

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Gadai termasuk salah satu tipe perjanjian hutang piutang dan pegadaian sendiri merupakan sebuah lembaga keuangan yang juga mendorong kelangsungan hidup Ekonomi Syariah. Legitimasi praktek gadai ini sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW. yang mana Rasulullah SAW. sendiri melakukan praktik ini.

Perseroan terbatas pegadaian sampai saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum dibolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Pegadaian syariah hadir di Indonesia dengan membentuk unit layanan gadai syariah di beberapa kota di Indonesia yang mulai beroperasi sejak 2003.<sup>1</sup>

Pegadaian syariah merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sector jasa dan pada saat ini tumbuh dengan cepat menjadi bagian dari kehidupan keuangan di dunia islam, segmen pasarnya adalah para nasabah yang membutuhkan dana cepat, oleh karena itu manusia sebagai makhluk hidup, tidak akan terlepas dari kegiatan-kegiatan yang berorientasi dalam aspek pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (Ekonomi).

Pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang pada prinsip syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai

---

<sup>1</sup>Wahyu Aji Wibowo, *Jurnal Pegadaian Syariah* (Bogor: Universits Djuanda 2019). h. 2-3. [https://www.researchgate.net/publication/337185017\\_JURNAL\\_PEGADAIAN\\_SYARIAH/link/5dca3780458515143503d233/download](https://www.researchgate.net/publication/337185017_JURNAL_PEGADAIAN_SYARIAH/link/5dca3780458515143503d233/download).

alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan atau bagi hasil.<sup>2</sup>

Implementasi operasional pegadaian syariah hampir mirip dengan pegadaian konvensional. Seperti halnya pegadaian konvensional, pegadaian syariah juga menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan barang bergerak. Nasabah dapat memperoleh dana yang diperlukan dalam waktu yang relative cepat, proses administrasi dan penaksiran hanya kurang lebih 15 menit dan dana pinjaman dapat diterima nasabah kurang dari 1 jam.<sup>3</sup>

Pada produk jasa konsumen akan merasakan langsung kekurangan atau keunggulan produk pada saat proses transaksi berlangsung. Karena itulah sangat dibutuhkan penanganan khusus agar jasa yang dipasarkan dapat memberikan nilai manfaat optimal kepada konsumen serta strategi pemasaran agar perusahaan tersebut dapat tetap berkembang dan mampu bersaing khususnya pegadaian syariah. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.<sup>4</sup>

Dalam membuat strategi pemasaran yang baik maka perlu adanya manajemen pemasaran yang baik pula. Defenisi manajemen pemasaran itu sendiri menurut Kotler, Pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan bisnis yang saling

---

<sup>2</sup>Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003). h. 155. <https://Chenciali123.com/Bank-and-lembaga-keuangan-syariah-deskripsi-dan-ilustrasi-or-cHeri-Sudarsono/1/dfbcjee.html> (diakses pada 20 januari 2021).

<sup>3</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 111. <https://www.perpustakaan.setneg.go.id/index.pph?p=showdetail&id=6879.html> (diakses 20 januari 2021).

<sup>4</sup> Sofjan Assauri, “*Manajemen Pemasaran Dasar Konsep & Strategi*”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), Hlm. 168-169.

berhubungan dan ditujukan untuk merencanakan, mendistribusikan, mempromosikan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.<sup>5</sup>

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 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 pencarian peluang pasar. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang dapat memberikan pengaruh untuk menentukan berhasil atau tidaknya dalam memasarkan produk jasanya.

Strategi pemasaran yang tepat dan baik untuk diterapkan oleh perusahaan dapat dilakukan dengan melihat tiga faktor yaitu perencanaan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Hal tersebut penting karena ketiga strategi pemasaran diatas merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen/nasabah dalam melakukan keputusan pengambilan suatu produk. Apabila strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan tersebut mampu memasarkan produk jasanya dengan baik, hal ini akan berpengaruh terhadap tujuan perusahaan. Dan jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan konsumen, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk menjangkau konsumen dan produk yang ditawarkan akan sia-sia.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix, “*Analisis Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, Physical Evidance) Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*”, Jurnal Mitra Ekonomi, No. 2, Vol. 1 (November, 2010), Hlm. 21.

<sup>6</sup>Hermawan kartajaya dan philip Kotler, *Rethinking Marketing: Sustainable Marketing Enterprise In Asia* (Jakarta : Premhallindo, 2002), hl.25.

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang bisa diupayakan penjual untuk pelanggan. Pelayanan prima berarti konsumen puas sehingga konsumen yang puas akan berdampak pada loyalitas pelanggan. John Wanamaker mengemukakan bahwa berikan pelayanan terbaik, serta mutu terbaik maka pasar akan tumbuh di depan rumah anda. Ungkapan tersebut mengisyaratkan pentingnya pelayanan dan kualitas produk.<sup>7</sup>

Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli antara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pelayanan harus dilakukan secara konsisten menyangkut segala hal, seperti ketepatan waktu, kualitas pelayanan, dan lain-lain.

Koperasi serba usaha simpan pinjam merupakan kegiatan yang pelaksanaannya meliputi simpanan, pinjaman dan pendidikan yang mempunyai peran penting dalam perekonomian Indonesia. Pada saat ini, sudah ada banyak koperasi serba usaha simpan pinjam di seluruh Indonesia. Koperasi tersebut berusaha untuk mensejahterakan anggota dan bisa dikatakan bahwa usahanya sudah sangat berhasil. Koperasi serba usaha simpan pinjam menyediakan pembinaan dan pendampingan yang diperlukan kepada anggotanya untuk melayani masyarakat dalam pemasarannya. Alhasil, masyarakat akan merasa puas atas pelayanan yang diterima dan koperasipun akan mencapai tujuan dan berkembang dengan baik dan pesat.

Untuk dapat melayani masyarakat dengan cepat diperlukan suatu sumber daya manusia yang memahami dengan benar pekerjaan. Ketidakpastian dalam membuat

---

<sup>7</sup> Sopiaah Etta Mamang Sangadji, “*Salesmanship (Kepenjualan)*”, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h. 166-167.

keputusan memberikan pinjaman akan menyebabkan nasabah tidak lagi percaya terhadap manajemen koperasi itu sendiri.

Gadai merupakan salah satu kategori dari perjanjian hutang-piutang, sebagai suatu kepercayaan dari orang yang berpiutang, maka orang berutang mengadaikan barangnya sebagai jaminan terhadap utangnya itu. Barang jaminan tetap milik orang yang menggadaikan (*Rahin*) tetapi dikuasai oleh penerima gadai (*Murtahin*). Minat nasabah memanfaatkan jasa pegadaian syariah cukup besar. Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan, meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yang memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan, biaya itu dihitung dari nilai barang, bukan dari jumlah pinjaman. Dalam menarik minat nasabah memang tidak hanya dipengaruhi pemasaran yang dilakukan pegadaian syariah. Ada beberapa faktor yang mempengaruhinya, seperti kebutuhan nasabah yang mendesak yang memerlukan proses pencairan dana yang cepat, nasabah yang menginginkan transaksi tanpa adanya unsure ribawi (Bunga didalamnya) dan lain sebagainya.

Keberadaan pegadaian syariah Parepare didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia. Pada awalnya masyarakat kota Parepare kurang meminati produk-produk gadai tersebut, karena belum familiar dikalangan masyarakat Parepare, khususnya masyarakat muslim. Oleh sebab itu untuk meningkatkan minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah, perlu memerlukan layanan pemasaran dalam meningkatkan nasabah guna memperoleh keuntungan.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka focus penelitian ini yakni untuk menyelidiki dengan sebenarnya tentang keputusan nasabah memilih KSU aneka jasa *rahn syariah* kota parepare dengan melihat/memperhatikan layanan *marketing* yang dijalankan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- 1.2.1 Bagaimana bentuk layanan *marketing* (pemasaran) di KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare ?
- 1.2.2 Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah meminjam dana di KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare ?
- 1.2.3 Apakah dampak positif bentuk layanan *marketing* yang diterapkan di KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1.3.1 Untuk mengetahui bentuk layanan *marketing* (pemasaran) KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare.
- 1.3.2 Untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah meminjam dana di KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare.
- 1.3.3 Untuk mengetahui dampak positif bentuk layanan *marketing* yang diterapkan KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan dalam penelitian yang sejenis