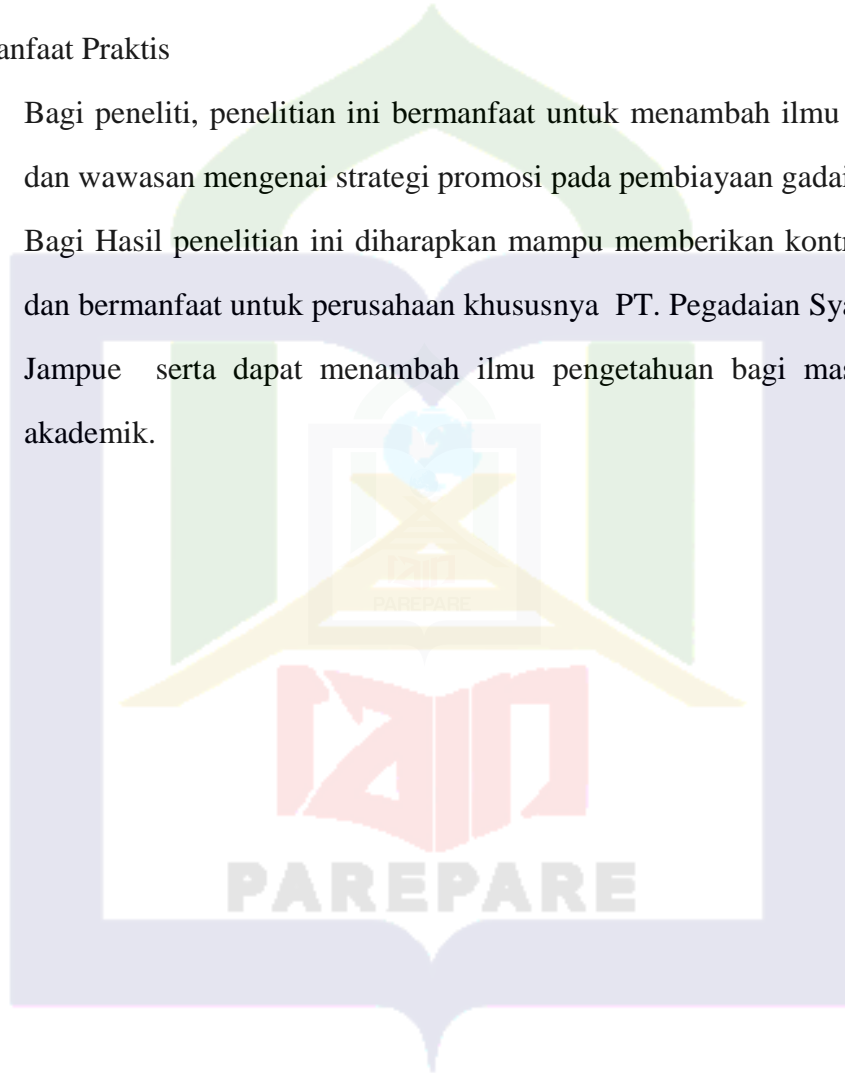
1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta khususnya mengenai Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas Dalam Meningkatkan Minat

Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue dan penelitian ini mampu menjadi salah satu referensi atau bahan rujukan untuk menambah informasi serta pengetahuan bagi peneliti lainya yang membahas masalah serupa atau yang terkait dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai strategi promosi pada pembiayaan gadai emas.
- b. Bagi Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan khususnya PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi masyarakat dan akademik.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pada penelitian ini terdapat beberapa persamaan maupun perbedaan yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk menunjang dalam penelitian ini, adapun penelitian sebelumnya yang akan dijadikan bahan perbandingan dengan penelitian ini yang membahas tentang Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue:

Rizka Wakhidatul Nur Hidayani “Strategis promosi pemasaran produk pembiayaan gadai emas dalam upaya meningkatkan nasabah pada Bank Mandiri Syariah kota Mojokerto”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam memberikan kemudahan kepada nasabahnya untuk memperoleh biaya jangka pendek, untuk mengetahui strategi promosi pemasaran yang paling tepat dalam meningkatkan volume penjualan pada Bank Mandiri Syariah kota Mojokerto.¹⁰ Perbedaan penelitian Rizka Wakhidatul Nur Hidayani dan penulis terletak pada objek dan tempat penelitian. Penelitian Rika Wakhidatul Nur Hidayani objek penelitiannya berfokus pada strategis promosi pemasaran produk pembiayaan gadai emas dalam upaya meningkatkan nasabah pada Bank Mandiri Syariah kota Mojokerto sedangkan penulis berfokus pada strategi promosi pembiayaan gadai emas dalam meningkatkan minat nasabah di PT. pegadaian syariah cabang Jampue.

¹⁰ Rizka Wakhidatul Nur Hidayah, *Strategis Promosi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai Emas dalam Upaya Meningkatkan Nasabah pada Bank Mandiri Syariah Kota Mojokerto* (2021), h. 2

Fitri Diana “Studi komparasi strategi promosi produk gadai emas pada pegadaian konvensional dan pegadaian syariah”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi pada pegadaian syariah dan pegadaian konvensional. Dimana minim pemahaman masyarakat dan pengusaha mengenai produk pegadaian yang dikeluarkan oleh pihak lembaga keuangan bukan bank ini. Hasil penelitian skripsi ini adalah dengan mengetahui berbagai strategi yang digunakan oleh penulis, diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang mampu di implementasikan dengan baik sehingga menunjang peningkatan promosi gadai emas di pegadaian syariah dan pegadaian konvensional.¹¹ Perbedaan peneliti Fitri Diana dan yang penulis terletak pada objek dan fokus penelitian. Penelitian Fitri Diana fokus pada studi komparatif strategi promosi produk gadai emas pada Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah, sedangkan peneliti fokus pada strategi promosi pembiayaan gadai emas dalam meningkatkan minat nasabah di PT. pegadaian syariah cabang Jampue.

Nia Aprilia, “Pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian syariah unit Cikpuan Pekanbaru”. Pada penelitian ini sama-sama membahas tentang pengaruh promosi terhadap peningkatan nasabah. Perbedaan peneliti Nia Aprilia terdapat pada tempat penelitian di pegadaian syariah unit Cikpuan Pekanbaru, sedangkan peneliti di pegadaian syariah cabang Jampue.

¹¹ Fitri Diana, Studi Komparasi Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah (Palembang 2017). H. 3

B. Tinjauan Teori

1. Strategi

Strategi menurut kamus Bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti siasat atau rencana. Menurut istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus sebagaimana yang dikutip oleh Husein Umar “*Strategic Management in Action*”. Menurut Sukrisono, strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Secara terminologi, strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi akan melakukan apapun yang harus dilakukan dalam bisnis, bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya untuk mencapai tujuan.¹²

Sedangkan menurut Hamel dan Prahalat, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang merealisasikannya.¹³ Strategi juga bisa diartikan sebagai

¹²Stephen P Robbins, Marry Coulter, Manajemen: Ed X, (Jakarta: Penerbit Eelangga, 2010), h. 231.

¹³ Husain Umar, *Manajemen Strategi*(2019), Hal 20

suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁴

Strategi merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan,. Strategi dalam dunia bisnis sangatlah dibutuhkan untuk mencapai visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Gerald Michaelson bahwa strategi adalah suatu rencana yang akan diterapkan dengan melakukan berbagai hal yang tetap.¹⁵

Menurut Stephanie K. Marrus strategi adalah suatu proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Hamel dan Prahad mengartikan strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan pola para konsumen memerlukan kompetensi inti (*core kompetensi*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.¹⁶

¹⁴Rahman Saputra Pasaribu, Strategi Promosi Pembiayaan IB Gadai Emas Syariah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan (2019), h. 11

¹⁵ GERAL A. MICHAELSON dan STEVEN W. MICHAELSON, *Strategi Usaha Penjualan*, (Batam: Karisma Publishing Group, 2004), hal 8

¹⁶Kasmir, Pemasaran Bank, Cet 1 (Jakarta Pranada Medi, 2013), h. 59-60.

a. Macam-macam strategi sebagai berikut :

- 1) Strategi produk adalah strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan suatu produk.
- 2) Strategi harga adalah salah satu aspek penting dalam kegiatan penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.
- 3) Strategi lokasi dan layout adalah penentuan lokasi beserta sarana dan prasarana sangat penting hal ini supaya mudah dijangkau oleh setiap masyarakat.¹⁷

b. Jenis jenis Strategi

Ada dua faktor yang diperhitungkan perusahaan dalam menciptakan strategi yang tepat, pertama didasarkan pada keunggulan kompetitif perusahaan (biaya rendah atau diferensiasi) dan kedua didasarkan pada cakupan persaingan perusahaan dalam pasar yang luas maupun sempit. Empat jenis strategi bersaing berdasarkan pendekatan dari Miles dan Snow yakni sebagai berikut:

- 1) Strategi prospektor yakni Strategi yang mengutamakan pada keberhasilan perusahaan dalam berinovasi. Kekuatan strategi ini terletak pada kemampuan perusahaan untuk melihat kondisi dan situasi lingkungan bisnis yang selalu berubah rubah serta kemampuannya untuk menciptakan produk dan jasa baru yang dapat mengimbangi perubahan lingkungan yang dinamis.
- 2) Strategi bertahan yakni Strategi yang mengutamakan stabilitas pasar yang menjadi targetnya. Strategi ini cocok untuk perusahaan yang sedikit lini produk dan pasar dan segmen pasar yang sempit.

¹⁷ Fitri Diana, Studi Komprehensif Strategi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah, (palembang 2017), Hal 19-20

- 3) Strategi penganalisis yakni Strategi yang mengutamakan pengalisan ide baru. Penganalisis akan memperhatikan strategi dari perusahaan perusahaan lain yang sudah lebih dahulu terjun dalam bisnis yang bersangkutan.
- 4) *Strategi* reaktor yakni Strategi yang mengutamakan reaksi terhadap perubahan lingkungan.¹⁸

2. Promosi

Promosi berasal dari bahasa Inggris *promote* yang artinya meningkatkan atau mengembangkan. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti dapat meningkatkan *omzet* penjualan, adapun point penting yang pertama produsen yang melakukan kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli serta meningkatkan dan mengingatkan agar konsumen tidak melupakan produk, dan yang kedua yaitu konsumen yang bertugas untuk melakukan komunikasi antara produsen dan konsumen.

Promosi merupakan koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk memenangkan persaingan di bidang usahanya. Berbagai upaya dapat dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut, salah satunya melalui kegiatan promosi. Promosi dapat diharapkan untuk mempengaruhi elastisitas permintaan produk dan jasa. Perusahaan yang selalu berusaha untuk memenangkan persaingan dibidang usahanya akan melakukan berbagai upaya agar dapat dilakukan untuk mewujudkan tujuan perusahaan tersebut. Perusahaan yang selalu berusaha untuk meningkatkan usahanya,

¹⁸Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 85

akan melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan atau memajukan produk dan jasanya agar diminati oleh banyak orang. Semakin banyak produk yang diminati oleh masyarakat maka semakin berhasil pula promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dengan mengadakan promosi dimana promosi yang dilakukan akan menambah keuntungannya.

Promosi juga sebagai kegiatan menginformasikan produk penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi kepada pembeli agar membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.¹⁹

Adapun pengertian promosi menurut para ahli:

1) Agus Hermawan

Promosi, salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan pembelian.²⁰

2) Tjiptono

Promosi, bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

¹⁹ Rizki Hidayat Nasution, Strategi Promosi Pembiayaan ,MudharabahPada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidimpun (2017), Hal 3

²⁰ Remart Ricards Duan, Johnny A.F. Kalangi, Olivia Walangitan, Pengaruh Strategi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo (2019), Hal 131

3) Sistaningrum

Promosi, suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen *actual* maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian produk yang diawarkan saat ini atau dimana yang akan datang.²¹

a. Tujuan Promosi

Adapun tujuan dilakukan promosi yaitu:

- 1) Untuk menyebarluaskan informasi barang atau jasa perusahaan kepada pasarProduk atau jasa perusahaan.
- 2) Untuk mendapatkan konsumen baru dan menjaga kesetiaan konsumen yang sudah lama agar tidak mudah berpindah ke tempa yang lain.
- 3) Untuk membedakan dan meningkatkan daya unggul produk perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing.
- 4) Untuk membentuk citra produk atau jasa dan juga nama perusahaan dimata konsumen.
- 5) Memberikan informasi kepada konsumen potensial mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Promosi juga sering dikatakan sebagai proses berlanjut antara lain sebagai berikut:

- 1) Promosi membentuk suatu suara (*voice*) untuk perusahaan dalam proses pemasarannya, sehingga dapat mempromosikan suatu produk dan kelebihanya pada konsumen potensial.

²¹Garaika, Winda Feriyani, Promosi dan Pengaruh Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasa (2019), Hal 25-26

- 2) Promosi dapat membantu perusahaan dalam hal meningkatkan penjualan produk dalam pasar yang kompetitif.
- 3) Promosi membantu perusahaan dalam hal menetapkan dan mengembangkan produk baru.

3. Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* merupakan istilah yang digunakan dalam bentuk syariah, sebagaimana dalam bank konvensional disebut dengan kredit atau *lending*. Dalam kredit keuntungan berbasis pada bunga atau *interest based*. Sedangkan dalam pembiayaan atau *financing* berbasis pada keuntungan riil yang dikehendaki atau bagi hasil (*margin*). Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan yang berupa:

- a) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.
- b) Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.
- c) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *mudharabah, istishna, dan salam*.
- d) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*.
- e) Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* atau transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.²²

²²Rizka Wakhidatul Nur Hidayah, Strategi Promosi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai Emas Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kota Mojokerto (2021), Hal 20

a. Syarat Sah Akad Pembiayaan

Sebelum pembiayaan dilakukan, hal yang pertama dilakukan harus membuat surat perjanjian yang mengatur hak dan kewajiban antara bank dengan nasabah perimah pembiayaan:

- 1) Saling menyepakati dan menyetujui antara satu pihak dengan pihak lain tanpa adanya paksaan. Dal bahasa fikih, hal ini sering disebut dengan *sighat al-aqd* yang biasanya diwujudkan dalam bentuk *ijab* dan *qabul*.
- 2) Kecakapan semua pihak dalam membuat suatu perjanjian.
- 3) Hak dan kewajiban harus ditentukan secara jelas dalam perjanjian yang dibuat.
- 4) Tujuan penggunaan yang tidak dilarang oleh undang-undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, tidak melanggar norma kesusilaan, dan tidak bertentangan dengan agama.

Sedangkan syarat sah akan pembiayaan menurut Islam adalah perjanjian atau akad yang dilakukan harus sesuai dengan syariah, perjanjian yang dilakukan bukanlah perjanjian atas hal-hal yang bertentangan dengan hukum islam. Isi dalam perjanjian juga harus jelas, hal ini dilakukan dengan tujuan agar suatu saat tidak terjadi adanya kesalahpahaman antara satu sama lain. Tidak adanya unsur pemaksaan saat melakukan perjanjian, perjanjian yang dilakukan harus berdasarkan atas dasar saling ikhlas dan rela.²³

b. Jenis-jenis Pembiayaan

Berdasarkan pada jenis pembiayaan dapat digolongkan pada beberapa jenis, diantaranya:

²³ Rosa Famila, Strategi *Pawning Officer* Bank Syariah Mandiri Area Malang Dalam Meningkatkan Produk Pembiayaan Gadai Emas (2018), Hal 30

1. Jenis Pembiayaan Menurut Tujuan Penggunaan.

Menurut tujuan penggunaan, pembiayaan dapat dibedakan pada beberapa jenis, sebagai berikut:

- a) Pembiayaan Konsumtif, yakni pembiayaan yang ditujukan untuk keperluan atau konsumsi, baik konsumsi pribadi, perusahaan, umum, maupun konsumsi pemerintah. Contoh pada pembiayaan konsumtif misalkan pembelian rumah tinggal, pembeli mobil pribadi atau dinas, pembelian peralatan rumah tangga dan lain-lain.
- b) Pembiayaan komersial, yaitu pembiayaan yang diberikan dengan tujuan penggunaannya untuk pengembangan usaha tertentu. Jenis pembiayaan komersial ini dapat digolongkan atas:
 - 1) Pembiayaan Modal Kerja, yaitu pembiayaan yang kegunaannya sebagai modal kerja usaha tertentu, misalnya pembiayaan digunakan untuk pembelian bahan baku, barang dagang, biaya eksploitasi barang modal, biaya-biaya produksi dan lain-lain.
 - 2) Pembiayaan Investasi, yaitu pembiayaan yang kegunaannya sebagai bentuk investasi (jangka menengah dan panjang), misalnya merehabilitas modernisasi, perluasan usaha, atau pendirian pabrik baru. Merehabilitasi dan modernisasi contohnya pembelian peralatan produksi dengan modal baru yang lebih canggih atau kapasitas yang lebih besar, perluasan usaha contohnya membuka cabang atau pabrik baru di tempat lain.

2. Jenis Pembiayaan Menurut Jangka Waktu

Pembiayaan menurut jangka waktu dikelompokkan atas:

- a. Pembiayaan jangka pendek (*short term*) yaitu pembiayaan berdurasi waktu tidak lebih dari se1 tahun. Pembiayaan jenis ini misalnya pembiayaan untuk pertanian yang bersifat musiman, perdagangan musiman, industri, pembiayaan proyek dan lainnya.
 - b. Pembiayaan jangka menengah (*intermediateam*), yaitu pembiayaan yang jangka waktunya lebih dari 1 tahun dan kurang dari 3 tahun.
 - c. Pembiayaan jangka panjang (*long team*) yaitu pembiayaan yang jangka waktunya lebih dari 3 tahun, misalnya pembiayaan pengadaan rumah KPR, pembangunan ruko, pabrik dan lain-lain.
3. Jenis Pembiayaan Menurut Cara dan Sifat Penarikannya

Berdasarkan cara penarikannya, pembiayaan dapat dikelompokkan atas:

- a. Penarikan sekaligus, yaitu penarikan pembiayaan dilakukan satu kali sebesar plafon pembiayaan. Penarikannya bisa dilakukan dengan cara tunai atau dipindahkan lewat buku tabungan nasabah yang bersangkutan.
- b. Penarikannya bertahap sesuai jadwal yang ditentukan, yaitu penarikan pembiayaan dilakukan secara bertahap sesuai waktu yang disepakati atau sesuai pada tingkat penyelesaian proyek.
- c. Rekening koran (*revolving*), yaitu penarikan sesuai kebutuhan nasabah, penarikannya bisa secara tunai atau pemindah bukuan ke rekening nasabah yang bersangkutan.

Sedangkan berdasarkan sifat penarikannya dapat dibedakan atas:

- a. Pembiayaan langsung, yaitu pembiayaan yang ketika disetujui oleh perbankan dapat langsung digunakan oleh nasabah.

- b. Pembiayaan tidak langsung, yaitu pembiayaan yang belum dapat digunakan oleh nasabah, walaupun sudah disetujui oleh bank.²⁴

4. Gadai Emas

a. Pengertian Gadai Emas

Menurut UU Perdata pasal 1150 gadai adalah suatu hak uang diperoleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Yang kemudian diserahkan kepada oleh seorang yang berhutang kepada seorang yang berhutang atau oleh seorang lain atas dirinya dan yang memberikan kekuasaan kepada orang lain atas dirinya dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya. Fiqih Islam yang menjelaskan tentang rahn yaitu sebuah perjanjian menaha suatu barang sebagai tabungan hutang. Gadai (rahn) dapat diarikan sebagai perjanjian suatu barang sebagai tanggungan utang, dan menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara sebagai tanggungan pinjaman (*mahrhun bih*), sehingga dengan adanya tanggungan utang ini seluruh atau sebgaiian utang dapat diterima.²⁵

b. Poduk Gadai

Produk gadai yaitu menahan salah satu harta milik nasabah (*Rahn*) sebagai jaminan (*Marhun*) atas hutang atau pinjaman (*Marhun Bih*) yang diterimahnya atau merupakan akad yang menahan harta milik pegadai oleh penerima gadai sebagai jaminan atas hutang yang diterimanya. Untuk penyimpanan barang selama digadai, nasabah harus membayar sejumlah sewa yang telah disepakati bersama atanra pihak

²⁴Nurlaili. M.Si, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah (2018), Hal 19

²⁵Alma Buvhari dan Donni Juni Priansa, Manajemen Bisnis Syariah (Bandung-Alabeta) 2019, Hal 31-32

pegadaian dengan nasabah. Uang sewa ini mencakup biaya serta pemeliharaan barang yang digadai. Proses pelunasan sewa ini dapat dibayar kapan saja selama jangka waktu yang telah ditetapkan.²⁶

c. Manfaat Implementasi Pembiayaan Gadai Emas Syariah Bagi Pihak Berakat.

Pelaksanaan pembiayaan gadai emas syariah merupakan salah satu bentuk penyaluran dan kepada masyarakat yang berupa pemberian pinjaman dan penyaluran dana dengan menahan barang berharga (emas) yang dimiliki nasabah, pembiayaan gadai emas ini dapat memberikan manfaat kepada pihak nasabah, antara lain sebagai berikut:

1) Nasabah tidak perlu menjual emasnya untuk mendapatkan dana tunai.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah yang sangat mendesak, nasabah mendapatkan jalan alternatif mendapatkan dana pinjaman tanpa harus menjual barang gadai (emas) yang dimiliki nasabah, hanya menggandaikannya untuk sementara waktu di pegadaian sehingga jatuh tempo dan nasabah sudah membayar kewajibannya kepada pegadaian.

2) Emas yang digadaikan dijamin keamanannya.

Dalam pembiayaan gadai syariah, barang yang digadaikan (emas) nasabah diasuransikan oleh pihak di pegadaian syariah. Untuk mendapatkan keamanan terhadap barang yang digadaikan (emas) nasabah serta mengantisipasi segala resiko yang akan timbul, seperti kehilangan, pencurian, perampokan, dll.

²⁶Melen Sterendisa, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (*Rahn*) di Pt. Pegadaian Syariah (2017), H. 18

3) Nasabah tidak dikenakan biaya pinjaman.

Dalam pembiayaan gadai emas syariah nasabah tidak dikenai bunga pinjaman, dimana sudah jelas bahwa dalam transaksi syariah tidak diperbolehkan mengandung unsur MAGHRIB (*Maisir, Gharar, dan Riba*). Nasabah hanya dikenakan biaya sewa tempat untuk barang yang digadaikanya (emas) dihitung bukan dari besarnya pinjaman nasabah, tetapi berdasarkan jenis dan karat dari barang yang digadaikan (emas) nasabah.

4) Nasabah bisa memperpanjang kontrak (gadai ulang)

Pada saat jatuh tempo nasabah tidak memenuhi kewajibannya, maka pihak pegadaian dapat memberikan keringanan atau kesempatan kepada nasabah untuk melakukan perpanjangan kontrak (gadai ulang) namun yang harus dilakukan penaksiran ulang terlebih dahulu dengan harga emas pada saat itu.

5) Harga emas pada saat gadai atau saat dijual lebih tinggi daripada pada saat digaikan.

Harga semua barang akan mengalami fruktuasi dengan dua kemungkinan, yaitu naik dan turun. Sedangkan emas merupakan barang yang sangat likuid dan emas lebih cenderung mengalami kenaikan harga dibanding penurunan harga.²⁷

d. Hukum Gadai Emas

1) Hukum *rhan* dalam Al-Qur'an

Hukum *rahn* tercantum dalam Q.S Al-Baqarah 2:283 yang berbunyi:

تَقِ أَمْنَتَهُ وَأَوْثِنِ الَّذِي فَلْيُؤَدِّبَعْضًا بَعْضَكُمْ أَمِنْ فَإِنْ مَقْبُوضَةٌ فَرَهَنْ كَاتِبَاتٍ جِدُوا وَلَمْ سَفَرِ عَلَى كُنْتُمْ وَإِنْ ﴿٢٨٣﴾
 عَلِيمٌ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ قَلْبُهُ دَاءِ أَنْفِ فَإِنَّهُ دِيكُم مَّهَا وَمَنْ الشَّهْدَةَ تَكْتُمُوا وَلَا رَبُّهُ وَاللَّهُ وَلِيٌّ

²⁷Ahmad Maulidizen, Aplikasi Gadai Emas Syariah: Studi Kasus Pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru (2016), h. 87

Terjemahnya:

jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.²⁸

Ayat diatas memberikan gambaran umum ketika tidak ada yang tersedia penulis dan saksi dapat menggunakan barang utang ditengah perjalanan (milik kreditur)". Dalam dunia keuangan barang tanggungan umumnya disebut sebagai penjamin.

2) Hukum *rhan* dalam Hadist

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ حَدَّثَنَا جَرِيرٌ عَنِ الْأَعْمَشِ عَنْ إِبْرَاهِيمَ عَنْ الْأَسْوَدِ عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا وَرَهْنَهُ ذِرْعَةً ۝

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Qutaibah telah menceritakan kepada kami Jarir dan Al A'masy dari Ibrahim dari Al Aswad dari 'Aisyah radiallahu 'anha berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam pernah membeli makanan dari orang Yahudi dengan menggadaikan (menjaminkan) baju besi Beliau.” H.R Bukhori²⁹

Hadits diatas dapat dipahami bahwa Islam tidak membeda-bedakan antara Muslim dan non Muslim³⁰ diwilayah muamalah, Seorang muslim juga wajib membayar hutangnya kepada non-muslim seorang muslim Rahn dalam hukum Islam dilakukan dengan suka rela dan karena rasa syukur. Bantuan tanpa penghasilan saat

²⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya* (Bandung: Al-Jumanatul „Ali-ART (J-ART), 2005). h.

²⁹ Bukhory, Shahih Bukhory, Terj: Ahmad Sunarto dkk, Shahih Bukhory, (Semarang: AsySyifa, 1992), Juz: 3, h. 538

³⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2002).h.107

dijanjikan berdasarkan hukum. Selain rasis gotong royong, sedangkan gadai menurut hukum perdata juga menghasilkan keuntungan memungut bunga atau menyewakan modal, itu tidak tepat dengan hukum Islam karena termasuk riba. Tentang hak-hak sipil dalam hukum Islam, hak gadai hanya berlaku untuk barang bergerak rahn berlaku untuk semua barang bergerak dan tidak bergerak.

3) Hukum Rahn dalam Ijma Ulama

Berdasarkan para ulama yang telah bersepakat bahwa gadai (rahn) diperbolehkan, para ulama tidak pernah berdebat pilihan dan dasar hukum. Juhur ulama juga mempercayai hal ini gadai disyariatkan pada waktu tidak bepergian dan maupun sedang bepergian.³¹

Selain Al-Qur'an dan Hadis, dasar pedoman yang harus dipatuhi oleh Lembaga Keuangan Syariah dalam hal produk gadai syariah adalah Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yakni Fatwa Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn dan Fatwa Nomor 26/DSN MUI/III/2002 tentang rahn emas.

Konsep gadai, gadai ini dibahasakan dengan *'rahfl* yang artinya menggadaikan barang yang dimiliki sebagai bagian dari transaksi utang piutang atau pinjam meminjam. Masyarakat yang menggadaikan emasnya disebut dengan *'rahirl*, sedangkan lembaga pegadaian atau lembaga keuangan syariah (LKS) yang menerima barang gadai dinamakan dengan *'murtahirl*, barang yang digadaikan diistilahkan dengan *'marhurl*.

³¹ Shintya Robiatul Adawiyah, dkk, "Pelaksanaan Gadai Emas Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan Di Kota Bandar Lampung", *Pactum Law Journal*, Vol. 1, No. 2, (2018), h. 155.

Prinsip operasionalnya dalam gadai. Pertama, penerima barang gadai (*murtahin*) mempunyai hak untuk menahan marhun (barang gadai) sampai semua utang Rahin (yang menyerahkan barang) dilunasi. Kedua, marhun dan manfaatnya tetap menjadi milik rahn, pada prinsipnya, marhun tidak boleh dimanfaatkan oleh murtahin kecuali seizin rahin, dengan tidak mengurangi nilai marhun dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan. Ketiga, pemeliharaan dan penyimpanan marhun pada dasarnya menjadi kewajiban rahin, namun dapat dilakukan juga oleh murtahin, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban rahin. Keempat, besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman. Kelima, penjualan barang gadai (marhun) dapat dilakukan dalam kondisi berikut : (a) apabila jatuh tempo, murtahin harus memperingatkan rahin untuk segera melunasi utangnya. (b) apabila rahin tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka marhun dijual paksa atau dieksekusi melalui lelang sesuai syariat. (c) hasil penjualan marhun digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan. (d) kelebihan hasil penjualan menjadi milik rahin dan kekurangannya menjadi kewajiban Rahin.

Prinsip operasional dalam gadai emas, ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam kegiatan dalam kegiatan operasional gadai emas dan seharusnya menjadi pedoman baik bagi rahin dan terkhusus bagi murtahin, dalam hal ini adalah pihak pegadaian syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya. Pertama, rahn emas dibolehkan berdasarkan prinsip rahn. Dalam rangka praktiknya, gadai emas tidak hanya menggunakan akad rahn saja, tetapi juga menggunakan akad ujarah untuk jasa penyimpanan emas. Hal ini diistilahkan dengan bahasa "*hybrid contract*", karena

mengandung lebih dari satu akad, dalam hal ini akad rahn dan ijarah. Kedua, ongkos dan biaya penyimpanan barang (marhun) ditanggung oleh penggadai (rahn). Hal ini sesuai dengan prinsip operasional rahn yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa manfaat dan biaya masih ditanggung oleh pemilik barang gadai. Ketiga, besarnya ongkos didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan. Poin ketiga ini harus menjadi perhatian serius dari pihak lembaga keuangan syariah. Ongkos yang dimaksudkan disini termasuk biaya administrasi dan biaya penyimpanan emas. Biaya administrasi dan penyimpanan emas tidak boleh didasarkan pada jumlah pinjaman. Sebab jika dikaitkan dengan jumlah pinjaman, maka biaya administrasi dan penyimpanan berubah menjadi bunga yang diharamkan oleh prinsip syariah. Keempat, biaya penyimpanan barang (marhun) dilakukan berdasarkan akad Ijarah. Meskipun dalam pengenaan biaya penyimpanan menggunakan akad ijarah (jasa), tetap tidak diperkenankan didasarkan pada jumlah pinjaman, pihak lembaga syariah dalam membebankan biaya penyimpanan dapat didasarkan pada biaya riil yang dikeluarkan dalam penyewaan emas tersebut menyangkut *safe deposit box*³².

5. Efektivitas

a. Definisi Efektivitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia efisiensi memiliki tiga arti. Arti pertama adalah adalah efek, hasil, dampak dan penampilan. Arti lainnya dari efisien atau efektif. Meski makna ketiga mampu membuahkan hasil atau gunakan Performa juga bisa diartikan mengukur keberhasilan dalam mencapai tujuan.³³

³²Dr. Kautsar Riza Salman, SE., CPA. Seputar Gadai Emas dalam Sudut Pandang Muamalah, h. 6.

³³Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa (P3B), Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), Hal. 250

Hal ini juga disampaikan oleh Emerson Djaka, mencatat bahwa metriknya adalah efisiensi dengan tujuan mencapai sesuatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.³⁴

Menurut Ulum dalam Moh Pabundu Tika, menyatakan bahwa efektivitas merupakan suatu tingkat pencapaian atas hasil program dengan target yang telah ditetapkan. Sedangkan definisi efektivitas menurut Robins dalam Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan ialah tingkat pencapaian organisasi jangka pendek dan jangka panjang.³⁵

Selain itu, terdapat beberapa pengertian efektivitas menurut para ahli yaitu:

- 1) Menurut Martani dan Lubis efektivitas adalah elemen dasar tindakan untuk mencapai tujuan atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan kata lain, organisasi disebut efektif ketika tujuan atau sasaran tercapai ditentukan sebelumnya.³⁶
- 2) Menurut Pasolong, kata efektivitas itu pada dasarnya berasal dari kata "efek" dan digunakan istilah ini seperti kata kausalitas. Alasannya dapat dikaitkan dengan efisiensi direncanakan sebelumnya bisa tercapai atau dengan kata lain sasarannya tercapai karena adanya proses kegiatan.³⁷

Berdasarkan definisi yang diberikan dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah sesuatu yang hanya tidak memberikan efek, hubungan, efek dan impresi. Namun itu mengacu pada keberhasilan tujuan perusahaan atau

³⁴ Djaka, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Masa Kini, (Surakarta: Pustaka Mandiri, 2011), Hal. 45

³⁵ Moh Pabundu Tika, Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), Hal. 128

³⁶ Martani dan Lubis, Teori Organisasi, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2007), Hal. 55

³⁷ Harbani Pasolong, Teori Administrasi Publik, (Bandung: Alfabeta, 2007), Hal. 4

organisasi, menetapkan standar, profesionalisme, penetapan tujuan, kehadiran program, materi dan juga terkait dengan metode. Layanan juga memiliki dampak negatif tujuan yang dapat dicapai.

b. Pendekatan Efektivitas

Untuk mengukur sejauh mana sebuah kegiatan atau aktivitas itu berjalan efektif, dibutuhkan pendekatan efektivitas. Terdapat beberapa pendekatan yang dilakukan terhadap efektivitas, yakni sebagai berikut:

1) Pedoman Sasaran (*Good Approach*)

Pengukuran telah berjalan jauh dalam pendekatan ini tujuan apa yang ditetapkan perusahaan dicapai Pendekatan target yang dalam Efektivitas dimulai dengan pengakuan tujuan perusahaan atau organisasi dan mengukurnya dengan tingkat keberhasilan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan Selesai Sasaran penting yang harus diwaspadai dalam mengukur kinerja menggunakan pendekatan ini adalah tujuan yang realistis untuk dicapai berdasarkan tujuan untuk menawarkan hasil terbaik "target resmi" dengan perhatian apa yang terjadi pada konsentrasi dari segi produk yaitu melalui pengukuran dalam mencapai tingkat keberhasilan program output yang direncanakan. Dengan demikian, pendekatan ini mencoba mengukur sejauh mana organisasi atau lembaga berhasil dalam merealisasikan sasaran yang hendak dicapai.

2) Pendekatan Sumber (*Sistem Resource Approach*)

Pendekatan ini merupakan salah satu jenis pendekatan yang mengukur efektivitas dengan keberhasilan dalam suatu lembaga atau organisasi Dapatkan apa yang Anda butuhkan dan sumber daya yang Anda butuhkan dia membutuhkan Fasilitas harus bisa mendapatkan sumber yang berbeda dan kebutuhan dan memegang

kondisi dan juga sistem bekerja secara efisien. di dalam Pendekatan ini didasarkan pada teori transparansi sistem atau institusi ke lingkungan. Karena lembaga memiliki hubungan yang setara dalam lingkungan, dari lingkungan mana sumber-sumber yang terdapat pada lingkungan yang sering kali bersifat langka dan bernilai tinggi.

3) Pendekatan Proses (*Internal Process Approach*)

Pendekatan ini mengasumsikan bahwa pendekatan proses percaya pada efisien dan status kesehatan internal institusi. Proses internal dalam institusi yang efektif dapat berjalan dengan lancar saat bekerja bagian yang ada disertakan koordinat Pendekatan ini tidak memperhatikan lingkungan, melainkan fokus pada tindakan menurut sumber-sumber milik mereka alat yang menggambarkan tingkat efisiensi dan perawatan kesehatan kelembagaan.

C. Tinjauan Konseptual

1. Strategi

Strategi dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat atau akal untuk mencapai suatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan. Strategi merupakan daya kreatifitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh perusahaan.³⁸ Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastika

³⁸Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 34.

implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.³⁹

2. Promosi

Promosi dalam manajemen pemasaran merupakan ujung tombak dalam kegiatan bisnis. Menurut Basu Swasta dan Irawan “Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.”⁴⁰

Defenisi tersebut mengatakan bahwa dengan mengadakan kegiatan promosi dapat menyampaikan berbagai informasi kepada konsumen. Promosi juga dapat membantu memperkenalkan konsumen terhadap suatu produksi untuk dapat memilih produksi mana yang diinginkan melalui pesan yang membujuk, mengingatkan, menginformasikan, dan mendorong pengonsumsi untuk membeli produksi yang ditawarkan. dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan promosi terhadap berbagai sarana alat-alat promosi yang dirancang untuk mendorong peningkatan volume penjualan.⁴¹

3. Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* merupakan istilah yang digunakan dalam bentuk syariah, sebagaimana dalam bank konvensional disebut dengan kredit atau *lending*. Dalam kredit keuntungan berbasis pada bunga atau *interest based*. Sedangkan dalam pembiayaan atau *financing* berbasis pada keuntungan riil yang dikehendaki atau bagi hasil (*margin*).

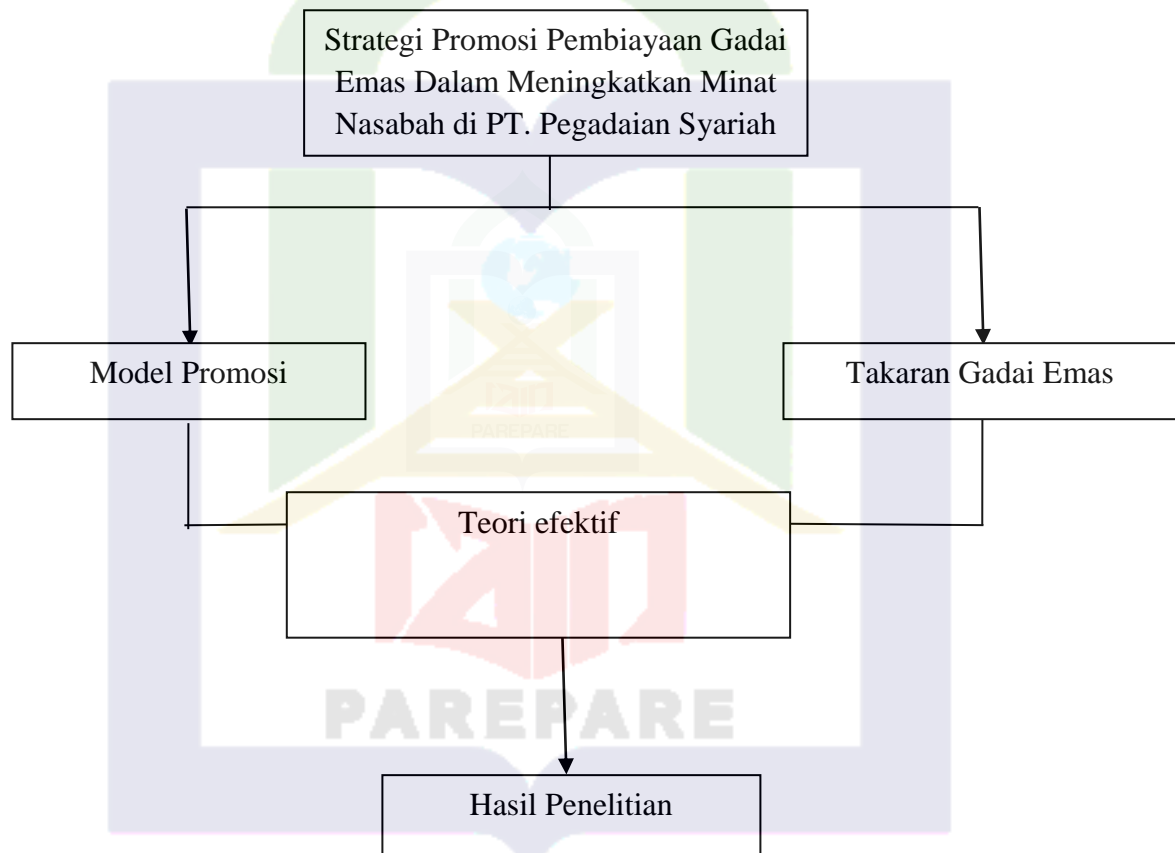
³⁹Tim Prima Pena, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta, Gita Media Press, 2015), h. 562

⁴⁰Basu Swasta dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty, 2000), h. 349.

⁴¹H. Abdul Mahap, Revolusi Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), h. 301.

D. Bagan Kerangka Pikir

Bagian kerangka pikir yang dibuat merupakan cara berpikir yang digunakan untuk mempermudah cara berpikir pembaca sehingga lebih mudah untuk di pahami dan dimengerti. Adapun judul penelitian yaitu “Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas dalam meningkatkan minat nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue” sebagai berikut



2.1 Bagan kerangka pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi yang diterbitkan IAIN Parepare, tanpa mengabaikan buku-buku metodologi lainnya. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa bagian, yakni pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan dan pengolahan data, serta teknik analisis data.⁴²

Berdasarkan pada judul yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yakni suatu penelitian yang bertujuan untuk menerangkan fenomena sosial atau peristiwa. Sehingga peneliti ini termaksud dalam kategori penelitian lapangan, yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada di lapangan sebagaimana adanya. Hal ini sesuai dengan definisi penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁴³ Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk mengkaji hipotesis tertentu, tetapi hanya untuk menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan.⁴⁴

⁴²Tim Penyusun, Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi, (Parepare: IAIN Parepare, 2020).

⁴³Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2004), h. 3

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, Manajemen Penelitian, (Cet. 4, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), h. 310

Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik atau utuh, sehingga dalam penelitian ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, akan tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Adapun waktu penelitian adalah jangka waktu kegiatan penelitian berlangsung.

1. Lokasi Penelitian

Gambaran umum lokasi penelitian dilaksanakan PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue yang beralamat di Jampue Jalan Abbanuang Kabupaten Pinrang. Nama instansi PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. Website : www.pegadaiansyariah.co.id hadirnya pegadaian syariah yang ada di Jampue memberikan peluang kepada masyarakat setempat untuk menggunakan jasa pegadaian untuk memenuhi segala kebutuhan sehingga inilah salah satu alasan mengapa PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue mendirikan perusahaan tersebut.

2. Waktu penelitian

Adapun waktu penelitian dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 1 bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian sebagai hal-hal yang ingin dicari jawabannya melalui penelitian. Fokus penelitian ini akan berguna dalam memberikan arah kepada peneliti selama proses penelitian, utamanya pada saat pengumpulan data, untuk membedakan antara data mana yang relevan dengan tujuan penelitian ini untuk mengetahui Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas dalam Meningkatkan Minat Nasabah di kantor PT. Pegadaian Syariah Cabang UPS Jampue.

D. Jenis dan Sumber data

Menurut Lofland, sumber data dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain-lainnya.⁴⁵ Maka dari itu dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data dari hasil informasi tertentu mengenai suatu data dari beberapa orang tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Sumber data dari peneliti ini diperoleh dari kepala kantor, para Pegawai dan juga nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh instansi, sumber data dari peneliti ini diperoleh dari kepala kantor.

⁴⁵Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Cet. I, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008),h. 169.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data pada hakikatnya merupakan cara-cara yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data,⁴⁶ untuk mendapatkan data dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui cara yaitu:

1. Pengamatan (*Observasi*)

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data secara pengamatan langsung dengan menggunakan penglihatan, penciuman, pendengaran, perabahan, atau kalau perlu dengan pengecapan yang digunakan untuk menghitung data penelitian.⁴⁷

Penelitian ini menggunakan teknik observasi non partisipatif, dimana pada pelaksanaannya peneliti tidak terlibat langsung dengan aktivitas nasabah yang sedang diamati, dan hanya sebagai pengamat independen. Kegiatan observasi pada penelitian ini dilakukan di lokasi yang menjadi objek kajian pada penelitian ini.

2. Interview (Wawancara)

Interview atau wawancara merupakan proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab antara seseorang yang berusaha menggali informasi dengan orang yang diwawancarai untuk mendapat informasi yang kongkrik terkait dengan permasalahan yang diteliti.⁴⁸

Setelah melakukan kegiatan Observasi, peneliti selanjutnya akan melakukan proses wawancara atau interview dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan untuk

⁴⁶ Triantono, *Pengantar Penelitian Pendidikan bagi Pengembangan Profesi & Tenaga Kependidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), H. 262

⁴⁷ Triantono, *Pengantar penelitian Pendidikan bagi Pengembangan Profesi & Tenaga Kependidikan*(2010), H. 267

⁴⁸ Bungin, B, *Penelitian Kualitatif, Ekonomi, Kebijakan publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Cet. IV, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), h. 108.

memperoleh informasi dari nasabah yang berjumlah 4 orang dan pegawai yang berjumlah 1 orang, beserta dengan kepala kantor, di pegadaian syariah cabang Jampue terkait dengan strategi promosi pembiayaan gadai emas dalam meningkatkan minat nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu dari teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Data akan dikumpulkan sebagai bentuk pertanggung jawaban penelitian ini, baik itu dalam bentuk file data seperti dokumentasi rekaman suara, foto, dan data-data langsung yang diperoleh.

Teknik pengumpulan data dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengundang keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang masalah penelitian. Adapun teknik dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pengambilan gambar terkait Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas dalam meningkatkan minat nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue. Tujuan Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data tulisan, gambar, terekam yang dapat dipakai atau keterangan yang mendukung penelitian ini untuk menjadi penguatan peneliti mengenai strategi promosi pembiayaan gadai emas.

F. Uji Keabsahan Data

1. Perpanjangan pengamatan

Peneliti melakukan perpanjangan pengamatan dengan melakukan kegiatan terjun langsung kelapangan untuk melihat dan mengetahui kondisi lapangan sampai data yang dibutuhkan lengkap, kemudian peneliti akan secara langsung mengecek

Kembali apakah data yang didapatkan sebelumnya berubah atau tidak setelah data yang dibutuhkan lengkap.

2. Trianggulasi

Trianggulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada.⁴⁹ Trianggulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan yang bermanfaat dalam sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Trianggulasi berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbedabeda dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan teknik wawancara, mendalam dan dokumen untuk sumber data yang sama.

G. Teknik Analisis Data

Setelah uji keabsahan data dilakukan, data yang telah dikumpulkan diolah dengan analisis kualitatif. sebagaimana dikutip oleh Sugiyono, bahwa aktifitas dalam pengumpulan data melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.⁵⁰

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya, lalu membuang yang tidak perlu.⁵¹

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data dalam satu cara, dimana

⁴⁹ Sugiono, Memahami Penelitian kualitatif (Bandung : Alfabeta, 2005)

⁵⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 300

⁵¹ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 122.

kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi. Tahapan reduksi data melalui proses pemisahan dan pentransformasian data “mentah” yang terlihat dalam catatan tertulis lapangan (*written-up field notes*). Data “mentah” adalah data yang sudah terkumpul tetapi belum terorganisasi secara numerik.⁵² Adapun data “mentah” yang dimaksud dalam penelitian ini ialah data yang belum diolah oleh peneliti. Oleh karena itu, reduksi data berlangsung selama kegiatan penelitian dilaksanakan.⁵³

Setelah proses pengumpulan data dilakukan oleh penulis, data dari hasil wawancara dengan beberapa sumber serta hasil dari studi dokumentasi dalam bentuk catatan lapangan selanjutnya dianalisis. Kegiatan ini bertujuan untuk membuang data yang tidak perlu dan menggolongkan ke dalam hal-hal pokok yang menjadi fokus permasalahan yang diteliti.

Proses reduksi data juga dilakukan oleh peneliti di lapangan pada saat melakukan kegiatan wawancara tidak terstruktur kepada informan. Hasil wawancara yang diperoleh kemudian dipilih, disatukan, lalu memisahkan atau membuang informasi yang dianggap tidak berkaitan dengan penelitian ini.

Hal ini dilakukan untuk memilah data yang penting dan data yang tidak penting sehingga akan dibuang data yang tidak perlu dan menggolongkan ke dalam hal-hal pokok yang menjadi fokus permasalahan yang diteliti yakni strategi penyelesaian Non Performance finance pada Bank Syariah Indonesia Pinrang.

⁵²Murray R. Spiegel dan Larry J. Stephens, *Statistik*, (Gelora Aksara Pratama; Edisi Ketiga, 2004), h. 30.

⁵³A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Prenada Media, 2016), h. 406.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi adanya kemungkinan penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.⁵⁴

Penyajian data dilakukan dengan menggabungkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa sumber data dan studi dokumentasi. Data yang disajikan berupa narasi kalimat, dimana setiap fenomena yang dilakukan atau diceritakan ditulis apa adanya kemudian penelitian memberikan interpretasi atau penilaian sehingga data yang tersaji menjadi bermakna.

3. Verifikasi Data

Verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti inilah yang disebut dengan verifikasi data. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung

⁵⁴Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*(2005), H. 123-124

oleh bukti-bukti yang kuat dalam arti konsisten dengan kondisi yang ditemukan saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang diperoleh merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵⁵

Verifikasi data dilakukan untuk mendapatkan kepastian apakah data tersebut dapat dipercaya atau tidak. Dalam verifikasi data ini akan diprioritaskan keabsahan sumber data dan tingkat objektivitas serta adanya keterkaitan antar data dari sumber yang satu dengan sumber yang lainnya lalu menarik kesimpulan.



⁵⁵Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan , dan Jenis*, (Jakarta: Kencana, 2019), h. 117.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Model promosi pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue

Pada pembahasan bab ini akan disusun berdasarkan hasil penelitian di unit Pegadaian Syariah yang berkaitan dengan model promosi yang dilakukan dalam internal kantor Pegadaian Syariah Cabang Jampue yang diawali dengan pertanyaan bagaimana model promosi yang diterapkan pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

Model promosinya itu banyak mulai dari media sosial, ada yang secara langsung melalui outlet, ada yang melalui *canfasing*, yang turun langsung kelapangan, jadi ada beberapa cara untuk model promosinya.⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di kantor pegadaian syariah cabang Jampue adalah menggunakan media yang bergerak di bidang sosial media maupun non media. Cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan media melalui jasa sosial media seperti *whatsapp*, *instagram*, *web*, dan berbagai sosial media lainnya. Strategi yang ampuh dalam menarik minat nasabah adalah melalui media yang sangat canggih saat ini. Hal ini juga akan mempengaruhi minat masyarakat atau nasabah untuk menggunakan layanan pegadaian syariah cabang jampue dalam mengatasi masalah yang dialaminya. Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di kantor pegadaian syariah cabang jampue terhadap salah satu karyawan yang mengatakan bahwa:

Strategi promosi tergantung dari wilayahnya ini dilihat dari kebiasaan masyarakat yang ada di wilayah tersebut.⁵⁷

⁵⁶ Syamsul Ma'Arief, Pengelola Pegadaian Syariah Lanrisang, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah, pada 19 Maret 2023.

⁵⁷ Muh. Zulfikar Bugisi, Pengelola Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 18 Maret 2023.

Produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah cabang Jampue beragam produk tentunya produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah cabang Jampue juga memilih untuk mempromosikan produk tersebut sebagaimana hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai berikut

Produk yang kami tawarkan kepada masyarakat itu tabungan emas dimana uang yang ditabung nasabah dikonfersi langsung ke emas, saldo yang nasabah miliki itu bukan rupiah tetapi gram emas, jadi secara tidak langsung nasabah bisa berinfestasi.⁵⁸

Hal yang serupa juga disampaikan oleh narasumber selaku pegawai di kantorpegadaian syariah cabang Jampue bahwa :

Promosi yang kita lakukan bukan setiap bulannya teapi setiap harinya setiap nasabah datang ke kantor kita akan mempromosikan produk pegadaian, adapun jadwal tertentu ditentukan oleh masing-masing outlet melalui canvasing atau turung langsung mensosialisasikan produk tabungan emas kepada masyarakat atau nasabah. Promosi canvasing dilakukan setiap minggunyasetiap hari sabtu jadi yang turun langsung mempromosikan kepada masyarakat yaitu junior staf dan pengelola unit.⁵⁹

2. Efektifitas promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ternyata model promosi yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue mendapat respon yang baik dari masyarakat itu sendiri sebagaimana dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.

Lumayan bagus efektivitasnya karena selama ini masih terus bejalan bagi pebisnis.⁶⁰

⁵⁸ Syamsul Ma'Arief, Pengelola Pegadaian Syariah Lanrisang, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah, pada 19 Maret 2023.

⁵⁹ Muh. Zulfikar Bugisi, Pengelola Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 18 Maret 2023.

⁶⁰ Syamsul Ma'Arief, Pengelola Pegadaian Syariah Lanrisang, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah, pada 19 Maret 2023.

Produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue beragam produk tentu produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue juga memilih kerja untuk mempromosikan produk tersebut sebagaimana dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penelitian yakni sebagai berikut.

Kompeten sesuai dengan bidangnya jika disuruh pemasaran dia yang pergi pemasaran.⁶¹

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh narasumber bahwa:

Kalau promosi bukan setiap bulan tetapi setiap harinya, bahkan setiap nasabah datang itu harus promosi. Jadwal tertentu juga ditentukan masing-masing outlet melakukan canvassing. Canvassing itu public jurnit terjun langsung kelapangan. Promosi disini setiap minggunya kadang itu satu atau dua kali turun kelapangan. Jadi yang turun kelapangan itu junior staf dan pengelolah unitnya.⁶²

Kemudian, strategi yang diterapkan oleh pegadaian syariaiah cabang jampue apakah relevan dengan kehidupan atau kebiasaan masyarakat tentu kita harus menyesuaikan kebiasaan masyarakat di wilayah tersebut

Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa:

Iya karena strategi yang digunakan oleh pegadaian itu pendekatannya, jadi contoh seperti desa Jampue kan banyak pedagang maka ditawari produk mikro pinjamanya jadi sesuai (relevan)⁶³

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh narasumber peneliti bahwa untuk meningkatkan minat nasabah juda dapat digunakan strategi sebagai berikut:

Jadi pegadaian mengikuti tren, salah satu contohnya kita ada aplikasi pegadaian digital syariah itu bisa didownload di *play store* jadi promosinya di sosial media juga ada instagram (sahabat pegadaian) dan via *whatsap*.⁶⁴

⁶¹ Syamsul Ma'Arief, Pengelola Pegadaian Syariah Lanrisang, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah, pada 19 Maret 2023.

⁶² Muh. Zulfikar Bugisi, Pengelola Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 18 Maret 2023.

⁶³ Syamsul Ma'Arief, Pengelola Pegadaian Syariah Lanrisang, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah, pada 19 Maret 2023.

⁶⁴ Syamsul Ma'Arief, Pengelola Pegadaian Syariah Lanrisang, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah, pada 19 Maret 2023.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa pengambilan suatu strategi juga dilihat dari situasi dan kondisi masyarakat sehingga strategi dalam artian pendekatan yang kita lakukan dapat betul-betul tepat sasaran. Dan mampu meningkatkan minat nasabah terhadap jasa pegadaian sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

Setiap harinya selalu ada nasabah yang menggadai emas karena keperluan nasabah itu tidak menentu dan pasti selalu meningkat karena kebutuhannya pasti selalu ada.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat maka dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan jasa pegadaian dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Berikut ini jumlah nasabah yang menggadai emas di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue 2023 sebagai berikut:

No	Produk	Realisasi Tahun 2022		Realisasi Tahun 2023	
		Januari	Desember	Januari	Februari
1.	AMANAH	10	95	10	58
2.	ARRUM	32	110	27	67
3.	MULIA	20	83	32	210
4.	RAHN	116	1.388	204	739
5.	TABUNGAN	324	967	186	763
TOTAL		502	2.643	459	1.837

Sumber : dokumen pegadaian Jampue pada tahun 2023

⁶⁵ Syamsul Ma'Arief, Pengelola Pegadaian Syariah Lanrisang, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah, pada 19 Maret 2023.

3. Hambatan atau tantangan pada saat melakukan promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue

Kendala berarti halangan, faktor atau kondisi yang untuk membatasi atau mencegah atau menghambat pencapaian tujuan. Sedangkan hambatan adalah kondisi yang membuat sesuatu terjadi lambat atau tidak menentu. Dari hasil penelitian yang diawali dengan mengetahui hukum dari PT. Pegadaian membuka perusahaan pinjaman berdasarkan UU Gadai (PP No.103 Tahun 2000) melihat gambaran umum PT. Pegadaian dan melihat visi dan misi PT. Pegadaian untuk melihat dan mengetahui status, strategi yang diterapkan dan kinerja yang dicapai Pegadaian Syariah Cabang Jampue dapat dilihat dari berbagai faktor internal dan eksternal Pegadaian Syariah Cabang Jampue. Beberapa faktor internal dan eksternal yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:⁶⁶

- 1) Faktor Internal
 - a) Kekuatan (*Streghts*)
 - b) Kelemahan (*Weaknesses*)
- 2) Faktor Eksternal
 - a) Peluang (*Opportunities*)
 - b) Ancaman (*threats*)

Selain dari beberapa analisa kendala yang dialami oleh pengelola Pegadaian Sayariah Cabang Jampue juga memiliki beberapa kendala lainnya sebagai mana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:⁶⁷

⁶⁶ Syamsul Ma'Arief, Pengelola Pegadaian Syariah Lanrisang, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah, pada 19 Maret 2023.

⁶⁷ Muh. Zulfikar Bugisi, Pengelola Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 18 Maret 2023.

1. Pengetahuan Nasabah
2. Nasabah Tidak Memiliki Smartphone
3. Nasabah Tidak Memiliki E-mail

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa hambatan yang dialami oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue adalah kurangnya pemahaman teknologi oleh nasabah. Sehingga ini menjadi sebuah hambatan yang paling mendasar untuk kemudian dicarikan solusi dan Alhamdulillah Pegadaian Syariah Cabang Jampue mampu mencapai solusi yang tepat akan hal seperti ini. Pernyataan narasumber peneliti di perkuat oleh narasumber yang lain yakni sebagai berikut:

Semaksimal mungkin menyelesaikan keperluan nasabah, kemudian kita perlu menjelaskan sedetail mungkin sesuai dengan keperluan nasabah tersebut.⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa kepentingan nasabah diutamakan diatas kepentingan dari pegadaian itu sendiri dikarenakan kita harus mendapatkan kepercayaan dari nasabah itu sendiri sehingga hal seperti inilah yang menjadi salah satu daya tarik untuk meningkatkan minat nasabah untuk melakukan transaksi di Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

Untuk melihat sampai dimana efektivitas strategi promosi yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue maka perlu narasumber pendukung yakni nasabah pada penelitian ini peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa narasumber yang memberikan tanggapan sebagai berikut:

Iya pegawai Pegadaian Syariah Cabang Jampue sering melakukan sosialisasi kepada saya ketikasaya menggadaikan barangku disini.⁶⁹

⁶⁸ Syamsul Ma'Arief, Pengelola Pegadaian Syariah Lanrisang, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah, pada 19 Maret 2023.

⁶⁹ Jumarni, Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 20 Maret 2023

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh narasumber peneliti yakni sebagai berikut:

Iya, pegadaian syariah cabang Jampue sering menawarkan produknya kepada saya setiap saya menggadai.⁷⁰

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pegelolah Pegadaian syariah cabang Jampue sering kali melakukan penawaran kepada nasabahnya agar supaya masyarakat atau nasabah tidak hanya focus pada akad *rhan* (menggadai).

Penilaian nasabah terhadap pelayanan dan tanggung jawab dari pengelola Pegadaian Syariah Cabang Jampue menuai banyak komentar sebagaimana dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

Kalau dari pelayanan cukup baik, karena orang-orang yang bekerja disini sangat ramah sehingga saya merasa nyaman.⁷¹

Hal yang serupa juga di ungkapkan oleh narasumber peneliti yakni sebagai berikut:

Bagus ji karena pegawainya to ramah kemudian bertanggung jawab terhadap barang yang saya gadaikan artinya tidak adaji lecetnya(rusak).⁷²

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa pegawai harus memiliki tanggung jawab terhadap barang nasabah dan harus memiliki sikap yang ramah terhadap nasabah itu sendiri agar mereka merasa nyaman dari sikap seperti inilah bisa saja meningkatkan minat nasabah terhadap Pegadaian Syariah Cabang Jampue. Pegadain syariah juga harus memiliki toleran terhadap nasabah agar nasabah juga merasa dihargai terhadap kondisi yang dialaminya sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

⁷⁰Rahma Hamzah, Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 23 Maret 2023

⁷¹Vira, Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 23 Maret 2023

⁷²Imrana, Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 23 Maret 2023

Iya sudah sesuai dengan ketentuannya, salah satu contohnya to ketika kita melakukan gadai kan ada batas waktu yang diberikan kepada kita untuk melunasi biaya perawatan sebelum jatuh tempoh to ada memangmi informasi dikasikanki dari pegadaian bahwa akan jatu tempoh gadaita itu dua hari kedepan, karena saya pelupa orangnya jadi ini bagusmi menurutku.⁷³

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa penerapan kebijakan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue sudah memenuhi sesuai apa yang diharapkan oleh nasabah itu sendiri sehingga Pegadaian Syariah Cabang Jampue sampai saat ini berusaha menjaga kepercayaan nasabah. Pada dasarnya nasabah juga memiliki hak untuk memberikan masukan kepada kantor pegadaian karena nasabah atau masyarakat itu sendiri lebih paham terhadap apa yang mereka alami sehingga masukan serta kritikan tentu menjadi hal yang wajin untuk diketahui oleh pengelola pegadaian guna mengetahui sejauh mana efektivnya segala bentuk promosi yang diterapkan oleh pegadaian syariah cabang Jampue. Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap nasabah atau masyarakat Desa Jampue yakni sebagai berikut:

Untuk promosinya ya sudah bagus namun ada beberapa yang harus di-*follow up* agar kami sebagai nasabah ataupun masyarakat yang lain ketika ingin melakukan gadai betul-betul paham. Contohnya to pengenalan aplikasi atau media yang digunakan oleh pegadaian dalam mempromosikan produknya. Karenakan saya gptek terhadap perkembangan teknologi sehingga saya kesulitan mencari atau mana yang saya harus tekan supaya kutau informasinya to jadi itu ji menurutku supaya lebih efektif lagi promosinya.⁷⁴

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh narasumber peneliti yakni sebagai berikut:

⁷³ Irma, Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 21 Maret 2023

⁷⁴ Saidi, Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 21 Maret 2023

Kalau efektif ya sudah efektif siii karekan nasabahnya ini pegadai setiap bulannya mengalami peningkatan⁷⁵

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ternyata strategi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue sudah efektif meskipun ada beberapa kedalanya salah satunya pemahaman masyarakat terhadap teknologi yang belum sepenuhnya mereka kuasai. Tetap hal seperti ini tidak menjadi salah satu hambatan yang paling mempengaruhi meningkatnya nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue karena Pegadaian Syariah Cabang Jampue pasti memiliki jalan tersendiri untuk mengatasi hal seperti ini. Pelayanan yang tepat serta tanggung jawab yang baik ditambah dengan strategi promosi yang sesuai dengan kehidupan masyarakat akan menjadi pengaruh besar terhadap peningkatan minat nasabah Pegadaian Syariah Cabang Syariah atau malah justru sebaliknya.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Pegadaian saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Tugas pokok perum pegadain adalah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan pemberian dana pinjaman berdasarkan hukum gadai. Tugas pokok perum pegadain adalah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan pemberian dana pinjaman berdasarkan hukum gadai. Tugas tersebut ditujukan untuk membantu masyarakat agar tidak terjatuh dalam praktik-praktik lintah darat. Kantor pusat perum pegadaian berkedudukan di Jakarta. Dibantu oleh kantor daerah, kantor perwakilan daerah dan kantor cabang. Jaringan usaha Perum Pegadaian telah meliputi lebih dari 500 cabang yang tersebar di wilayah Indonesia⁷⁶

⁷⁵Imrana, Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue, Wawancara Penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Jampue, pada 23 Maret 2023

⁷⁶Andri Soemitra "Bank dan Lembaga Keuangan Syariah" (Jakarta, Peranamedia Grup, 2009)

Bersamaan dengan berkembangnya produk keuangan berbasis Syariah yang kian marak di Indonesia, sektor pegadaian juga ikut mengalaminya. Pegadaian Syariah hadir di Indonesia dalam bentuk kerja sama Bank Syariah dengan Perum Pegadaian membentuk Unit Layanan Gadai Syariah di beberapa Kota di Indonesia. Minat masyarakat yang memanfaatkan jasa Pegadaian Syariah cukup besar. Pegadaian Syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yang memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang, bukan dari jumlah pinjaman.

Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun baik yang berorientasi terhadap perolehan laba jangka panjang maupun perusahaan nirlaba membutuhkan apa yang disebut dengan pemasaran. Pemasaran adalah suatu seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Hal ini kemudian menjadi dasar pegadaian syariah cabang Jampue untuk merumuskan strategi pemasaran untuk menawarkan produk gadai yang di miliknya yang mana dengan strategi tersebut dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait pegadaian syariah, begitu juga dengan satu kelebihan dari pegadaian syariah yang tentu saja dapat menarik minat nasabah dengan tidak adanya riba dalam transaksinya. Adapun hal-hal yang menjadi sub pembahasan penelitian yaitu :

1. Model promosi pada PT.Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Pemasar melakukan promosi untuk mengkomunikasikan informasi

tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Promosi sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik.⁷⁷

Sedangkan strategi promosi merupakan sarana yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat nasabah baru maupun menarik nasabah yang lama dengan produk yang mereka tawarkan. Model promosi yang dilakukan oleh pengelola pegadaian syariah cabang jampue adalah menggunakan media yang bergerak dibidang sosial media. Nah adapun media periklanan yang digunakan pemasang iklan dalam komunikasi masa. Berikut adalah media periklanan besar/mediaperiklanan utama yaitu sebagai berikut:⁷⁸

- a) Diawali dari Watshap (WA), baik jalur pribadi maupun group. Beberapa data menunjukkan adanya WA yang berisi promosi keberadaan gadai emas di Pegadaian Syariah. Dalam FaceBook diunggah gambar dan program gadai emas di Pegadaian Syariah yang relatif mudah dan praktis. Demikian juga menggunakan Instagram (IG) diunggah juga gambar/foto dan beberapa kalimat ajakan untuk gadai emas di Pegadaian Syariah.
- b) Short Message System (SMS) secara serentak dengan model grouping memasarkan gadai emas yang stabil dan terjaga keamanannya di Pegadaian Syariah.
- c) Strategi yang dilakukan Pegadaian Syariah berdasarkan hasil wawancara yaitu dengan pembagian brosur yang dilakukan disekitaran daerah sekitar maupun tempat keramaian pembagian brosur ke kios-kios perumahan dan toko melalui media online

⁷⁷ Djaslim Saladdin “Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran, (Bandung :Mandar Maju,1991).

⁷⁸ Charles W. Lamb,Jr, dkk. Pemasaran, (Jakarta: Salemba Empat, 2001)

juga seperti facebook dan whatsapp. promosi yang mereka lakukan membagikan brosur dan juga setiap pegawai bertindak sebagai tim pemasar produk gadai emas ini.

d) Para karyawan di Pegadaian Syariah dalam strategi people dengan memberikan kenyamanan kepada nasabah dengan tampilan mereka yang rapi, ramah dan sopan serta mahir dalam memasarkan produk hal ini yang menjadikan nasabah senang untuk datang atau bertransaksi di Pegadaian Syariah. Para karyawan berpakaian rapi, serta ramah dan sopan dan juga pandai dalam memasarkan produk sehingga nasabah merasakan kenyamanan dalam bertransaksi.

e) Strategi Physical Evidence adalah strategi yang mempengaruhi minat nasabah dengan adanya bukti fisik atau sarana fisik yang diberikan oleh Pegadaian Syariah kepada para nasabahnya dengan adanya kursi untuk duduk, ruangan yang sudah dilengkapi dengan pendingin ruangan dan meja untuk nasabah mengisi formulir gadai emas. Adanya fasilitas yang diberikan untuk kenyamanan nasabah seperti kursi, pendingin ruangan dan juga meja serta adanya konter layanan gadai.

f) Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan dengan sales promotion. Tujuan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk. Dengan media tersebut akan memberikan 3 manfaat.

a. Komunikasi, yaitu memberikan komunikasi yang dapat menarik nasabah untuk membeli.

b. Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera memberi produk yang ditawarkan.

c. Invitasi, yaitu nasabah segera merealisasikan pembelian

g) Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor di mata para nasabahnya. Tujuan adalah agar nasabah akan selalu mengingatkan pegadaian tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah lainnya. Kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui.

- a. Mengikuti pameran
- b. Mengikuti kegiatan amal
- c. Mengikuti kegiatan sosial
- d. Sponsorship kegiatan ulan promosi melalui iklan antara lain
 1. Persentasi public, artinya iklan menawarkan pesan kepada banyak orang.
 2. Privasines, yaitu berpeluang untuk mendramatisir produk melalui pemanfaatan suara, warna, atau bentuk produk.
 3. Impresionality, konsumen atau nasabah tidak wajib untuk memperhatikan dan merespon iklan.⁷⁹

Strategi yang ampuh dalam menarik minat nasabah adalah melalui media yang sangat canggih saat ini. Hal ini juga akan mempengaruhi minat masyarakat atau nasabah untuk menggunakan layanan pegadaian syariah cabang jampue dalam mengatasi masalah yang dialaminya. Penggunaan strategi dalam mempromosikan jasa pegadaian juga perlu melihat wilayah yang ditujuh karena sangat berpengaruh apa bila model promosi dan strategi yang digunakan tidak sampai kepada masyarakat. Dalam penelitian ini kita harus jeli melihat situasi dan kondisi serta kebiasaan masyarakat yang ada di wilayah tersebut.

⁷⁹Kolter Dan Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Alfabeta: Bandung, 2012)

2. Efektifitas promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

Kamus umum bahasa Indonesia, keefktifan berarti keadaan berpengaruh; hal berkesan; kemajuan ; keberhasilan (usaha, tindakan); hal mulai berlakunya. Sehingga demikian, efektivitas/efektifan pemasaran dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dari usaha atau tindakan pemasaran yang dilakukan oleh pengelolaan pegadaian syariah, sehingga masyarakat yang menjadi objek atau calon nasabahterpengaruh atau terkesan dengan produk-produk tersebut. Efektifitas juga dapat dikatakan sebagai upaya mengerjakan semua pekerjaan dalam kegiatan pemasaran secara tepat dengan menggunakan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki serta sesuai dengan operasional.⁸⁰

Pengertian efektifitas secara umum menunjukkan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan. Hal tersebut sesuai dengan pengertian efektifitas menurut Hidayat yang menjelaskan bahwa:

”Efektifitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektifitasnya”

Dari pengertian efektifitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa efektifitas adalah ukuran yang menyatakan seberapa target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu.

Sebagai lembaga yang berdasarkan prinsip syariah, Pegadaian syariah harus terus berupaya menyediakan produk/jasa di pegadaian syariah yang lengkap dan luas. Untuk mencapai sasaran tersebut pegadaian syariah

⁸⁰ Iwan Purwanto, “Manajemen Strategi”, (Bandung: Yharama Widya, 2012)

bertekad untuk menyediakan dan memberikan layanan dengan sebaik-baiknya, agar meningkatkan loyalitas nasabah PT. Pegadaian syariah.

Perkembangan jumlah nasabah produk tabungan emas tentunya tidak terjadi secara kebetulan melainkan karena didukung oleh sistem pemasaran yang cukup baik mulai dari marketin mix atau bauran pemasaran yang digunakan oleh pegadaian syariah kota Bengkulu terdapat beberapa strategi yaitu : pertama, menggunakan strategi periklanan (Advertising), Iklan menurut Warren J. Keegan dan Englewood Cliffs Iklan adalah segala bentuk penyajian informasi dan promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh sponsor untuk menawarkan ide, barang, atau jasa⁸¹ Dengan menggunakan strategi periklanan pemasaran yang digunakan lebih efektif karena menurunkan tingkat kekhawatiran nasabah untuk membuka tabungan di pegadaian syariah. Tujuan dari periklanan ialah fungsi komunikasi khusus yang ditunjukkan pada khalayak sasaran tertentu selama jangka waktu tertentu. Tujuan periklanan dapat diklasifikasikan berdasar tujuannya: menginformasikan, menganjurkan, atau mengingatkan⁸²

Kedua, menggunakan strategi promosi penjualan (sales promotion) Sales promotion didefinisikan sebagai arahan langsung dimana terjadinya pengoperan nilai atau intensif terhadap produk kepada kekuatan penjual, distribusikan dengan tujuan utama terjadinya penjualan secara langsung. Tujuan dari sales promatio adalah mengajak konsumen untuk mencoba produk yang belum pernah mereka kenal, atau belum pernah mereka gunakan. Dalam PT. Pegadaian syariah dalam promosi

⁸¹ Mahmud Machfoedz, Pengantar Pemasaran Modern, (Bandung : Yharama Widya , 2008)

⁸² Mahmud Machfoedz, Pengantar Pemasaran Modern”.

penjualan melalui brosur yang di sebar ke tempat-tempat umum, agar masyarakat dapat mengetahui produk-produk di pegadaian Syariah.

Selain itu pegadaian syariah juga menggunakan penjualan pribadi (personal selling) untuk strategi pemasaran produk tabungan emas. Personal selling adalah proses penyampaian informasi kepada konsumen dan membujuk mereka agar membeli produk melalui komunikasi pribadi. Dengan personal selling pemasar atau wiraniaga mempunyai keleluasaan untuk menyesuaikan pesan guna memenuhi kebutuhan konsumen pada informasi. Tujuan dari personal selling harus didasarkan sifat pasar sasaran perusahaan dan posisi yang diinginkan oleh perusahaan di pasar. Personal selling merupakan sarana paling efektif, karena langsung bertatap muka sehingga pegadaian syariah lebih mudah mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih produk tabungan emas.

Dalam hal ini Pegadaian Syariah Cabang Jampue telah mengembangkan atau memasarkan 9 produk:⁸³

1. *Rahn* merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah. *Rahn* adalah produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, dimana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan *ijarah* (biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan).
2. Amanah sendiri merupakan produk Pegadaian Syariah berupa cicilan kendaraan. Plafon pinjaman yang ditawarkan yakni minimal Rp 5 juta dan paling besar Rp 45 juta dengan jangka waktu pinjaman 12-60 bulan. Dalam Amanah, nasabah dikenakan biaya administrasi (mu'nah akad) sebesar Rp 200 ribu untuk mobil dan

⁸³ Pegadaian, "Gadai Emas Syariah", https://pegadaiansyariah.co.id/web/prod_uk/rahn, diakses pada 28 Mei 2022, pukul 11.00 WITA.

Rp 70 ribu untuk motor. Di Pegadaian Syariah tidak menerapkan bunga, namun ada biaya pemeliharaan barang (mu'nah). Biaya mu'nah untuk Amanah itu adalah 0,9 persen x harga kendaraan.

3. Arrum BPKB adalah produk Pegadaian Syariah berupa pembiayaan syariah untuk pengembangan UMKM dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor. Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24, dan 36 bulan di mana nasabah harus menjadikan BPKB sebagai barang agunan untuk pinjaman dengan plafon Rp 1 juta sampai Rp 400 juta. Untuk biaya mu'nah ditetapkan sebesar 1 persen dari pinjaman, pinjaman Rp 100 juta ke atas tidak dikenakan mu'nah akad.
4. Arrum emas adalah produk Pegadaian Syariah berupa pinjaman dana tunai dengan jaminan perhiasan (emas dan berlian). Biaya admin Rp 70 ribu dan biaya mu'nah 0,95 persen per bulan dari nilai taksiran barang jaminan, dengan plafon sebesar 95 persen dari taksiran.
5. Pegadaian Syariah Pembiayaan Porsi Haji adalah produk Pegadaian Syariah berupa pembiayaan untuk mendapatkan porsi nomor antrean ibadah haji secara syariah. Jaminan yang digunakan adalah emas. Biaya administrasi pinjaman ini yakni sebesar Rp 270 ribu dengan pinjaman minimal Rp 1,9 juta dan maksimal Rp 25 juta dalam jangka waktu 1-5 tahun. Selain biaya administrasi, nasabah akan dikenakan biaya tambahan yang akan dipergunakan untuk biaya pemeliharaan barang jaminan yang dititipkan.
6. Salah satu produk rahn Pegadaian syariah yakni Rahn Hasan. Merupakan rahn dengan tarif mu'nah pemeliharaan sebesar 0 persen, berjangka waktu (tenor) 60 hari, dan berlaku untuk besaran marhun bih (uang pinjaman) golongan A. Barang

jaminan yang bisa dipakai adalah emas, kendaraan, dan perhiasan. Maksimal marhun biih Rp 500 ribu.

7. Rahn Fleksi adalah produk Pegadaian Syariah dengan pemberian pinjaman dengan jaminan barang bergerak sesuai syariah seperti emas batangan dan perhiasan, elektronik, serta kendaraan. Tak menggunakan bunga, tapi Pegadaian akan mengenakan Mu'nah yakni sebesar 0,1 persen dari nilai taksiran barang per hari dengan jangka waktu 5 hari sampai 60 hari.
8. Rahn Bisnis adalah produk Pegadaian untuk memberikan pinjaman dana tunai kepada pemilik usaha dengan jaminan emas (batangan atau perhiasan). Pinjaman mulai dari Rp 100 juta sampai lebih dari Rp 1 miliar dalam jangka waktu 4 bulan. Mu'nah mulai dari 0,38-0,55 persen per 10 hari serta dikenakan pula mu'nah akad sebesar Rp 100 ribu.
9. Pembiayaan Pegadaian Syariah Gadai Sertifikat merupakan produk Pegadaian Syariah dengan pembiayaan berbasis syariah yang diberikan kepada masyarakat berpenghasilan tetap/rutin, pengusaha mikro/kecil dan petani dengan jaminan sertifikat tanah dan HGB. Plafon pinjamannya adalah Rp 1 juta sampai Rp 200 juta.

Setiap karyawan harus mampu dan memiliki konpeten yang mumpuni untuk kemudian menjalankan segala bentuk tanggung jawab atau tugas yang diberikan. Dalam hal ini tentu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue sudah diatur dalam pedoman Operasional Gadai Syariah yang berlaku umum tetapi tergantung kondisi cabang yang berbeda-beda. Yang terkait dalam strategi pemasaran ini adalah dewan direksi PT. Pegadaian yang membuat strategi secara umum dan seluruh pegawai pegadaian syariah bertanggung jawab

dalam melakukan pemasaran atas produk gadai syariah tersebut. Untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang diterapkan di Pegadaian Syariah maka diadakan evaluasi setiap bulannya. Dan dilihat jika salah satu strategi adayang tidak mengenai sasaran dan target maka strategi tersebut dirubah dandicari strategi baru untuk meningkatkan minat nasabah menggunakan jasa pegadaian.⁸⁴

Agar iklan efektif dan efisien maka diperlukan program pemasaran yang tepat antara lain :

- a. Identifikasi pasar dan motif pembeli
- b. Tettukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
- c. Anggaran iklan yang di tetapkan merancang pesan yang akan disampaikan.
- d. Merancang pesang yang akan disampaikan
- e. Memilih media yang akan disampaikan
- f. Mengukur dampak dari iklan

Pengambilan suatu strategi juga dilihat dari situasi dan kondisi masyarakat sehingga strategi dalam artian pendekatan yang kita lakukan dapat betul-betul tepat sasaran. Dan mampu meningkatkan minat nasabah terhadap jasa pegadaian ,hal seperti inilah yang mampu menumbuhkan minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah cabang Jampue khususnya. Prinsip Pelayanan Prima yaitu Tripel A yakni sebagai berikut.⁸⁵

⁸⁴ Shintya Robiatul Adawiyah, dkk, “Pelaksanaan Gadai Emas Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan Di Kota Bandar Lampung”, *Pactum Law Journal*, Vol. 1, No. 2, (2018), h. 155.

1. *Attitude* (Sikap)

PT.Pegadaian Syariah Cabang Jampue selalumemberikan sikap yang baik kepada pelanggan ketika melayani paranasabahnya, apabila nasabah melakukan complain terhadap pihakpegadaian terkait kendala yang di alami.

2. *Attention* (Perhatian)

Proses operasional layanan pegadaian syariah, PT.Pegadaianan Syariah Cabang Jampueselalumemberikan perhatian yang baik kepada pelanggan dengan memberikanarahan tentang penggunaan jasa pegadaian syariah danarahan dalam transaksi lainnya kepada nasabah. Hal tersebut gunameningkatkan minat masyarakat jasa pegadaian.

3. *Action* (Tindakan)

Adalah perbuatan nyata yang merupakan bentuk konkret darisegala bentuk pelayanan sebelumnya (*attitude-attention*). PT. Pegadaian Sayariah Cabang Jampue selalu memberikan tindakanyang baik kepada nasabah dan selalu bertanggung jawab atas kesalahandari pihak pegadaian.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa untuk mengukur efektivitas dari strategi yang diterapkan juga harus memiliki tanggung jawab terhadap pelayanan terhadap nasabah agar nasabah merasa nyaman dan percaya terhadap apa yang kita tawarkan melalui sikap kita. Hal inilah menjadi salah satu alasan mengapa minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadain terus meningkat sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut.

Penerapan strategi yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat maka dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan jasa pegadaian dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

3. Hambatan atau tantangan pada saat melakukan promosi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

.Kendala merupakan segala sesuatu yang dapat menghambat sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan kendala bukan hanya terjadi terjadi di luar perusahaan namun juga terjadi didalam perusahaan itu sendiri.⁸⁶Beberapa faktor internal dan eksternal yang dapat diidentifikasi sebagai berikut⁸⁷:

a. Faktor Internal

1. Kekuatan (*Streghts*)

- a) Adanya dukungan dari umat Islam
- b) Persyaratan yang mudah dan murah
- c) Prosedur yang sederhana hanya 15 menit
- d) Cukup dipungut biaya adm dan ijarah
- e) Barang jaminan yang diasuransikan
- f) Tempat yang strategis yang dekat dengan perumahan penduduk
- g) Produk – produk yang variatif dan terjangkau oleh masyarakat
- h) Waktu pinjaman dapat diperpanjang tanpaharus membayar biaya administrasi lagi

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- a) Cabang pegadaian syariah yang terbatas
- b) karyawan yang merangkap tugas
- c) Tidak semua SDM nya memahami betul tentang syariah

⁸⁶ Sofjan Assauri, "Manajemen Pemasaran", Cet ke-16. (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018)

⁸⁷ Shintya Robiatul Adawiyah, dkk, "Pelaksanaan Gadai Emas Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan Di Kota Bandar Lampung", *Pactum Law Journal*, Vol. 1, No. 2, (2018), h. 155.

- d) kurang adanya tenaga profesional yang handal
- e) Harus adanya barang jaminan untuk memperoleh pinjaman
- f) Masih banyak nasabah yang merasa malu untuk datang ke pegadaian syariah
- g) Belum memiliki visi dan misi sendiri
- h) Kurangnya tempat penyimpanan barang jaminan (*marhun*)

2. Faktor Eksternal

1. Peluang (*Opportunities*)

- a) Anggapan bunga adalah haram.
- b) Lokasi kantor yang cukup strategis dan ramai penduduk.
- c) Nasabah cenderung memilih produk syariah.
- d) Adanya peluang ekonomi dari berkembangnya pegadaian syariah.
- e) Pegadaian umum yang ada saat ini tidak sejalan dengan syariat Islam

2. Ancaman (*threats*)

- a) Usaha gadai syariah sudah mulai banyak dilirik oleh pihak perbankan
- b) Adanya tindak kriminal dari orang – orang jahat seperti perampokan
- c) Citra lembaga keuangan syariah belum mapan di mata masyarakat
- d) Anggapan bahwa lembaga pegadaian syariah berkaitan dengan fanatisme agama
- e) Ancaman dari orang yang merasa terusik nikmatannya mengeruk kekayaan rakyat melalui sistem bunga (*para rentenir*)
- f) Susah untuk menghilangkan mekanisme bunga yang sudah mengakar

Factor internal dan factor eksternal juga sangat dibutuhkan untuk dianalisa agar supaya tidak menjadi sebuah hambatan dalam memasarkan sebuah produk maupun pelayanan terhadap nasabah agar nasabah merasa nyaman.

Selain dari beberapa analisa kendala yang dialami oleh pengelola Pegadaian Syariah Cabang Jampue juga memiliki beberapa kendala lainnya sebagai mana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Pengetahuan Nasabah

Kurangnya pengetahuan tentang Aplikasi Pegadaian Digital Syariah (PDS), hal ini disebabkan karena kurangnya pelatihan PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue bagi nasabah menambah pengetahuan nasabah tentang Teknologi internet rendah sehingga pelanggan tidak dapat memahaminya Fungsi fitur-fitur Pegadaian Digital Syariah (PDS). Salah satu cara untuk mengatasi kendala tersebut adalah melalui Pegadaian Syariah Informasikan dan bagikan brosur aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PDS) bagi nasabah untuk memudahkan nasabah mengetahui cara menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Syariah (PDS).

2. Nasabah Tidak Memiliki Smartphone

Pelanggan tidak memiliki smartphone. Pelanggan harus memiliki akses keaplikasi PDS ini Smartphone, karena aplikasi ini diunduh dari Play Store. Karena banyaknya pelanggan yang menggunakan PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue berumur lebih dari 40 tahun nasabah tidak memahami dan tidak mengerti mengaplikasikan aplikasi yang digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Syariah sehingga inilah salah satu hambatan yang dialami oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue dalam melakukan promosi melalui media online. Adapun cara mengatasi kendala ini adalah dengan melakukan seminar dan pemahaman secara personal

kepada masyarakat terkhusus masyarakat milenial yang berumur dibawah 40 tahun yang tentunya paham menggunakan aplikasi melalui smartphone sehingga nasabah dapat menggunakan aplikasi PDS.

3. Nasabah Tidak Memiliki E-mail

Nasabah tidak memiliki *e-mail*, untuk mendaftar pada aplikasi PDS ini nasabah harus mempunyai *e-mail*. Namun kendalanya disini yaitu nasabah tidak memiliki *e-mail* dan tidak mengerti cara membuat *e-mail*. Adapun cara mengatasi kendala ini adalah pihak PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue membantu nasabah membuat *e-mail* jika nasabah setuju ingin didaftarkan akun pada aplikasi PDS.

Hambatan yang dialami oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue adalah kurangnya pemahaman teknologi oleh nasabah. Sehingga ini menjadi sebuah hambatan yang paling mendasar untuk kemudian dicarikan solusi dan Alhamdulillah Pegadaian Syariah Cabang Jampue mampu mencaai solusi yang tepat akan hal seperti ini

Kepentingan nasabah diutamakan diatas kepentingan dari pegadaian itu sendiri dikarenakan kita harus mendapatkan kepercayaan dari nasabah itu sendiri sehingga hal seperti inilah yang menjadi salah satu daya tarik untuk meningkatkan minat nasabah untuk melakukan transaksi di Pegadaian Syariah Cabang Jampue.

Pegelola Pegadaian syariah cabang Jampue sering kali melakukan penawaran kepada nasabahnya agar supaya masyarakat atau nasabah tidak hanya focus pada akad *rhan* (menggadai). Penilaian nasabah terhadap pelayanan dan tanggung jawab dari pengelola Pegadaian Syariah Cabang Jampue menuai banyak komentar

Pegawai harus memiliki tanggung jawab terhadap barang nasabah dan harus memiliki sikap yang ramah terhadap nasabah itu sendiri agar mereka merasa nyaman dari sikap seperti inilah bisa saja meningkatkan minat nasabah terhadap Pegadaian Syariah Cabang Jampue. Pegadain syariah juga harus memiliki toleran terhadap nasabah agar nasabah juga merasa dihargai terhadap kondisi yang dialaminya

Penerapan kebijakan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue sudah memenuhi sesuai apa yang diharapkan oleh nasabah itu sendiri sehingga Pegadaian Syariah Cabang Jampue sampai saat ini berusaha menjaga kepercayaan nasabah. Pada dasarnya nasabah juga memiliki hak untuk memberikan masukan kepada kantor pegadaian karena nasabah atau masyarakat itu sendiri lebih paham terhadap apa yang mereka alami sehingga masukan serta kritikan tentu menjadi hal yang wajin untuk diketahui oleh pengelolah pegadaian guna mengetahui sejauh mana efektifnya segala bentuk promosi yang diterapkan oleh pegadaian syariah cabang Jampue

Strategi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Jampue sudah efektif meskipun ada beberapa kedalanya salah satunya pemahaman masyarakat terhadap teknologi yang belum sepenuhnya mereka kuasai. Tetap hal seperti ini tidak menjadi salah satu hambatan yang paling mempengaruhi meningkatnya nasabah Pegadaian Syariah Cabang Jampue karena Pegadaian Syariah Cabang Jampue pasti memiliki jalan tersendiri untuk mengatasi hal seperti ini. Pelayanan yang tepat serta tanggung jawab yang baik ditambah dengan strategi promosi yang sesuai dengan kehidupan masyarakat akan menjadi pengaruh besar terhadap peningkatan minat nasabah Pegadaian Syariah Cabang Syariah atau malah justru sebaliknya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Model promosi yang diterapkan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue menggunakan berbagai model diantaranya adalah penggunaan media online maupun media percetakan salah satu contohnya adalah memasang baleho, membagi bagikan brosur serta melalui media online seperti via whatshapp dan sebagainya. Yang kemudian dikembangkan dan disalurkan kepada masyarakat sekitar khususnya masyarakat Jampue yang menjadi pusat pemasaran PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue. Model seperti inilah yang di terapkan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue untuk meningkatkan minat nasabah.
2. Efektivitas yang dihasilkan dari berbagai model ini sangat baik. Dikarenakan nasabah setiap bulannya mengalami kenaikan sehingga ini menjadi salah satu tolak ukur bahwa efektivitas yang di hasilkan memang betul mampu meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan jasa PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.
3. Kendala yang dialami oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue adalah banyaknya masyarakat yang masih gptek sehingga ini menjadi salah satu kendala PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue untuk menggunakan teknologi yang modern. Pemahaman masyarakat yang belum mengerti dan masih banyak anggapan tentang riba. Kemudian jabatan yang merangkap dikarenakan kurangnya pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan dan kurangnya tempat penyimpanan barang (gudang).

B. Saran

1. PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue sebaiknya meningkatkan keterlibatan konsumen dengan mengadakan kontes atau kompetisi yang berkaitan dengan layanan

pembiayaan gadai emas. Dalam kontes tersebut, nasabah dapat berpartisipasi dengan mengirimkan foto atau cerita pengalaman mereka dalam menggunakan layanan pembiayaan gadai emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue. Dengan cara ini, PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan mendapatkan testimonial positif dari para nasabah yang dapat digunakan sebagai bahan promosi di media sosial atau website.

2. PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue sebaiknya meningkatkan minat nasabah dengan menyediakan layanan yang lebih mudah dan cepat dalam pengajuan pembiayaan gadai emas. Dalam hal ini, PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue dapat memperkenalkan teknologi digital yang dapat mempermudah proses pengajuan pembiayaan, seperti pengajuan secara online, verifikasi data secara digital, atau sistem pembayaran otomatis.
3. PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue sebaiknya menawarkan promosi khusus seperti diskon bunga atau hadiah undian untuk para nasabah yang mengambil layanan pembiayaan gadai emas. Dengan cara ini, PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue dapat menarik minat nasabah untuk mengambil layanan pembiayaan gadai emas.
4. PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue sebaiknya menjalin kerjasama dengan toko emas atau lembaga keuangan syariah lainnya untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan pembiayaan gadai emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.
5. PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue sebaiknya meningkatkan kesadaran merek dengan cara mengadakan acara atau kampanye brand awareness yang menarik dan

efektif. Kampanye ini dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, serta membangun citra positif bagi merek PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Al-Qur'an dan terjemahnya

A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Prenada Media, 2016).

Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012).

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Cet ke-16. (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018)

Alma Buvhari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung-Alabeta 2019).

Amstrong Dan Kolter, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Alfabeta: Bandung, 2012)

Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Cet. I, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008).

Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2000).

Bungin, B, *Penelitian Kualitatif, Ekonomi, Kebijakan publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Cet. IV, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010).

Djaka, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Masa Kini*, (Surakarta: Pustaka Mandiri, 2011)

Fitri Diana, *Studi Komparasi Strategi Promosi Produk Gadai Emaas Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah*, (Palembang 2017).

Geral A. Michaelson dan Steven W. Michaelson, *Strategi Usaha Penjualan*, (Batam:Karisma publishing Group, 2004).

H. Abdul Mahap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016).

Harbani Pasolong, *Teori Administrasi Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2007)

Helaluddin & Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*,(Sekolah Theologiya Ekonomi Jaffar, 2019).

Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet 1 (Jakarta Pranada Medi, 2013).

Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2004).

- Martani dan Lubis, *Teori Organisasi*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2007)
- Moh Pabundu Tika, *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)
- Machfoedz Mohammad, *Pengantar Pemasaran Modern*, (Bandung : Yharama Widya , 2008)
- Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Erlangga, 2005).
- Muhammad Erfan, *Spirit Filantropi Islam dalam Tindakan Sosial Rasionalitas Nilai Max Weber* (2021).
- Muhammad Firdaus NH, dkk, *Mengatasi masalah dengan Pegadaian Syariah*, (Jakarta:Renaissance, 2005).
- Murray R. Spiegel dan Larry J. Stephens, *Statistik*, (Gelora Aksara Pratama; Edisi Ketiga, 2004).
- Purwanto Iwan,*Manajemen Strategi*, (Bandung: Yharama Widya, 2012)urlaili. M.Si, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (2018).
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).
- Saladin Djaslim, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*,(Bandung: Mandar Maju, 1991)
- Seomitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*.Cet ke-9 (Jakarta: PERANAMEDIA GROUP, 2009)
- Stephen P robbins, Marry Coulter, *Managemen: Ed X*, (Jakarta: Penerbit Eelangga, 2010).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Cet. 4, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000).
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa (P3B), Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1995)
- Tim Penyusun, *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, (Parepare: IAIN Parepare, 2020).
- Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta, Gita Media Press, 2015).

Triantono, *Pengantar Penelitian Pendidikan bagi Pengembangan Profesi & Tenaga Kependidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010).

Jurnal

Ahmad Maulidizen, *Aplikasi Gadai Emas Syariah: Studi Kasus Pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru* (2016).

Adawiyah Robiatul Shintya, dkk, *Pelaksanaan Gadai Emas Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan Di Kota Bandar Lampung*, Pactum Law Journal, Vol. 1, No. 2, (2018)

Garaika, Winda Feriyani, *Promosi dan Pengaruh Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasa* (2019).

Hasil Observai pada penelitian *Strategi Promoi pada Pembiayaan Gadai Emas di PT. Pegadaian Syaraih Jampue*. (6 November 2022).

Homan Annie Nasution, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidupuan*, (Padangsidupuan, 2021).

Iwan Setiawan, *Penerapan Gadai Emas Pada Bank SYARIAH Perspektif Hukum Ekonomi Islam*, (Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam) 2016.

Rahman Saputra Pasaribu, *Strategi Promosi Pembiayaan IB Gadai Emas Syariah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan* (2019).

Remart Ricards Duan, Johnny A.F. Kalangi, Olivia Walangitan, *Pengaruh Strategi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo* (2019).

Rizka Wakhidatul Nur Hidayah, *Strategi Promosi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai Emas Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kota Mojokerto* (2021).

Rizki Hidayat Nasution, *Strategi Promosi Pembiayaan ,Mudharabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidimpuan* (2017).

Salman Kautsar Riza, SE., CPA. *Seputar Gadai Emas dalam Sudut Pandang Muamalah*.

S Andi Bahri, *Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Studia Islamika) 2014.

Skripsi

- Affad Zainudin, *Strategi Pemasaran Pembiayaan Gadai Ema di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwakerto*, (Skripsi, IAIN Purwakerto, 2017).
- Fitri Diana, *Studi Komparasi Strategi Promosi Produk Gadai Emaas Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah*, (Palembang 2017).
- Melen Sterendisa, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn) di Pt. Pegadaian Syariah* (2017).
- Nur Haya, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Jampue Kabupaten Pinrang* (2019).
- Rizka Wakhidatul Nur Hidayah, *Strategi Promosi Pemasaran Produk Pembiayaan Gadai Emas Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kota Mojokerto* (2021).
- Rosa Famila, *Strategi Pawning Officer Bank Syariah Mandiri Area Malang Dalam Meningkatkan Produk Pembiayaan Gadai Emas* (2018).
- Rosa Famila, *Strategi Pawning Officer Bank Syariah Mandiri Area Malang Dalam Meningkatkan Produk Pembiayaan Gadai Emas* (2018).
- Tuti Lestari, *Analisis Strategi Promosi Produk Pembiayaan Mikro Ekspres di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo* (2021).

Website

- Pegadaian, Gadai Emas Syariah, <https://pegadaiansyariah.co.id/web/produk/rahn> , diakses pada 28 Mei 2022, pukul 11.00 WITA.





NAMA MAHASISWA : LISA ANDRIANI

NIM : 18.2300.145

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI : PERBANKAN SYARIAH

JUDUL : STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS
DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT.
PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan berikut ini ditujukan untuk mencari dan mengumpulkan data untuk keperluan penelitian tentang Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas dalam Meningkatkan Minat Naabah di PT. Pegadaian syariah cabang Jampue. Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan ini nantinya akan dijadikan sebagai data untuk kemudian dianalisis untuk memperoleh informasi penelitian.

Adapun pertanyaan-pertanyaan yang akan disampaikan sebagai berikut :

1. Bagaimana model promosi pada PT. Pegadaian Syariah cabang Jampue?
2. Bagaimana strategi promosi yang digunakan oleh PT. Pegadaian Syariah cabang Jampue?

3. Bagaimana efektifitas strategi promosi terhadap peningkatan dan kemajuan PT. Pegadaian Syariah cabang Jampue ?
 4. Bagaimana respon masyarakat terhadap strategi promosi yang dilakukan PT. Pegadaian Syariah cabang Jampue ?
 5. Bagaimana kinerja karyawan PT. Pegadaian syariah cabang Jampue dalam melaksanakan strategi promosi?
 6. Apakah strategi yang digunakan relevan dengan lingkungan PT. Pegadaian syariah cabang Jampue?
 7. Bagaimana manajemen kelola yang digunakan dalam upaya meningkatkan minat nasabah untuk menabung di PT. Pegadaian syariah cabang Jampue?
 8. Adakah jadwal promosi (setiap bulan) yang dilaksanakan oleh PT. Pegadaian syariah cabang Jampue?
 9. Apakah setiap bulannya nasabah yang menggadai emas selalu meningkat atau malah menurun?
 10. Bagaimana strategi promosi untuk menyesuaikan perkembangan teknologi yang digunakan di PT. Pegadaian syariah cabang Jampue?
 11. Apa saja hambatan dan tantangan yang dialami pada saat melakukan promosi di PT. Pegadaian syariah cabang Jampue?
 12. Apa saja solusi yang dilakukan dari hambatan yang dialami?
- Wawancara Untuk Nasabah Pegadaian Cabang Jampue:
1. Apakah kantor Pegadaian Syariah Cabang Jampue sebelumnya pernah melakukan sosialisasi mengenai gadai emas?
 2. Bagaimana penilaian anda mengenai pelayanan dan tanggung jawab pada pegadaian syariah cabang Jampue?
 3. Apakah program atau kebijakan yang dilakukan oleh kantor Pegadaian syariah cabang jampue telah sesuai dengan pelayanan yang diterapkan dengan nasabah?
 4. Bagaimana pendapat anda mengenai strategi promosi pembiayaan gadai emas di PT. Pegadaian syariah cabang Jampue apakah sudah efektif?
 5. Bagaimana pelayanan karyawan PT. Pegadaian syariah cabang Jampue?

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 14 Februari 2023

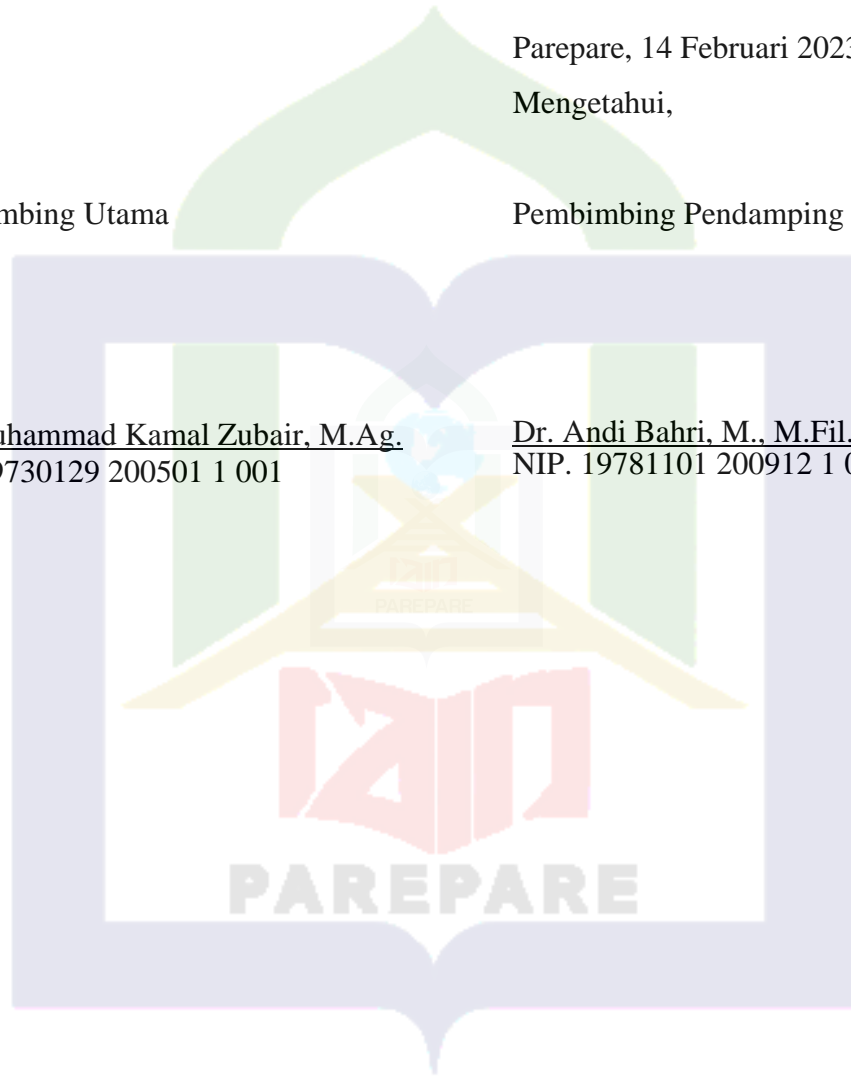
Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP.19730129 200501 1 001

Dr. Andi Bahri, M., M.Fil.I
NIP. 19781101 200912 1 003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.2375/tn.39.8/PP.00.9/7/2021 28 Juni 2021
 Lampiran :-
 Perihal : Penetapan Pembimbing Skripsi

Yth: 1. Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. (Pembimbing Utama)
 2. Dr. Andi Bahri, M.E., M.Fil.I. (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Lisa Andriani
 NIM. : 18.2300.145
 Prodi. : Perbankan Syariah

Tanggal 28 Juni 2021 telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**STRATEGI PROMOSI PADA PEMBIAYAAN GADAI EMAS DI BANK SYARIAH
 INDONESIA PAREPARE**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Dekan,

emil
 Muhammad Kamal Zubair

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.1459/In.39/FEBI.04/PP.00.9/03/2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di
KABUPATEN PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : LISA ANDRIANI
Tempat/ Tgl. Lahir : LERANG, 06 NOVEMBER 2000
NIM : 18.2300.145
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH
Semester : X (SEPULUH)
Alamat : LERANG, KELURAHAN LERANG, KECAMATAN
LANRISANG, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Maret sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Parepare, 3 Maret 2023
Dekan,



Muztalifah Muhammadun

PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0154/PENELITIAN/DPMPTSP/03/2023

Tentang
REKOMENDASI PENELITIAN

Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 03-03-2023 atas nama LISA ANDRIANI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.

Mengingat : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

Memperhatikan : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0286/RT.Teknis/DPMPTSP/03/2023, Tanggal : 03-03-2023
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0154/BAP/PENELITIAN/DPMPTSP/03/2023, Tanggal : 03-03-2023

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

KESATU : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :

1. Nama Lembaga	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga	: JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG
3. Nama Peneliti	: LISA ANDRIANI
4. Judul Penelitian	: STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT-PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE
5. Jangka waktu Penelitian	: 1 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian	: KEPALA KANTOR CABANG, KARYAWAN PEGADAIAN DAN NASABAH PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE
7. Lokasi Penelitian	: Kecamatan Larissang

KEDUA : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 03-09-2023.

KETIGA : Peneliti wajib menaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 03 Maret 2023


 Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.Si
 NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-





Balai Sertifikasi Elektronik

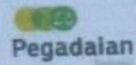


ZONA HIJAU



OMBUUDSMAN
REPUBLIC OF INDONESIA

DPMPTSP



SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : SYAMSUL MA'ARIEF
 Jabatan : Pengelola Unit
 Unit Kerja : UPC/UPS Jampue
 Alamat Kantor : JALAN ABBANUANG, RT/RW: Kode POS 91272
 Kelurahan LANRISANG Kecamatan LANRISANG
 Kabupaten PINRANG Provinsi SULAWESI SELATAN

Menerangkan bahwa :

Nama : LISA ANDRIANI
 NIM : 18.2300.145
 Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
 Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM, INSTITUT AGAMA
 ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS
 DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI
 PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Pegadaian Syariah Unit Jampue pada tanggal 18 MARET 2023 s/d 20 MARET 2023.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

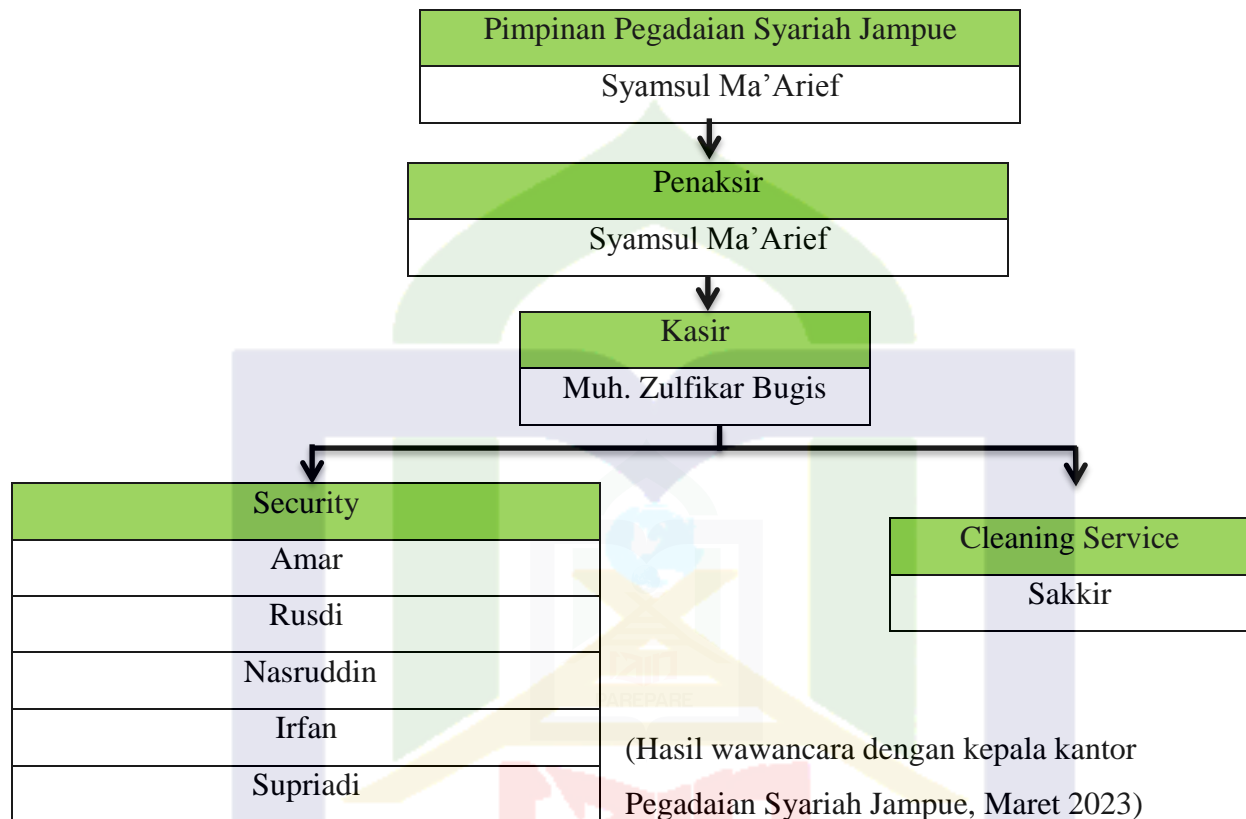
Jampue, 18 APRIL 2023

PAREPARE

[Signature]
 SYAMSUL MA'ARIEF
 Pengelola Unit
 Syariah

1. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah

1. Struktur organisasi Pegadaian Syariah Cabang Jampue



Keterangan:

a) Pimpinan Pegadaian Syariah Jampue

Syamsul Ma'Arief Sebagai Pimpinan pelaksanaan teknis dari perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Secara organisatoris Manajer Kantor Cabang Unit Layanan Gadai Syariah bertanggung jawab langsung kepada pimpinan wilayah, selanjutnya Pimpinan Wilayah akan melaporkan hasil kegiatan binaannya kepada Direksi. Sedangkan Direksi akan membuat kebijakan pengelolaan Unit Layanan Gadai Penaksir Syamsul Ma'Arief Kasir Muh. Zulfikar Bugis Security

Amar Rusdi Nasruddin Irfan Supriadi Cleaning Service Sakkir XIV Syariah dan memberikan respon atau tindak lanjut atas laporan Pimpinan Wilayah dengan dibantu oleh Jendral Manajer Usaha Lain dan Manajer Unit layanan Gadai Syariah Pusat. Dalam melaksanakan fungsi tersebut di atas Manjer Kantor Cabang mengkoordinasi kegiatan pelayanan peminjaman uang menggunakan prinsip atau akad rahn (gadai syariah), ijarah (sewa tempat) untuk penyimpanan barang jaminan (agunan).

b) Penaksir

Syamsul Ma'Arief, yang dimana jabatannya pimpinan merangkap sekaligus penaksir dan kepala gudang yang bertugas menaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.

c) Kasir

Muh.Zulfikar Bugis, yang bertugas melakukan tugas penerimaan, penyimpanan dan pembayaran serta pembelian sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional Kantor Pegadaian Syariah Jampue.

d) Security

Amar Rusdi, Nasruddin, Irfan dan Supriadi yang bertugas menjaga keamanan Kantor Pegadaian Syariah Jampue dan seluruh isi kantor baik siang atau malam serta ikut membantu mengarahkan masyarakat yang ingin mengisi formulir gadai.

e) Cleaning Service

Sakkir, yang bertugas membersihkan kantor serta memelihara seluruh fasilitas dalam kantor sehingga orang di dalam dapat selalu bekerja dengan optimal.

2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah

a) Visi pegadaian syariah

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

b) Misi pegadaian syariah

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman, dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.⁸⁸

⁸⁸ Pegadaian Syariah, Misi dan Visi Pegadaian Syariah, diakses di <https://pegadaiansyariah.co.id/web/faq>, pada 26 September 2022.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muh. Zulfikar bugis

NIP : P.92765

Jabatan : Junior staf

Alamat : Jln. Lingkar

Menyatakan bahwa:

Nama : Lisa Andriani

Nim : 18.2300.145

Program Studi: Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul penelitian "STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 11 November 2023
Informan,

(.....)
Muh. Zulfikar Bugis

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vira
NIP :
Jabatan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jampue

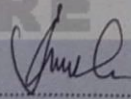
Menyatakan bahwa:

Nama : Lisa Andriani
Nim : 18.2300.145
Program Studi: Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul penelitian "STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, November 2023
Informan,


(.....)
Vira

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saldi
NIP :
Jabatan : Usaha Batail Bata
Alamat : Jampue

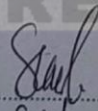
Menyatakan bahwa:

Nama : Lisa Andriani
Nim : 18.2300.145
Program Studi: Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul penelitian "STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, November 2023
Informan,


(.....)
Saldi

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irma, s.p.d.1

NIP :

Jabatan : guru

Alamat : Ujung

Menyatakan bahwa:

Nama : Lisa Andriani

Nim : 18.2300.145

Program Studi: Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul penelitian **"STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE"**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, November 2023
Informan,

(IRMA)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SYAMSUL MA'ARIEF
 NIP : P.50846
 Jabatan : Peneliti
 Alamat : PINRANG

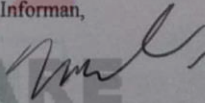
Menyatakan bahwa:

Nama : Lisa Andriani
 Nim : 18.2300.145
 Program Studi: Perbankan Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul penelitian "STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN GADAI EMAS DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG JAMPUE".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, November 2023
 Informan,



Pegadalan SYAMSUL MA'ARIEF
 Syariah



Wawancara dengan Penaksir Pegadaian



Wawancara dengan Junior Staf Pegadaian



Wawancara dengan Nasabah (Ibu Rumah Tangga)



Wawancara dengan Nasabah (Pengusaha Batu Bata)



Foto Bersama Pegawai Pegadaian



Foto dengan Nasabah (Guru)

PAREPARE

BIODATA PENULIS



Lisa Andriani lahir sebagai anak ke dua dari tiga bersaudara. Lisa Andriani lahir dari orang tua yang bernama Basri dan Musliha. Penulis dilahirkan di Desa Lerang, Kec. Lanrisang, Kab. Pinrang Sulawesi Selatan pada tanggal 06 November 2000. Penulis pertama kali menempuh pendidikan di TK 7 atap lanrisang dan lulus pada tahun 2006. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SD Negeri 70 Lerang dan lulus pada tahun 2012. Setelah tamat penulis penulis melanjutkan pendidikan di MTs Negeri Tambun, Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli Dan lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 10 pinrang dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun yang sama peneliti terdaftar sebagai mahasiswa strata satu (S1) Institut Agama Islam Negeri Parepare Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah. Penulis aktif di dunia organisasi. Baik organisasi intra kampus maupun ekstra kampus.

Dengan ketekunan, motivasi dan semangat yang besar untuk terus belajar dan mencoba. Penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini, besar harapan saya dengan penulisan tugas akhir skripsi ini dapat memberikan dampak positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga karena telah menyelesaikan strata satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri Parepare Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah dengan judul skripsi Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue.