

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada BAB IV di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan PT. Pegadaian dalam upaya menarik minat nasabah adalah strategi pemasaran yaitu menggunakan dua acara yaitu offline dengan membagikan brosur dan iklan serta melakukan sosialisasi di instansi pemerintahan maupun di acara Lembaga masyarakat kemudian yang kedua yaitu dengan media online dimana menyebarkan foto atau produk tabungan emas ke whatsapp maupun intagram.
2. Proses pelayanan produk Tabungan Emas yang dilakukan oleh PT Pegadaian (Persero) adalah nasabah datang ke pegadaian terdekat dengan beberapa persyaratan yang telah ditentukan seperti menyerahkan tanda pengenal, mengisi formulir aplikasi yang diberikan, membayar harga emas batangan yang diorder (tunai), membayar uang muka emas batangan yang diorder (angsuran), dan menandatangani akad transaksi yang disepakati. kepada kedua belah pihak. Dan emas akan diterima nasabah setelah melunasi cicilan atau administrasi lainnya.

Ketentuan akad tabungan emas yang digunakan PT. Pegadaian (Persero) Area Parepare ada dua yaitu Akad Murabahah dan Akad Wadiah, akad murabahah digunakan pada saat ingin transaksi pembuatan tabungan emas

kemudian pegadaian menerbitkan bukti pembelian emas dalam bentuk tabungan emas dikarenakan emas yang dibeli akan diambil dikemduian hari maka terjadilah akad wadiah atau penitipan dimana hasil pembelian gram emas yang ditipkan dalam bentuk saldo.

3. Berdasarkan pada perspektif ekonomi islam pada produk Tabungan Emas penulis sependapat dengan Ibnu Taymiah, Ibnu Qayyim dan ulama kontemporer yang sependapat bahwa emas dan perak adalah barang (*sil'ah*) yang dijual dan dibeli seperti halnya barang biasa, dan bukan lagi *tsaman* (harga), karena melihat kondisi sekarang bahwa emas tidak lagi sebagai alat tukar yang resmi melainkan barang.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian produk Tabungan Emas PT Pegadaian (Persero) Area Parepare yang telah dilakukan memiliki implikasi yang sangat tinggi. Adapun implikasi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Produk tabungan emas diharapkan bisa menjadi produk yang banyak diminati dikalangan masyarakat.
2. Akad Murabahah dan akad wadiah diharapkan menjadi salah satu cara pengembangan produk tabungan emas agar bisa lebih baik kedepannya.
3. Melalui penerapan ekonomi islam berdasarkan nilai-nilai yang dimiliki seperti keterbukaan dimana pihak Pegadaian harus memperjelas atas setiap akad yang

melandasi produk-produknya tersebut agar dapat dimengerti oleh calon nasabahnya.

C. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti mengajukan rekomendasi yang dipandang berguna dan dapat dipertimbangkan agar dapat memberikan manfaat baik bagi pihak Pegadaian maupun nasabah:

1. Kepada pihak PT. Pegadaian (Persero) Area Parepare diharapkan agar terus memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah maupun calon nasabah Tabungan Emas seperti penjelasan secara mendetail mengenai produk.
2. Kepada nasabah agar dapat memahami mengenai produk Tabungan Emas ini secara mendetail dikarenakan melalui produk ini dapat menjadi alternative yang tepat dalam memudahkan masyarakat untuk memiliki emas.