

SKRIPSI

**POTENSI PASAR DALAM PEMBIAYAAN LOGAM MULIA DI PT. PEGADAIAN
CABANG PINRANG (ANALISIS EKONOMI ISLAM)**



OLEH:

PUTRI RAMADANI

NIM: 19.2400.016

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

2025

**POTENSI PASAR DALAM PEMBIAYAAN LOGAM MULIA DI PT. PEGADAIAN
CABANG PINRANG (ANALISIS EKONOMI ISLAM)**



**OLEH
PUTRI RAMADANI
NIM: 19.2400.016**

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

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

2025



PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Potensi Pasar Dalam Pembiayaan Logam
Mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang
(Analisis Ekonomi Islam)

Nama Mahasiswa : Putri Ramadani

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.016

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B.6084/In.39/FEBI.04/PP.00.9/11/2023

Disetujui Oleh Komisi Pembimbing:

Pembimbing Utama : Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.

NIP : 19700627 200501 1 005 (......)

Pembimbing Pendamping : Arwin, S.E., M.SI.

NIP : 19910203 201903 1 013 (......)

Mengetahui:



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002



PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Potensi Pasar Dalam Pembiayaan Logam Mulia di
PT. Pegadaian Cabang Pinrang (Analisis Ekonomi
Islam)
Nama Mahasiswa : Putri Ramadani
Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.016
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No.B.6084/In.39/FEBI.04/PP.00.9/11/2023
Tanggal Ujian : 14 Juli 2025
Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. (Ketua) (.....*Tauja*.....)
Arwin, S.E., M.Si. (Sekretaris) (.....*Arwin*.....)
Rusnaena, M. Ag. (Anggota) (.....*Rusnaena*.....)
Ikhsan Gasali, M.Si. (Anggota) (.....*Ikhsan*.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ١
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ نَبِيِّنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Ahamdulillahirabbil'alam, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. Berkat hidayah, rahmat, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, Rasul pilihan yang membawa cahaya dengan ilmu. Serta iringan doa untuk keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya yang selalu setia hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada tante saya Rukiah dan Muliati yang selalu mensupport saya baik itu berupa materi maupun ilmu selama saya berkuliah di IAIN Parepare. terima kasih saya ucapkan amat sangat atas semua bantuan yang telah diberikan. Mungkin tanpa beliau saya tidak akan menjadi seperti sekarang ini, sudah terlalu banyak bantuan dan pengorbanan yang beliau berikan kepada saya. Mendidik dan mendoakan saya dengan tulus dan ikhlas semoga semua itu menjadi pemberat timbangan amal kebaikan diakhirat kelak.

Penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M. Th.I. selaku Pembimbing Utama dan Bapak Arwin, S.E., M.SI. selaku pembimbing pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih, semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah dan pemberat amal kebaikan di akhirat kelak.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di kampus IAIN parepare.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun. M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, yang telah meluangkan waktunya dan atas pengabdianya yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan ibu dosen penguji, terimakasih atas ilmu yang diberikan selama proses menyusun skripsi.
4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya dan wawasan kepada penulis, dan seluruh staf yang bagian rektorat, akademik, dan fakultas yang siap selalu melayani mahasiswa.

ABSTRAK

Putri Ramadani, *Potensi Pasar Dalam Pembiayaan Logam Mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang (analisis ekonomi islam)*. (Dibimbing oleh H. Mukhtar Yunus dan Arwin).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang. Meskipun produk ini memiliki prospek yang menjanjikan, namun masih ditemukan kendala seperti kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk, fluktuasi harga emas, serta keterbatasan promosi dan fasilitas yang disediakan. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai potensi pasar untuk mengetahui sejauh mana produk ini dapat dikembangkan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui potensi pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang berdasarkan perspektif ekonomi islam. Penelitian ini difokuskan pada tiga indikator utama yaitu perencanaan pasar, penetapan harga, dan fasilitas pasar.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan dalam mengumpulkan data menggunakan metode *deskriptif*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) perencanaan pasar pada pembiayaan logam mulia dilakukan melalui strategi pemasarannya untuk menarik minat nasabah, promosi dan penguatan relasi dengan komunitas. (2) dalam aspek penetapan harga, pegadaian menetapkan margin tetap yang bersifat transparan sesuai prinsip syariah islam yang menghindari praktik ketidakpastian (*gharar*). (3) sementara itu, dari segi fasilitas, pegadaian menyediakan aplikasi Pegadaian Digital, *call center*, dan pelayanan prima. Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang memiliki potensi pasar yang kuat dan sejalan dengan nilai-nilai ekonomi islam.

Kata Kunci: Potensi Pasar, Pembiayaan, Pegadaian, Ekonomi Islam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Penelitian Releven	10
B. Tinjauan Teori.....	16
C. Kerangka Konseptual.....	32
D. Kerangka Pikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
C. Fokus Penelitian.....	38
D. Jenis dan Sumber Data	38

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	40
F. Uji Keabsahan Data	45
G. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Cabang Pinrang	51
B. Hasil Penelitian	58
C. Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V PENUTUP	98
A. Simpulan	98
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	I
BIODATA PENULIS	XII

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Penelitian Terdahulu	12
1.2	Data Informan	53



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	30
2.2	Gambar Kantor PT. Pegadaian Cabang Pinrang	49
2.3	Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Pinrang	65
2.4	Profil PT. Pegadaian Cabang Pinrang	66



DAFTAR LAMPIRAN

No. lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Format Instrumen Penelitian	II
2	Surat Keterangan Penetapan Pembimbing Skripsi	VI
3	Surat Permohonan Izin Penelitian	VII
4	Surat Rekomendasi Penelitian	VIII
5	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	VIII
6	Surat Keterangan Wawancara	IX
7	Dokumentasi	X
8	Biodata Penulis	XIII

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. TRANSLITERASI

1. Konsonan

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

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke huruf latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	tha	th	te dan ha
ج	jim	j	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de

ذ	dzal	h	de dan ha
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik ke atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef

ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	,	Apostrof
ي	ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

- a) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	a	A

اَ	Kasrah	i	I
اِ	Dammah	u	U

- b) dan garis di atas (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اِيْ	fathah dan ya	ai	a dan i
اُوْ	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلاً : *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harkat dan huruf, transliterasinya dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / آ	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
اِ	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
اُوْ	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ	:	<i>māta</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَمُوتُ	:	<i>yamūtu</i>

4. *Ta marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	:	<i>rauḍah al-jannah</i> atau <i>rauḍatul jannah</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	:	<i>al-madīnah al-fāḍilah</i> atau <i>al-madīnatul fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	:	<i>al-hikmah</i>

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkana dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمَّ : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dengan garis mendatar (-) contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila

hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمِرْتُ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas.

Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks bahasa Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī ṣilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

دَيْنُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walaupun sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh :

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi ‘a linnāsi lalladhī bi

Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid*, *Naşr Ḥamīd* (bukan: *Zaid*, *Naşr Ḥamīd Abū*)

A. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
Saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS.../...:4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلی ال
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره

جزء = ج

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- Ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

1. Konsonan

Fenom 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 lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	s	es (dengan titik dibawah)
ض	Dhad	D	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	t	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Z	zet (degan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis tanda (‘).

2. Vokal

- Vokal tunggal (*monofong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transkiterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I

	Dhomma	U	U
--	--------	---	---

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa antara harakat dan huruf, transliterasinya serupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh:

: Kaifa

: Haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	Fathah dan Alif atau Ya		a dan garis di atas
	Kasrah dan Ya		i dan garis di atas
	Kasrah dan Wau		u dan garis di atas

Contoh :

4. *Ta marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- a. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- b. *ta barmutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh :

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

Jika huruf bertasydid diakhir sebuah kata dan didahukui oleh huruf kasrah (), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

: 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

: 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf *ʾ* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-)

Contoh:

: *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

: *al-zalزال* (bukan *az-zalزال*)

: *al-falsafah*

: *al-biladu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasikan adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya kata Al-Qur`an (dar Qur`an), sunnah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi zilal al-qur`an

Al-sunnah qabl al-tadwin

9. Lafz al-Jalalah (

Kata “Allah” yang didahului paratikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

Adapun ta marbuth di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

10. Huruf kapital

Walau system tulisan Arab tidak mengenal huruf capital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf capital, misalnya digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan

huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf capital (*Al-*). Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi 'a linnasi lalladhi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-ladhi unzila fih al-Qur'an Nasir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abu* (Bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

B. SINGKATAN

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt

saw

a.s.

H

M

SM

l.

w.

QS.../...: 4

HR

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bias saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

- et al. : “Dan lain-lain” dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf mirif. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literature sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menentukan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri keuangan di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, tidak hanya pada sektor perbankan, tetapi juga pada lembaga keuangan non-bank, salah satunya adalah PT. Pegadaian. Dalam konteks ini, daya beli konsumen atau nasabah merujuk pada kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan melalui pembelian barang atau jasa, yang secara dinamis dapat mengalami peningkatan maupun penurunan tergantung pada kondisi ekonomi.¹ Seperti yang kita ketahui logam mulia merupakan salah satu terobosan yang ada di pegadaian. Dengan adanya hal tersebut masyarakat atau dalam hal ini nasabah dapat menggunakan kesempatan tersebut untuk melakukan investasi melalui logam mulia. Sebagian besar masyarakat cenderung memilih emas dalam bentuk perhiasan dibandingkan investasi yang disebabkan oleh keterbatasan pemahaman masyarakat mengenai manfaat logam mulia sebagai instrumen investasi jangka panjang. Berinvestasi emas merupakan salah satu langkah tepat untuk menghindari kerugian akibat dari perekonomian yang tidak menentu, investasi emas merupakan instrumen investasi yang rendah risiko. Selain itu, dikarenakan harga emas sering meningkat dan sangat jarang mengalami penurunan harga, hal tersebut sangat menguntungkan bagi nasabah terutama pegadaian tersebut.

¹ M. Amin Abdullah, "Strategi Daya Beli Konsumen UD. Mitra Makassar Cabang Parepare Pada Masa Covid-19 (Analisis Manajemen Keuangan Syariah)," *Bumi Aksara* (Makassar, 2023), hal 1.

Pegadaian Cabang Pinrang sebagai salah satu unit kerja PT. Pegadaian yang memiliki potensi pasar cukup besar dalam pengembangan produk pembiayaan logam mulia. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap investasi berbasis asset *riil*, terutama emas, baik untuk tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Selain itu, tingginya kebutuhan pembiayaan masyarakat, baik konsumtif maupun produktif, juga membuka peluang besar bagi pegadaian dalam memasarkan produk ini. Oleh sebab itu, diharapkan kepada pihak PT. Pegadaian Cabang Pinrang untuk lebih meningkatkan lagi pengenalan mengenai logam mulia kepada masyarakat, bukan hanya masyarakat yang telah menjadi nasabah di sana tapi juga kepada masyarakat lain agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui tentang logam mulia. Analisis terhadap produk ini tidak hanya dilihat dari aspek bisnis dan pasar, tetapi juga dari sudut pandang etika dan nilai-nilai ekonomi islam.

Pegadaian adalah salah satu badan usaha milik negara (BUMN) yang meminjamkan uang kepada masyarakat dengan menerima barang jaminan seperti jaminan barang bergerak, perhiasan (emas) atau barang-barang rumah tangga (barang elektronik, sertifikat rumah, dan lainnya)². Pegadaian didirikan agar ada pinjaman yang masih dapat dijangkau dengan mudah oleh segala lapisan masyarakat. Orang yang meminjam uang di pegadaian bisa disebut sebagai pegadai. Barang yang digadaikan dapat diambil kembali sampai jangka waktu yang sudah ditentukan, pegadai bisa menebus kembali barang yang dijadikan jaminan sesuai nilai pinjaman dan juga tambahan bunga untuk pihak

² Husnul Khotimah dan Andi Kartini, "Persepsi Masyarakat Terhadap Transaksi Gadai Emas di Pegadaian Cabang Parepare." *Al-iqtishad: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 1, 2022, hal. 45.

pegadaian.³ Sebaliknya, apabila pegadai tidak bisa mengembalikan pinjaman, jaminan yang diberikan di awal akan dijual oleh pihak pegadaian. Pegadaian memiliki berbagai macam jenis produk salah satunya yaitu produk Rahn, logam mulia, cicil emas, dan produk lainnya.⁴

Pegadaian cabang pinrang terletak di tengah-tengah kabupaten pinrang, dengan letak yang sangat strategis tersebut sehingga menjadikan pegadaian cabang pinrang memiliki jumlah nasabah yang lebih banyak di bandingkan dengan jumlah nasabah diunit-unit pegadaian yang terdapat di kabupaten pinrang lainnya. Terhitung 417.932 penduduk di kabupaten pinrang,⁵ dilihat dari padatnya jumlah penduduk jika diperkirakan dari jumlah tersebut berarti ada banyak masyarakat yang menjadi nasabah di pegadaian tersebut apalagi pegadian tersebut merupakan pegadaian cabang. Jumlah nasabah yang ada di pegadaian cabang pinrang terdapat 50% dari jumlah masyarakat yang ada di kabupaten pinrang nasabah yang menitipkan emasnya, berinvestasi emas, dan menggadai serta membeli emas lelang di pegadaian tersebut.⁶ Besar bunga yang dikenakan pada nasabah di pegadaian konvensional dalam layanan pinjaman sebesar 1% bunga sampai 1,2% bunga perhari tergantung pada besar pinjaman dan jangka waktu.⁷ Pada kenyataannya memang sistem pembiayaan yang di gunakan di pegadaian cabang pinrang yaitu sistem bunga.⁸

³ Sri Nurhayati dan Wasilah Abd. Wahid, *Akuntansi syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hal. 267.

⁴ Firman Rais, Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025.

⁵ Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang, *Kabupaten Pinrang Dalam Angka 2024* (Pinrang: BPS Kabupaten Pinrang, 2024), hal. 3.

⁶ Firman Rais, 2025.

⁷ Fitrah Maulidya, "Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Praktik Bunga Dalam Gadai Konvensional (Studi Kasus di Pegadaian Cabang Pangkajene)," *Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 4, No. 1 (2021): hal. 58.

⁸ Firman Rais, 2025.

Suatu perusahaan tentunya harus memiliki sebuah potensi untuk sistem pemasarannya. Dalam hal ini, pegadaian cabang pinrang sebagai pihak perusahaan yang memberikan pinjaman kepada masyarakat yang menjadi nasabah di sana banyak potensi atau kemampuan untuk menarik minat masyarakat. Hal ini dikarenakan pegadaian cabang pinrang memiliki letak yang sangat strategis dan hal tersebut merupakan salah satu strategi marketing yang dimiliki agar masyarakat lebih memilih menjadi nasabah di pegadaian persero cabang pinrang. Terdapat berbagai macam kegiatan usaha di sekitaran pegadaia cabang pinrang, contohnya pasar sentral pinrang dan lapangan lasinrang pinrang. Dilihat berbagai banyaknya pelaku usaha menjadikan pegadaian persero cabang pinrang sebagai tempat untuk meminjam modal. Pegadaian cabang pinrang juga letaknya tidak terlalu dari pedesaan sehingga terdapat nasabah seperti ibu-ibu rumah tangga yang menggadaikan emasnya di sana. Hal ini dikarenakan banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi atau terdapat kebutuhan mendesak menjadikan para ibu-ibu rumah tangga lebih memilih menggadaikan barangnya di pegadaian persero cabang pinrang. Ternyata bukan hanya pelaku usaha dan ibu-ibu rumah tangga saja yang lebih memilih untuk menggadaikan barangnya di pegadaian tersebut. Akan tetapi terdapat juga *milennial segmentation* atau generasi milenial yang menjadi nasabah dikarenakan terlalu tingginya nilai gaya hidup menjadikan mereka menggadaikan barang-barang yang memiliki nilai jual sehingga bisa mereka gadaikan.

Pegadaian cabang pinrang memang memiliki jumlah nasabah yaitu sebanyak 24.459 mulai tahun 2019-2024.⁹ Meskipun pegadaian cabang pinrang memiliki jumlah nasabah yang relatif besar, namun masih terdapat kendala dalam hal optimalisasi penggunaan produk pembiayaan logam mulia. Hal ini menunjukkan adanya potensi pasar yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Maksudnya disini yaitu kurangnya nasabah baru yang mau menitipkan atau menggadaikan barangnya di pegadaian persero cabang pinrang. Sedangkan dilihat dari potensi atau kemampuan yang dimiliki sangat dapat menarik minat nasabah. Dalam hal sistem pembiayaan yang gunakan seperti sistem pembayaran sangat berpengaruh, dikarenakan sistem pembayaran yang digunakan di PT. Pegadaian persero cabang pinrang yaitu sistem bunga. Hal ini juga sangat bertentangan dengan ekonomi islam. Seperti dijelaskan pada Q.S. Al-Baqarah: 2: 283

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْكُمْ بَعْضٌ فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۖ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝ ۲۸۳﴾

Terjemahnya:

“Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena

⁹ Firman Rais, 2025.

siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.¹⁰

Maksud dari ayat diatas yaitu Jika kamu dalam perjalanan dan melakukan transaksi keuangan tidak secara tunai, sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis yang dapat menulis utang piutang sebagaimana mestinya, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang oleh yang berpiutang atau meminjamkan. Tetapi menyimpan barang sebagai jaminan atau menggadaikannya tidak harus dilakukan jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain. Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya, utang atau apa pun yang dia terima, dan hendaklah dia yang menerima amanat tersebut bertakwa kepada Allah, Tuhan Pemelihara-nya. Dan wahai para saksi, janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, yakni jangan mengurangi, melebihkan, atau tidak menyampaikan sama sekali, baik yang diketahui oleh pemilik hak maupun yang tidak diketahuinya, karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor, karena bergelimang dosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan, sekecil apa pun itu, yang nyata maupun yang tersembunyi, yang dilakukan oleh anggota badan maupun hati.¹¹

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai pasar pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, sekaligus memberikan analisis kritis terhadap kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi islam. Penelitian ini juga bertujuan memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan produk keuangan

¹⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an QS Al-Baqarah/2:283

¹¹ M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, Jilid 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hal. 583.

syariah serta mendukung upaya peningkatan literasi dan inklusi keuangan masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis diatas maka penulis perlu membuat rumusan masalah yang dianggap penting dan jawabannya akan dicari dalam penelitian ini.

Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang dalam Analisis Ekonomi Islam?
2. Bagaimana penetapan harga sebagai potensi pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang dalam Analisis Ekonomi Islam?
3. Bagaimana fasilitas pasar sebagai potensi pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang dalam Analisis Ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perencanaan pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang (Analisis Ekonomi slam)
2. Untuk mengetahui penetapan harga sebagai potensi pasar pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang (Analisis Ekonomi slam)
3. Untuk mengetahui fasilitas sebagai potensi pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu menjadi sumber referensi teoritis untuk penelitian sejenis dimasa yang akan mendatang. Sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih konkrit dan mendalam dengan teori yang terdapat didalam penelitian ini.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai literatur penelitian selanjutnya yang relevan dengan judul penelitian, serta agar menambah pengetahuan dan wawasan pembaca terkait analisis pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian (persero) Cabang Pinrang.

2. Secara Praktik

- a. Bagi Penulis : Penelitian ini merupakan tugas akhir yang akan menentukan syarat untuk memperoleh gelar S.E pada program studi ekonomi syariah, fakultas ekonomi dan bisnis islam. Disamping itu penulis ingin mengetahui lebih dalam terkait analisis pasar pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian (persero) Cabang Pinrang. Selanjutnya dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana potensi pasar pembiayaan logam di pegadaian sehingga bisa dijadikan oleh penulis sebagai pelajaran dan sebagai referensi di kemudian hari.
- b. Bagi Perusahaan : Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran bagi PT. Pegadaian (persero) Cabang Pinrang.

- c. Bagi Mahasiswa : Diharapkan penelitian dapat dijadikan sebagai informasi dan media rujukan baik dalam keperluan akademis maupun non-akademis.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan atau kajian relevan adalah deskripsi tentang kajian penelitian terdahulu yang relevan (mirip) dengan masalah yang diteliti. Dengan demikian penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan upaya pengembangan pengetahuan dari hasil pengelolaan sebelumnya. Ada beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

Satriani Asiz, “Analisis Produk Murabahah Emas Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (mulia) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pegadaian Syariah Unit Kampus Baru Kota Kendari”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian metode kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan analisis produk murabahah emas logam mulia terhadap nasabah di pegadaian syariah unit kampus baru kota kendari. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Mekanisme operasional produk murabahah emas logam mulia cicil/Arisan emas untuk investasi abadi (MULIA) dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pegadaian syariah unit kampus baru kota kendari yaitu pihak Pegadaian Syariah menjelaskan kepada calon nasabah mengenai persyaratan dan ketentuan produk Mulia Cicil/Arisan. Akad yang

teridentifikasi digunakan dalam mekanisme Cicil/Arisan emas logam mulia ada dua yaitu akad Murabahah dan akad Rahn.¹²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sama-sama mengkaji tentang analisis produk logam mulia yaitu murabahah dan rahn. Persamaan lainnya yaitu kedua penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah lokasi yang menjadi objek penelitian. Penelitian pada skripsi ini berlokasi di pegadaian syariah unit kampus baru kota kendari sedangkan objek penelitian penulis adalah PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang.

Syelfi Bahtiana Putri, “Analisis Implementasi Akad Murabahah Dan Rahn Pada Produk Mulia di Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung.¹³ Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Kesimpulan penelitian ini adalah Implementasi akad murabahah dalam produk mulia di Pegadaian Syariah Way Halim yakni, karyawan dan nasabah telah melaksanakan kegiatannya dengan mengikuti pedoman Prinsip Syariah, dan mengikuti rukun dan syarat yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya, Pegadaian Syariah harus memberikan penjelasan yang lengkap kepada nasabah mengenai akad murabahah karena tidak semua nasabah tahu mengenai akad murabahah ini, dengan memberikan penjelasan yang lengkap maka tidak akan menimbulkan ketidakjelasan dalam pelaksanaannya, dalam biaya administrasi

¹² Satriani Aziz, “Analisis Produk Murabahah Emas Logam Mulia Untuk Investasi Abadai Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pegadaian Syariah Unit Kampus Baru Kota Kendari (Mulia).

¹³ Syelfi Bahtiana Putri, “Analisis Implementasi Akad Murabahah Dan Rahn Pada Produk Mulia di Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung, hal. 98.

sebaiknya Pegadaian Syariah memberikan rincian yang lengkap kepada nasabah, karena yang akan membayar biaya tersebut adalah nasabah, jadi tentunya nasabah harus mengetahui rincian tersebut. Implementasi akad rahn dalam produk mulia di Pegadaian Syariah cabang Way Halim dilaksanakan dengan berlandaskan prinsip syariah. Akad rahn pada produk mulia dijadikan sebagai akad pelengkap dari akad murabahah produk mulia. Dalam menjalankan kegiatan rahn, baik karyawan maupun nasabah mengikuti rukun dan syarat rahn yang terdiri dari orang-orang yang melakukan akad harus cakap hukum, adanya barang yang akan dijadikan jaminan yakni emas, barang jaminan harus halal dan jelas sesuai dengan kesepakatan.¹⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama mengkaji tentang analisis akad murabahah dan akad rahn produk mulia di pegadaian syariah. Persamaan lainnya yaitu kedua penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian lokasi yang akan menjadi objek penelitian, penelitian yang dilakukan pada skripsi ini berlokasi di di Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung. Perbedaan lainnya yaitu pada skripsi ini lebih spesifik membahas tentang analisis implementasi akad murabahah dan rahn pada produk mulia di pegadaian syariah. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu analisis potensi pasar pembiayaan logam mulia.

Desi Ratnasari “ Analisis Strategi Pemasaran Produk Mulia Pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Darussalam”. Metode penelitian yang

¹⁴ Syelfi Bahtiana Putri, “Analisis Implementasi Akad Murabahah Dan Rahn Pada Produk Mulia Di Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019).

digunakan yaitu penelitian kualitatif. Kesimpulan penelitian ini adalah dalam strategi pemasaran pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian syariah dengan memasarkan produk mulia, pihak pegadaian melakukan 3 (tiga) strategi pemasaran yang baik, melalui: segmentasi di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Darussalam ini memberikan gambaran bagi pihak pemasaran untuk kepada siapa produk mulia ini akan dipasarkan dan ditawarkan, yang mana dalam hal ini pemasaran produk mulia dengan akad murabahah menysasar kepada seluruh lapisan masyarakat baik yang memiliki jenis penghasilan tetap. Targeting yang digunakan oleh PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Darussalam harus bisa meyakinkan nasabah dengan cara menjelaskan kenasabah terlebih dahulu tentang produk mulia dan pihak pegadaian juga mengedukasikan ke nasabahnya.¹⁵

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama mengkaji tentang strategi pemasaran produk mulia disuatu pegadaian. Persamaan lainnya yaitu pada penelitian ini dan penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti yaitu penelitian ini lebih berfokus pada strategi yang akan digunakan oleh PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Darussalam dalam mencari dan meyakinkan konsumen untuk menjadi nasabah di pegadaian tersebut sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis tidak hanya berfokus kepada strateginya saja tetapi juga kepada potensi pasar dalam pembiayaan di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang. Perbedaan

¹⁵ Desi Ratnasari, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Mulia Pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Darussalam" (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

keduanya yaitu lokasi yang digunakan berbeda dengan lokasi yang akan penulis teliti.

Table 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Satriani Asiz	Analisis Produk Murabahah Emas Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (mulia) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pegadaian Syariah Unit Kampus Baru Kota Kendari	a. Penelitian yang dilakukan oleh satriani berfokus pada peningkatan jumlah nasabah melalui investasi emas logam mulia, sedangkan fokus utama penelitian yang dilakukan peneliti yaitu potensi pasar dari aspek perencanaan, harga, dan fasilitas. b. Lokasi penelitian terdahulu yaitu kendari sedangkan lokasi penelitian peneliti yaitu pinrang.	a. sama-sama meneliti produk logam mulia di pegadaian. b. Menggunakan pendekatan kualitatif.
2	Syelfi Bahtiana Putri	Analisis Implementasi Akad Murabahah Dan Rahn Pada Produk Mulia di Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung	a. Penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu berfokus pada implementasi akad, sedangkan peneliti	a. Penelitian ini sama-sama membahas produk mulia (logam mulia) di pegadaian.

			fokus utamanya yaitu potensi pasar. b. Lokasi penelitian terdahulu di Bandar Lampung, sedangkan peneliti di Pinrang.	b. Sama-sama mengkaji akad yang digunakan (murabahah dan rahn).
3	Desi Ratnasari	Analisis Strategi Pemasaran Produk Mulia Pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Darussalam	a. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu berfokus pada strategi pemasaran, sedangkan peneliti berfokus pada potensi pasar b. Lokasi penelitian terdahulu di Unit Pelayanan Syariah Darussalam. Sedangkan lokasi penelitian peneliti di Pegadaian Pinrang.	a. Sama-sama membahas produk mulia di pegadaian b. Sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan membahas aspek pemasaran.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Potensi Pasar

a. Pengertian potensi pasar

Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kekuatan untuk dikembangkan melalui usaha-usaha terencana dan terprogram melalui strategi-strategi perencanaan yang tepat agar memperoleh hasil yang maksimal sesuai yang ditargetkan.¹⁶ Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, bahwa potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan dan kesanggupan daya. Adapun potensi menurut para ahli yaitu sebagai berikut:¹⁷

- 1) Menurut John Doe, potensi adalah kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk mencapai prestasi terbaik dalam bidangnya.
- 2) Menurut Jane Smith, potensi adalah sumber daya yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dalam organisasi atau masyarakat.
- 3) Menurut Michael Johnson, potensi merupakan kemampuan yang dapat dikembangkan melalui pelatihan dan pembelajaran yang bertujuan untuk mencapai kinerja terbaik.
- 4) Menurut Prof. Dr. Buchori Zainun, MPA, yang disebut potensi adalah daya atau kekuatan baik yang sudah teraktualisasi tetapi belum optimal maupun belum teraktualisasi.

¹⁶ Murniati, "Analisis Potensi Ekonomi Lokal Dalam Pengembangan Wilayah," (Kajian dan Studi Pembangunan, Vol. 3: 2015), hal. 23-31.

¹⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Potensi Adalah Kemampuan Yang Mempunyai Kemungkinan Untuk Dikembangkan*, 2012.

Sedangkan pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia.¹⁸ Sedangkan pasar menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

- 1) Menurut Philip kotler, pasar terdiri dari konsumen/pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu yang ingin dan mampu dipenuhi, sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.¹⁹
- 2) Menurut Dahl dan Hammond, pasar adalah sebagai suatu lingkungan atau ruang tempat kekuatan permintaan dan penawaran bekerja untuk menentukan atau memodifikasi harga sehingga terjadi pertukaran kepemilikan barang dan jasa serta adanya fakta kegiatan fisik.²⁰

Dari pengertian diatas pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar perumahan, pasar besar, dan lain-lain. Pasar merupakan aktivitas pembentukan harga dari suatu barang yang terjadi melalui mekanisme tertentu. Mekanisme pasar terjadi apabila penawaran dan permintaan saling berinteraksi secara otomatis tanpa adanya intervensi dan distorsi dari pihak manapun. Pada mekanisme pasar, pasar dapat memberikan informasi secara lebih tepat mengenai harga-harga

¹⁸ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal,301.

¹⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal, 98.

²⁰ Yogi, *Ekonomi Manajemen Pendekatan Analisis Praktis* (Jakarta: Kencana, 2006), hal,5.

serta seberapa besarnya permintaan jenis barang. Pasar juga memberikan rangsangan kepada pengusaha untuk mengembangkan kegiatan mereka, sebab keadaan pasar terus berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi dan jumlah penduduk yang akan mempengaruhi perubahan pasar. Sehingga sistem ini akan memberikan kebebasan yang lebih tinggi terhadap masyarakat dalam hal perekonomian, salah satunya adalah dunia perdagangan.²¹

Umumnya, cara mengetahui potensi pasar adalah dengan mencari tahu total pembeli termasuk rata-rata produk yang dibeli dalam rentang waktu tertentu. Dari data tersebut perusahaan bisa menentukan, apakah bisnis bisa dikembangkan atau tidak. Perkiraan potensi pasar berhubungan dengan permintaan produk saat ini dan proyeksi pasar di masa depan. Potensi pasar bisa dianalisis lewat perencanaan pasar, penetapan harga, fasilitas serta prasarana yang tersedia di pasar.²² Pada dasarnya potensi pasar sangatlah penting bagi perekonomian masyarakat diantaranya adalah pertama harga sebenarnya terbentuk melalui mekanisme harga, harga ditetapkan tanpa campur tangan pemerintah atau asosiasi produsen, kedua dalam jangka panjang hendak terjalin harga yang menguntungkan konsumen sebab harga dibangun dari biaya rata rata minimum sehingga pasar mengklaim diproduksinya produk dengan bayaran rendah, ketiga pasar tidak butuh memasang iklan karena mutu serta biaya nyaris sama.

²¹ Sadono Soekirno, "Pengantar Teori Ekonomi Mikro," *Raja Grafindo Persada* (Jakarta, 2001), hal, 42.

²² Romaliyan Adinda Pulungan and Hamonangan Nasution, "Analisa Potensi Pasar Ekonomi Tradisional Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Baru Panyambungan)," *Manajemen Bisnis Syariah*, 2023.

Selain banyak keunggulan terdapat juga masalah-masalah yang dihadapi pasar yaitu keuntungan yang diterima dalam skala normal sehingga beberapa perusahaan sulit menyediakan dana untuk pengembangan, barang yang diperjual belikan bersifat homogen (sama) serta kurang variatif sebagai akibatnya konsumen akan cepat merasa bosan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi potensi pasar yaitu sebagai berikut:

- 1) Kondisi permintaan produk – Permintaan produk bisa dibidang sebagai faktor terpenting yang memengaruhi keberhasilan usaha. Maka, usahakan Anda sudah membidik market yang tepat
- 2) Kondisi perusahaan-perusahaan yang punya SDM mumpuni, rantai pasok yang baik, dan peluang pasar cukup besar juga memengaruhi potensi pasar
- 3) Kebijakan dari pemerintah setempat. Kebijakan pemerintah pun berperan dalam memengaruhi potensi pasar, terlebih ketika ada larangan penjualan produk tertentu.

Adapun manfaat melakukan analisis potensi pasar bagi bisnis sebagai kegiatan analisis potensi pasar tentunya dapat memberi manfaat yang signifikan. Agar punya gambaran jelas tentang hal ini, terdapat manfaat melakukan analisis potensi pasar dibawah ini:

- 1) Mendapatkan informasi tentang konsumen, Ada pepatah yang mengatakan, “Pembeli adalah raja”. Itu artinya,

konsumen menjadi unsur terpenting dari sebuah usaha. Karena itu, sebagai pelaku usaha, Anda mestinya mau berupaya untuk mendapatkan informasi seputar pelanggan bisnis. Dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka, Anda jadi bisa membangun bisnis yang dapat menjawab kebutuhan pelanggan.

- 2) Mengurangi risiko kerugian, Analisis potensi pasar itu bisa mengurangi risiko kerugian yang dialami bisnis. Dengan melakukan kegiatan ini, Anda akan tahu seberapa besar demand pasar terhadap produk atau layanan yang Anda tawarkan. Ketika jumlahnya tidak terlalu banyak, Anda dapat meningkatkan mutu produk atau melakukan perubahan strategi marketing supaya bisnis mendapat perhatian lebih dari masyarakat.
- 3) Memperkirakan keuntungan bisnis dengan akurat, Keuntungan berikutnya dari analisis potensi pasar adalah ini dapat memperkirakan keuntungan bisnis anda secara lebih akurat. Kegiatan usaha memang tak bisa diprediksi keuntungan dan kerugiannya, tapi ini bisa dibantu dengan adanya analisis potensi pasar.

b. Indikator potensi pasar

Adapun indikator utama dalam teori potensi pasar yaitu perencanaan pasar, penetapan harga pasar, dan fasilitas pasar.

1) Perencanaan pasar

Perencanaan pemasaran penting untuk setiap kegiatan bisnis. Perencanaan pemasaran dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran suatu produk atau layanan. Perencanaan pemasaran bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan taktik guna mencapai sasaran perusahaan. Perencanaan pasar harus terorganisasi dengan baik. Secara sederhana, perencanaan pemasaran adalah suatu tahapan kegiatan menuju penetapan sasaran pemasaran dan formulasi rencana untuk mencapai sasaran tersebut.²³ Rencana pemasaran merupakan seperangkat pedoman yang digunakan untuk membuat dan menjalankan strategi pemasaran guna mengatur strategi dan taktik yang digunakan untuk menjalankan strategi.²⁴

Menurut Kotler dan Keller, perencanaan pemasaran adalah proses menentukan tujuan pemasaran, target pasar, dan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Rencana pemasaran yang terdokumentasi yang berisi mengenai identifikasi dan analisis peluang pasar, pengembangan strategi pemasaran yang sesuai, perencanaan dan implementasi taktik pemasaran, serta pengendalian dan evaluasi hasilnya.²⁵

²³ Haspati Tan, "Konsep Dasar Perencanaan Dan Proses Penyusunannya" (2021), hal. 334.

²⁴ Binus, "Apa Itu Rencana Pemasaran," 2023.

²⁵ Nurdin, *Rencana Pemasaran: Definisi, Isi, Dan Panduan Lengkap*, ed. Pemasaran Pariwisata, 2023.

2) Penetapan harga pasar

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan.²⁶ Penetapan Harga pada suatu perusahaan sangat mempengaruhi penjualan. Pengusaha perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin. Karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan .²⁷ Dalam menetapkan harga, ada berbagai macam metode yang dapat digunakan. Penetapan harga biasanya dilakukan untuk

²⁷ Tina Kartini Elan Eriswanto, “Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan Pada PT. Liza Christina Garment Industry” (Universitas M&uhammadiyah Sukabumi, n.d.), hal, 111.

menambah nilai atau besarnya biaya produksi yang diperhitungkan terhadap biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memproses barang ataupun jasa. Dalam menetapkan harga jual suatu produk, suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak seperti konsumen akhir, penyalur, pesaing, penyuplai dana, para pekerja, dan pemerintah. Karena tingkat harga tidak terlepas dari daya beli konsumen, reaksi para pesaing, jenis produk dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan perusahaan.

Penetapan harga (*pricing*) dalam ekonomi islam tidak boleh dilakukan secara sepihak atau mengandung unsur penipuan (*gharar*). Harga yang ditentukan harus mencerminkan nilai *riil* dari barang atau jasa, sesuai prinsip keadilan.²⁸ Oleh karena itu, penetapan harga logam mulia dalam lembaga keuangan syariah seperti pegadaian harus bersifat transparan, adil, dan sesuai dengan mekanisme pasar yang tidak salah satu pihak.

3) Fasilitas pasar

Perancangan tata letak fasilitas yang baik akan berpengaruh terhadap pola aliran barang di dalam fasilitas tersebut. Pola aliran yang efisien adalah pola aliran yang dapat meminimumkan biaya produksi namun meningkatkan

²⁸ Nurul Asri, *Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Praktis*, (Parepare, IAIN Parepare, press, 2021), hal. 102.

jumlah output produksi. Melihat beberapa pengaruh pola aliran tersebut, beberapa penelitian dilakukan untuk mengefisienkan pola aliran dengan melihat total momen produk terkecil.²⁹ Tata letak fasilitas merupakan sebuah kegiatan analisis penempatan fasilitas guna memperlancar proses produksi dan meningkatkan kualitas produksi. Perancangan tata letak fasilitas yang baik akan berpengaruh terhadap pola aliran barang di dalam fasilitas tersebut. Pola aliran yang efisien adalah pola aliran yang dapat meminimumkan biaya produksi namun meningkatkan jumlah output produksi.

2. Teori Pembiayaan

Dalam menjalankan aktivitas pembiayaan, termasuk pembiayaan logam mulia, lembaga keuangan seperti PT. Pegadaian perlu memperhatikan aspek kesehatan institusinya. Kesehatan lembaga keuangan tidak hanya dilihat dari segi manajemen risiko dan kepatuhan terhadap prinsip kehati-hatian. Manajemen kesehatan bank atau lembaga keuangan mencakup upaya sistematis untuk menjaga stabilitas operasional, likuiditas, dan kualitas pembiayaan yang diberikan.³⁰ Salah satu indikator kesehatan lembaga pembiayaan adalah kualitas aset, yang ditentukan oleh tingkat keberhasilan pembiayaan dan kemampuannya dalam memitigasi

²⁹ Nurani Hartik, Putri Eka Dewi Karunia Wati Heri Murnawan, “Peningkatan Kualitas Dan Produktivitas Produk Pengecoran Logam Dengan Penataan Uang Fasilitas Produksi” (Universitas 17 Agustus 1945, 2020), hal, 35.

³⁰ Arwin, “Manajemen Kesehatan Bank”, (Parepare: IAIN Parepare press, 2021), hal 45.

risiko gagal bayar (*default*). Hal ini penting agar pembiayaan yang disalurkan termasuk dalam bentuk logam mulia, tidak menjadi beban risiko jangka panjang. Manajemen kesehatan keuangan harus disesuaikan dengan prinsip transparansi, akuntabilitas, serta pengawasan internal yang kuat. Dalam konteks pegadaian, upaya menjaga kesehatan lembaga ini tercermin dalam proses seleksi nasabah, penetapan harga margin yang proporsional, serta evaluasi berkelanjutan terhadap kualitas agunan.

Pembiayaan merupakan dukungan pendanaan untuk kebutuhan atau pengadaan barang/aset/jasa/ tertentu yang mekanisme umumnya melibatkan tiga pihak yaitu pihak pemberi pendanaan, pihak penyedia barang/aset/jasa tertentu, dan pihak yang memanfaatkan barang/aset/jasa tertentu. Pembiayaan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Berikut merupakan pengertian pembiayaan menurut beberapa ahli:³¹

- 1) Menurut M. Nur Rianto Al-Arif pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.³²

³¹ Kamsir, "Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya, 6th Ed," *Raja Grafindo Persada* (Jakarta, 2002), hal, 92.

³² M. Nur Rianto Al-Arif, "Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah," 2012, hal, 42.

- 2) Menurut Muhammad, pembiayaan dalam arti luas berarti *financing* atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik itu dilakukan sendiri maupun dijalankan dengan orang lain.³³
- 3) Menurut Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, istilah pembiayaan pada intinya berarti *I Believe, I Trust*, “saya percaya” atau “saya menaruh kepercayaan”. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*), berarti lembaga pembiayaan selaku shahibul mal menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan kedua belah pihak.³⁴

Dengan demikian dari beberapa definisi-definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu atas dasar kepercayaan antara sesama untuk mendukung suatu kegiatan investasi yang telah direncanakan dengan mewajibkan pihak yang dibiayai mengembalikan uang atau tagihan tersebut dalam jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

a. Dasar hukum pembiayaan

Islam tidak melarang hubungan pinjam-meminjam dalam suatu kegiatan ekonomi, bahkan kegiatan tersebut sangat dianjurkan karena

³³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), hal, 304.

³⁴ Veithzal Rivai and Andria Permata, “Islamic Financial Teori, Konsep, Dan Aplikasi,” *Raja Grafindo Persada* (Jakarta, 2008), hal, 34.

bertujuan untuk saling membantu antara sesama manusia. Adapun dasar hukum dibolehkannya pinjam-meminjam dalam pembiayaan tersebut terdapat pada Q.S. Al-Baqarah: 2: 245

مَنْ ذَا الَّذِي يُقرضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصِطُ
وَالِيهِ تُرْجَعُونَ ٢٤٥

Terjemahnya:

“Siapakah yang mau memberi pinjaman yang baik kepada Allah? Dia akan melipatgandakan (pembayaran atas pinjaman itu) baginya berkali-kali lipat. Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki). Kepada-Nyalah kamu dikembalikan.”³⁵

b. Tujuan pembiayaan

Pemberian suatu fasilitas pembiayaan mempunyai tujuan tertentu, tujuan pemberian pembiayaan tersebut tidak akan terlepas dari misi usaha tersebut didirikan. Adapun tujuan utama pemberian pembiayaan adalah antara lain:

- 1) Mencari keuntungan, Yaitu bertujuan untuk memperoleh hasil dari pemberian pembiayaan tersebut. Hasil tersebut terutama dalam bentuk keuntungan yang diterima dari usaha yang dikelola oleh bank dan nasabah.
- 2) Membantu usaha nasabah, tujuannya adalah untuk membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana investasi maupun dana untuk modal kerja.

³⁵ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an QS Al-Baqarah/2:245

- 3) Membantu pemerintah, bagi pemerintah semakin banyak pembiayaan yang disalurkan oleh pihak perbankan maka semakin baik, mengingat semakin banyak pembiayaan berarti adanya peningkatan pembangunan diberbagai sector.

3. Teori Logam Mulia

a. Logam

Logam adalah unsur yang mempunyai sifat fisik umum seperti berwujud padat, bertitik leleh tinggi, lentur (tidak mudah patah), mudah dibentuk (dapat ditempa dan ditarik), penghantar panas dan listrik yang baik, dan dapat dibuat paduan antar sesama logam.³⁶ Sedangkan menurut Budiono, logam adalah jenis barang tambang yang keras seperti emas, perak, tembaga, dan sebagainya.³⁷

b. Produk Mulia

Mulia (murabahah logam mulia untuk investasi abadi) memfasilitasi penjualan logam mulia oleh bank syariah kepada masyarakat secara angsuran dengan proses cepat dalam jangka waktu yang fleksibel. Produk Mulia adalah hasil kerja sama Bank Syariah Mandiri dengan PT ANTAM Tbk dan PT. Aneka Tambang Tbk. Produk Mulia di Bank Syariah Mandiri adalah investasi pada emas yang transaksi pembayarannya bisa secara tunai dan angsuran.³⁸

³⁶ Dr. Ahmad Fatih, "Kamus Lengkap Kimia," *Panji Pustaka* (Yogyakarta, 2012), hal. 287.

³⁷ Budiono, "Kamus Lengkap Bahasa Indonesia," *Karya Agung* (Yogyakarta, 2005), hal. 320.

³⁸ Putri Dwi Nurfadillah, "Analisis Investasi Emas Melalui Produk Mulia di PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Jatinangor", (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2019), hal. 45.

Investasi emas batangan ini memberi kemudahan kepada masyarakat yang tertarik untuk berinvestasi emas batangan untuk memperoleh portofolio asset masyarakat tetapi memiliki dana terbatas.

1) Akad Produk MULIA

Akad MULIA menggunakan akad murabahah dan *rahn*. Akad murabahah logam mulia untuk investasi abadi adalah persetujuan atau kesepakatan yang dibuat bersama antara Bank Syariah Mandiri dengan nasabah atas sejumlah pembelian Logam Mulia disertai keuntungan dan biaya-biaya yang disepakati.

a) *Murabahah*

Murabahah merupakan istilah dalam fikih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (margin) yang diinginkan.³⁹

b) *Rahn* (gadai)

Pegadaian memiliki berbagai macam jenis produk salah satunya yaitu produk Rahn. Penerimaan pinjaman bisa secara tunai atau ditransfer ke rekening nasabah. Jaminan yang bisa diterima untuk produk ini antara lain adalah emas perhiasan, emas batangan, berlian, kendaraan bermotor,

³⁹ Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, 1st ed. (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007), hal, 81.

laptop, dan barang elektronik lainnya. Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang yang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh orang yang berhutang atau orang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan kepada yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didahulukan.⁴⁰ Gadai dalam fiqih disebut ar-rahn, yaitu menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan hutang atau gadai.⁴¹ Ada dua landasan hukum rahn yaitu:

Al-Qur'an :

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ آمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُنُوا الشَّاهِدَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝ ٢٨٣﴾

Terjemahnya:

“Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang.

⁴⁰ Heri Sudarsono, “Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi,” *UII Press* (Yogyakarta, 2004), hal, 164.

⁴¹ Muhammad Syafi’i Antonio, “Bank Syariah Dari Teori Dan Praktik,” *Gema Insani* (Jakarta, 2001), hal, 128.

Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. QS. Al-Baqarah/283.⁴²

Ayat ini menegaskan tentang prinsip penulisan transaksi dan penegasan amanah dalam piutang yang sangat relevan dengan akad murabahah. Maksudnya, pentingnya penulisan dan pencatatan transaksi utang-piutang untuk menghindari perselisihan dan menjaga kejelasan hak serta kewajiban masing-masing pihak. Selanjutnya kepercayaan dan amanah, jika terjadi transaksi tanpa jaminan tertulis seperti jika ada pembyaran yang bersifat kepercayaan (*trust based*). Dalam produk murabahah, meakipun ada perjanjian tertulis, amanah tetap menjadi pondasi utama karena nasabah harus membayar kewajiban sesuai kesepakatan.⁴³

c. Dasar hukum jual beli logam mulia

Dasar hukum investasi emas adalah fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai.⁴⁴ Investasi emas juga dinilai bukan dari setoran tabungannya tapi dari nilai emas yang dibeli oleh tabungan emas syariah tersebut. Akad yang digunakan pada pembiayaan kepemilikan emas adalah murabahah dengan jaminan diikat dengan rahn (gadai). Beli emas logam mulia secara kredit atau cicil dibalik kemudahan dan kenyamanannya, bagi umat Islam ternyata termasuk hal yang dilarang.

⁴² Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an QS Al-Baqarah/2:283

⁴³ Departemen Agama RI, “Al-Qur'an dan Terjemahannya”, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2005), hal. 45.

⁴⁴ “Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional No 77/DSN-MUI,” *Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia* (Jakarta, 2010), hal, 1.

Khususnya untuk emas, syarat pembelian emas haruslah lunas dan dalam satu majelis. Penyediaan jasa cicil emas saat ini sudah sangat banyak.

C. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berjudul Potensi Pasar Dalam Pembiayaan Logam Mulia Di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang (analisis ekonomi islam). Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas dan tidak menimbulkan kesalahpahaman atas judul ini, maka penulis perlu menjelaskan maksud dari judul yang diangkat serta menjelaskan batasan-batasan dan konsep dasar judul penelitian ini sehingga dapat menjadi acuan pembaca dan penulis agar lebih memahami terkait poin-poin yang dijelaskan.

1. Analisis

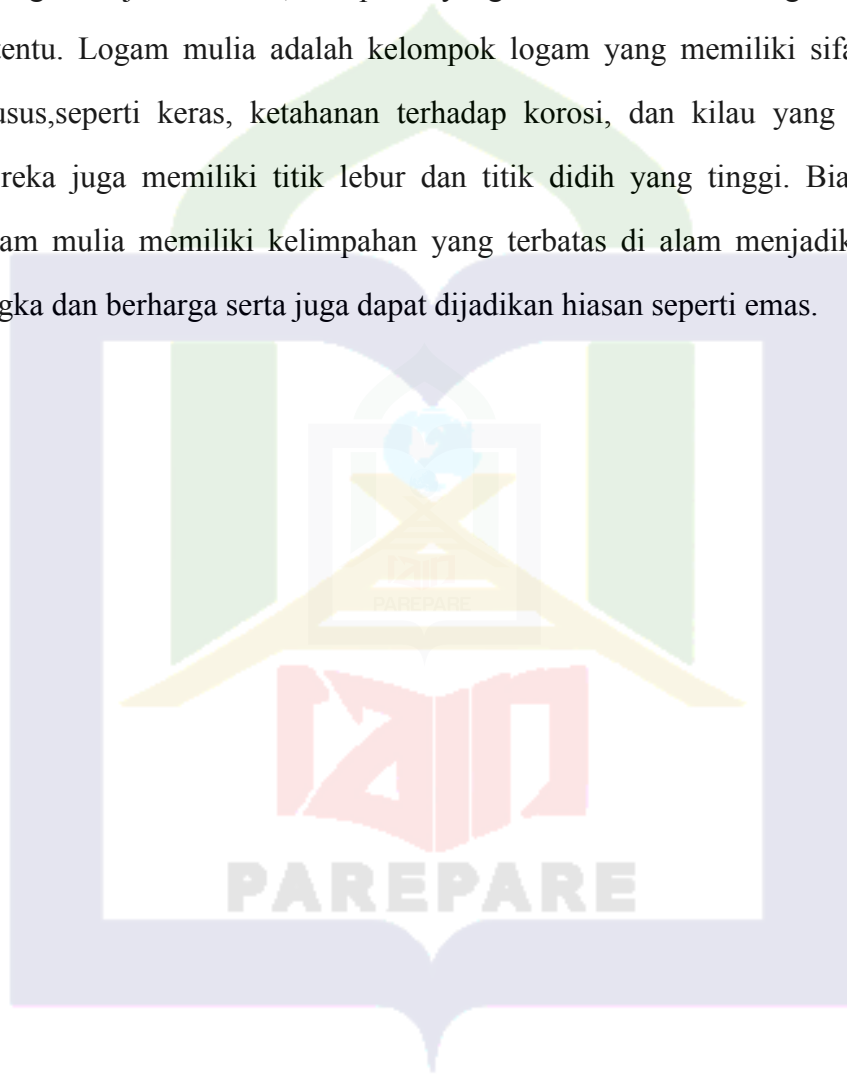
Analisis adalah aktivitas memeriksa suatu kegiatan atau objek peristiwa dengan cara mendiskripsikan melalui data untuk dikaji atau dipelajari secara detail. Analisis biasanya dilakukan dengan cara melakukan penelitian maupun pengolahan data agar dapat membantu meningkatkan pemahaman dan memudahkan dalam pengambilan keputusan.

2. Potensi Pasar

Potensi pasar adalah penilaian pendapatan penjualan dari semua saluran pemasok di pasar.

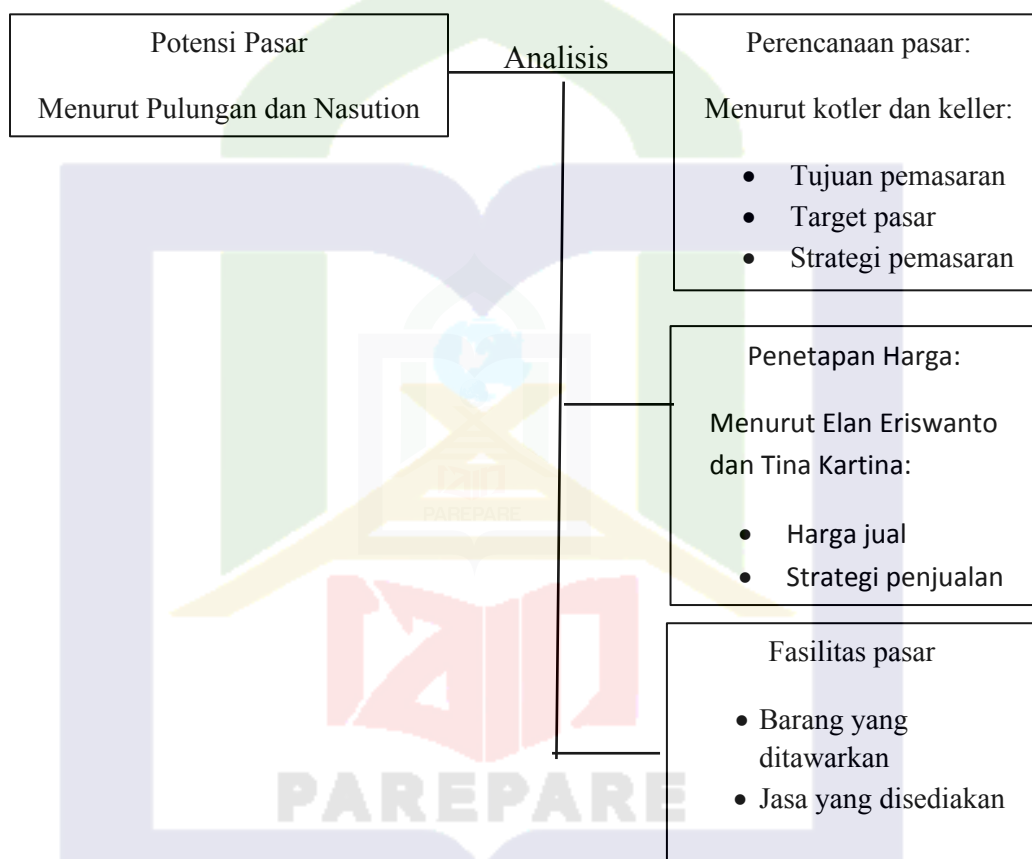
3. Pembiayaan Logam Mulia

Pembiayaan adalah suatu dukungan pendanaan untuk kebutuhan atau pengadaan barang/asset/jasa tertentu yang mekanisme umumnya melibatkan tiga pihak yaitu pihak pemberi pendanaan, pihak penyedia barang/asset/jasa tertentu, dan pihak yang memanfaatkan barang/asset/jasa tertentu. Logam mulia adalah kelompok logam yang memiliki sifat-sifat khusus, seperti keras, ketahanan terhadap korosi, dan kilau yang indah. Mereka juga memiliki titik lebur dan titik didih yang tinggi. Biasanya, logam mulia memiliki kelimpahan yang terbatas di alam menjadikannya langka dan berharga serta juga dapat dijadikan hiasan seperti emas.



D. Kerangka Pikir

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tinjauan teoritis dan kerangka konseptual maka kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



2.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah keseluruhan cara atau kegiatan dalam suatu penelitian yang dimulai dari perumusan masalah sampai membuat suatu kesimpulan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan fenomenologi.⁴⁵ Pendekatan ini menggunakan penelitian kualitatif. penelitian kualitatif adalah penelitian yang tujuannya untuk mendapatkan Pemahaman secara mendalam tentang masalah-masalah social dan bukan mendeskripsikan sebagian permukaan dari suatu realitas.⁴⁶ Menurut Denzim dan Lincion bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada.⁴⁷

Melihat dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendekatan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman secara mendalam terkait masalah yang diteliti secara keseluruhan dan melibatkan beberapa metode dalam proses

⁴⁵ Lexy J, “Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 11.

⁴⁶ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hal, 85.

⁴⁷ Djama'an Satori dan Aan Komariah, , *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal, 24.

penelitiannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif agar dapat memahami fenomena yang menjadi subjek penelitian dan memaparkan informasi dari hasil pengolahan datanya dalam bentuk deskriptif.

2. Jenis Penelitian

Metode Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada paradigma *postpositivisme* atau *interpretatif*, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci dalam proses pengumpulan data yang dilakukan secara observasi, wawancara, dokumentasi, analisis data bersifat induktif, yaitu dengan menyusun pola, tema, dan kategori dari data yang telah diperoleh dilapangan. Tujuan dari penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna dibalik fenomena yang diteliti daripada generalisasi hasil.⁴⁸ Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan sistematis menggunakan data-data yang diperoleh dilapangan.⁴⁹ Data-data yang diangkat merupakan data yang diperoleh langsung di lokasi penelitian yaitu PT. Pegadaian (persero) Cabang Pinrang di Jl. Abdullah No. 7, Pinrang, data tersebut merupakan data yang berkaitan dengan subjek yang diteliti yaitu bagaimana potensi pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian (persero) Cabang Pinrang (analisis ekonomi islam).

⁴⁸ Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 6

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Research* (Bandung: Tarsito, 1995), hal. 58.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi dengan masalah yang diteliti, maka penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data mengenai pembiayaan logam mulia yang dilakukan pada PT. Pegadaian Cabang Pinrang, Jl. Abdullah No. 7, Pinrang, Sulawesi Selatan. Adapun kantor PT. Pegadaian Cabang Pinrang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2.2 Kantor PT. Pegadaian Cabang Pinrang

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama kurang lebih 2 bulan kerja atau disesuaikan dengan waktu yang dibutuhkan penulis untuk meneliti. Waktu penelitian dimulai dari 9 April 2025 hingga 9 Juni 2025.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah pembatasan studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana data yang tidak relevan. Pembatasan ini dimaksudkan agar peneliti dapat memilah data yang ada di lapangan berdasarkan urgensinya dan juga kebaruan informasi mengingat banyaknya data yang kemungkinan di peroleh di lapangan.⁵⁰

Adapun fokus penelitian yaitu penelitian difokuskan pada potensi pasar dalam pembiayaan logam mulia. Peneliti akan mengkaji tentang bagaimana potensi pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data adalah segala informasi yang diolah dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga dapat dijadikan sebagai suatu acuan dalam pengambilan keputusan. Data adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan.⁵¹ Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, artinya data yang berbentuk kata, narasi, gambar, bukan angka/statistik.⁵²

⁵⁰ Nana Syaodih Sukmadinata, "Metode Penelitian Pendidikan", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 19.

⁵¹ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis* (Jakarta: Erlangga, 2013), hal, 124.

⁵² Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R & D.," *Alfabeta* (Bandung, 2017), hal, 14.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek atau objek dari mana data dikumpulkan, baik secara langsung (primer) maupun tidak langsung (sekunder). Dalam penelitian kualitatif, sumber data bisa berupa individu, dokumen, arsip, catatan, dan lingkungan sosial.⁵³ Sumber data pada penelitian ini juga dapat memberikan informasi secara mendalam dan menyeluruh terhadap permasalahan yang sedang diteliti, terutama melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Penelitian data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data primer dengan menggunakan instrument penelitian yang telah ditetapkan, data primer lebih akurat karena diperoleh langsung dari sumber pertama yang merupakan subjek penelitian sehingga menjadikan data primer ini lebih terperinci.⁵⁴ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumbernya yaitu Pimpinan Cabang, Asisten Menejer, Karyawan Operasional (Gadai), dan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Pinrang.

b. Data Sekunder

⁵³ R Fitriani, "Jenis Dan Sumber Data Penelitian Kualitatif Dalam Kajian Pendidikan," *Kemdikbud*, 2021, hal, 3.

⁵⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hal, 137.

Data sekunder adalah data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk karena telah diolah oleh pihak lain data sekunder ini biasanya dalam bentuk publikasi. Sumber data sekunder ini lebih banyak sebagai data statistik atau data yang sudah diolah sehingga siap digunakan, data dalam bentuk statistik biasanya tersedia pada kantor-kantor pemerintahan, biro jasa data, perusahaan swasta atau pihak lain yang berhubungan dengan penggunaan data.⁵⁵ Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari lembaga yang menjadi subjek penelitian seperti data yang ada di kantor PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang, dokumen, arsip, dan juga data dari pihak-pihak lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan instrumen penting yang dapat mempengaruhi kualitas data hasil penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dari berbagai sumber, *setting*, dan berbagai cara.⁵⁶ Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian digunakan 3 teknik pengumpulan data yaitu:

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan sistematis terkait fenomena yang akan diteliti. Dalam teknik observasi, teknik ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung.⁵⁷ Observasi

⁵⁵ Moehar Daniel, "Metode Penelitian Sosial Ekonomi," *Bumi Aksara* (Jakarta, 2002), hal, 113.

⁵⁶ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R & D.," hal, 137.

merupakan teknik yang memiliki ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila subyek pengamatan tidak terlalu besar.⁵⁸

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.

b. Interview (wawancara)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Menggunakan teknik wawancara berarti melakukan interaksi komunikasi atau percakapan antara pewawancara dan terwawancara dengan tujuan agar mengumpulkan informasi dari interview.⁵⁹ Wawancara yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur dimana pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan pada saat penelitian untuk menemukan permasalahan secara lebih

⁵⁷ Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Pendekatan Politik," *Rineka Cipta* (Jakarta, 2006), hal, 83.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

⁵⁹ Djam'an Satori, "Metodologi Penelitian Kualitatif," *Alfabeta* (Bandung, 2017), hal, 129.

terbuka, dimana pihak yang diwawancarai diminta pendapat dan idenya.

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung dengan informan yaitu Asisten Manajer, Karyawan, dan Masyarakat yang menjadi Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang dengan jumlah informan 5 orang

Tabel 1.2 Data Informan

No	Nama Informan	Umur	Status
1	Firman Rais	38	Asisten Manajer
2	Muh. Aswan Parawansa. A, S.IP	28	Karyawan Pegadaian
3	Hera Sahara	34	Karyawan Pegadaian
4	Afrilini Dwi k	25	Nasabah
5	Sitti Nurhalisa	27	Nasabah

Sumber data: PT. Pegadaian Cabang Pinrang 2025

c. Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁶⁰ Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada

⁶⁰ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R & D."

subjek penelitian. Namun, melalui dokumen.⁶¹ Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh dari pihak pegadaian yang diwawancarai berupa data, foto, tangkapan layar atau segala bentuk dokumentasi yang merekam aktivitas di PT. Pegadaian Cabang Pinrang.

d. Triangulasi/gabungan

Trianggulasi data pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber teknik pengumpulan data dan waktu.

1) Trianggulasi sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber untuk menguji kredibilitas data tentang analisis potensi pasar daalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian persero Cabang Pinrang maka, pengumpulan dan pengujian data dilakukan kepada PT. Pegadaian Cabang Pinrang.

2) Trianggulasi teknik

Untuk menguji data kredibil itas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

3) Trianggulasi waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan

⁶¹ M. Iqbal Sukmadinata, "Metode Penelitian Dan Aplikasinya," *Ghia Indonesia* (Bogor, 2002), hal, 87.

dengan wawancara observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

2. Pengelolaan Data

a. Pengeditan

pengeditan merupakan proses pengecekan atau memeriksa data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan. Tujuan dilakukan pengeditan adalah untuk mengoreksi kesalahan-kesalahan atau kekurangan data yang terdapat pada catatan dilapangan. Kesalahan data dapat diperbaiki dan kekurangan data dapat dilengkapi dengan mengulangi pengumpulan data atau dengan cara penyisipan data (interpolasi).⁶²

b. Pengkodean

Pengkodean adalah kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis.⁶³

⁶² Syofian Siregar, "Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Perbandingan Manual & SPSS)," *Prenadamedia Group* (Jakarta, 2013), hal, 86-87.

⁶³ Burhan Bungin, "Analisis Data Penelitian Kualitatif", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal, 12.

c. Interpretasi

Intrpretasi adalah kegiatan memberikan tanggapan atau pengertian terhadap jawaban angket responden, dimana hal ini dapat diambil dari beberapa jawaban yang besar.

d. Transkripsi

Proses wawancara dan diskusi dengan informan direkam dengan audio dan diubah menjadi catatan lapangan. Kegiatan mentransfer ini yang dinamakan transkripsi.

F. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data tidak diukur dengan validitas dan reliabilitas seperti pada pendekatan kuantitatif, melainkan dengan menggunakan kriteria *trustworthiness* yang terdiri dari *creadibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.⁶⁴

1. Uji *Creadibility* (kepercayaan)

Kredibilitas merupakan salah satu kriteria penting dalam merekrut keabsahan hasil penelitian kualitatif. Kreadibilitas menunjukkan bahwa temuan penelitian dapat dipercaya dan sesuai dengan realitas yang ada dilapangan. Untuk meningkatkan kreadibilitas, peneliti dapat melakukan berbagai strategi seperti meningkatkan ketekunan pengamatan, diskusi dengan teman sejawat (*peer debriefing*), analisis kasus negatif, serta melakukan

⁶⁴ Lexy. J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif," *Remaja Rosdakarya* (Bandung, 2019), hal, 330.

member check kepada informan untuk memastikan bahwa hasil interpretasi peneliti sesuai dengan makna yang dimaksud oleh informan.⁶⁵

2. Uji *Transferability*

Dalam penelitian kualitatif, *uji transferability* (transferabilitas) merujuk pada sejauh mana temuan dari suatu studi dapat diterapkan atau relevan dalam konteks lain yang serupa. Terdapat beberapa pendekatan untuk menguji atau meningkatkan transferabilitas dalam penelitian kualitatif, yaitu: deskripsi konteks yang mendalam (the description), pemilihan partisipan yang relevan (purposive sampling), memberikan informasi kontekstual yang memadai, refleksi peneliti. Pada uji penelitian ini tidak mengklaim generalisasi, melainkan menyediakan cukup informasi agar pembaca dapat menilai relevansi dan penerapan hasil dalam konteks mereka. Jadi, tanggung jawab transferabilitas bukan hanya pada peneliti, tetapi juga pada pengguna hasil penelitian.

3. Uji *Dependability* (ketergantungan)

Dalam penelitian ini uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian dalam penelitian ini *dependability* dilakukan oleh o ditor *independent* atau dosen pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian.

4. Uji *Confirmability* (kepastian)

Pengujian *confirmability* dalam penelitian kualitatif mirip dengan *dependability*, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji *konfirmability* berarti menguji hasil penelitian. Bila hasil penelitian

⁶⁵ Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 324.

merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.

G. Teknik Analisis Data

1. Model Miles dan Huberman

Model ini bersifat interaktif dan siklikal, artinya proses-proses tersebut tidak harus dilakukan secara linear, tapi bisa terjadi berulang selama proses penelitian berlangsung. Analisis ini terbagi menjadi tiga yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi antara lain sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Proses ini melibatkan pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan lain-lain.⁶⁶ Tujuannya adalah untuk mengorganisasi data agar dapat ditarik kesimpulan. Contoh kegiatan reduksi data yaitu: kodefikasi(coding) data, pengelompokan tema, dan menghapus informasi yang tidak relevean.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk yang terorganisir dan mudah dibaca agar peneliti dapat melihat pola, hubungan, dan kemungkinan penjelasan. Contoh bentuk penyajian data yaitu: matriks, grafik, jaringan (networks), dan narasi terstruktur.

⁶⁶ Sugiyono, "Analisis Data Kualitatif Model Miles Dan Huberman Dalam Penelitian Sosial," *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2021.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verivication*)

Peneliti menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi dan disajikan. Kesimpulan ini bersifat sementara dan dapat berubah seiring analisis berlangsung. Verifikasi penting dilakukan untuk menjamin validitasnya, misalnya dengan triangulasi data atau member checking. Kesimpulan-kesimpulan akan ditangani dengan longgar, tetap terbuka, tetapi kesimpulan telat disediakan, mula-mula belum jelas, meningkat menjadi lebih terperinci dan mengakar dengan pokok. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran penganalisis selama ia menulis.⁶⁷ Menarik kesimpulan dilakukan oleh peneliti melalui data-data yang terkumpul.

2. Model James Spradley

a. Analisis Domain

Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi kategori umum (domain) dari data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Domain adalah satuan makna awal yang menunjukkan hubungan antar konsep dalam kebudayaan atau perilaku sosial yang diminati. Analisis ini digunakan untuk mengelompokkan jenis-jenis interaksi sosial yang terjadi dalam komunitas.⁶⁸

⁶⁷ B Sutopo, "Pengantar Metode Penelitian Kualitatif," *UNS Press* (Surakarta, 2002), hal, 91.

⁶⁸ Nurul Hidayah, "Analisis Interaksi Sosial Dalam Komunitas Hijabers Menggunakan Metode Spradley," *Sosiologi Reflektif*, 2020.

b. Analisis Taksonomi

Analisis Taksonomi bertujuan untuk melihat hubungan hierarkis dan mengelompokkan data berdasarkan subkategori yang lebih spesifik. Dalam penelitian tersebut, analisis ini menggambarkan bagaimana anggota komunitas membangun struktur sosial melalui jenis kegiatan dan komunikasi.⁶⁹

c. Analisis Komponensial

Dalam analisis komponensial peneliti biasanya menyusun matriks atau tabel perbandingan, dimana setiap elemen dibandingkan berdasarkan ciri atau atribut, guna memperjelas perbedaan konseptual antar kategori data. Proses ini membantu dalam menyusun fondasi untuk analisis tema kultural.⁷⁰

d. Analisis Tema

Analisis tema merupakan tahap akhir dalam metode analisis data Spradley yang menekankan bahwa tema yang dimaksud bukan sekedar rangkuman data, tetapi konsep-konsep besar yang muncul dari keseluruhan wawancara, observasi, dan dokumen, yang memiliki nilai atau makna mendalam bagi informan dan lingkungan sosialnya.⁷¹ Tema ini biasanya merupakan hasil dari sintesis dari domain, taksonom, dan komponensial, dan mencerminkan nilai, kepercayaan, atau pandangan dunia dari partisipan penelitian.

⁶⁹ Nurul Hidayah. "Analisis Interaksi Sosial Dalam Komunitas Hijabers Menggunakan Metode Spradley," *Sosiologi Reflektif*, 2020, hal. 89.

⁷⁰ Anwar, "Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik," *Prenadamedia Group* (Jakarta, 2020), hal. 91.

⁷¹ Mustaqim, "Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Studi Islam," *Pustaka Belajar* (Yogyakarta, 2016), hal. 130.

e. Analisis Komparansi

Dalam penelitian ini, analisis komparansi sebagai bagian dari proses penguatan temuan, yakni dengan membandingkan tanggapan dari berbagai informan untuk melihat kesamaan dan perbedaan persepsi terhadap produk pembiayaan logam mulia. Analisis ini juga merupakan perbandingan antar data sehingga penting dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi informasi dan memperkaya analisis tema yang dikembangkan.⁷² Dengan teknik ini, peneliti dapat mengungkap variasi pengalaman nasabah, efektivitas strategi pasar, serta tingkat kepuasan terhadap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

⁷²Mustaqim, hal, 132.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Cabang Pinrang

1. Profil PT. Pegadaian Cabang Pinrang

PT. Pegadaian merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa keuangan berbasis gadai. Didirikan pada tanggal 1 April 1901 pada masa pemerintahan Hindia Belanda, pegadaian bertujuan memberikan solusi keuangan kepada masyarakat, khususnya golongan menengah ke bawah. Seiring berjalannya waktu, pegadaian terus berkembang dan berinovasi dalam menyediakan produk-produk pembiayaan, tabungan emas, dan berbagai layanan lainnya yang berbasis syariah maupun konvensional.⁷³

PT. Pegadaian Cabang Pinrang merupakan salah satu unit operasional dari PT. Pegadaian (Persero) yang bergerak dalam jasa keuangan berbasis gadai, termasuk pembiayaan logam mulia (emas) yang berlokasi di kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Kantor Cabang ini beralamat di Jl. Jendral Sudirman No. 165, Kelurahan Maccorawalie, Kecamatan Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang. Sebagai salah satu cabang yang aktif, Pegadaian Cabang Pinrang memiliki peran penting dalam melayani kebutuhan masyarakat akan pembiayaan, khususnya pembiayaan berbasis gadai logam mulia dan produk syariah. Produk pembiayaan emas ditawarkan kepada

⁷³ PT. Pegadaian, "Laporan Tahunan 2022 (Annual Report)", (Jakarta, PT. Pegadaian Persero, 2022), hal. 10.

masyarakat yang ingin memiliki emas secara bertahap (cicilan) dengan sistem margin atau bunga tertentu. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara jumlah nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang secara keseluruhan dari tahun 2019-2024 diperkirakan mencapai 24.459 nasabah. Sementara itu untuk nasabah pembiayaan logam mulia diperkirakan antara 300-600 nasabah pertahun, dengan jumlah akumulasi selama lima tahun terakhir mencapai sekitar 1.200-2.500 nasabah, jumlah nasabah cicil emas dari tahun 2019-2024 berkisar 2.458 nasabah. Pegadaian Cabang Pinrang memiliki struktur organisasi yang terdiri dari seorang Kepala Cabang, dibantu oleh Manajer Operasional, Customer Service, dan beberapa petugas frontliner. Seluruh pegawai telah dibekali pelatihan standar operasional serta pemahaman tentang produk-produk syariah, termasuk pembiayaan logam mulia berbasis prinsip syariah.⁷⁴

2. Visi dan Misi

Visi

Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

Misi

- a. Memeberikan manfaat yang optimal bagi seluruh pemangku kepentingan.
- b. Memeberikan layanan solusi keuangan yang sesuai kebutuhan masyarakat berbasis teknologi terkini.

⁷⁴ Firman Rais, Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025.

- c. Membangun organisasi yang unggul dan adaptif terhadap perubahan.

3. *Job Desk* PT. Pegadaian Cabang Pinrang

a. Kepala Cabang

- 1) Memimpin dan mengelola seluruh kegiatan operasional di kantor cabang
- 2) Merencanakan dan mengembangkan strategi pemasaran
- 3) Mengevaluasi kinerja karyawan
- 4) Menjalin hubungan dengan nasabah dan mitra
- 5) Menegelola laporan dan target keuangan
- 6) Mengawasi manajemen risiko dan keamanan
- 7) Mengontrol kualitas layanan

b. Manajer Operasional

- 1) Mengawasi seluruh proses operasional harian di kantor cabang, termasuk layanan gadai, pembiayaan logam mulia, dan transaksi keuangan.
- 2) Memastikan bahwa semua kegiatan operasional sesuai dengan standar operasional produser (SOP) yang berlaku di PT. Pegadaian.
- 3) Melakukan koordinasi dengan bagian kasir, customer service, admin kredit, dan penafsir.

c. *Customer Service* (CS)

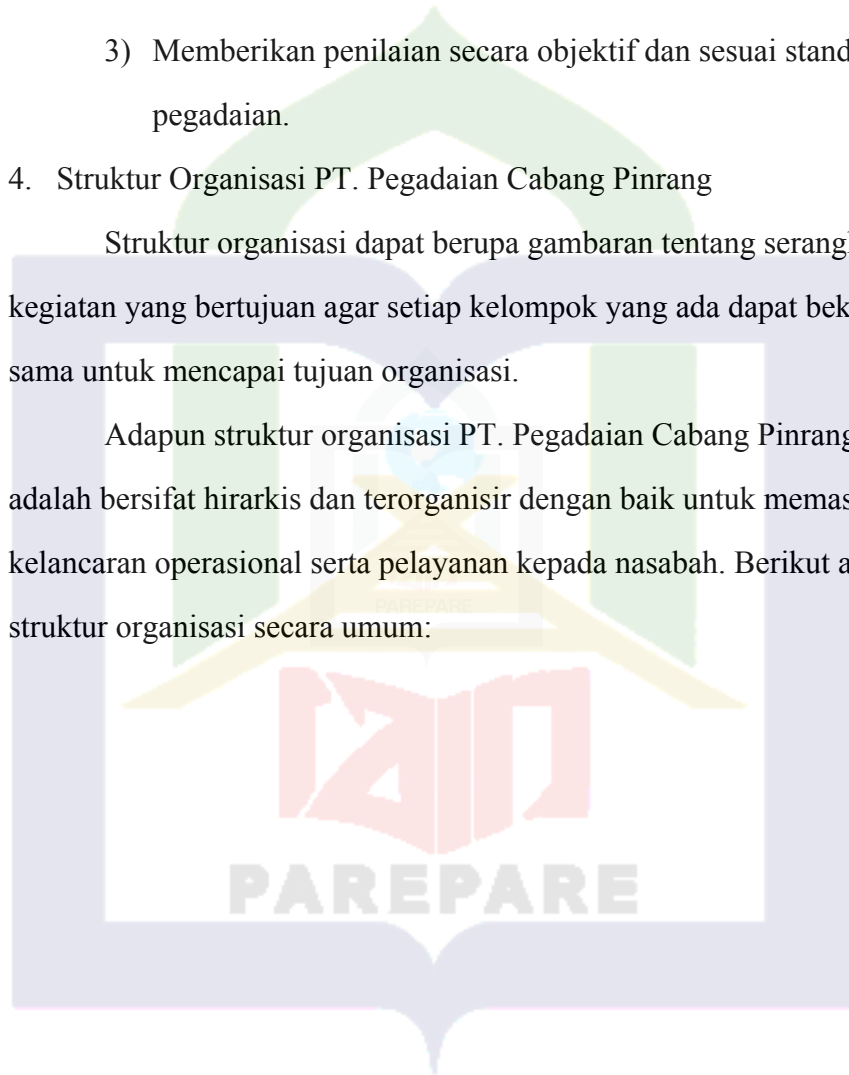
- 1) Melayani nasabah dalam hal informasi produk, pembukaan transaksi, serta perpanjangan dan pelunasan pinjaman.

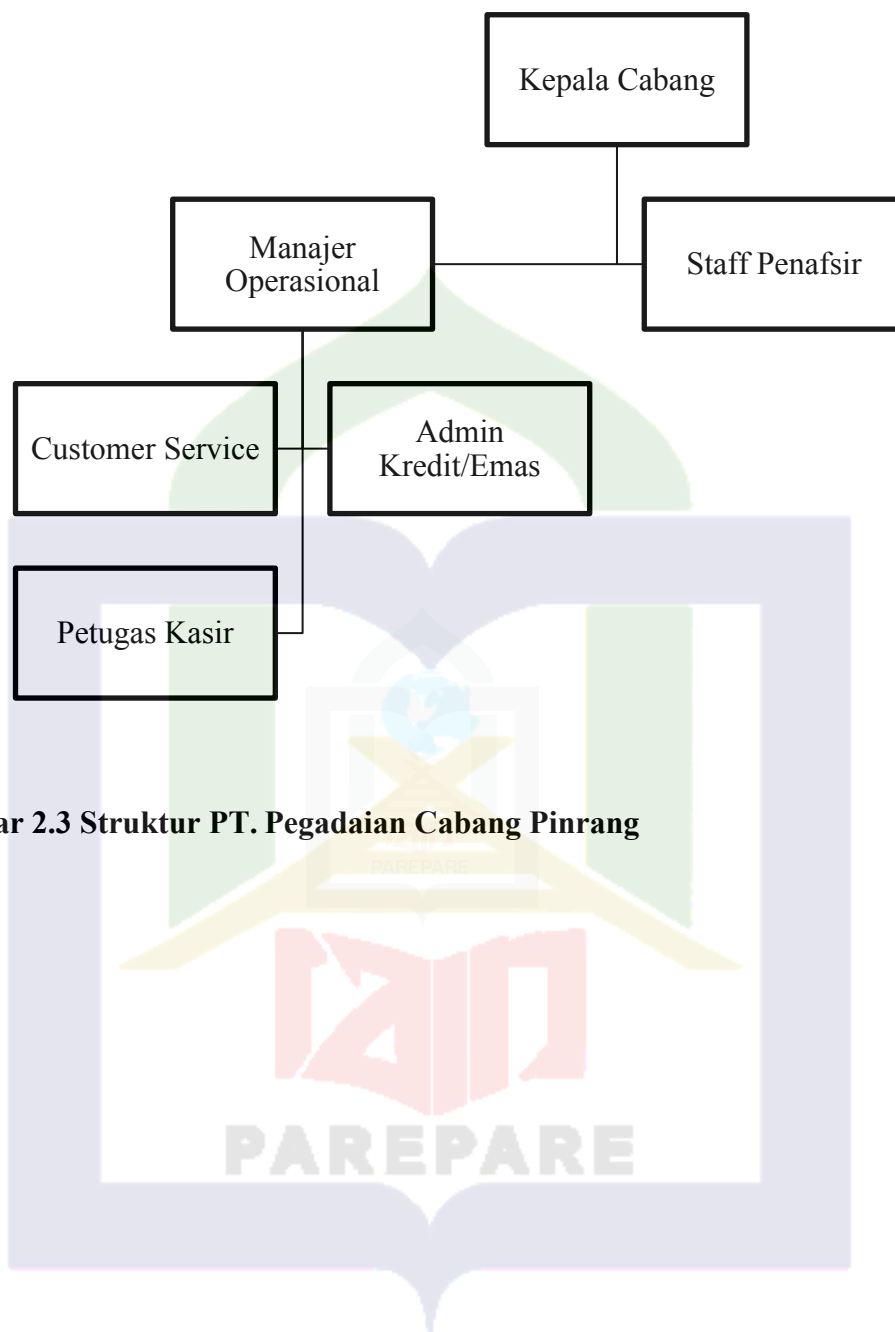
- 2) Memberikan penjelasan terkait produk pembiayaan logam mulia, tabungan emas, dan gadai konvensional atau syariah.
 - 3) Membantu nasabah dalam pengisian formulir dan kelengkapan dokumen.
 - 4) Memastikan data nasabah terinput dengan benar kedalam sistem.
- d. Admin Kredit /Admin Emas
- 1) Mengelola dokumen administrasi pembiayaan, termasuk pembiayaan logam mulia
 - 2) Melakukan verifikasi terhadap kelengkapan dan keabsahan dokumen nasabah.
 - 3) Menyusun laporan harian, mingguan, dan bulanan terkait pembiayaan.
 - 4) Menjalankan kontrol administratif agar tidak terjadi kesalahan input atau dokumen palsu.
 - 5) Membantu dalam audit internal maupun eksternal jika dibutuhkan.
- e. Petugas Kasir
- 1) Melakukan transaksi pembayaran dan penerimaan uang dari nasabah (baik tunai maupun non-tunai).
 - 2) Menangani pencairan dana pinjaman, pelunasan, dan pembayaran cicilan emas.
 - 3) Menyusun dan merekonsiliasi laporan kas harian.
- f. Staff Penafsir (*Appraiser*)

- 1) Melakukan penafsiran terhadap barang jaminan (emas, elektronik, kendaraan, dll) yang diajukan oleh nasabah.
 - 2) Menentukan nilai taksiran dan plafon pinjaman yang layak diberikan.
 - 3) Memberikan penilaian secara objektif dan sesuai standar pegadaian.
4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Pinrang

Struktur organisasi dapat berupa gambaran tentang serangkaian kegiatan yang bertujuan agar setiap kelompok yang ada dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi.

Adapun struktur organisasi PT. Pegadaian Cabang Pinrang adalah bersifat hirarkis dan terorganisir dengan baik untuk memastikan kelancaran operasional serta pelayanan kepada nasabah. Berikut adalah struktur organisasi secara umum:





Gambar 2.3 Struktur PT. Pegadaian Cabang Pinrang



Gambar 2.4 Profil PT. Pegadaian Cabang Pinrang

B. Hasil Penelitian

a. Perencanaan Pasar dalam Pembiayaan Logam Mulia

Perencanaan pasar merupakan salah aspek penting dalam strategi bisnis perusahaan untuk menjangkau konsumen secara tepat dan efektif. Dalam konteks PT. Pegadaian Cabang Pinrang, perencanaan pasar untuk produk pembiayaan logam mulia dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan dan perilaku konsumen, menyusun strategi promosi, serta menyesuaikan pendekatan pemasaran dengan mengidentifikasi kebutuhan dan perilaku konsumen, menyusun strategi promosi, serta menyesuaikan pendekatan pemasaran dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat setempat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT. Pegadaian Cabang Pinrang, diketahui bahwa sistem pemasaran yang diterapkan melibatkan dua pendekatan utama, yaitu pemasaran digital dan pemasaran langsung. Pemasaran digital dilakukan melalui media sosial seperti facebook, instagram, serta aplikasi pegadaian digital. Disisi lain, pemasaran langsung dilakukan oleh petugas marketing dengan mendatangi lokasi-lokasi strategis seperti pasar, kantor pemerintahan, dan komunitas masyarakat.

“Kami melakukan pemasaran melalui media sosial dan juga langsung ke masyarakat, ini sangat efektif karena pihak kami bisa menjelaskan langsung tentang produk pembiayaan emas”.⁷⁵

⁷⁵ Firman, Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

Hal ini diperkuat dengan adanya wawancara terhadap nasabah Dwi Annisa K, yang ternyata mengetahui dan menjadi nasabah karena melihat di media sosial instagram yang di posting salah satu karyawan PT. Pegadaian Cabang Pinrang mengenai investasi logam mulia.

“saya awalnya melihat di instagram mengenai logam mulia dan merasa tertarik dan saat ini sudah menjadi nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang.”⁷⁶

Pernyataan ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial cukup efektif dalam menjangkau calon nasabah yang aktif secara digital. Hal ini menegaskan bahwa strategi pemasaran digital memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan pasar.

Sementara itu, nasabah ke 2 menyatakan :

“Saya mengetahui pegadaian karena kebetulan saya mengikuti komunitas yang mana pihak pegadaian pernah melakukan sosialisasi pengenalan produk. Akan tetapi, apabila saya tidak masuk ke komunitas, kemungkinan sampai sekarang saya tidak mengetahui karena saya tinggal didesa”.⁷⁷

Pernyataan tersebut mengidentifikasi bahwa promosi secara langsung melalui komunitas efektif, namun belum merata menjangkau masyarakat yang berada di luar komunitas tersebut, terkhususnya di

⁷⁶ Dwi Annisa K, Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025

⁷⁷ Sitti Nurhalisa, Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025

wilayah pedesaan. Hal ini menunjukkan masih terbukanya peluang pasar yang belum tergarap optimal.

Pihak perusahaan juga menyampaikan bahwa logam mulia sangat potensial sebagai bentuk investasi. Hal ini disebabkan oleh nilai emas yang cenderung stabil dan terus meningkat dari tahun ketahun. Masyarakat di Kabupaten Pinrang menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk ini karena dianggap aman dan menguntungkan.

“Logam mulia cocok sebagai investasi jangka panjang. Di pegadaian, kami jamin keaslian dan nasabah bisa mencicil sesuai kemampuan mereka”.⁷⁸

Keputusan nasabah untuk memilih produk pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang di dorong oleh beberapa faktor, antara lain kemudahan proses, cicilan tetap yang sesuai dengan kemampuan finansial, jaminan keaslian emas, serta layanan yang cepat dan aman. Selain itu, nama besar pegadaian yang sudah dikenal luas juga menambah tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Namun demikian, masih terdapat kendala yang dihadapi oleh nasabah selama proses pembiayaan. Salah satu kendala yang disebutkan adalah keterlambatan pembayaran cicilan akibat kondisi ekonomi yang tidak stabil. Selain itu, masih ada sebagian nasabah yang kurang

⁷⁸ Firman, Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

memahami skema pembagian bunga margin, terutama bagi mereka yang baru pertama kali menggunakan layanan pegadaian.

“ya kendala pasti ada, seperti ada beberapa nasabah yang kadang terlambat bayar karena kondisi keuangan, tapi biasanya kami berikan kebijakan seperti perpanjangan waktu apabila sudah akan jatuh tempo”.⁷⁹

Sumber informasi yang diperoleh nasabah mengenai produk pembiayaan logam mulia sangat bervariasi. Umumnya mereka mengetahui produk ini melalui media sosial, brosur, promosi langsung dari petugas marketing, serta pengalaman dari kerabat atau teman yang sudah pernah menjadi nasabah.

Dalam hal strategi perencanaan pasar, PT. Pegadaian Cabang Pinrang secara aktif menyusun program-program promosi secara berkala, seperti diskon uang muka, simulasi cicilan ringan. Dan edukasi melalui seminar keuangan di masyarakat misalnya komunitas lokal. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai manfaat berinvestasi melalui pembiayaan logam mulia.

“kami selalu cari cara bagaimana masyarakat bisa lebih paham tentang investasi emas. Kadang kami adakan seminar di komunitas lokal”.⁸⁰

⁷⁹ Muh. Aswan Parawansa, Pegawai PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

⁸⁰ Firman, Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

Tantangan terbesar dalam menjangkau pasar baru di daerah ini adalah masih rendahnya literasi keuangan dan persepsi bahwa investasi emas membutuhkan modal besar. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan juga mencakup edukasi publik mengenai fleksibilitas pembiayaan emas di pegadaian, termasuk cicilan ringan dan pilihan jangka waktu hingga 36 bulan.

Dengan pendekatan pemasaran yang adaptif dan strategi edukatif yang konsisten, PT. Pegadaian Cabang Pinrang menunjukkan keseriusan dalam mengembangkan potensi pasar produk pembiayaan logam mulia. Hal ini menjadi indikator penting bahwa pasar logam mulia di daerah ini memiliki peluang pertumbuhan yang menjanjikan apabila didukung dengan literasi dan akses informasi yang memadai.

b. Penetapan Harga dalam Pembiayaan Logam Mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang

Dalam penetapan harga, PT. Pegadaian Cabang Pinrang tidak menetapkan target penjualan yang kaku, namun tetap mengupayakan peningkatan volume pembiayaan melalui strategi harga yang kompetitif dan transparan. Harga logam mulia mengikuti harga pasar Internasional yang di-update setiap hari.

Penetapan harga merupakan salah satu strategi utama dalam pemasaran produk pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang. Harga menjadi pertimbangan penting bagi nasabah dalam mengambil keputusan. Karena menyakut besaran cicilan, margin keuntungan, dan jangka waktu pembiayaan. Oleh karena itu,

perusahaan menerapkan sistem penetapan harga yang bersaing namun tetap menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Pernyataan nasabah pertama :

“produk yang saya sukai yaitu cicil emas, prosesnya juga cepat”.⁸¹

Meskipun tidak secara langsung menyinggung rincian harga atau margin, pernyataan ini menunjukkan bahwa nasabah merasa puas terhadap kecepatan layanan yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap persepsi nilai produk. Dalam konteks ini, kemudahan dan kecepatan menjadi nilai tambah bagi nasabah.

Nasabah pertaman menyatakan :

“harga menjadi salah satu poin penting ketika saya ingin melakukan transaksi, sebelumnya harus melihat apakah kualitas barang sudah sesuai dengan barang yang ditawarkan atau malah sangat jauh lebih rendah.”⁸²

Sementara nasabah ke dua menyatakan :

“Saya suka karena proses pengajuan tidak ribet. Cuma bawa KTP dan uang muka. Saya juga dikasih tahu simulasi cicilannya, jadi saya bisa perkirakan kemampuan bayar”.⁸³

⁸¹ Dwi Annisa K, Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025.

⁸² Dwi Annisa K, Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025.

⁸³ Sitti Nurhalis, Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa dari sisi biaya awal (uang muka), nasabah menilai produk ini cukup terjangkau dan tidak memberatkan. Hal ini memperkuat citra produk sebagai layanan keuangan yang inklusif dan sesuai dengan prinsip kemudahan dalam ekonomi islam.

PT. Pegadaian Cabang Pinrang tidak memaksakan target penjualan kepada setiap petugas, namun perusahaan menetapkan sasaran kinerja dalam bentuk realisasi pembiayaan logam mulia perbulan. Sasaran ini menjadi bagian evaluasi rutin cabang terhadap pencapaian penjualan produk.

“Kami memiliki target realisasi bulanan, tapi tidak memberatkan. Tujuannya untuk mengukur sejauh mana produk ini bisa diterima masyarakat dan bagaimana strategi promosi berjalan”.⁸⁴

Target penjualan ini lebih bersifat motivasional dan menjadi alat untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif pada periode selanjutnya.

Salah satu keuntungan utama membeli logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang adalah adanya skema pembiayaan atau cicilan yang memudahkan masyarakat untuk memiliki emas tanpa harus membayar penuh diawal. Selain itu, pegadaian juga menjamin keaslian

⁸⁴ Firman, Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

logam mulia dengan sertifikat resmi. Nasabah juga merasa aman karena proses administrasi dilakukan secara resmi dan transparan.

“Nasabah bisa mencicil mulai dari ratusan ribu perbulan, dan emasnya bersertifikat. Mereka merasa aman karena tidak harus bawa uang banyak sekaligus”.⁸⁵

Keunggulan lainnya adalah adanya layanan konsultasi, simulasi cicilan, dan ketersediaan berbagai ukuran emas mulai dari 0,5 gram hingga 100 gram.

Untuk meningkatkan penjualan, perusahaan menerapkan sejumlah strategi promosi dan edukasi keuangan. Beberapa strategi yang diungkapkan oleh petugas antara lain:

- a) Promo potongan uang muka untuk pembiayaan tertentu
- b) Simulasi cicilan yang disesuaikan dengan kemampuan nasabah
- c) Program loyalitas untuk nasabah yang memperpanjang pembiayaan.

“Kadang kami beri potongan uang muka atau simulasi cicilan yang ringan. Kami juga aktif di media sosial untuk promosi, karena sekarang orang lebih banyak tahu info dari situ”.⁸⁶

⁸⁵ Muh. Aswan Parawansa, Pegawai PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

⁸⁶ Firman, Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

Strategi ini dinilai cukup efektif untuk menjangkau kelompok masyarakat baru, khususnya kalangan milenial yang mulai tertarik dengan investasi emas.

Harga logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang ditentukan berdasarkan harga pasar emas harian yang dirujuk dari harga ANTAM, kemudian ditambah dengan margin keuntungan dan biaya administrasi yang tetap dan transparan. Harga tersebut diperbarui setiap hari dan tercantum dalam sistem digital pegadaian.

“Sudah pasti harga emas di sini mengikuti harga pasar, biasanya kami ambil acuan dari harga ANTAM. Lalu ditambahkan margin dan biaya administrasi. Semua bisa dilihat langsung di aplikasi pegadaian”.⁸⁷

Pernyataan ini diperkuat dengan adanya tanggapan wawancara dari karyawan ke tiga bahwa :

“Harga emas dan margin pembiayaan ditentukan oleh kantor pusat, dan kami selalu update sesuai harga pasar. Biaya administrasi juga sudah ditetapkan secara nasional”.⁸⁸

Transparansi dalam sistem harga ini menjadi salah satu bentuk kepercayaan yang dibangun antara perusahaan dan nasabah. Nasabah dapat mengetahui simulasi harga dan cicilan melalui aplikasi resmi atau datang langsung ke PT. Pegadaian Cabang Pinrang.

⁸⁷ Muh. Aswan Parawansa, Pegawai PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

⁸⁸ Hera Sahara, Karyawan di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025.

“kebetulan saya memiliki aplikasi digital pegadaian, jadi ketika saya memiliki cicilan emas di PT. Pegadaian Cabang Pinrang saya bisa melalui aplikasi tersebut untuk mengetahui berapa lagi cicilan yang akan saya bayar selanjutnya”.⁸⁹

c. Fasilitas Pasar Sebagai Pendukung Pembiayaan Logam Mulia

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, diperoleh informasi mengenai fasilitas pasar yang tersedia dalam mendukung produk pembiayaan logam mulia.

PT. Pegadaian Cabang Pinrang memiliki jumlah karyawan sebanyak 23 orang. Karyawan tersebut terbagi kedalam beberapa divisi, seperti pelayanan nasabah, administrasi, keuangan, dan pemasaran. Jumlah tersebut dinilai cukup dalam menunjang operasional kantor cabang dan pelayanan kepada nasabah.

“disini, di PT. Pegadaian Cabang Pinrang ada karyawan yang jobdesknya terbagi beberapa divisi. Seperti pelayanan nasabah, administrasi, keuangan, dan pemasaran”.⁹⁰

Respon nasabah mengenai ini :

“Pelayanannya juga bagus dan sangat ramah, satpamnya selalu sigap ketika ada nasabah”.⁹¹

⁸⁹ Dwi Annisa k, Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025

⁹⁰ Firman, Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

⁹¹ Sitti Nurhalisa, 2025.

Kualitas layanan secara langsung dinilai sangat baik dan ramah oleh nasabah.

Pernyataan dari diperkuat dengan adanya tanggapan dari nasabah :

“kadang juga apabila saya lupa membayar cicilan dan ternyata emas saya jatuh tempo, ada pihak dari PT. Pegadaian Cabang Pinrang yang menelpon (*call center*)”.⁹²

Adanya sistem pengingat melalui *call center* juga menambah nilai pelayanan yang sejalan dengan prinsip *khidmah* dalam ekonomi islam, yakni pelayanan yang jujur dan responsif.

Informan menyebutkan bahwa terdapat produk yang dikelola di PT. Pegadaian Cabang Pinrang. Produk-produk tersebut meliputi: investasi emas pegadaian, cek harga emas pegadaian, tabungan emas, pembayaran iuran BPJS, pembiayaan kendaraan, pembiayaan usaha mikro, arisan emas, produk multiguna, kredit cepat aman (KCA) pegadaian, pegadaian syariah dan lainnya

“ada beberapa produk yang dikelola oleh PT. Pegadaian Cabang Pinrang seperti tabunagn emas, KCA, pembiayaan kendaraan, dan masih ada banyak produk lainnya yang bisa dilihat melalui website PT. Pegadaian Cabang Pinrang.”⁹³

⁹² Dwi Annisa K, 2025.

⁹³ Firman, 2025.

Setiap perusahaan pasti memiliki produk yang sangat diminati oleh nasabah, sama halnya dengan PT. Pegadaian Cabang Pinrang.

“ada beberapa produk yang diminati atau disukai oleh nasabah seperti, produk pembiayaan logam mulia, karena bisa dicicil dan nasabah merasa lebih aman simpan emas di sini.”⁹⁴

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan nasabah pernyataan dari pihak PT. Pegadaian Cabang Pinrang di respon oleh nasabah dengan pernyataan sebagai berikut:

“produk yang paling saya sukai yaitu logam mulia dan cicil emas.”⁹⁵

PT. Pegadaian Cabang Pinrang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan non-bank, khususnya dalam pembiayaan berbasis barang jaminan seperti emas dan kendaraan. Layanan yang diberikan mencakup produk gadai non-gadai, termasuk pembiayaan logam mulia dan tabungan emas.

“kami disini bergerak di bidang pembiayaan. Produk kami itu tidak hanya gadai, tetapi juga pembiayaan logam mulia, tabungan emas, pembiayaan kendaraan, dan lainnya”.⁹⁶

⁹⁴ Firman, Asisten Manajer PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

⁹⁵ Dwi Annisa K, Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025

⁹⁶ Muh. Aswan Parawansa. Pegawai PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025.

Asisten Manajer menyampaikan bahwa respon nasabah terhadap produk pembiayaan logam mulia cukup positif. Nasabah merasa terbantu karena prosesnya mudah, angsuran ringan, dan nilai emas relatif stabil sebagai bentuk investasi.

“Nasabah sangat antusias. Banyak yang bilang ini solusi untuk punya emas tanpa harus bayar lunas di awal”.⁹⁷

PT. Pegadaian Cabang Pinrang juga menyediakan sejumlah fasilitas dan layanan yang mendukung kelancaran pembiayaan logam mulia, diantaranya: layanan konsultasi sebelum pembiayaan, simulasi cicilan secara langsung, pilihan tenor pembayaran hingga 36 bulan, dan penyimpanan emas secara aman sampai lunas.

“Kami siapkan fasilitas lengkap. Nasabah bisa konsultasi dulu, lalu kami bantu hitungkan cicilan. Emasnya pun kami simpan sampai lunas”.⁹⁸

Karyawan pihak pegadaian juga menyampaikan bahwa :

“pegadaian menyediakan fasilitas pembiayaan logam mulia baik secara langsung di kantor maupun secara online melalui aplikasi Pegadaian Digital”.⁹⁹

⁹⁷ Firman, 2025.

⁹⁸ Muh. Aswan Parawansa, 2025

⁹⁹ Hera Sahara, Karyawan bagian pelelangan di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025.

Untuk menunjang kemudahan layanan PT. Pegadaian Cabang Pinrang telah memanfaatkan inovasi digital melalui aplikasi pegadaian digital. Aplikasi ini memungkinkan nasabah untuk :

- a) Mengecek simulasi pembiayaan
- b) Melihat harga emas harian
- c) Melakukan pembayaran cicilan secara online
- d) Melihat status pinjaman.

“nasabah bisa akses aplikasi kai di HP. Semua info ada disana, jadi tidak perlu selalu datang ke kantor”.¹⁰⁰

Pernyataan nasabah pertama:

“ seperti yang saya katakan sebelumnya, melalui aplikasi digital pegadaian saya dapat melihat tenggak waktu pembayaran saya selanjutnya, melalui aplikasi tersebut juga saya dapat membayar melalui indomaret atau metode pembayaran lainnya yang ada disekitar saya tanpa harus ke PT. Pegadaian Cabang Pinrang.”¹⁰¹

Pernyataan ini menunjukkan bahwa fasilitas digital yang disediakan oleh nasabah dalam mengakses layanan dengan lebih fleksibel.

Namun, berbeda dengan nasabah ke dua, informan menyampaikan keluhan terhadap fasilitas digital :

¹⁰⁰ Muh. Aswan Parawansa, 2025.

¹⁰¹ Dwi Annisa K, Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang, 2025

“Memang ada aplikasi digital tetapi saya lebih suka dant langsung ke pegadaian karena aplikasinya sering error”.¹⁰²

Berdasarkan hasil wawancara dengan asisten manajer, dapat disimpulkan bahwa PT. Pegadaian Cabang Pinrang memiliki fasilitas pasar yang cukup baik dalam mendukung layanan pembiayaan logam muli, meliputi jumla karyawan yang memadai, produk yang beragam, sistem layanan yang mudah, serta pemanfaatan teknologi digital.

C. 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 pegadaian adalah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan pemberian dana pinjaman berdasarkan hukum gadai. tugas tersebut ditujukan untuk membantu masyarakat agar tidak terjat dalam praktik-praktik lintah darat. Kantor pusat pegadaian berkedudukan di Jakarta. Dibantu oleh kantor daerah, kantor perwakilan daerah dan kantor cabang. Jaringan usaha pegadaian telah meliputi lebih dari 500 cabang yang tersebar di wilayah Indonesia.¹⁰³

Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun baik yang berorientasi terhadap perolehan laba jangka panjang maupun perusahaan nirlaba membutuhkan apa yang disebut dengan pemasaran.

¹⁰² Sitti Nurhalisa, 2025.

¹⁰³ Andi Soemitra, “Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah,” *Prenadamedia Group* (Jakarta, 2009).

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.

Jika dihubungkan, Pegadaian Cabang Pinrang telah menunjukkan kesesuaian antara praktik pembiayaan logam mulia dengan prinsip-prinsip ekonomi islam dalam aspek perencanaan pasar yang dijalankan dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan menjunjung nilai edukasi serta kemaslahatan, penetapan harga yang dilakukan secara adil, transparan, tanpa riba, sesuai akad murabahh, serta fasilitas pasar yang disediakan dengan taysir dan ihsan, memberikan kemudahan dan pelayanan profesional. Hal ini menguatkan tiga penelitian terdahulu yaitu Satriani Asiz yang menyatakan pentingnya dakwah dan nilai dalam perencanaan pasar, Syelfi Bahtiana Putri yang menyatakan keadilan harga dan transparansi akad murabahh, serta Desi Ratnasari yang menyatakan pelayanan islam sebagai kunci loyalitas nasabah.

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

1. Perencanaan Pasar Dalam Pembiayaan Logam Mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang

Perencanaan pasar dalam konteks bisnis adalah proses untuk mencang strategi dalam memasarkan produk atau jasa, termasuk menetapkan target konsumen, strategi promosi, dan penyesuaian produk dengan kebutuhan pasar. Dalam kerangka ekonomi islam, perencanaan pasar tidak hanya diarahkan untuk memperoleh keuntungan (*profit orientation*), tetapi juga untuk mencapai kemaslahatan (*public benefit*) dan menjalankan perintah Allah dalam menjaga keadilan dan kejujuran dalam muamalah. Dari hasil wawancara, PT. Pegadaian Cabang Pinrang telah melaksanakan perencanaan pasar dengan menggali potenis pembiayaan logam mulia melalui riset kebutuhan masyarakat, penguatan promosi, dan kerja sama dengan instansi lokal. Strategi ini mencerminkan prinsip *maqashid syariah*, yaitu menjaga harta (*hifz al-amal*) dengan memberikan akses investasi halal yang aman. Perencanaan ini juga menampilkan nilai amanah karena sejalan dengan konsep etika pemasaran islam yang tidak hanya fokus pada aspek fisik produk tetapi juga pada aspek spiritual. Dalam konteks pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian cabang pinrang, perencanaan pasar tidak cukup hanya dengan promosi, namun harus mencakup identifikasi dan penetapan target pasar.

Dalam konteks pembiayaan logam mulia di PT. pegadaian Cabang Pinrang, perencanaan pasar mencakup identifikasi kebutuhan

masyarakat terhadap instrumen investasi jangka panjang yang aman dan sesuai syariah. Hasil wawancara menunjukkan bahwa banyak nasabah memilih pembiayaan emas sebagai alternatif menabung untuk kebutuhan masa depan seperti pendidikan, pernikahan, atau dana darurat. Namun, penting untuk memastikan bahwa perilaku konsumsi masyarakat tidak semata-mata terjebak pada keinginan memiliki emas sebagai simbol kemewahan, melainkan berdasarkan pada perencanaan finansial yang matang. Hal ini menekankan pentingnya menghindari perilaku *tabdzir* dan *israf*, termasuk dalam konteks konsumsi barang-barang berharga seperti emas.¹⁰⁴

a. Segmentasi dan Penetapan Target pasar

Dari hasil wawancara dengan pihak pegadaian, diketahui bahwa target pasar utama untuk produk pembiayaan logam mulia adalah, pegawai negeri sipil (PNS), karyawan swasta, pelaku UMKM, masyarakat menengah keatas yang memiliki penghasilan tetap.¹⁰⁵

Pemilihan target pasar ini berdasarkan pada beberapa pertimbangan, antara lain: kemampuan finansial calon nasabah, kebutuhan akan investasi jangka panjang, serta kemudahan dalam proses pembayaran cicilan.

b. Strategi penetrasi pasar

Setelah menentukan target pasar, pegadaian melakukan beberapa strategi untuk menjangkau calon nasabah, antara lain:

¹⁰⁴ Ikhsan Gazali, "*Tabdzir dan Israf: Menelisik Pola Konsumsi Mahasiswa Sistem Asrama*", (Makassar, STEI YAPTI, 2020), hal. 45.

¹⁰⁵ Firman Rais, 2025.

mengadakan sosialisasi ke instansi pemerintah dan swasta, menjalin kerja sama dengan komunitas atau kelompok arisan, menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi.¹⁰⁶ Namun dalam praktiknya strategi ini belum sepenuhnya optimal menjangkau masyarakat yang belum familiar dengan konsep pembiayaan logam mulia. Masih ada keterbatasan dalam edukasi dan pemahaman produk, terutama di kalangan masyarakat yang tidak memilikin latar belakang keuangan.

Dalam penelitian Satriani Asiz, dijelaskan bahwa keberhasilan strategi pemasaran syariah tidak hanya bergantung pada pendekatan komersial, melainkan juga pada nilai dakwah dan kepercayaan masyarakat terhadap kesyariahan lembaga. Hal ini konsisten dengan temuan di Pegadaian Cabang Pinrang, dimana strategi yang bersifat edukatif dan komunikatif lebih mudah diterima masyarakat dibandingkan strategi yang hanya menonjolkan keuntungan finansial.

Perencanaan pasar merupakan tahap penting dalam strategi pemasaran suatu perusahaan untuk mengembangkan dan memperluas jangkauan pasar. Berdasarkan hasil wawancara dengan asisten manajer dari PT. Pegadaian Cabang Pinrang, dapat diuraikan beberapa poin penting berkaitan dengan strategi dan implementasi perencanaan pasar dalam produk pembiayaan logam mulia.

Sistem pemasaran yang digunakan oleh PT. Pegadaian Cabang Pinrang bersifat terpadu, menggabungkan strategi konvensional dan

¹⁰⁶ Hera Sahara, 2025.

digital. Strategi konvensional meliputi pemasaran langsung kepada nasabah, penyebaran brosur, serta pelayanan informasi di kantor. Sementara itu, strategi digital mencakup pemanfaatan media sosial seperti facebook dan instagram, serta penggunaan aplikasi resmi pegadaian digital yang memungkinkan calon nasabah mengakses informasi produk secara daring. Strategi ini dinilai sejalan dengan prinsip syariah, yang jujur (shiddiq), keterbukaan (tranpasaransi), dan tidak mengandung unsur penipuan (gharar) atau manipulasi (tadlis). Selama informasi yang disampaikan kepada calon nasabah jujur, tidak menyesatkan, dan memberi kejelasan terhadap skema pembiayaan logam mulia.

Strategi ini sejalan dengan teori kotler dan keller yang menyatakan bahwa perusahaan perlu memanfaatkan seluruh saluran komunikasi untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar.¹⁰⁷ Penggabungan strategi konvensional dan digital menunjukkan bahwa PT. Pegadaian Cabang Pinrang mampu mengikuti perkembangan teknologi untuk tetap kompetitif.

Nasabah yang memilih pembiayaan logam mulia umumnya terdorong oleh motivasi investasi, kebutuhan dana darurat, dan peluang keuntungan dari kenaikan harga emas. Selain itu sistem cicilan yang ringan dan tenor waktu yang panjang menjadi faktor utama yang mendorong ketertarikan nasabah. Logam mulia khususnya emas merupakan salah satu instrumen investasi yang paling stabil dan aman.

¹⁰⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane keller, “*Marketing Manajement*”, (Harlow: Pearson Education, 2016), hal, 536.

Di pegadaian, logam mulia tidak hanya dibeli secara tunai tetapi juga dibiayai melalui sistem cicilan, sehingga masyarakat dengan kemampuan ekonomi menengah kebawah pun dapat mengakses produk investasi ini. Hal ini sejalan dengan pandangan menurut Fahmi, bahwa emas adalah salah satu bentuk investasi yang tahan terhadap inflasi dan cocok dijadikan instrumen lindung nilai (*hedging*). Oleh karena itu, PT. Pegadaian menjadikan logam mulia sebagai produk unggulan untuk mengembangkan pasar investasi ritel.¹⁰⁸

Firman Rais menyatakan bahwa nasabah memilih PT. Pegadaian sebagai tempat berinvestasi logam mulia karena beberapa faktor, yaitu kepercayaan terhadap lembaga, sistem pembiayaan yang fleksibel, dan jaminan keamanan emas yang dibeli. Selain proses pembiayaan yang cepat dan mudah menjadi daya tarik utama bagi masyarakat. Seperti dikemukakan oleh kotler, merek yang kuat dibangun dari konsistensi pelayanan dan kredibilitas perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Penerapan Sistem Penetapan Harga Pada Pembiayaan Logam Mulia Berdasarkan Analisis Ekonomi Islam

Dalam islam, harga harus ditetapkan berdasarkan keadilan (*adl*) dan kerelaan kedua belah pihak, sebagaimana disebut dalam Qs. An-Nisa ayat 29 :

¹⁰⁸ Irham Fahmi, “*Pengantar Manajemen Keuangan*”, Bandung: Alfabeta, 2015, hal, 98.

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ بِأَيْهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِمَّنْكُمْ حَيْثُمَا ٢٩

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.¹⁰⁹

Pada ayat diatas dijelaskan bahwa harga tidak boleh mengandung usur: tambahan yang tidak dibenarkan syariat (*riba*), ketidakjelasan mengenai jumlah, kualitas, dan waktu (*gharar*), dan menyembunyikan cacat atau kekurangan produk (*tadlis*

Penetapan harga merupak aspek krusial dalam strategi pemasaran karena mempengaruhi persepsi nilai konsumen serta daya saing produk pasar. Dalam konteks pembiayaan logam mulia, harga tidak hanya ditentukan oleh nilai intrinsik emas, tetapi juga oleh komponen biaya pembiayaan dan margin keuntungan lembaga. Penetapan harga yang adil dan jujur menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan nasabah, khususnya dalam perspektif ekonomi islam. Penetapan harga juga dilandasi oleh nilai *ishlah*, yaitu menciptakan kesepakatan yang saling menguntungkan.¹¹⁰ Ini sejalan dengan Nabi SAW:

¹⁰⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an QS An-Nisa/4:29.

¹¹⁰ Syelfi Bahtiana Putri, “Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Pegadaian Syariah KC Parepare”, (Institut Agama Islam Negeri Parepare: Jurnal ekonomi Syariah Dosen IAIN Parepare, 2022), hal. 44-45.

سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ، وَلَا يَحِلُّ الْمُسْلِمُ أَنْ
بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ أَنْ لَا
يُبَيِّنَهُ لَهُ

Terjemahnya:

“Seorang muslim adalah saudara bagi muslim lainnya. Tidak halal menjual kepada saudaranya sesuatu yang ia sembunyikan cacatnya”.(HR. Muslim).

Namun dalam praktiknya, berdasarkan data wawancara beberapa nasabah masih belum memahami struktur margin, meskipun tidak merasa dirugikan. Ini menunjukkan perlu adanya penguatan literasi akad dalam pelayanan nasabah.

Syelfi Bahtiana Putri dalam penelitiannya menjelaskan bahwa akad murabahah di Pegadaian Syariah memberi kepastian harga dan menjauhkan nasabah dari riba. Ia juga menekankan pentingnya edukasi margin dan kejelasan akad agar produk ini tidak hanya *label syariah*, tetapi benar-benar syariah dari segi substansi. Hal ini memperkuat analisis bahwa pegadaian bahwa pegadaian perlu memperjelas brosur akad dan margin sebagai bentuk tanggung jawab syariah.

a. Dasar Penetapan Harga Pembiayaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, penetapan harga dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang mengacu pada harga pasar logam mulia yang berlaku secara nasional, yang diperbarui setiap hari berdasarkan harga dari PT. Antam

dan pasar internasional. Selain itu, biaya pembiayaan dihitung berdasarkan persentase margin keuntungan yang ditetapkan pegadaian secara institusional.

Strategi ini sejalan dengan konsep *market-based pricing*, yaitu penetapan harga berdasarkan kondisi pasar yang berlaku. Menurut kotler dan keller, strategi harga berbasis pasar memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif sambil menjaga margin keuntungan. Dalam ekonomi islam, praktik ini juga sejalan dengan prinsip *ta'adul* (keadilan) dalam jual beli, yaitu tidak mengambil keuntungan secara berlebihan yang dapat merugikan pihak lain.

b. Transparansi dan keterbukaan Informasi Harga

Informan menyebutkan bahwa pihak pegadaian memberikan informasi harga secara terbuka kepada nasabah, baik melalui aplikasi pegadaian digital maupun melalui promosi yang berupa papan informasi di kantor. Nasabah dapat mengetahui harga emas per gram, jumlah angsuran, tenor, serta estimasi biaya administrasi sebelum memutuskan untuk mengambil pembiayaan.

Dalam perspektif konsumen, transparansi harga memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan terhadap institusi. Hal ini sesuai dengan prinsip *shidq* (kejujuran) dan *amanah* dalam transaksi muamalah islam. Penjual wajib menjelaskan kondisi produk dan harga secara terbuka agar tidak terjadi *gharar* (ketidakjelasan) yang dilarang dalam islam.

c. Fleksibel Sistem Angsuran

Salah satu keunggulan pembiayaan logam mulia di pegadaian adalah fleksibilitas tenor pembayaran yang ditawarkan, yaitu mulai dari 3 bulan hingga 36 bulan. Informan menyatakan bahwa sistem ini memudahkan masyarakat dengan berbagai tingkat pendapatan untuk memiliki logam mulia sebagai bentuk investasi. Selain itu, tidak ada penalti bagi nasabah yang melunasi cicilan lebih awal.

Model pembiayaan semacam ini mencerminkan prinsip *mudah* dan tidak memberatkan yang sangat dianjurkan dalam ekonomi Islam. Sesuai dengan firman Allah dalam Qs. Al-Baqarah ayat 286:

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ

Terjemahnya :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”¹¹¹

Ayat ini menunjukkan bahwa dalam segala aspek muamalah, termasuk dalam pembiayaan, Islam menekankan prinsip tidak memberatkan, keadilan, dan kemudahan sesuai kemampuan. Prinsip ini menjadi dasar dalam perencanaan akad pembiayaan syariah yang tidak boleh bersifat eksploitatif, memaksa, atau menyulitkan nasabah.¹¹²

¹¹¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an QS Al-Baqarah/2:286.

¹¹² Muhammad, “*Etika Bisnis Islam*”, (Yogyakarta: Gema Insani, 2004), hal. 72.

Oleh karena itu fleksibilitas dalam sistem pembayaran mencerminkan nilai *rahmah* dan *taysir* (kemudahan) dalam kegiatan ekonomi.

d. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Layanan

Meskipun terdapat margin dalam pembiayaan logam mulia, namun hal tersebut dianggap wajar karena pelayanan yang diberikan tergolong cepat, aman, dan mudah diakses. Dengan kata lain, harga yang dibayar nasabah dianggap sepadan dengan nilai manfaat yang diterima.

Menurut teori nilai pelanggan (*customer perceived value*), konsumen tidak hanya melihat harga dari segi nominal, tetapi juga mempertimbangkan manfaat dan kenyamanan yang didapat. Dalam ekonomi islam, prinsip kesepadanan nilai atau *equivalence of value* menjadi dasar dalam jual beli yang sah (akad), yaitu adanya kerelaan kedua belah pihak atas harga dan manfaat yang diperoleh.

e. Tantangan dalam Penetapan Harga

Meskipun secara umum sistem harga di pegadaian dapat diterima masyarakat, namun beberapa tantangan tetap ada, seperti fluktuasi harga emas yang cepat berubah dan keterbatasan pemahaman masyarakat terhadap struktur harga pembiayaan. Untuk mengatasi hal ini, pegadaian aktif memberikan edukasi kepada nasabah dan menyediakan simulasi harga di aplikasi resmi.

Fluktuasi harga merupakan bagian dari dinamika pasar, dan dalam ekonomi islam, penting untuk menjelaskan risiko ini kepada

nasabah agar tidak menimbulkan kerugian sepihak (*gharar*). Upaya edukasi yang dilakukan oleh pegadaian mencerminkan semangat *tawhidic business ethics*, yaitu bisnis yang dilakukan dengan tanggung jawab moral kepada Allah dan kepada masyarakat.

Pada sistem penetapan harga suatu perusahaan harus menerapkan prinsip dasar syariat islam seperti prinsip pertanggungjawaban, prinsip kebenaran, dan prinsip keadilan.

1) Prinsip Pertanggungjawaban

Dalam kebayaan kita, umumnya “tanggungjawab” diartikan sebagai keharusan untuk menanggung dan “menjawab” dalam pengertian lain yaitu suatu keharusan untuk menanggung akibat yang ditimbulkan oleh perilaku seseorang dalam rangka menjawab suatu persoalan. Pertanggungjawaban berkaitan langsung dengan konsep amanah. Dimana implikasinya dalam bisnis dan akuntansi adalah bahwa individu yang terlibat dalam praktik bisnis harus selalu melakukan pertanggungjawaban apa yang telah diamanahkan dan diperbuat kepada pihak-pihak yang terkait. Pertanggungjawabannya diwujudkan dalam bentuk laporan keuangan.¹¹³

PT. Pegadaian Cabang Pinrang telah menerapkan sistem penetapan harga pada harga lelang barang jaminan berdasarkan prinsip pertanggungjawaban yang dapat dilihat dari cara pihak pegadaian menghubungi nasabah terkait proses pelelangan dari

¹¹³ Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal, 11.

masing-masing outlet tempat nasabah menggadaikan barang jaminannya.

- 1) Pertanggungjawaban pejabat lelang: Administrasi lelang dan pengelola uang lelang
- 2) Pertanggungjawaban penjual: Dalam rangka penghapusan dan pelaksanaan eksekusi.
- 3) Pertanggungjawaban pembeli: keajiban dalam pelunasan pembayaran harga pokok lelang.

Prinsip ini dijelaskan dalam surah Al-Muddasir ayat 38 yang berbunyi:

كُلُّنَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ۖ ۝ ٣٨

Terjemahnya:

“Setiap orang bertanggungjawab atas apa yang telah dilakukannya..”¹¹⁴

Ayat ini menegaskan prinsip tanggung jawab individu dalam islam. Setiap manusia akan dimintai pertanggungjawaban atas perbuatan, usaha, dan hasil yang mereka capai selama hidup. Dalam konteks ekonomi islam, ayat ini menjadi dasar penting bahwa setiap transaksi, akad, atau aktivitas ekonomi harus dilandasi oleh kesadaran etis dan tanggung jawab moral, baik di dunia maupun di akhirat.¹¹⁵

2) Prinsip Kebenaran

¹¹⁴ Maryani M, “*Wewenang Dan Tanggungjawab Dalam Al-Qur'an Dan Hadist*,” 2021.

¹¹⁵ M. Quraish Shihab, “*Tafsir Al-Misbah: Peasa, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*”, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hal. 452.

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia (oleh Purwadarminta), ditemukan arti kebenaran, yaitu keadaan yang benar (cocok dengan hal atau keadaan sesungguhnya), sesuatu yang benar (sungguh-sungguh ada, betul demikian halnya), kejujuran, ketulusan hati, selalu izi, perkenaan, dan jalan kebetulan.

Dari penjelasan tersebut diatas, maka yang dimaksud dengan kebenaran dalam hal ini adalah kesesuaian antara apa yang dicatat dan dilaporkan dengan apa yang terjadi sebenarnya dilapangan. Termasuk didalamnya prinsip kebenaran kekayaan, utang, modal pendapatan, biaya, laba perusahaan, dan laporan keuangan sehingga sebagai pihak perusahaan wajib mengukur semuanya secara tanggungjawab, benar dan adil berdasarkan bukti-bukti yang ada dalam sebuah organisasi.

PT. Pegadaian Cabang Pinrang telah menerapkan prinsip kebenaran dalam proses penetapan harga yang dapat dilihat pada saat pihak penggadaai melakukan promosi atau transaksi. Pihak pegadaian sangat terbuka dalam promosi seperti barang lelang yang tidak menyembunyikan apabila produknya cacat.

3) Prinsip Keadilan

Keadilan adalah pengakuan yang seimbang antara hak-hak dan kewajiban. Keadilan terletak pada keharmonisan menuntut hak dan menjalankan kewajiban. Atau dengan kata lain, keadilan adalah keadaan bila setiap orang memperoleh apa yang menjadi haknya dan setiap orang memperoleh bagian yang sama dari kekayaan

bersama. Prinsip keadilan ini tidak saja merupakan nilai yang sangat penting dalam etika kehidupan sosial dan bisnis, tetapi juga merupakan nilai yang secara interen melekat dalam fitrah manusia.

PT. Pegadaian Cabang Pinrang telah menerapkan prinsip keadilan melayani nasabah dalam proses transaksi untuk mengefektifkan sistem informasi atas barang jaminan yang diterapkan. Seperti yang diketahui, bahwa sfsktivitas dan efisiensi kebijakan yang diterapkan sangat dipengaruhi oleh pelaku usaha. Contohnya dalam tahap penawaran, pihak pegadaian adil dalam memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengajukan penawaran barang.

Dalam Al-Qur'an disampaikan bahwa kita harus mengukur secara adil, jangan dilebihkan dan jangan dikurangi. Kita dilarang untuk menuntut keadilan ukuran dan timbangan bagi kita, sedangkan bagi orang lain kita menguranginya. dalam surah Asy-Syura ayat 181-184 yang berbunyi:

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ ١٨١ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ ١٨٢ وَانْقُوا الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالْجِبِلَّةَ الْأُولَىٰ ۝ ١٨٤ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝ ١٨٣﴾

Terjemahnya:

“Sempurnakan takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah

kamu merajalela dimuka bumi dengan membuat kerusakan dan bertaqwalah kepada Allah yang telah menciptakan kamu dan umat-umat yang dahulu”.¹¹⁶

Penetapan harga pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cbang Pinrang telah dilakukan dengan mempertimbangkan harga pasar, margin wajar, dan keterbukaan informasi kepada nasabah. Fleksibilitas sistem angsuran dan transparansi menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Penetapan harga yang proporsional dan sesuai prinsip keadilan serta kemaslahatan merupakan wujud nyata penerapan nilai-nilai ekonomi islam dalam praktek bisnis modern.

3. Fasilitas Pasar Dalam Pembiayaan Logam Mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang

Dalam ekonomi islam, pelayanan dan fasilitas merujuk pada prinsip *ihsan* (pelayanan terbaik), *taysir* (kemudahan:tidak memberatkan pelanggan), *rahmah dan akhlaq* (memberikan layanan dengan empati dan etika. Rasulullah SAW bersabda :

رَحِمَ اللَّهُ عَبْدًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ ، سَمَحًا إِذَا اشْتَرَى ، سَمَحًا إِذَا قَضَى ، سَمَحًا إِذَا اقْتَضَى

¹¹⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an QS As-Syura/26:181-184.

“Allah merahmati orang yang mudah saat menjual, membeli, dan menagih hutang”. (HR. Bukhari)¹¹⁷

Dalam bisnis islam, pelayanan merupakan bagian dari akhlak kerja dan bentuk ibadah, maka fasilitas pasar bukan sekedar unsur fisik, tetapi juga sikap dan niat dalam melayani.

Fasilitas pasar merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung kelancaran aktivitas pemasaran dan kenyamanan nasabah dalam mengakses produk. Dalam konteks pembiayaan logam mulia, fasilitas yang disediakan bukan hanya menyangkut aspek fisik, tetapi juga mencakup sistem informasi, aksesibilitas layanan, serta infrastruktur digital. Ketersediaan fasilitas yang memadai berpengaruh langsung terhadap daya tarik konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Di PT. Pegadaian cabang pinrang ada beberapa fasilitas yang dimiliki sebagai potensi untuk menarik minat nasabah serta memudahkan nasabah dalam proses pembiayaan. Yaitu sebagai berikut:

a. Aplikasi Pegadaian Digital

Sebagai respons terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern, pegadaian menghadirkan aplikasi

¹¹⁷ Muhammad Bin Ismail'il Al-Bukhairi, “ *Shahih Al-Bukhairi, Kitab Al-Buyu', Bab Al-Bayyi Wa Al-Syira*”, No. Hadis 2076, (Beirut: Dar Ibn Katsir, 2001), hal. 425.

Pegadaian Digital sebagai bagian dari digitalisasi layanan. Aplikasi ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan simulasi pembiayaan logam mulia, pengecekan harga emas secara *real time*, pengajuan pembiayaan, serta pembayaran cicilan langsung dari perangkat ponsel mereka. Transformasi digital ini tidak hanya meningkatkan efisiensi pelayanan, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pemberdayaan harga masyarakat berbasis teknologi. Dalam perspektif ekonomi islam, digitalisasi layanan yang memberikan kemudahan dan mempercepat proses transaksi termasuk dalam prinsip *taysir* (mempermudah) dan *khidmah* (pelayanan).¹¹⁸

b. Layanan Call Center

Pegadaian juga menyediakan *Call Center* yang akan menghubungi nasabah apabila pembiayaan nasabah sudah akan jatuh tempo. Biasanya call center berfungsi apabila barang gadai nasabah akan jatuh tempo 3-5 hari sebelumnya. Di samping itu call center juga dapat diakses oleh masyarakat untuk konsultasi produk, menyampaikan keluhan, hingga mencari informasi pembiayaan. Keberadaan call center menjadi bentuk tanggung jawab pegadaian dalam memberikan transparansi informasi dan edukasi.¹¹⁹

¹¹⁸ PT. Pegadaian (Persero), “*Laporan Tahunan Pegadaian, 2022: Transformasi dan Pemberdayaan Berbasis Digital*”, (Jakarta: PT. Pegadaian, 2022), hal, 27.

¹¹⁹ Firman Rais, 2025.

- c. Pelayanan M5 (Mudah, Murah, modern, Menyenangkan, dan Milenial)

Pegadaian mengusung pendekatan pelayanan modern melalui konsep 5M, yaitu mudah, murah, modern, menyenangkan, dan milenial.¹²⁰ Hal ini menjadi pedoman internal perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan karakteristik masyarakat saat ini, khususnya generasi *milenial* yang sangat mengandalkan teknologi dan kenyamanan.¹²¹

Fasilitas yang disediakan oleh PT. Pegadaian Cabang Pinrang bukan hanya aplikasi Pegadaian Digital, *Call Center*, dan pelayanan prima. Akan tetapi masih ada banyak fasilitas lainnya. Seperti:

- a. Ketersediaan Sarana dan Prasarana

Hasil wawancara menunjukkan bahwa PT. Pegadaian Cabang Pinrang telah menyediakan sarana dan prasarana yang cukup baik, seperti ruang pelayanan yang bersih dan tertata, tempat duduk bagi nasabah, serta sistem antrean yang tertib. Selain itu, kantor Pegadaian juga dilengkapi dengan brosur-brosur informasi yang mudah diakses, serta adanya petugas frontliner yang siap memberikan bantuan kepada nasabah.¹²²

¹²⁰ Hera Sahara, 2025.

¹²² Muh. Aswan Parawansa, 2025.

Dalam teori bauran pemasaran (marketing mix), fasilitas fisik termasuk dalam unsur physical evidence yang berperan penting dalam menciptakan kesan dan kenyamanan konsumen. Dalam perspektif ekonomi Islam, menyediakan fasilitas yang layak bagi konsumen mencerminkan nilai ihsan (berbuat baik) dan maslahah (kemanfaatan), yang keduanya merupakan dasar dalam membangun pelayanan yang etis.

b. Aksesibilitas Layanan

Selain melalui kantor cabang, layanan pembiayaan logam mulia juga dapat diakses secara daring melalui aplikasi Pegadaian Digital. Informan menyampaikan bahwa aplikasi ini memudahkan mereka dalam melakukan simulasi pembiayaan, pengecekan harga emas, dan pemantauan angsuran. Kemudahan ini menjadi nilai tambah terutama bagi generasi muda yang akrab dengan teknologi.

Kemudahan akses ini sejalan dengan prinsip customer convenience dalam teori pemasaran, yang menekankan pentingnya memberikan akses yang fleksibel dan cepat kepada konsumen. Dalam ekonomi Islam, kemudahan akses terhadap produk yang bermanfaat mencerminkan prinsip taysir (memudahkan urusan) dan raful haraj

(menghilangkan kesulitan), yang menjadi dasar dalam pelayanan berbasis keadilan.

c. Sistem Pelayanan Informasi

Informasi mengenai pembiayaan logam mulia disampaikan melalui berbagai saluran, seperti konsultasi langsung dengan petugas, brosur, media sosial, hingga layanan pelanggan di aplikasi digital. Nasabah merasa terbantu dengan penjelasan rinci mengenai harga, tenor, margin, dan ketentuan syariah yang berlaku dalam pembiayaan.

Menurut Belch dan Belch, komunikasi yang efektif dalam pemasaran mencakup penyampaian informasi yang lengkap, akurat, dan dapat dipercaya. Dalam ekonomi Islam, ini berkaitan dengan prinsip *shidq* (jujur) dan *tabligh* (menyampaikan dengan benar), yang merupakan nilai-nilai penting dalam transaksi muamalah agar tidak terjadi *gharar* (ketidakjelasan).

d. Keamanan Transaksi dan Penyimpanan

Keamanan menjadi salah satu pertimbangan utama dalam pembiayaan logam mulia. Informan menyebutkan bahwa Pegadaian menjamin keamanan emas yang dibeli melalui sistem penyimpanan yang terpercaya hingga pelunasan angsuran selesai. Selain itu, sistem

keamanan digital aplikasi Pegadaian juga terus ditingkatkan untuk menghindari penyalahgunaan data.

Aspek keamanan ini mendukung terbentuknya kepercayaan konsumen (trust) yang sangat penting dalam bisnis jasa keuangan. Dalam ekonomi Islam, menjaga amanah dan mencegah kerugian pihak lain merupakan prinsip dasar dalam setiap akad. Rasulullah SAW bersabda: “Tunaikan amanah kepada orang yang memberi amanah kepadamu” (HR. Abu Dawud).

e. Kendala dalam Fasilitas

Meski secara umum fasilitas dianggap memadai, beberapa nasabah mengeluhkan kendala seperti keterbatasan petugas saat jam sibuk, serta kesulitan menggunakan aplikasi bagi nasabah lanjut usia atau yang kurang akrab dengan teknologi. Pihak Pegadaian merespons kendala ini dengan menempatkan petugas khusus untuk mendampingi nasabah serta melakukan edukasi digital secara bertahap.

Kondisi ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas sumber daya manusia dan perluasan literasi teknologi keuangan. Dalam perspektif ekonomi Islam, hal ini sejalan dengan prinsip ta’awun (saling membantu) dan tahsin al-khidmah (peningkatan kualitas layanan) demi kemaslahatan bersama.

Fasilitas pasar yang dimiliki PT. Pegadaian Cabang Pinrang sudah cukup mendukung perkembangan pembiayaan logam mulia, baik dari segi sarana fisik, akses digital, sistem informasi, maupun jaminan keamanan transaksi. Meskipun terdapat beberapa kendala teknis, upaya perbaikan dan pendekatan edukatif yang dilakukan Pegadaian menunjukkan komitmen terhadap pelayanan yang profesional dan sesuai nilai-nilai Islam. Dengan menyediakan fasilitas yang memudahkan, Pegadaian tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga berkontribusi dalam mendorong inklusi keuangan syariah di masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengajuan pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Cabang Pinrang tergolong mudah. Nasabah hanya perlu menyiapkan KTP dan mengisi formulir. Selain itu, adanya aplikasi Pegadaian Digital mempermudah nasabah dalam melihat harga, simulasi cicilan, dan melakukan pembayaran.

Menurut teori *service quality*, kemudahan akses dan kecepatan layanan merupakan bagian penting dari kualitas layanan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Walaupun layanan tergolong cepat, terdapat kekurangan dari sisi pemahaman nasabah terhadap akad yang digunakan. Beberapa informan mengaku tidak mengetahui secara detail bahwa akad yang digunakan adalah murabahah, dan hanya memahami bahwa mereka sedang mencicil emas. Dalam ekonomi

islam, akad merupakan hal yang fundamental dalam setiap transaksi. Menurut Al-Ghazali, akad adalah bentuk kesepakatan yang sah apabila memenuhi unsur *ijab*, *qabul*, dan tidak mengandung unsur *batil*.

Pegadaian Cabang Pinrang menyediakan fasilitas digital seperti aplikasi Pegadaian Digital Service, simulasi cicilan emas, serta layanan tatap muka yang ramah dan edukatif. Pegadaian juga memperhatikan kenyamanan fisik (ruang tunggu, waktu layanan) dan transparan informasi. Namun dari data lapangan, sebagian nasabah belum terbiasa dengan teknologi digital dan lebih nyaman dengan layanan konvensional. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan personal, edukatif, dan bertahap, sebagaimana diajarkan islam dalam menyampaikan dakwah secara bijaksana. QS. An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۝

Terjemahnya :

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.¹²³

Pada ayat diatas menjelaskan kepada umat islam agar dalam mengajak kepada kebaikan (termasuk dalam bidang muamalah dan ekonomi) yang dilakukan dengan cara pelayanan dengan *hikmah* (bijaksana dan profesional), penyampaian informasi yang *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik), dan penyelesaian masalah dengan cara yang baik. Dari penjelasan tersebut

¹²³ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an QS An-Nahl/16:125

pegadaian tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus menjadi jalan *maslahat* untuk membantu masyarakat mengakses kebutuhan ekonomi secara adil dan syar'i. Dengan mewujudkan pelayanan yang humanis, transparan, dan sesuai prinsip ekonomi islam.¹²⁴

Desi Ratnasari (2022) mengemukakan bahwa pelayanan islam yang efektif mencakup dua aspek yatiu : infrastruktur memadai dan sikap petugas yang beradab. Pelayanan bukan hanya sal alat, tetapi soal bagaimana nilai islam diterapkan dalam etika kerja. Dalam hal ini pegadaian pinrang sudah menunjukkan itu. Meskipun masih perlu memperluas edukasi teknologi agar kemudahan benar-benar dirasakan oleh semua lapisan masyarakat.



¹²⁴ Departemen Agama RI, “*Al-Qur’an dan Terjemahnya*”, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019), hal. 375.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam skripsi ini, yang membahas tentang potensi pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian persero cabang Pinrang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perencanaan pasar yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Cabang Pinrang telah menunjukkan adanya strategi promosi yang cukup aktif melalui media sosial, promosi digital, dan cetak. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan dalam jangkauan informasi terutama kepada masyarakat non-digital dan pedesaan. Dalam perspektif ekonomi islam, kegiatan pemasaran ini sudah mengarah pada prinsip *tabligh* (penyampaian jujur) dan *maslahah* (kemanfaatan), tetapi perlu ditingkatkan melalui pendekatan edukatif yang menyeluruh.
2. Penetapan harga dalam pembiayaan logam mulia menggunakan akad *murabahah*, dimana harga logam mulia ditentukan berdasarkan harga pasar emas dunia dan disepakati sejak awal bersama margin keuntungan dan biaya administrasi tetap. Meski secara syariah telah sesuai karena menghindari *gharar*. Sebagian nasabah merasa kurang memahami struktur biaya. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi informasi perlu ditingkatkan agar sesuai dengan prinsip *adl'* (keadilan) dan *amanah* dalam ekonomi islam.
3. Fasilitas padar yang disediakan oleh PT. Pegadaian Cabang Pinrang dinilai sudah cukup baik dan efisien. Proses pengajuan pembiayaan

cepat dan mudah, serta didukung oleh aplikasi digital. Namun demikian, pemahaman nasabah terhadap akad dan sistem pembayaran masih belum merata. Hal ini menjadi tantangan bagi pegadaian untuk mengoptimalkan nilai-nilai syariah dalam setiap proses transaksi, sesuai prinsip *akad sah, transparansi, dan edukasi muamalah*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan atau yang terlibat dalam penelitian ini. Berikut saran yang diajukan dalam penelitian ini:

1. Bagi pihak PT. Pegadaian Cabang Pinrang diharapkan untuk memperluas strategi pemasaran digital yang lebih agresif dan interaktif, seperti penggunaan media sosial yang konsisten dan konten edukasi berbasis video pendek atau testimoni nasabah. Disarankan mengembangkan sistem promosi berbasis segmentasi, seperti potongan biaya untuk pelajar, ASN, atau UMKM, agar produk pembiayaan logam mulia lebih inklusif. Serta memperkuat sistem inovasi digital untuk mempercepat dan menyederhanakan proses transaksi, seperti integrasi layanan dengan e-wallet dan penyempurnaan aplikasi Pegadaian Digital.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih lanjut tentang potensi pasar dalam pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian cabang Pinrang diharapkan agar mengamati atau lebih memperhatikan

kemungkinan dalam pembiayaan yang lain yang dapat mempengaruhi variabel potensi pasar.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al Karim, Departemen Agama RI, 2002, Mushaf Al-Qur'an Terjemah Edisi Tahun 2002, Jakarta: Pena Pundi Aksara.
- Annisa K, Dwi. Nasabah PT. Pegadaian Cabang Pinrang. 4 Juni 2025
- Anwar. "Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik." *Prenadamedia Group*. Jakarta, 2020.
- Arikunto, Suharsimi. *Dasar-Dasar Research*. Bandung: Tarsito, 1995.
- Arwin, *Manajemen Kesehatan Bank*, Parepare: IAIN Parepare press, 2021.
- Ascarya. "Akad Dan Produk Bank Syariah." 1st ed. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007.
- Asri, Nurul. *Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Praktis*, Parepare: IAIN Parepare press, 2021.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- B. Sutopo. "Pengantar Metode Penelitian Kualitatif." *UNS Press*. Surakarta, 2002.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang. *Kabupaten Pinrang Dalam Angka 2024*, Kabupaten Pinrang: BPS, 2024.
- Binus. "Apa Itu Rencana Pemasaran?" 2023, <https://www.Binus.ac.id/>
- Bungin, Burhan. "Analisis Data Penelitian Kualitatif," Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Departemen Agama RI, "Al-Qur'an dan Terjemahnya", Jakarta, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019
- Djam'an Satori. "Metodologi Penelitian Kualitatif." *Alfabeta*. Bandung, 2017.
- Djama'an Satori dan Aan Komariah. , *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung: Alfabeta, 2017.
- Dwi, Annisa, Afriliani. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Teman Kurir Di Pinrang." Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2024.
- Elan Eriswanto, Tina Kartini. "Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap

- Penjualan Pada PT. Liza Christina Garment Industry.” Universitas M&uhammadiah Sukabumi, n.d.
- Fatih, Ahmad. “Kamus Lengkap Kimia.” *Panji Pustaka*. Yogyakarta, 2012.
- Fitrah Maulidya, " Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Praktik Bunga Dalam Gadai Konvensional (Studi Kasus di Pegadaian Cabang Pangkajene), Ekonomi Syariah, 2021.
- Fitriani, R. “Jenis Dan Sumber Data Penelitian Kualitatif Dalam Kajian Pendidikan.” *Kemdikbud*, 2021.
- Gazali, Ikhsan. *Tabdzir dan Israf: Menelisik Pola Konsumsi Mahasiswa Sistem Asrama*. Makassar: Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) YAPTI, 2020.
- Haspati Tan. “Konsep Dasar Perencanaan Dan Proses Penyusunannya.” 2021.
- Heri Murnawan, Nurani Hartik, Putri Eka Dewi Karunia Wati. “Peningkatan Kualitas Dan Produktivitas Produk Pengecoran Logam Dengan Penataan Uang Fasilitas Produksi.” Universitas 17 Agustus 1945, 2020.
- Heri Sudarsono. “Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi.” *UII Press*. Yogyakarta, 2004.
- “Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional No 77/DSN-MUI.” *Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia*. Jakarta, 2010.
- Husnul Khotimah dan Andi kartini, "Perspektif Masyarakat Terhadap Transaksi Gadai Emas di Pegadaian Cabang Parepare," Hukum Ekonomi Syariah, 2022.
- Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Potensi Adalah Kemampuan Yang Mempunyai Kemungkinan Untuk Dikembangkan*, 2012.
- Kasmir. “Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya, 6th Ed.” *Raja Grafindo Persada*. Jakarta, 2002.
- Komaruddin. *Analisis*, 2001.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Lexy. J. Moleong. “Metodologi Penelitian Kualitatif.” *Remaja Rosdakarya*.

Bandung, 2019.

- M. Amin Abdullah. "Strategi Daya Beli Konsumen UD. Mitra Makassar Cabang Parepare Pada Masa Covid-19 (Analisis Manajemen Keuangan Syariah)." *Bumi Aksara*. Makassar, 2023.
- M. Iqbal Sukmadinata. "Metode Penelitian Dan Aplikasinya." *Ghia Indonesia*. Bogor, 2002.
- M. Nur Rianto Al-Arif. "Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah," 2012, 42.
- M. Quraish Shihab, "Tafsir Al-Misbah: Pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an," Jakarta, 2002.
- Maryani M. "Wewenang Dan Tanggungjawab Dalam Al-Qur'an Dan Hadist," 2021.
- Moehar Daniel. "Metode Penelitian Sosial Ekonomi." *Bumi Aksara*. Jakarta, 2002.
- Muhammad, "Etika Bisnis Islam," Yogyakarta, Gema Insani, 2004
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- . *Pengantar Akuntansi Syariah*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Muhammad Bin Ismail Al-Bukhairi, "Shahih Al-Bukhairi, Kitab Al-Buyu, Bab Al-Bayyi Wa Al- Syira," Beirut, 2001.
- Muhammad Syafi'i Antonio. "Bank Syariah Dari Teori Dan Praktik." *Gema Insani*. Jakarta, 2001.
- Muh. Aswan Parawansa. Pegawai PT. Pegadaian Cabang Pinrang. 4 Juni 2025.
- Murniati, "Analisis Potensi Ekonomi Lokal Dalam Pengembangan Wilayah," Kajian Studi Pembangunan, 2015.
- Mustaqim. "Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Studi Islam." *Pustaka Belajar*. Yogyakarta, 2016.
- Nana Syaodih Sukmadinata, "Metode Penelitian Pendidikan," Bandung, Remaja Rosdakarya, 2009.
- Nurudin. *Rencana Pemasaran: Dfinisi, Isi, Dan Panduan Lengkap*. Edited by Pemasaran Pariwisata, 2023.
- Nurul Hidayah. "“, Analisis Interaksi Sosial Dalam Komunitas Hijabers

- Menggunakan Metode Spradley.” *Sosiologi Reflektif*, 2020.
- PT. Pegadaian, Laporan Tahunan 2022 (Annual Report), Jakarta: PT. Pegadaian Persero, 2022.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Putri Dwi Nurfadillah, "Analisis Investasi Emas Melalui Produk Mulia di PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Jatinangor, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, 2019.
- Rais, Firman, Asisten Manajer PT. pegadaian Cabang Pinrang, 4 Juni 2025
- Ratnasari, Desi. “Analisis Strategi Pemasaran Produk Mulia Pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Darussalam.” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Romaliyan Adinda Pulungan, and Hamonangan Nasution. “Analisa Potensi Pasar Ekonomi Tradisional Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Baru Panyambungan).” *Manajemen Bisnis Syariah*, 2023.
- Sadono Soekirno. “Pengantar Teori Ekonomi Mikro.” *Raja Grafindo Persada*. Jakarta, 2001.
- Satriani Aziz. “Analisis Produk Murabahah Emas Logam Mulia Untuk Investasi Abadai Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pegadaian Syariah Unit Kampus Baru Kota Kendari (Mulia) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pegadaian Syariah Unit Kampus Baru Kota Kendari.” Institut Agama Islam Negeri Kendari, n.d.
- Sitti Nurhalisa. Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pinrang. 2025.
- Soemitra, Andi. “Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah.” *Prenadamedia Group*. Jakarta, 2009.
- Sugiyono. “, Metode Penelitian Manajemen, Ed. Setiyawami,.” *Alfabeta*. Bandung, 2015.
- . “Analisis Data Kualitatif Model Miles Dan Huberman Dalam Penelitian Sosial.” *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2021.
- . “Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R & D.” *Alfabeta*. Bandung, 2017.

- . *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto. “Prosedur Penelitian Pendekatan Politik.” *Rineka Cipta*. Jakarta, 2006.
- Sri Nurhayati dan Wasilah Abdd. Wahid, Akuntansi Syariah di Indonesia, Jakarta, Salemba Empat, 2015.
- Syelfi Bahtiana Putri. “Analisis Implementasi Akad Murabahah Dan Rahn Pada Produk Mulia Di Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung.” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019.
- Syofian Siregar. “Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Perbandingan Manual & SPSS).” *Prenadamedia Group*. Jakarta, 2013.
- Veithzal Rivai, and Andria Permata. “Islamic Financial Teori, Konsep, Dan Aplikasi.” *Raja Grafindo Persada*. Jakarta, 2008.
- Wasilah. “Efektifitas Layanan Fitur E-Mas Pada Beyond By BSI Sebagai Daya Saing Di Era Modern Pada Bank Syariah Indonesia KC Parepare.” Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2025.
- Yogi. *Ekonomi Manajemen Pendekatan Analisis Praktis*. Jakarta: Kencana, 2006.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1. Kuesioner/Angket

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : PUTRI RAMADANI

NIM : 19.2400.016

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI : EKONOMI SYARIAH

JUDUL : POTENSI PASAR DALAM PEMBIAYAAN LOGAM MULIA DI
PT. PEGADAIAN PERSERO CABANG PINRANG (ANALISIS
EKONOMI ISLAM)

PEDOMAN WAWANCARA

Narasumber: Pihak Pegadaian di PT. Pegadaian Cabang Pinrang

Perencanaan Pasar

1. Bagaimana sistem pemasaran di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
2. Apakah logam mulia bisa menjadi investasi di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
3. Kenapa harus investasi logam mulia di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?

4. Apa yang mendorong nasabah memilih pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
5. Apakah ada kendala yang dialami oleh nasabah selama proses pembiayaan di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
6. Dari mana saja nasabah mendapatkan informasi mengenai produk pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
7. Bagaimana strategi PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang dalam merencanakan dan memperluas pasar pembiayaan logam mulia?
8. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam menjangkau pasar baru di daerah ini?

Penetapan harga

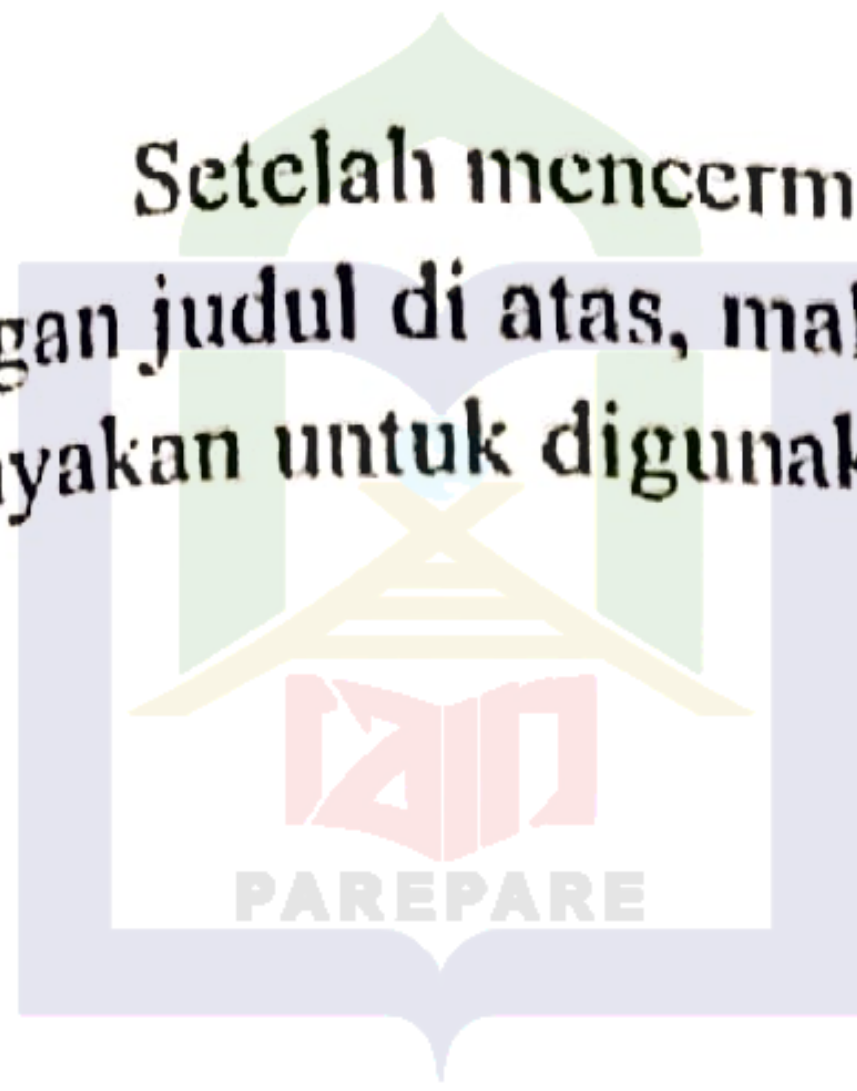
1. Apakah di perusahaan PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang memasang target penjualan?
2. Apa keuntungan membeli logam mulia di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
3. Apa saja strategi yang dimiliki oleh PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang dalam meningkatkan penjualan?
4. Apakah sistem promosi merupakan salah satu strategi penjualan yang dimiliki oleh PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
5. Bagaimana mekanisme penetapan harga logam mulia yang dibiayai oleh pegadaian?

Fasilitas pasar

1. Berapa banyak karyawan yang bekerja di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
2. Berapa produk yang dikelola oleh PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
3. PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang apa?
4. Berapa produk yang dikelola di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
5. Merk/produk apa saja yang dikelola di PT. Pegadaian persero cabang Pinrang?)
6. Produk apa yang sangat diminati oleh nasabah di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
7. Bagaimana pendapat nasabah mengenai produk pembiayaan logam mulia yang ditawarkan di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
8. Apa saja fasilitas atau layanan yang mendukung pembiayaan logam mulia di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang?
9. Apakah ada inovasi digital yang dikembangkan oleh PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang untuk memudahkan nasabah?

Narasumber: Nasabah

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



Parepare, 20 Januari 2025

Mengetahui,

Pembimbing Utama

(Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.)

NIP.1900627 2005011 1 005

Pembimbing Pendamping

(Arwin, S.E., M.Si.)

NIP. 19910203 201903 1 013



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.6084/In.39/FEBI.04/PP.00.9/11/2023
Lampiran : -
Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

21 November 2023

Yth: 1. Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. (Pembimbing Utama)
2. Arwin, S.E., M.Si. (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Putri Ramadani
NIM. : 19.2400.016
Prodi. : Ekonomi Syariah

Tanggal **25 Oktober 2023** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**ANALISIS POTENSI PASAR PEMBIAYAAN LOGAM MULIA DI PT. PEGADAIAN
(PERSERO) CABANG PINRANG**

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,
Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122002

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip



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

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1042/In.39/PP.00.9/PPs.05/04/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

08 April 2025

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : PUTRI RAMADANI
Tempat/Tgl. Lahir : PINRANG, 09 Desember 2000
NIM : 19.2400.016
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester : XII (Dua Belas)
Alamat : DESA MATIRO ADE, KECAMATAN PATAMPANUA, KABUPATEN PINRANG.

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

POTENSI PASAR DALAM PEMBIAYAAN LOGAM MULIA DI PT. PEGADAIAN PERSERO CABANG PINRANG (ANALISIS EKONOMI ISLAM)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 09 April 2025 sampai dengan tanggal 09 Juni 2025.

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

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



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 : 503/0269/PENELITIAN/DPMPSTSP/05/2025

Tentang

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

- Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 19-05-2025 atas nama PUTRI RAMADANI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan 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 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
10. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0391/R/T.Teknis/DPMPSTSP/05/2025, Tanggal : 20-05-2025
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0264/BAP/PENELITIAN/DPMPSTSP/05/2025, Tanggal : 20-05-2025

M E M U T U S A N

- Menetapkan :
KESATU : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :
1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga : Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang Parepare
3. Nama Peneliti : PUTRI RAMADANI
4. Judul Penelitian : Potensi Pasar Dalam Pembiayaan Logam Mulia Di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)
5. Jangka waktu Penelitian : 2 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian : Nasabah PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang
7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Watang Sawitto
- KEDUA : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 20-11-2025.
- KETIGA : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan 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 22 Mei 2025



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



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FIRMAN RAIS
Jabatan : MANAGER BISNIS

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Putri Ramadani
NIM : 19.2400.016

Tempat Tanggal Lahir : Pinrang, 09 Desember 2000

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Pinrang

Benar yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di PT. Pegadaian Cabang Pinrang pada tanggal 4 Mei 2025 sampai tanggal 09 Juni 2025 sampai selesai tugas akhir. Semoga dengan tekad dan usaha saudara dapat terlaksana dengan baik dan mendapatkan petunjuk dan Rahmat Allah SWT.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 23 Juni 2025
PT. Pegadaian Cabang Pinrang

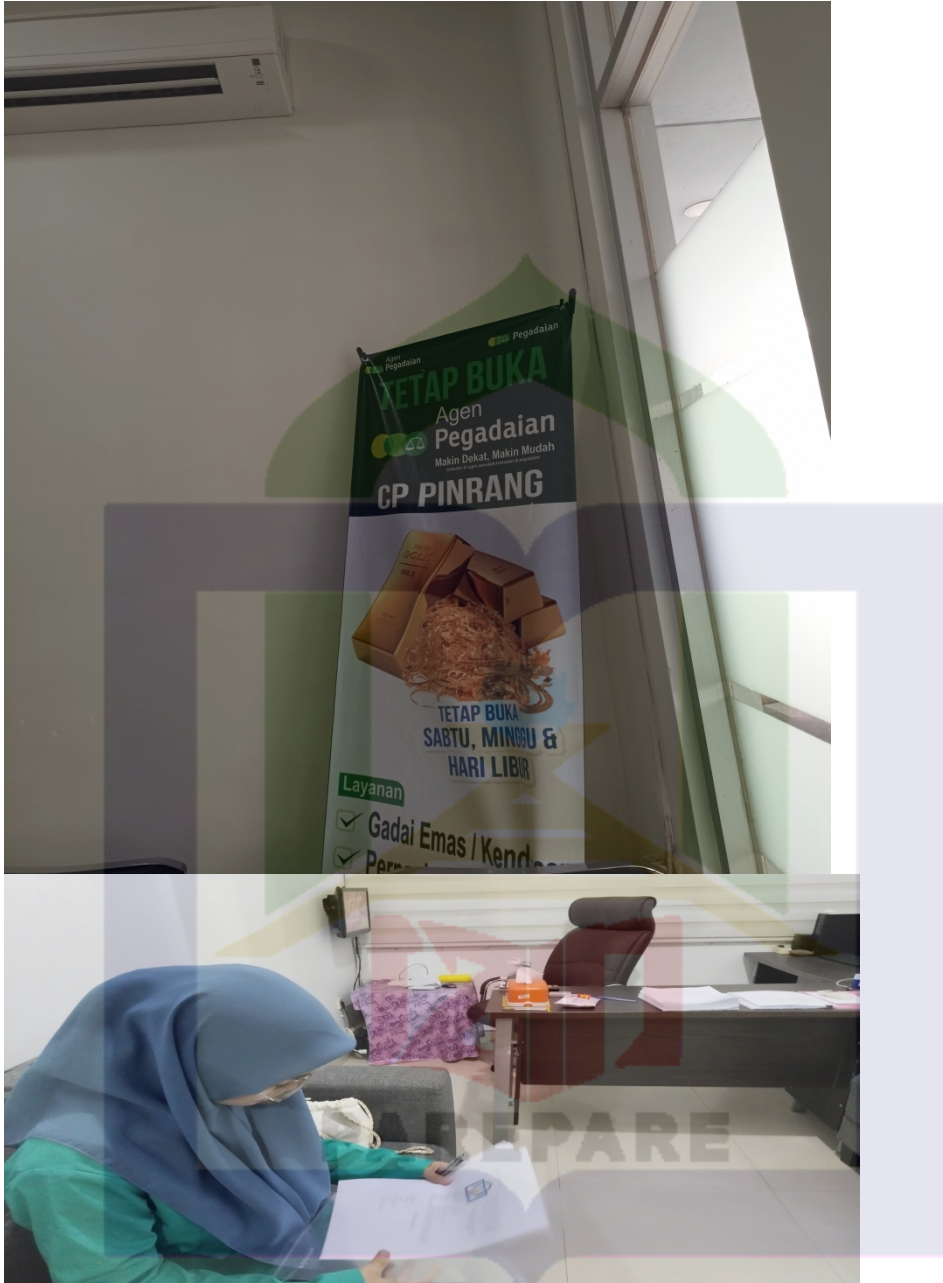


Pegadaian

[FIRMAN RAIS]



PAREPARE





BIODATA PENULIS



Putri Ramadani, lahir pada tanggal 09 Desember 2000 di Pinrang. Penulis merupakan anak ketujuh dari sembilan bersaudara. Penulis adalah anak dari pasangan Ibu kasma dan Bapak Muhtar. Penulis bertempat tinggal di Sempang Timur, Desa Mattiro Ade, Kecamatan Patampanua, Kabupaten Pinrang. Penulis beragama Islam dan berkebangsaan Indonesia.

Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu masuk pendidikan formal pada RA DDI Sempang. Kemudian melanjutkan pada SDN 112 PATAMPANUA di tahun 2007. Setelah itu melanjutkan pendidikan di SMPN 2 PINRANG dan lulus pada tahun 2016 kemudian melanjutkan di MAN PINRANG dan lulus di tahun 2019. Selanjutnya pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE, pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Penulis mengikuti Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) pada tahun 2023 dan ditempatkan di Kabupaten Barru tepatnya di desa Tompo Kecamatan Barru. Penulis melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang dan ditempatkan di bagian pelelangan emas. Dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi penulis mengajukan skripsi dengan judul “ *Potensi Pasar Dalam Pembiayaan Logam Mulia di PT. Pegadaian Persero Cabang Pinrang*”