

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Pegadaian di Indonesia sudah lama berdiri sejak masa kolonial Belanda. Untuk menekan praktek pegadaian ilegal serta memperkecil lintah darat yang sangat merugikan masyarakat, maka pemerintah kolonial Belanda memonopoli usaha pegadaian dengan mendirikan jawatan pegadaian yang berada dalam lingkungan Kantor Besar Keuangan. Kemudian pada tahun 1930 dengan stbl. 1930 nomor 226. jawatan pegadaian itu diubah bentuknya menjadi Perusahaan Negara berdasarkan pasal 2 IBWI (Indonesische Bedrijven Wet) yang berbunyi : penunjukan dari cabang-cabang dinas negara Indonesia sebagai perusahaan negara dalam pengertian undang-undang ini, dilakukan dengan ordonansi.

Perkembangan pegadaian sebagai salah satu lembaga keuangan sangatlah berkembang pesat. Berbagai macam produk telah ditawarkan agar dapat mempermudah setiap transaksinya. Masyarakat Indonesia yang mayoritas pemeluk Islam, menginginkan bahwa setiap transaksi keuangan yang dilakukan telah sesuai dengan syariat Islam termasuk dalam hal gadai. Pegadaian menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat dalam membantu masalah keuangan.

Tujuan berdirinya pegadaian syariah itu sendiri sebagai lembaga keuangan non bank milik pemerintah yang berhak memberikan pembiayaan kepada masyarakat atas dasar hukum gadai (*rahn*) yang bertujuan agar masyarakat tidak dirugikan oleh

lembaga keuangan non formal yang cenderung memanfaatkan kebutuhan yang mendesak dari masyarakat. Dalam gadai syariah yang terpenting adalah dapat memberikan kemaslahatan sesuai dengan harapan masyarakat. Selain itu adanya kebutuhan masyarakat yang mulai menginginkan pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah.¹

Pemasaran tidak hanya sekedar sebagai proses penjualan. Dalam hal pemasaran jauh lebih luas dibandingkan penjualan. Pemasaran merupakan suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat dipasarkan seperti ide, kejadian, organisasi, tempat dan kepribadian. Namun penting untuk ditekankan bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran tetapi dengan pencairan peluang pasar.² Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan perusahaan) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.³

¹ Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia* (Jakarta: Gadjah Mada Press, 2006), h. 88-89.

² Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (Jakarta: Prenhallindo), h. 18

³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 168.

Terdapat 4 karakteristik syariah marketing yang dapat dijadikan sebagai panduan bagian pemasar, yaitu *teistis (rabbaniyyah)*, *etis (akhlaqiyyah)*, *realistis (al-waqi'iyah)* dan *humanistis (insaniyyah)*. Hal inilah yang membedakan sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi konvensional. Selain itu, pemasaran syariah mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral di dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu pemasaran syariah menjadi penting bagi para tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar.⁴

Produk Pegadaian Syariah yang sedang *trending* adalah tabungan emas. Produk tabungan emas ini menggunakan akad Murabahah dan akad Wadiah. *Murabahah* emas adalah salah satu bentuk jual beli emas dengan cara tidak tunai, yaitu seorang nasabah datang ke salah satu bank syariah mengungkapkan maksudnya untuk membeli emas batangan dengan berat sekian seraya membayar uang muka. Lalu bank membeli emas yang dimaksud dan dijadikan barang gadai yang dipegang oleh bank hingga angsuran lunas barulah emas diserahkan kepada nasabah.⁵

Murabahah emas di pegadaian bisa *trending* disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya adalah 1) Nilai emas yang stabil, yang dimaksud disini adalah emas cenderung tahan terhadap inflasi, harga emas yang stabil dalam menghadapi ekonomi yang tidak menentu dan juga mudah dicairkan, 2) Pembelian emas semakin mudah. Bahkan dengan Murabahah emas ini dapat memikat peminat masyarakat untuk

⁴ Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), h. 28.

⁵ Erwandi Tarmizi, "Harta Haram", (Bogor: PT. Berkah Mulia Insani, 2018), 559.

menabung emas. 3) Dapat membeli emas dengan harga yang terjangkau. Yang dimaksud disini adalah masyarakat dapat membeli emas mulai dari kurang lebih RP 9.430 per 0,01 gram. Banyak nasabah juga yang ingin menabung untuk tujuan investasi.

Emas adalah salah satu alternatif investasi yang sangat menguntungkan. nilai investasinya yang tidak tergerus inflasi, harga yang terus meningkat, ditambah lagi pasar terbuka, membuat komoditas ini menjadi pilihan alternatif investasi. Investasi emas merupakan investasi yang paling aman jika dibandingkan dengan investasi lain. Selain itu, investasi emas juga bisa membuka peluang bahwa investasi bisa memberikan imbal dan hasil atau keuntungan melebihi investasi *high risk* saja situasi dan kondisi memungkinkan seperti lonjakan inflasi dan naiknya harga emas dunia.⁶

Adapun akad yang digunakan pada tabungan emas ini adalah *Murabahah*, yakni akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu. Dalam akad *murabahah*, penjual menjual barangnya dengan meminta kelebihan atas harga beli dengan harga jual. Perbedaan antara harga beli dan harga jual disebut dengan margin keuntungan. Kemudian Akad *Wadiah*, yakni akad atau kontrak antara dua pihak, yaitu antara pemilik barang dan kustodian dari barang tersebut. Barang tersebut dapat berupa apa saja yang berharga atau memiliki

⁶ Nunung Uswatun Habibah, "Perkembangan Gadai Emas ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah", *Amwaluna* (Sekolah tinggi agama Islam Al- Ma'arif, Vol. 1, no. 1/Januari 2017), 83.

nilai.

Pegadaian Syariah merupakan penjual atas barang (berupa emas) dan nasabah (pemilik rekening tabungan emas) adalah nasabah, adapun harga (emas) di Pegadaian Syariah ini mengacu pada harga emas dunia. Dalam hal ini sebagai pihak penjual, Pegadaian Syariah baik unit maupun cabang akan memfasilitasi transaksi jual beli emas yang dilakukan oleh nasabah pada hari ini, yang nantinya dana tabungan ini akan dihimpun oleh kantor pusat khususnya bagian divisi bisnis emas yang mempunyai tugas khusus untuk menangani transaksi penjualan dan pembelian emas ke PT.ANTAM, selanjutnya, setelah penghimpunan dana nasabah seIndonesia tersebut terkumpul, maka bagian divisi bisnis emas ini akan langsung melakukan transaksi pembelian emas ke PT.ANTAM sesuai dengan orderan emas dari nasabah pada hari ini. PT.ANTAM merupakan mitra bisnis yang selama ini telah dipercaya oleh Perum Pegadaian untuk memproduksi emas yang dibutuhkan oleh Pihak Pegadaian.

Tabungan emas Pegadaian Syariah menggunakan sistem beli-titip emas. Artinya, nasabah membeli sejumlah emas kemudian menitipkannya ke pihak Pegadaian Syariah. Setelah mencapai jumlah tertentu, nasabah dapat mencetak emas yang dimiliki atau menjual kembali saat membutuhkan uang tunai. Dan nasabah yang ingin mencetak emas dalam bentuk fisik emas akan dikenakan biaya lagi dengan perhitungan sesuai berat emas yang akan dicetak nasabah dan

sesuai harga emas dunia pada hari tersebut.

Setelah melakukan observasi, peneliti menemukan beberapa permasalahan diantaranya adalah pihak pegadaian tidak terlalu menjelaskan tentang akad apa yang dilakukan. Pihak pegadaian hanya menjelaskan tentang akad murabahah saja kepada nasabah, padahal dalam realita pelaksanaannya terdapat beberapa akad didalamnya yaitu murabahah, wadiah, dan istishna. Selain itu, pada saat melakukan transaksi akan ada yang dinamakan biaya titipan. Karena emas yang akan dibeli disimpan oleh pihak PT. Pegadaian. Biaya titipan dikenakan kepada nasabah yang besarnya ditentukan saat transaksi tersebut. Kemudian peneliti ingin melihat apakah produk tabungan Emas yang ada di PT. Pegadaian Persero Area Parepare sudah sesuai syariat Ekonomi Islam.

B. Fokus Penelitian dan Deskriptif Fokus

Agar penelitian ini mencapai sasaran yang diinginkan dengan benar dan tepat serta untuk menghindari meluasnya pembahasan, maka penulis membatasi pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Penelitian ini terfokus pada bagaimana pemasaran produk Tabungan Emas yang diterapkan oleh PT. Pegadaian Persero Area Parepare dalam meningkatkan nasabahnya dan serta menjelaskan bagaimana pengelolaan Akad Produk Tabungan Emas yang ada di PT. Pegadaian Persero area Parepare dan menjelaskan Bagaimana Analisis Ekonomi Islam Terhadap Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Persero Area Parepare.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latarbelakang Masalah diatas maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Proses Pemasaran Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Persero area Parepare?
2. Bagaimana Mekanisme dan Ketentuan Akad Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Persero area Parepare?
3. Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam pada Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Persero area Parepare?

D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Menganalisa Proses Pemasaran Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Persero area Parepare.
2. Untuk Menganalisa Ketentuan Akad Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Persero area Parepare.
3. Untuk Menganalisa Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Persero area Parepare.

Adapun Kegunaan Penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis,

Secara teoritis, penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan referensi terhadap ilmu perbankan syariah dan ilmu manajemen keuangan yang berkaitan dengan Ekonomi Islam dan Tabungan Emas. Selain itu, berguna juga sebagai tambahan wawasan peneliti lain yang akan mengkaji lebih dalam mengenai ilmu perbankan syariah.

2. Kegunaan Praktis

Bagi Penulis, Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai Pegadaian syariah, khususnya yang berkaitan dengan Ekonomi Islam dan Tabungan Emas. Dan bagi Pegadaian diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan akad, supaya dalam proses pengakatan dan pembiayaan sesuai dengan syariah.

E. Garis Besar Isi Tesis

Tesis ini terdiri atas tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian penutup, berikut uraian garis besar isi tesis, yaitu:

Bagian pengantar yaitu halaman judul, abstrak, halaman pengesahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar lampiran.

1. BAB I yaitu pendahuluan yang berisi latar belakang, fokus penelitian dan deskripsi fokus, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, garis besar isi tesis.
2. BAB II yaitu landasan teori, yang berisi penelitian yang relevan, analisis teoretis subjek meliputi Ekonomi Islam, Pemasaran, Tabungan Emas, Akad Murabahah dan Akad Wadiah.

3. BAB III yaitu metodologi penelitian meliputi jenis dan pendekatan penelitian, paradigma penelitian, sumber data, waktu dan lokasi penelitian, instrumen penelitian, tahapan pengumpulan data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, teknik pengujian keabsahan data.
4. BAB IV yaitu hasil penelitian dan pembahasan
5. BAB V yaitu simpulan, implikasi dan rekomendasi

Bagian akhir tesis terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran yakni pedoman observasi, pedoman wawancara, surat izin penelitian, surat keterangan telah melakukan penelitian, foto-foto proses penelitian, dan riwayat hidup.

