

**ANALISIS STRATEGI DISTRIBUSI PRODUK *RAHN*
DENGAN SISTEM *OFFICE CHANNELING* DI PT.
PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SYARIAH PASAR
NGABUL JEPARA**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ekonomi Islam



Oleh :
RIZQI NUR FITRIANI
132411022

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2017**

Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP. 19690709 199403 1 003
Jl. Permata 1 RT 1/62 Ngaliyan Semarang

Dede Rodin, Lc., M.Ag
NIP. 19720416 200112 1002
Jl. Lembur Sawah No. 26 RT 02/12 Utama Cimahi Selatan, 40533

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi
An. Rizqi Nur Fitriani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Rizqi Nur Fitriani

Nomor Induk : 132411022

Judul : Analisis Strategi Distribusi Produk *Rahn* Dengan Sistem
Office Channeling di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah
Pasar Ngabul Jepara

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP. 19690709 199403 1 003

Semarang, 22 Juni 2017

Pembimbing II

Dede Rodin, Lc., M.Ag
NIP. 19720416 200112 1002



PENGESAHAN

Skripsi Saudari : Rizqi Nur Fitriani
NIM : 132411022
Judul : Analisis Strategi Distribusi Produk *Rahn* Dengan Sistem *Office Channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/ baik/ cukup, pada tanggal : 19 Juli 2017

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2016/2017

Mengetahui, Semarang, 19 Juli 2017

Ketua Sidang

Dra. H. Nur Huda, M. Ag
NIP. 19690830 199403 2 003

Sekretaris Sidang

Dede Rodin, Lc., M. Ag
NIP. 19690709 199403 1 003

Penguji I

Dr. H. Siti Mujibatun, M. Ag
NIP. 19590413 198703 2 001

Penguji II

H. Muhammad Saifullah, M. Ag
NIP. 19700321 199603 1 003

Pembimbing I

Dr. H. Musahadi, M. Ag
NIP. 19690709 199403 1 003

Pembimbing II

Dede Rodin, Lc., M. Ag
NIP. 19690709 199403 1 003

MOTTO

❁ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ
أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ
وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا
تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S. Al-Baqarah [2]: 283)¹

¹ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang disempurnakan)*, Jilid 1, Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012, hal. 431

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Keluargaku tercinta, bapak Badruddin, Ibu Lilik Nikhayati, kakak dan adikku. terimakasih atas kasih sayang, semangat dan doa yang senantiasa mengiringi keberhasilan penulis.
2. Keluarga besar UKM *Walisongo English Club* periode 2015 dan periode 2016, serta semua senior dan member WEC yang telah memotivasi dan memberi semangat untuk penyelesaian skripsi ini.
3. Teman-teman satu perjuangan jurusan Ekonomi Islam angkatan 2013 khususnya kelas EI A, teman-teman kos bu Fitri, teman-teman KKN Posko 05 desa Bojong dan semua sahabat-sahabatku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan, motivasi dan masukan atas penulisan skripsi ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 22 Juni 2017



Rizqi Nur Fitriani
132411022

TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = ḥ	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ	= a
اِ	= i

ُ = u

C. Diftong

آيَ = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبَّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al*-.... Misalnya الصنعة = *al-shina 'ah*. *Al*- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

G. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan “h” misalnya المعيشة = *al-ma'isyah al-thabi'yyah*.

ABSTRAK

Pegadaian Syariah mempunyai kebijakan sistem *office channeling*, yakni nasabah dapat bertransaksi produk *rahn* secara syariah di pegadaian konvensional. Untuk *office channeling* di area Pati, PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara melakukan *channeling* dengan pegadaian konvensional se-area Pati. Pegadaian konvensional bertugas menjadi agen *channeling* untuk meyalurkan produk *rahn* kepada masyarakat, sehingga masyarakat bisa bertransaksi secara syariah di pegadaian konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi distribusi produk *rahn* dengan sistem *office channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara dan untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islamnya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan mengambil objek penelitian di dua tempat. Objek pertama di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara sebagai pihak yang melaksanakan strategi distribusi dengan *office channeling* sedangkan objek kedua di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus sebagai pihak yang melaksanakan layanan syariah *office channeling*. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder yang didapat dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan *conclusion drawing* (kesimpulan).

Hasil kesimpulan menunjukkan bahwa ; *Pertama*, strategi distribusi produk *rahn* dengan sistem *office channeling* di CPS Pasar Ngabul, yaitu ; (a) Sistem *office channeling* termasuk saluran distribusi tidak langsung dengan saluran tingkat satu (*one level distribution*) yang menerapkan strategi distribusi eksklusif. Jumlah pegadaian konvensional se-area Pati adalah 54 outlet. Padahal seharusnya hanya ada satu agen besar sebagai penyalur produk pada distribusi eksklusif. (b) Terdapat akad *wakalah* dalam pelaksanaan sistem *office channeling* antara Pinca CPS Pasar Ngabul sebagai pemberi kuasa dan Pinca pegadaian konvensional se-area Pati sebagai penerima kuasa. Dalam hal penunjukkan pegawai di CP Kudus

sebagai salah satu agen *channeling* di area Pati tidak sesuai dengan peraturan OJK No.31/ POJK.05/ 2016 pada pasal 30 karena tidak ada pengkhususan pegawai yang melayani transaksi *office channeling*. *Kedua*, ditinjau dari ekonomi Islam yaitu pemerataan, keadilan, serta ketepatan waktu dan kualitas. Dari segi pemerataan ke berbagai daerah, sistem *office channeling* membantu pemerataan distribusi produk *rahn* ke masyarakat yang jauh dari pegadaian syariah. Dari segi keadilan, produk *rahn* sistem *office channeling* belum memenuhi prinsip keadilan, karena hanya 2 produk yang bisa di transaksikan. Dari segi ketepatan waktu, pencairan dana produk pegadaian Amanah tergantung dengan *dealer*. Dari segi kualitas, pegawai *office channeling* di CP Kudus tidak terlalu memperhatikan akad-akad pembiayaan dari produk *rahn*.

Kata Kunci : *Office channeling; distribusi; produk rahn; pegadaian syariah; pegadaian konvensional.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada semua hamba-Nya, khususnya bagi penulis, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan iman dan Islam. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk sekalian alam, keluarga, sahabat dan para tabi'in serta umatnya, semoga kita senantiasa mendapat syafa'at-nya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih sebagai penghargaan atau peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam atas pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Nadzir, SHI., MSI., selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Islam

5. Bapak Dr. H. Musahadi, M.Ag., selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dede Rodin, Lc., M.Ag., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu, mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya, senantiasa mengarahkan dan memberi motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh keluarga besar penulis : Bapak, Ibu, kakak, adik dan semua keluargaku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kalian semua adalah semangat hidup bagi penulis yang telah memberikan do'a agar selalu melangkah dengan optimis.
8. Bapak Miftahul Falich, SE selaku Pimpinan Cabang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara yang telah memberi kesempatan dan meluangkan waktu untuk membantu penyusunan skripsi ini. Serta semua pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara dan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan para pembaca lainnya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda. *Amin Ya Rabbal Alamin...*

Semarang, 22 Juni 2017

Penulis

Rizqi Nur Fitriani

132411022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Tinjauan Pustaka.....	10
E. Metode Penelitian	14
F. Sistematika Penulisan	20

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Teori Distribusi	22
1. Pengertian Strategi Distribusi.....	22
2. Saluran Distribusi	24
3. Penentuan Saluran Distribusi	27

4. Saluran Distribusi Sektor Jasa.....	30
5. Distribusi dalam Etika Islam.....	33
B. Teori <i>Rahn</i>	44
1. Produk <i>Rahn</i>	44
2. Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang <i>Rahn</i>	48
C. Sistem <i>Office Channeling</i>	52
1. Pengertian <i>Office Channeling</i>	52
2. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).....	53
3. Hubungan Bisnis Antara Lembaga Keuangan Syariah Dengan Non Syariah.....	55
4. <i>Wakalah</i>	58

**BAB III : GAMBARAN UMUM PT. PEGADAIAN
(PERSERO) CABANG SYARIAH PASAR
NGABUL JEPARA DAN DATA OFFICE
CHANNELING**

A. Profil Perusahaan.....	63
1. Sejarah Perusahaan.....	63
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	65
3. Budaya Perusahaan.....	66
4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	68
B. Produk Layanan Syariah.....	70
C. <i>Office Channeling</i>	74
1. Latar Belakang <i>Office Channeling</i> di Pegadaian Syariah.....	74

2. Fungsi <i>Office Channeling</i> di Pegadaian Syariah.....	76
3. Mekanisme Produk Ar-Rum Haji dengan Sistem <i>Office Channeling</i> di CP Kudus	76
4. Mekanisme Produk Pegadaian Amanah dengan Sistem <i>Office Channeling</i> di CP Kudus	78
5. Data Pegadaian Konvensional di Area Pati.....	80

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Distribusi Produk <i>Rahn</i> Dengan Sistem <i>Office Channeling</i> di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara.....	84
B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Distribusi Dengan Sistem <i>Office Channeling</i> di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara.	97

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	113
B. Saran	116
C. Penutup	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perekonomian Indonesia, dikenal lembaga pembiayaan yang dapat digunakan sebagai alternatif sumber dana, yaitu gadai syariah. Gadai syariah sebagai lembaga pinjaman langsung dibawah PT. Pegadaian, dengan pengawasan Depkeu dan DSN-MUI, menyalurkan dananya atas dasar hukum gadai syariah, menerima jaminan barang bergerak. Persyaratan ringan, prosedur sederhana, dan pelayanan cepat sebagai cirinya gadai syariah.¹ Pegadaian syariah merupakan salah satu unit layanan syariah yang dilaksanakan oleh PT. Pegadaian (Persero) di samping unit layanan konvensional. Sebelumnya pegadaian berstatus Perusahaan Umum (PERUM) Berdasarkan PP Nomor 10 Tahun 1990 yang diperbaharui dengan PP Nomor 13 tahun 2000, kemudian statusnya berubah menjadi PT Pegadaian (Persero) berdasarkan Akta Pendirian PT Pegadaian (Persero) Nomor 01 pada tanggal 1 April 2012.

Dahulu, masyarakat memandang pegadaian masih dengan sebelah mata. Ada kesan gengsi dimasyarakat jika seseorang pergi ke pegadaian untuk meminjam sejumlah uang

¹ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2011, hal. 33

dengan cara menggadaikan barang. Masyarakat menganggap hal itu adalah aib, seolah-olah kehidupan orang tersebut sudah sangat menderita. Padahal persyaratan dan proses di pegadaian sangat mudah serta tidak membutuhkan waktu yang lama. Lain halnya jika seseorang pergi ke sebuah bank, di sana akan terlihat lebih *prestisius* (membanggakan), walaupun dalam prosesnya memerlukan waktu yang relatif lebih lama dengan persyaratan yang cukup rumit. Namun sekarang masyarakat sudah tidak malu dalam menggunakan fasilitas pegadaian. Apalagi dengan adanya perusahaan gadai yang menggunakan sistem berlandaskan prinsip-prinsip syariat Islam, pegadaian syariah akan mempunyai segmentasi dan pangsa pasar yang baik di Indonesia.

Produk-produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah terus mengalami perkembangan tidak hanya terbatas pada pegadaian barang saja. Seiring dengan banyaknya kebutuhan masyarakat yang tidak hanya sekedar membutuhkan dana tunai tetapi juga membutuhkan barang seperti kendaraan, maka pegadaian syariah selalu melakukan inovasi terhadap produk maupun layanannya. Salah satu produk inovasi dari pegadaian syariah adalah pembiayaan kendaraan bermotor menggunakan prinsip syariah yang disebut dengan Pegadaian Amanah. Selain itu, produk terbaru dari pegadaian syariah adalah Ar-rum Haji. Dalam produk Ar-rum Haji, pegadaian syariah memberikan layanan bagi para

nasabah untuk pembiayaan pergi haji. Kedua produk tersebut merupakan produk pegadaian syariah yang tidak ada di pegadaian konvensional. Usaha untuk menyalurkan produk dari pegadaian syariah kepada masyarakat sebagai konsumen, maka perlu adanya pendistribusian.

Salah satu kunci keberhasilan dari perusahaan adalah mendistribusikan produk pada konsumen. Pendistribusian merupakan suatu upaya untuk membuat agar produk dapat senantiasa ada di tempat dimana konsumen berada.² Pendistribusian produk sangat diperlukan oleh perusahaan untuk menyalurkan aliran barang atau jasa yang akan dipakai dari produsen menuju konsumen dengan tujuan memudahkan konsumen menikmati produk. Apalagi di era global saat ini, dimana terdapat kemungkinan suatu produk dinikmati oleh konsumen yang secara geografis tempatnya sangat jauh dengan lokasi perusahaan. Dalam hal ini diperlukan mata rantai pendistribusian. Salah satu aspek dalam distribusi adalah pemilihan saluran distribusi/ saluran pemasaran. Ketepatan dalam memilih saluran pemasaran ini sangat mendukung suksesnya keputusan pemasaran lainnya. Usaha pendistribusian oleh pegadaian untuk memperluas layanan syariah yaitu dengan membuka kantor unit pelayanan syariah.

² Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Ed. ke 2, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014, Cet. Ke 26, hal. 301

Namun, penyebarannya belum sepenuhnya merata di Indonesia.

Pada bulan Oktober tahun 2015 jumlah gerai syariah mencapai 611 outlet di seluruh Indonesia yang terdiri dari 83 cabang dan 528 kantor unit. Persebarannya kebanyakan hanya berpusat di pulau Jawa, padahal seharusnya pegadaian syariah ada untuk setiap kabupaten di seluruh Indonesia.³ Berbeda dengan pegadaian konvensional yang memang sudah terlebih dahulu ada. Hampir di setiap kecamatan terdapat kantor Unit Pelayanan Cabang (UPC) pegadaian konvensional.

Penyebaran yang belum merata tersebut salah satunya di area Pati yang meliputi Blora, Rembang, Pati, Kudus, Jepara, Demak dan Grobogan. Di area Pati hanya terdapat 1 CPS (Cabang Pelayanan Syariah) Pasar Ngabul yang terletak di Jepara dan 4 lainnya berupa UPS (Unit Pelayanan Syariah) yang berada di kabupaten Kudus, Grobogan, Demak dan Pati. Sedangkan kabupaten yang lain seperti Blora dan Rembang belum ada pegadaian syariah. Belum meratanya kantor cabang pegadaian syariah / unit pegadaian syariah mengakibatkan

³ Devi Utari Widhowati, "Pegadaian Syariah yang belum dikenal dan bedanya dengan pegadaian konvensional", http://www.kompasiana.com/deviutari/pegadaian-syariah-yang-belum-dikenal-dan-bedanya-dengan-pegadaian-konvensional_574d09be367b61ec04548671 diakses 20 Januari 2017

keterbatasan unit kerja.⁴ Penyebaran pegadaian syariah yang hanya terdapat 1 kantor di setiap kabupaten juga belum maksimal. Karena belum bisa menjangkau masyarakat yang jauh dari lokasi kantor pegadain syariah di kabupaten tersebut. Adanya keterbatasan unit kerja, dapat berpengaruh pada pendistribusian produk pegadaian syariah. Padahal, dalam distribusi barang dan jasa secara umum, ada beberapa hal yang harus diperhatikan kaitannya dengan etika ekonomi Islam yaitu pemerataan, keadilan, ketepatan waktu dan kualitas.

Berikut daftar Pegadaian Syariah beserta alamat dan statusnya yang berada di area Pati :

Tabel 1

Daftar Pegadaian Syariah di Area Pati⁵

	Pegadaian	Alamat	Status
1.	PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara	Jl. Raya Pasar Ngabul Blok No. 1 Jepara	CPS
2.	Pegadaian Syariah Kudus	Jl. Ronggolawe, Ruko Ronggolawe No. 17 A, Getas Pejaten, Jati,	UPS

⁴ Hasil wawancara dengan bapak Miftahul Falich selaku Pimpinan Cabang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara, 14 Januari 2017

⁵ Anonim, "Pegadaian di Indonesia", <http://www.infoalamat.com/pegadaian/>, diakses 18 April 2017

3.	Pegadaian Syariah Pasar Binotero Demak	Jl. Pemuda No. 27 Demak	UPS
4.	Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Rs Suwondo Pati	Jl. Dr Susanto No. 60 Pati	UPS
5.	Unit Pelayanan Syariah Pasar Purwodadi	Jl. Ahmad Yani N0.37 Grobogan	UPS

Untuk mengatasi masalah pendistribusian tersebut, pegadaian telah mempunyai kebijakan tersendiri. Dalam rangka pengembangan bisnis syariah, Pegadaian syariah menerapkan strategi perluasan layanan melalui *office channeling* di outlet pegadaian konvensional. Jadi, pegadaian menunjuk outlet pegadaian konvensional sebagai agen (*office channeling*) dalam melayani produk pegadaian syariah. Pada *office channeling* di area Pati, ada sekitar 54 pegadaian konvensional yang di *channeling*-kan dengan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pasar Ngabul Jepara sebagai pegadaian syariah yang memiliki status Cabang Pelayanan di area Pati. Outlet pegadaian konvensional tersebut tersebar di 7 kabupaten di area Pati. Berikut data jumlah outlet pegadaian konvensional di area Pati :

Table 2
Data Outlet Pegadaian Konvensional di Area Pati⁶

No.	Kota	Outlet Pegadaian	Jumlah Outlet
1.	Jepara	1 CP dan 6 UPC	7 Outlet
2.	Kudus	1 CP dan 4 UPC	5 Outlet
3.	Pati	1 CP dan 6 UPC	7 Outlet
4.	Grobogan	1 CP dan 8 UPC	9 Outlet
5.	Demak	1 CP dan 9 UPC	10 Outlet
6.	Blora	1 CP dan 7 UPC	8 Outlet
7.	Rembang	1 CP dan 7 UPC	8 Outlet
TOTAL			54 Outlet

Office channeling di pegadaian syariah merupakan salah satu inovasi layanan pegadaian syariah yang baru di-*launching* pada bulan Oktober 2016. Sebelumnya sistem *office channeling* sudah diterapkan oleh perbankan syariah. Semua pegadaian konvensional dapat melayani transaksi syariah bagi nasabah yang ingin menggunakan produk-produk syariah yang tidak ada di pegadaian konvensional. Untuk pencairan dananya, pegadaian konvensional harus meminta persetujuan/ *approval* terlebih dahulu kepada PT. Pegadaian

⁶ Anonim, “Pegadaian di Indonesia”, <http://www.infoalamat.com/pegadaian/>, diakses 18 April 2017 dan Portal Alamat, “Alamat PT. Pegadaian di Blora”, <http://portal-alamat.blogspot.co.id/2017/04/alamat-pt-pegadaian-di-blora.html>, diakses 18 April 2017

(Persero) Cabang Pasar Ngabul Jepara sebagai cabang pegadaian syariah satu-satunya di area Pati.

Produk yang bisa ditransaksikan melalui *office channeling* hanya ada 2 produk yaitu produk Pegadaian Amanah dan Ar-rum Haji. Sedangkan masyarakat menengah kebawah yang jauh dari pegadaian syariah tidak hanya membutuhkan 2 produk tersebut. Tetapi lebih membutuhkan dana yang pencairannya cepat untuk membihi kebutuhan yang lainnya. Oleh karena itu aspek keadilan dari adanya sistem *office channeling* ini perlu diperhatikan, disamping aspek pemerataan, kualitas dan ketepatan waktu.

Dari uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji strategi distribusi produk *rahn* menggunakan sistem *office channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara yang melakukan kerjasama dengan pegadaian konvensional. Sedangkan dari 54 outlet pegadaian konvensional, penulis hanya melakukan penelitian mengenai pelaksanaan *office channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus. Alasan pemilihan CP (Cabang Pembantu) Kudus dikarenakan kemudahan mengakses informasi mengenai *office channeling* dibandingkan dengan outlet pegadaian yang lain. Oleh karena itu, Penelitian ini dituangkan ke dalam bentuk skripsi dengan judul **“ANALISIS STRATEGI DISTRIBUSI PRODUK RAHN DENGAN SISTEM OFFICE CHANNELING DI PT. PEGADAIAN**

(PERSERO) CABANG SYARIAH PASAR NGABUL JEPARA”

B. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi distribusi produk *rahn* dengan sistem *office channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara?
2. Bagaimana tinjauan etika ekonomi Islam terhadap strategi distribusi dengan sistem *office channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian dalam Skripsi ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui strategi distribusi produk *rahn* dengan sistem *office channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara
2. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi distribusi dengan sistem *office channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara.

Manfaat Penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, untuk menambah *khanzanah* ilmu pengetahuan serta tercapainya salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar strata satu (S-1) sarjana Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dapat dijadikan bahan refrensi untuk menambah wawasan dalam rangka mendokumentasikan dan menginformasikan penelitian ini.
3. Bagi pegadaian syariah, dapat memberikan informasi mengenai sistem *office channeling* ditinjau dari ekonomi Islam.
4. Bagi masyarakat umum, hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah informasi dan wawasan mengenai sistem *office channeling* di pegadaian syariah.

D. Tinjauan Pustaka

Sebelum mengadakan suatu penelitian untuk penyusunan skripsi ini perlu penulis kemukakan tinjauan pustaka sebagai langkah awal agar terhindar dari kesamaan penelitian dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang *office channeling*, yaitu :

Pertama, penelitian oleh Riana Afiati Mufidah yang berjudul *Pengaruh Kebijakan Sistem Office Channeling*

*Terhadap Kinerja Perbankan Syariah.*⁷ Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada aspek kualitas manajemen dan pada aspek rentabilitas / *earning* antara sebelum dan sesudah penerapan kebijakan *office channeling*. rasio aspek kualitas manajemen ditunjukkan dengan pengujian NPM sebesar 0,352 sedangkan rasio aspek rentabilitas ditunjukkan dengan pengujian ROA sebesar 0,719 dan REO sebesar 0,178. Selain itu, ada perbedaan yang signifikan pada aspek likuiditas antara sebelum dan sesudah penerapan kebijakan *office channeling*. hal ini ditunjukkan dengan pengujian RABP sebagai rasio aspek likuiditas menghasilkan signifikansi sebesar 0,046.

Kedua, penelitian oleh Hairiennisa Rohaya yang berjudul *Perkembangan Skala Usaha Perbankan Syariah Di Indonesia Pra Dan Pasca Kebijakan Office Channeling.*⁸ Hasil penelitian menunjukkan bahwa dana pihak ketiga (DPK) dan jaringan kantor perbankan syariah dalam persamaan regresi liner berpengaruh positif dan signifikan terhadap total asset perbankan syariah. Dari hasil analisis data *time series* diketahui bahwa prediksi peningkatan total asset

⁷ Riana Afati Mufidah, "Pengaruh Kebijakan Sistem Office Channeling Terhadap Kinerja Perbankan Syariah", Skripsi, Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2009

⁸ Hairiennisa Rohaya, "Perkembangan Skala Usaha Perbankan Syariah Di Indonesia Pra Dan Pasca Kebijakan Office Channeling", La_Riba Jurnal Ekonomi Islam, vol.2 no. 2, Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia, 2008

mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2007 hingga akhir tahun 2008. Prediksi terhadap Dana Pihak Ketiga mengalami peneningkatan sebesar 13% dari tahun sebelumnya dan jumlah kantor bank syariah akan terus meningkat hingga mencapai 653 jaringan kantor diluar *office channeling*. Sedangkan hasil *share asset* perbankan syariah hanya mencapi 2,5 % dari total asset perbankan nasional. Share tersebut masih jauh dari target Bank Indonesia yang memprediksi sebesar 5% pada akhir tahun 2008.

Ketiga, penelitian oleh Maya Nurina Astria yang berjudul *Pelaksanaan Kebijakan Layanan Syariah (Office Channeling) Pada BTN Unit Usaha Syariah (UUS)*.⁹ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan Layanan Syariah pada BTN UUS telah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang terkait walaupun dalam pelaksanaanya masih terdapat beberapa hal yang masih kurang. Seperti masih kurangnya pengetahuan pegawai mengenai produk perbankan syariah pada BTN dan belum maksimalnya pelaksanaan Layanan Syariah BTN yang hanya melayani produk penghimpunan dana saja. Layanan Syariah pada BTN UUS telah sesuai hukum Islam dimana adanya pemisahan dalam pembukuan serta pencatatan dana antara

⁹ Maya Nurina Astria, “Pelaksanaan Kebijakan Layanan Syariah (Office Channeling) Pada BTN Unit Usaha Syariah (UUS)”, Skripsi, Jakarta : Universitas Indonesia, 2009

BTN konvensional dengan BTN Syariah. Dampak positif dari pelaksanaan layanan syariah pada BTN UUS yaitu mempermudah BTN memperluas jaringan usaha, meningkatkan dana pihak ketiga dan menekan biaya pengeluaran perusahaan. Sedangkan dampak negatifnya, pelayanan pada beberapa KLS dianggap tidak sesuai dengan nuansa Islami dikarenakan pakaian pegawai tidak sesuai dengan syariat Islam dan belum maksimalnya peraturan Layanan Syariah dalam hal pengawasan pembukuan layanan syariah pada kantor cabang konvensional.

Pada penelitian pertama dan kedua terdapat persamaan yaitu sama-sama membandingkan perkembangan bank syariah sebelum dan setelah diterapkannya sistem *office channeling*. Perbedaan diantara keduanya terdapat pada tujuan penelitian. Penelitian pertama untuk mengetahui perkembangan kinerja perbankan syariah dan penelitian kedua untuk mengetahui perkembangan skala usaha perbankan syariah. Sedangkan penelitian ketiga bersifat kualitatif normatif yang membahas tentang pelaksanaan *office channeling* pada BTN UUS dilihat dari aspek hukum dan dampaknya. Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas tentang *office channeling*.

Perbedaan penulis dengan penelitian sebelumnya terdapat pada objek dan konsep penelitian. Peneliti

sebelumnya meneliti sistem *office channeling* di perbankan syariah. Sedangkan penulis meneliti *office channeling* yang diterapkan oleh pegadaian syariah. Dua Penelitian sebelumnya bersifat kuantitatif dengan membandingkan antara sebelum dan sesudah diterapkannya sistem *office channeling* pada bank syariah. Sedangkan penelitian ketiga bersifat kualitatif sama dengan metode yang penulis gunakan. Pada penelitian ketiga lebih memfokuskan pada pelaksanaan *office channeling* dilihat dari hukum perundang-undangan yang terkait dan dilihat hukum islam beserta dampaknya. Sedangkan penulis lebih memfokuskan bagaimana strategi distribusi produk *rahn* yang dilaksanakan oleh pegadaian syariah dengan sistem *office channeling*. Kelebihan penelitian yang penulis lakukan dibandingkan dengan penelitian terdahulu yaitu penulis akan menggambarkan strategi distribusi dengan sistem *office channeling* dari segi tinjauan ekonomi Islam.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan mengambil objek penelitian di dua tempat. Objek pertama di pegadaian syariah sebagai pihak yang melaksanakan strategi distribusi dengan *office channeling* yaitu PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah

Pasar Ngabul Jepara. Objek kedua di pegadaian konvensional sebagai pihak yang melaksanakan layanan syariah *office channeling* yaitu PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus.

Dalam penelitian ini, peneliti berangkat ke ‘lapangan’ untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.¹⁰

2. Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diambil dari data primer atau sumber pertama dilapangan. Sumber data ini adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.¹¹ Sumber data utama dalam penelitian

¹⁰ Lexy J. Moleong , *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2009, Cet. Ke 26, hal. 6

¹¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan,*

kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.¹²

Data ini diperoleh dari wawancara dengan:

- 1) Pimpinan Cabang PT. Pegadaian (Persero)
Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara,
- 2) Pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari orang atau pihak lain.¹³ Penulis memperoleh data sekunder atau sumber tertulis dari data-data pegadaian yang berhubungan dengan sistem *office channeling* dan produk *rahn* seperti data mengenai daftar pegadaian syariah di area Pati, daftar pegadaian konvensional se-area Pati yang di-*channeling*-kan dengan CPS Pasar Ngabul, struktur organisasi CPS Pasar Ngabul, brosur produk AMANAH serta Arrum Haji, dan lain-lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari

Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran, Jakarta : Kencana Pernada Media Group, 2013, hal. 128-129

¹² Lexy, *Metodologi...*, hal. 157

¹³ Bungin, *Metodologi...*, hal.12

sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara *holistic* dan jelas dari informan.¹⁴ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara semi standar/ wawancara semi struktur. Penulis membuat inti pokok-pokok pembicaraan yang akan ditanyakan.

Dalam pelaksanaannya, penulis mengajukan pertanyaan secara bebas, pokok-pokok pertanyaan tidak dipertanyakan secara berurutan, pertanyaan bisa dikembangkan dan pemilihan kata-katanya tidak baku tetapi dimodifikasi saat wawancara. Untuk melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan Pimpinan Cabang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara dan Pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus.

b. Dokumentasi

Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian.¹⁵

¹⁴ *Ibid.* hal. 130

¹⁵ *Ibid.* hal. 149

Peneliti mengumpulkan data-data untuk melengkapi penelitian melalui dokumen tertulis seperti referensi buku, artikel, jurnal dan literatur lainnya yang berhubungan dengan teori-teori tentang distribusi, sistem *office channeling*, pegadaian dan produk-produk *rahn*.

4. Teknik analisis data

Data-data yang sudah terkumpul kemudian penulis analisis dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Reduksi data (*Reduction*)

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting.¹⁶ Setelah penulis mendapatkan data primer berupa rekaman wawancara dengan narasumber dari Pimpinan Cabang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara dan Pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus, penulis akan mentranskrip hasil rekaman kedalam bentuk catatan lapangan. Lalu, Penulis membaca keseluruhan data catatan lapangan secara

¹⁶ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta,cv, 2013, hal. 218-219

berulang-ulang. Setelah itu, penulis mengidentifikasi data mana yang penting dan data mana yang tidak penting.

b. Penyajian data (*Data Display*)

Tahapan penyajian data adalah sebuah tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan.¹⁷ Teknik penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam berbagai bentuk seperti table, grafik dan sejenisnya. Lebih dari itu, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.¹⁸ Dalam tahap penyajian data, penulis mengelompokan data dalam bentuk uraian singkat. Data yang telah dikelompokan, penulis mencoba untuk memahami untuk menentukan tema-tema penting dan kata kunci dari strategi distribusi menggunakan *office channeling*. Serta mencari hubungan antara kategori yang telah ditemukan dari hasil pengumpulan data. Data yang telah dikategorikan atau dikelompokkan kemudian ditinjau kembali berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan dalam bab II, sehingga dapat

¹⁷ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam berbagai Disiplin Ilmu*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014, hal. 179

¹⁸ Satori, *Metodologi ...*, hal. 219

dicocokkan apakah ada kesamaan antara landasan teoritis dengan data yang didapat dari lapangan.

c. *Conclusion Drawing/ Verification*

Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data.¹⁹ Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.²⁰ Data-data yang telah diperoleh, dibaca berulang kali sehingga penulis mengerti benar permasalahannya, kemudian dianalisis untuk mendapatkan gambaran dari permasalahan yang penulis teliti. Sehingga penulis bisa mengambil kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian dan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terbagi ke dalam lima bab, yaitu terdiri dari :

BAB I Pendahuluan, pada bab ini dikemukakan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian,

¹⁹ Afrizal, *Metode...*, hal. 180

²⁰ Satori, *Metodologi ...*, hal. 220

tujuan dan manfaat penelitian, *review* tentang tinjauan pustaka, metode penelitian yang digunakan serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori, Pada bab ini menjelaskan tentang beberapa pokok teori yang digunakan sebagai landasan untuk pembahasan dan pemecahan masalah. Teori yang dijelaskan yaitu; teori strategi distribusi, teori produk rahn dan teori yang terkait dengan sistem *office channeling*.

BAB III Gambaran Umum PT. Pegadaian PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara dan Data *Office Channeling*, bab ini berisi penjelasan mengenai profil perusahaan dari sejarah singkat, visi dan misi, budaya perusahaan dan struktur organisasi. Selain itu, bab ini juga berisi produk layanan syariah dan hal-hal yang terkait dengan sistem *office channeling*.

BAB VI Analisis dan Pembahasan, dalam bab ini penulis akan menguraikan, mendeskripsikan dan menganalisis data mengenai sistem *office channeling* yang digunakan oleh perusahaan untuk mendistribusikan produk rahn, dan analisis sistem *office channeling* ditinjau dari ekonomi Islam.

BAB V Penutup, bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya serta saran yang bermanfaat dari penulis untuk menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga yang diteliti dan bagi peneliti-peneliti berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Distribusi

1. Pengertian Strategi Distribusi

Strategi (*strategy*) dipahami bukan hanya sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*) melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri. Strategi dipahami pula sebagai sebuah pola yang mencakup di dalamnya baik strategi yang direncanakan (*intended strategy* dan *deliberate strategy*) maupun strategi yang pada awalnya tidak dimaksudkan oleh perusahaan (*emerging strategy*) tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan (*realized strategy*).¹ Definisi lain mengenai strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Jadi, strategi ini dibuat berdasarkan suatu tujuan.²

¹ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, Bandung: Penerbit Eralangga, 2012, hal. 64

² Basu Swastha dan Irawan, *Menejemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty Yogyakarta, 2008, Cet. Ke 13, hal. 67

Distribusi termasuk salah satu aspek dari kegiatan pemasaran disamping produk, harga dan promosi yang menjadi satu dalam strategi pemasaran *marketing mix* (bauran pemasaran). Menurut William J. Stanto yang dikutip dari buku *Menejemen Pemasaran Modern* karangan Swastha menyatakan bahwa, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.³

Secara bahasa, distribusi berarti penyaluran dan pembagian, yakni penyaluran, pembagian atau pengiriman barang atau jasa kepada beberapa orang atau tempat. Distribusi adalah suatu proses penyaluran atau penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai.⁴ Definisi lainnya, Distribusi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan barang yang dipasarkannya itu kepada konsumen. Oleh karena itu maka diperlukan adanya penyalur. Penyalur yang diperlukan tersebut ada yang

³ *Ibid.* hal. 4

⁴ Dede Rodin, *Tafsir Ayat Ekonomi*, Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015, hal. 126

merupakan milik perusahaan yang memasarkan barang itu sendiri, akan tetapi banyak pula penyalur yang bukan milik perusahaan.⁵

Kegiatan mendistribusikan produk adalah upaya produsen dalam rangka mengefisienkan upaya pemasaran yang bukan hanya menjual produk saja.⁶ Jadi, strategi distribusi adalah masalah penentuan cara dalam mana perusahaan mencoba untuk menjual produk-produknya ke pasar, apakah akan menggunakan penyalur X, Y, ataupun penyalur lain. Manajemen harus berusaha membedakan semua alternatif saluran yang ada dan menggunakan metode analisa untuk menilai masing-masing alternatif.⁷

2. Saluran Distribusi

Sebagian besar produsen tidak menjual barang mereka kepada pengguna akhir secara langsung, diantara mereka terdapat sekelompok perantara yang melaksanakan beragam fungsi. Perantara ini membentuk saluran pemasaran (disebut juga saluran dagang atau saluran distribusi), resminya, saluran pemasaran (*marketing channels*) adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau

⁵ Gitosudarmo, *Manajemen ...*, hal. 309

⁶ Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, Cet. Ke 1, hal. 229

⁷ Swastha, *Menejemen, ...*, hal. 310-311

dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir.⁸ Definisi lain mengenai saluran distribusi (*marketing channel, trade channel, distribution channel*) adalah rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen, dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Jumlah perantara yang terlibat dalam suatu saluran distribusi sangat bervariasi.⁹ Adapun bentuk-bentuk saluran distribusi yang ada dapat dibedakan menjadi beberapa macam yaitu;

a. Saluran Distribusi Langsung

Distribusi ini dilakukan langsung dari produsen kepada konsumen tanpa melalui perantara. Model distribusi ini misalnya dapat dilihat pada produk-produk yang dipasarkan di internet, seperti paket wisata, komponen elektronik, majalah, maupun langsung berinteraksi dengan konsumen seperti Avon, Tupperware, dan lain-lain.¹⁰

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, Bob Sabran, "Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas", ed. ke 13/ jil. 2, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009, hal. 106

⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi*, Ed.1, Yogyakarta : CV Andi Offset, 2016, hal. 253

¹⁰ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta ; CV Andi Offset, 2016, hal. 221

b. Saluran Distribusi Tidak Langsung

Dalam hal ini pengusaha menggunakan pihak luar untuk membantu menyalurkan barang-barangnya kepada konsumen. Pihak luar tersebut merupakan penyalur atau pedagang perantara (*Middle Man*). Pada umumnya pengusaha menggunakan cara penyaluran semacam ini terutama bagi barang-barang *konvenien* atau kebutuhan sehari-hari.¹¹

Beberapa saluran distribusi bersifat ringkas dan sederhana, yang lain bersifat panjang dan rumit. Banyak perusahaan membeli barang yang mereka gunakan dalam operasi mereka langsung dari produsen sehingga saluran distribusinya menjadi pendek. Sebaliknya, saluran untuk konsumen biasanya lebih panjang dan rumit.¹² Beberapa tingkatan saluran distribusi, yaitu:¹³

- a. Saluran tingkat nol/ *zero-level channel* (disebut juga saluran pemasaran langsung/ *direct marketing channel*) terdiri dari produsen yang menjual ke pelanggan akhir. Contoh utama adalah penjualan dari pintu ke pintu, arisan, pesanan surat, pemasaran lewat telepon.¹⁴

¹¹ Gitosudarmo, *Manajemen, ...*, hal. 312

¹² Sudaryono, *Manajemen...*, hal. 224

¹³ Gitosudarmo, *Manajemen, ...*, hal. 306

¹⁴ Kotler, *Manajemen, ...*, hal. 112

- b. Saluran tingkat satu/ *one level distribution* berarti kita menggunakan satu penyalur tunggal atau agen tunggal dalam mendistribusikan produk yang kita pasarkan.
 - c. Saluran tingkat dua/ *two level distribution*, metode ini menggunakan saluran distribusi bertingkat dua yang biasanya dilakukan oleh pedagang besar (grosir) pada level pertama kemudian dilanjutkan dengan tingkat penyalur yang kedua oleh retail atau pengecer.
 - d. *Multi Level Distribution* (MLM), saluran distribusi yang menggunakan banyak sekali tingkatan penyalur agar dapat menjangkau konsumen yang lebih intensif banyak dilakukan untuk kebutuhan barang-barang sehari-hari serta barang kelengkapan hidup sehari-hari, seperti sabun, kosmetik serta barang perlengkapan rumah tangga yang lain.
3. Penentuan Saluran Distribusi

Perusahaan harus memutuskan jumlah perantara yang akan digunakan pada setiap tingkat saluran. Selain itu, Terkait dengan cakupan pasar yang ingin dicapai dan jenis produk yang dihasilkan, seorang produsen dapat menerapkan strategi distribusi berikut:

- a. Distribusi Intensif

Distribusi intensif yakni mendistribusikan produk melalui sebanyak mungkin saluran dan anggota saluran. Biasanya dipakai untuk produk-

produk konsumsi berbiaya rendah dengan daya tarik yang luas.¹⁵ Perusahaan berusaha menggunakan penyalur, terutama pengecer sebanyak-banyaknya untuk mendekati dan mencapai konsumen. Semua ini dimaksudkan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan konsumen.¹⁶

Strategi ini biasanya digunakan untuk barang-barang seperti makanan ringan, surat kabar, permen dan permen karet, produk yang sering dibeli konsumen atau dalam berbagai lokasi.¹⁷ Keuntungan strategi ini adalah produk perusahaan tersedia luas di pasar. Sedangkan resikonya adalah item yang dijual harus murah harganya dan *turnover*-nya cepat, sulit mengendalikan gerai yang tersebar luas dan komitmen retailer untuk melakukan promosi produk cenderung rendah.¹⁸

b. Distribusi Selektif

Distribusi selektif merupakan cara distribusi dimana barang-barang hanya disalurkan oleh beberapa penyalur saja yang terpilih atau selektif. Untuk membatasi jumlah penyalur tersebut biasanya diadakan seleksi oleh perusahaan yang memasarkan

¹⁵ Sudaryono, *Pemasaran...*, hal. 222

¹⁶ Swastha, *Menejemen, ...*, hal. 303

¹⁷ Kotler, *Manajemen, ...*, hal. 118

¹⁸ Tjiptono, *Pemasaran...*, hal. 257

barang itu¹⁹ Strategi ini biasanya diterapkan pada produk peralatan dan perabotan rumah tangga.²⁰ Keuntungan strategi ini adalah mampu mendapatkan cakupan pasar yang cukup luas dengan tingkat pengendalian yang besar tanpa biaya yang tinggi, strategi ini juga memberikan laba yang cukup besar bagi produsen dan perantara. Adapun kerugian dari strategi ini adalah apabila gagal memperoleh cakupan pasar bagi produk, maka risikonya tinggi.²¹

c. Distribusi Eksklusif

Distribusi eksklusif yaitu produsen hanya menunjuk satu orang perantara khusus untuk menyalurkan barangnya di daerah atau wilayah tertentu, dengan syarat perantara itu tidak diperkenankan menjual produk milik produsen lain.²² Distribusi eksklusif ini dilakukan oleh perusahaan dengan hanya menggunakan satu pedagang besar dan/atau pengecer dalam daerah pasar tertentu.²³

Contohnya, jam tangan Rolex hanya dijual di toko Rolex resmi.²⁴ Keuntungan distribusi eksklusif meliputi loyalitas perantara cenderung tinggi,

¹⁹ Gitosudarmo, *Manajemen*, ..., hal. 310

²⁰ Sudaryono, *Pemasaran*..., hal. 222

²¹ Tjiptono, *Pemasaran*..., hal. 258

²² *Ibid.*, hal 257

²³ Swastha, *Menejemen*, ..., hal. 303

²⁴ Sudaryono, *Pemasaran*..., hal. 222

meningkatkan citra produk dan tingkat pengendalian yang tinggi atas harga dan jasa yang diberikan perantara. Salah satu kerugian distribusi eksklusif adalah volume penjualan yang rendah.²⁵

4. Saluran Distribusi Sektor Jasa

Saluran distribusi tidak terbatas hanya pada barang-barang fisik saja, produsen jasa juga menghadapi persoalan tentang bagaimana hasil produknya mampu dan mudah dalam memasuki sasaran pasarnya. Oleh karenanya produsen jasa mengembangkan serta menggunakan agen-agen atau tenaga penjual dan mencari lokasi yang tepat dalam pemasaran produk perusahaan.²⁶

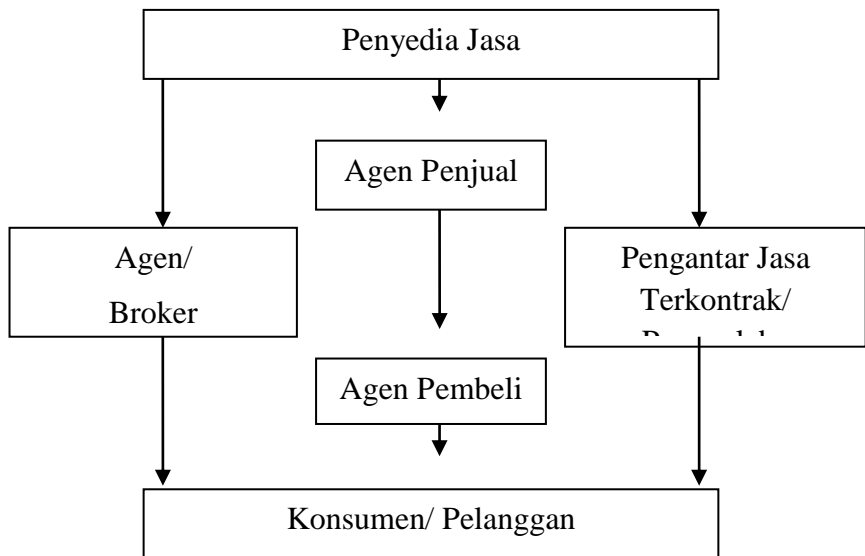
Salah satu lembaga atau perusahaan yang melakukan kegiatan-kegiatan dalam pemasaran untuk menyalurkan barang atau jasa adalah lembaga pelayanan (*facilitator*). lembaga pelayanan (*facilitator*) adalah lembaga-lembaga yang bebas (*independent*). Contohnya adalah lembaga keuangan, biro perjalanan dan pengiriman barang, perusahaan pergudangan, agen periklanan yang membantu dalam penyaluran barang. Lembaga ini bersifat membantu penyaluran, akan tetapi mereka tidak mempunyai hak kepemilikan barang atau negoisasi pembelian dan penjualan suatu barang atau jasa

²⁵ Tjiptono, *Pemasaran...*, hal. 257

²⁶ Gitosudarmo, *Manajemen, ...*, hal. 318

tertentu.²⁷ Pilihan saluran untuk jasa, sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar berikut :²⁸

Gambar 1
Skema Saluran Distribusi Jasa



Saluran distribusi mencakup pihak-pihak yang berpartisipasi dalam menyampaikan jasa. Ada tiga partisipan dalam distribusi jasa, yaitu :²⁹

²⁷ *Ibid.*, hal. 314

²⁸ Rambat Lupiyodi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*, Ed.3, Jakarta: Salmeha empat, 2014, hal. 160

²⁹ *Ibid.*, hal. 159

a. Penyedia Jasa

Contohnya adalah pada jasa ritel, lembaga pendidikan, rumah sakit, bioskop, dan sebagainya.³⁰

b. Perantara

Perantara yaitu individu atau perusahaan yang menjual produknya secara langsung kepada konsumen.³¹ Unsur-unsur jasa pelengkap akan lebih efisien dan efektif apabila didelegasikan kepada perantara. Produsen mengandalkan jasa distributor atau peritel untuk menyimpan dan menjual produk mereka ke pengguna akhir.³² Dalam perusahaan jasa, perantara penjualan jasa biasanya dilakukan oleh agen. Jasa yang bersifat abstrak itu hanya bisa diwakili oleh sebuah agen untuk memasarkannya. Untuk bisa menjual jasa dari produsen jasa, maka agen harus menguasai dengan benar karakteristik (*product knowledge*) yang ditawarkannya.³³

c. Konsumen.

Jasa berdasarkan sudut pandang konsumen diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu.³⁴

³⁰ *Ibid.*, hal. 157

³¹ Sudaryono, *Pemasaran...*, hal. 220

³² Lupioyadi, *Manajemen...*, hal.167

³³ Wahjono, *Bisnis...*, hal. 230

³⁴ Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta : Penerbit Andi, 2013, hal. 97

- 1) Untuk konsumen (jasa fasilitasi), yaitu jasa yang dimanfaatkan sebagai sarana atau media untuk mencapai tujuan tertentu. Kategori ini meliputi transportasi, komunikasi, finansial, akomodasi, dan rekreasi.
- 2) Kepada konsumen (jasa manusia), yaitu jasa yang ditujukan kepada konsumen. Kategori ini dibagi menjadi pengolah manusia (*people processing*) misalnya pusat ketenagakerjaan. Sedangkan kategori lainnya adalah pengubah manusia (*people changing*) misalnya perguruan tinggi dan tempat ibadah.

5. Distribusi dalam Islam

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi lebih lanjut setelah produksi dan konsumsi. Hasil produksi yang diperoleh kemudian disebar dan dipindahtangankan dari satu pihak ke pihak lain. Mekanisme yang digunakan dalam distribusi ini tiada lain adalah dengan cara pertukaran (*mubadalah*) antara hasil produksi dengan hasil produksi lainnya atau antara hasil produksi dengan alat tukar (uang).³⁵

Dalam Islam, kegiatan distribusi tidak dijelaskan secara rinci didalam Al-Qur'an ataupun Al-Hadits, hanya

³⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam : Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, Bandung : Alfabeta, 2013, hal. 176

saja sebagaimana pada prinsip konsumsi dan produksi, Islam memberikan norma etis tentang bagaimana seharusnya umat Islam untuk bersikap dermawan. Kegiatan distribusi dalam Islam ada dua orientasi:³⁶

- a. Pertama adalah menyalurkan rezeki (harta kekayaan) untuk diinfakkan (didistribusikan) demi kepentingan diri sendiri maupun orang lain, seperti; pengeluaran zakat sebagai pensucian harta maupun jiwa, serta mendermakan sebaaian harta bendanya. Definisi pertama ini menekankan pada nilai-nilai spiritual.
- b. Kedua, berkenaan dengan mempertukarkan hasil-hasil produksi dan daya ciptanya kepada orang lain yang membutuhkan, agar mendapat laba sebagai wujud dari pemenuhan kebutuhan atas *business oriented*. Definisi kedua berkenaan dengan perbelanjaan dan kegiatan bisnis ekonomi, baik dengan cara pertukaran maupun *al-'aqd*.

Firman Allah dalam surat Al-Isra' (17) : 29-30

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ
فَتَقْعُدَ مَلُومًا

³⁶ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, hal. 88

مَحْسُورًا ﴿٢٩﴾ إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ وَيَقْدِرُ إِنَّهُ
 كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا ﴿٣٠﴾

“Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal. ◊ Sungguh, Tuhanmu melapangkan rezeki bagi siapa yang Dia kehendaki dan membatasi (bagi siapa yang Dia kehendaki); sesungguhnya Dia Maha Mengetahui, Maha melihat hamba-hambanya.”(QS. al-Isra [17]: 29-30)³⁷

Secara umum, ayat di atas mengingatkan manusia dalam hal ini orang-orang mukmin supaya dalam hal distribusi barang-barang ekonomi dan/atau keuangan termasuk infak, seseorang dilarang berlaku kikir dan dilarang pula berlaku boros (terlalu royal). Maknanya, distribusi itu dilakukan secara sedang dan berimbang. Sikap yang terbaik dalam hal distribusi ekonomi dan keuangan adalah memelihara asas keseimbangan dan kecukupan. Allah-lah yang akan melapangkan dan menyempitkan rezeki seseorang, keluarga, masyarakat, atau bahkan bangsa dan Negara sekalipun, karena Allah Maha Mengetahui lagi Maha Melihat.³⁸

³⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an...*, Jilid 5, hal. 465

³⁸ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi : Teks, Terjemah dan Tafsir*, Ed.1, Jakarta : Amzah, 2013, Cet. Ke 1, hal. 102-103

Dalam distribusi barang dan jasa secara umum, beberapa hal yang harus diperhatikan kaitannya dengan etika ekonomi Islam, yaitu:

a. Pemerataan

Ada 2 pemerataan kaitannya dengan ekonomi Islam, yaitu :

- 1) Pemerataan ke berbagai daerah, distribusi harus merata ke berbagai daerah yang membutuhkan
- 2) Pemerataan kesempatan usaha, produsen besar harus memberikan kesempatan kepada pedagang eceran dan agen untuk berusaha.³⁹

Dari dua pemerataan diatas, masing-masing terdapat sifat *ta'awun* (tolong menolong) atas dasar kebaikan dan takwa, yang sangat dianjurkan dalam Al-Qur'an dan sunah Rasulullah Saw. Firman Allah SWT :

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah

³⁹ Aziz, *Etika...*, hal. 183

kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya.”(Q.S. al-Maidah [5]: 2)⁴⁰

Selain pemerataan distribusi ke berbagai daerah dan distribusi kesempatan usaha, juga terdapat pemerataan distribusi kekayaan. Sistem ekonomi Islam mencoba untuk menegakkan aturan distribusi kekayaan yang merata diantara anggota masyarakat Muslim dengan mengambil tindakan yang amat efektif. Al-Qur’an, kitab suci umat Islam, menyatakan dengan jelas dalam Q.S. al-Hasyr [59]:7

... كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ...

“... agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja diantara kamu...” (Q.S. al-Hasyr [59]:7)⁴¹

Untuk mewujudkan distribusi kekayaan yang adil, jujur, dan merata, Islam menetapkan tindakan-tindakan yang positif dan prohibitif. Tindakan positif mencakup zakat, hukum pewarisan dan kontribusi lainnya baik yang bersifat wajib maupun sukarela (sedekah). Tindakan prohibitif mencakup dilarangnya bunga, menimbun, dilarang semua upaya untuk

⁴⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an...*, Jilid 2, hal. 349

⁴¹ *Ibid.*, Jilid 10, hal. 53

mendapatkan secara tidak jujur, tidak adil dan haram.⁴²

b. Keadilan

Keadilan merupakan kata sifat yang menunjukkan perbuatan, perlakuan adil, tidak berat sebelah, tidak berpihak, berpegang kepada kebenaran, proporsional. Kata '*adl*' didalam Al-Qur'an memiliki aspek dan objek yang, begitu pula pelakunya. Keragaman tersebut mengakibatkan keragaman makna '*adl*' (keadilan). Menurut M. Quraish Shihab, berdasarkan hasil penelitiannya paling tidak ada empat makna keadilan, yakni:⁴³

1) '*Adl*' dalam arti "sama",

Maksud dari "sama" adalah persamaan di dalam hak. Keadilan adalah hak setiap manusia dengan sebab sifatnya sebagai manusia dan sifat ini menjadi dasar keadilan di dalam ajaran-ajaran ketuhanan. Ayat yang berhubungan adalah Q.S. an-Nisa (4): 58

⁴² Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, Jakarta: Kencana, 2016, Cet. Ke 3, hal. 78-79

⁴³ Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam Dan Format Keadilan Ekonomi Di Indonesia*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013, Cet.ke 1, hal. 80-82

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
 النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ
 كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

“Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.” (Q.S. al-Nisa [4]: 58)⁴⁴

2) ‘Adl dalam arti “seimbang”

Makna keadilan di dalam pengertian “keseimbangan”, menimbulkan keyakinan bahwa Allah Yang Mahabijaksana dan Maha Mengetahui menciptakan serta mengelola segala sesuatu dengan ukuran, kadar, dan waktu tertentu guna mencapai tujuan. Q.S. al-Infithar (82): 7

الَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ ﴿٧﴾

“Yang telah menciptakan-mu lalu menyempurnakan kejadianmu dan menjadikan

⁴⁴ Kementrian Agama RI, *Al-Qur’an...*, Jilid 2, hal. 195

(susunan tubuh)mu seimbang.” (Q.S. al-Infithar [82]: 7)⁴⁵

- 3) ‘*Adl* dalam arti “perhatian terhadap hak-hak individu dan memberikan hak-hak itu kepada setiap pemiliknya”, pengertian inilah yang didefinisikan dengan “menempatkan sesuatu pada tempatnya” atau “memberi pihak lain haknya melalui jalan yang terdekat”. Q.S. Az-Zukhruf (43) :32, yang berbunyi:

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي
 الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ
 بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

“Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kamilah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.” (Q.S. al-Zukhruf [43] : 32).⁴⁶

⁴⁵ *Ibid.*, Jilid 10, hal. 576

⁴⁶ *Ibid.*, Jilid 9, hal. 104

- 4) ‘*Adl* dalam arti “yang dinisbahkan kepada Allah” Keadilan Allah pada dasarnya merupakan rahmat dan kebaikan-Nya. Allah memiliki hak atas semua yang ada, sedangkan semua yang ada tidak memiliki sesuatu di sisi-Nya. Q.S. Ali Imran (3): 18

شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا

بِالْقِسْطِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

“Allah menyatakan bahwa tidak ada tuhan selain Dia; (demikian pula) para malaikat dan orang berilmu yang menegakkan keadilan, tidak ada tuhan selain Dia, Yang Mahaperkasa, Mahabijaksana”. (Q.S. Ali Imran [3]: 18)⁴⁷

Keadilan dalam distribusi barang dan jasa secara umum, yaitu:⁴⁸

- 1) Keadilan terhadap produsen sejenis. Dalam memasarkan produk, tidak boleh saling menjatuhkan satu sama lain. Boleh memamerkan keunggulan, tetapi tidak boleh menjelekkkan produk lain.

⁴⁷ *Ibid.*, Jilid 1, hal. 470

⁴⁸ Noor, *Konsep ...*, hal. 183

- 2) Keadilan terhadap konsumen. Produsen sebaliknya memberikan informasi yang jelas, sehingga konsumen tidak dirugikan.

Dalam kegiatan ekonomi, keadilan pada umumnya dibagi menjadi dua macam, yaitu: *distributive justice* dan *productive justice*. Keadilan distribusi, dimana semua yang terlibat dalam proses produksi berhak atas hasil kerjanya. Berbeda dengan keadilan distribusi, keadilan produksi pelakunya adalah perusahaan, bentuknya berupa pembagian kepemilikan kekayaan perusahaan dan penerimanya karyawan di perusahaan yang bersangkutan. Konsep keadilan Islam dalam pembagian pendapatan dan kekayaan bukanlah berarti bahwa setiap orang harus menerima imbalan sama persis tanpa mempertimbangkan kontribusinya kepada masyarakat. Islam membolehkan adanya perbedaan pendapatan, karena memang manusia diciptakan tidak sama dalam watak, kemampuan dan pengabdian kepada masyarakat. Oleh sebab itu keadilan distribusi dalam Islam merupakan:

- 1) Jaminan standar hidup yang layak bagi setiap warga Negara melalui pelatihan yang tepat, pekerjaan yang cocok dan upah yang layak, keamanan masyarakat dan bantuan keuangan

bagi yang membutuhkan melalui pelembagaan zakat.

- 2) Penggalakan pembagian kekayaan melalui sistem penyebaran pada tingkat orang-orang yang lemah, membolehkan perbedaan pendapatan sesuai dengan kontribusinya terhadap masyarakat.⁴⁹

c. Ketepatan Waktu dan Kualitas⁵⁰

Dalam pendistribusian barang sangat diperlukan ketepatan waktu terutama yang masa kedaluarsanya singkat. Demikian juga dengan kualitas yang harus terjaga dalam pendistribusian saat barang disalurkan, diupayakan tidak ada kerusakan, kerusakan barang berpengaruh pada harga yang sampai pada konsumen.

Imam al-Ghazali dalam kitab monumentalnya berjudul *Ihya Ulum al-Din* menjelaskan beberapa etika yang perlu disikapi oleh para distributor ataupun *marketing* diantaranya adalah:

- 1) Bersifat amanah, amanah berarti setia dan jujur dalam melaksanakan kegiatan dengan penuh tanggung-jawab, baik berupa tugas, harta maupun benda.

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 262-263

⁵⁰ *Ibid.*, hal. 183-184

- 2) Berlaku benar dalam perkataan dan juga perbuatan. Benar dalam perkataan ialah menyatakan perkara yang benar dan tidak menyembunyikan rahasia kecuali untuk menjaga nama baik seseorang.
- 3) Berlaku adil yakni memberikan hak kepada orang yang memiliki hak tanpa mengurangnya.
- 4) Menjaga kesabaran dalam menghadapi ujian, cobaan, dan kesulitan di lapangan maupun tempat kerja.

B. Teori *Rahn*

1. Produk *Rahn*

Menurut Thamrin Abdullah dalam buku *Manajemen Pemasaran*, definisi produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi pancaindera).⁵¹ Menurut Sentot Imam Wahjono dalam buku *Bisnis Modern*, Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian permintaan, pemakaian atau

⁵¹ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2013, Cet. Ke 2, hal. 153

konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia. Contoh produk adalah : kertas, buku, baju, kaos, printer, rumah, tabungan, deposito, kredit, dan lain-lain.⁵² Sedangkan menurut kotler, dalam buku *manajemen pemasaran* edisi ke 13 jilid 2, produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi dan ide.⁵³

Pada umumnya produk dapat diklasifikasikan dengan berbagi cara. Salah satu cara yang sering digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk. Berdasarkan kriteria tersebut, ada tiga kelompok produk, yaitu:⁵⁴

- a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*). Barang ini adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Barang ini memiliki umur ekonomis kurang dari satu tahun.
- b. Barang tahan lama (*durable goods*). Barang ini memiliki wujud yang biasanya bisa bertahan lama dan memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun.

⁵² Wahjono, *Bisnis ...*, hal. 218

⁵³ Kotler, *Manajemen ...*, hal. 4

⁵⁴ Sangadji, *Perilaku...*, hal. 92

- c. Jasa (*service*), merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Jasa adalah setiap kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tak berwujud dan tidak mengakibatkan seseorang memiliki sesuatu. Produksinya dapat atau tidak dapat terkait pada produk fisik. Contoh jasa adalah: jasa jahit penjahit, jasa pangkas rambut, jasa transfer uang antar bank di bank, dan lain-lain. Karakteristik utama jasa adalah; tidak berwujud, tidak terpisahkan, beraneka ragam, dan tidak tahan lama. Jasa memang tidak nampak wujudnya, tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum dilakukan pembelian atau layanan jasa itu telah selesai dilaksanakan.⁵⁵

Sebagai lembaga keuangan non-bank yang bergerak dibidang jasa, pegadaian syariah menawarkan produk utama yaitu berupa jasa gadai atau disebut juga dengan *rahn*. Secara Bahasa, *rahn* berarti *tsubut wa dawam* (tetap dan lama). Ada sebagian yang menyatakan bahwa kata *rahn* bermakna tertahan dengan dasar firman Allah:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

⁵⁵ Wahjono, *Bisnis ...*, hal. 218

“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya.” (QS. al-Muddatsir [74]: 38).⁵⁶

Kata *rahinah* dalam ayat tersebut bermakna tertahan. Pengertian kedua ini hampir sama dengan yang pertama karena yang tertahan itu tetap berada ditempatnya.⁵⁷ Adapun pengertian *rahn* menurut Imam Ibnu Qudhamah dalam *Kitab al-Mughni* adalah sesuatu benda yang dijadikan kepercayaan dari suatu hutang untuk dipenuhi dari harganya, apabila yang berhutang tidak sanggup membayarnya dari orang yang berpiutang. Sedangkan Imam Abu Zakaria al-Anshary dalam kitabnya *Fath al-Wahab* mendefinisikan *rahn* adalah menjadikan benda yang bersifat harta benda sebagai kepercayaan dari suatu yang dapat dibayarkan dari harta itu bila utang tidak dibayar. Dari beberapa pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa pengertian *rahn* adalah menahan harta salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai.⁵⁸

⁵⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an...*, Jilid 3, hal. 430

⁵⁷ Yadi Janwari, *Fiqh Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015, hal. 102

⁵⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011, hal. 112

Rahn yang diimplementasikan di pegadaian syariah bukanlah *rahn* yang bersifat mandiri, melainkan *rahn* yang dikonvergensi dengan akad lain, terutama dengan akad *qardl* dan *ijarah*. Hanya saja, kalau akad *qardl* diimplementasikan secara mandiri, maka tidak ada keuntungan bagi perusahaan pegadaian syariah. Oleh karena itu, akad *qardl* ini kemudian dilengkapi dengan akad *ijarah* dan akad *rahn*. Dengan akad *ijarah*, maka perusahaan pegadaian syariah berhak mendapatkan *fee* dengan menempatkan *marhun* sebagai *ma'jur* pada fasilitas yang disediakan oleh pegadaian syariah.⁵⁹

2. Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*⁶⁰
 - a. Latar Belakang Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002
 - 1) bahwa salah satu bentuk jasa pelayanan keuangan yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang;
 - 2) bahwa lembaga keuangan syari'ah (LKS) perlu merespon kebutuhan masyarakat tersebut dalam berbagai produknya;

⁵⁹ Januari, *Fiqih ...*, hal. 108

⁶⁰ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 25/DSN-MUI/III/2002

3) bahwa agar cara tersebut dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah, Dewan Syariah Nasional memandang perlu menetapkan fatwa untuk dijadikan pedoman tentang *Rahn*, yaitu menahan barang sebagai jaminan atas utang.

b. Landasan Hukum Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002

1) Firman Allah, QS. Al-Baqarah [2]: 283:

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ ...



“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan dipegang ...”. (Q.S. Al-Baqarah [2]: 283)⁶¹

2) Hadis Nabi riwayat al-Bukhari dan Muslim dari ‘Aisyah r.a., ia berkata:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَىٰ أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ.

“Sesungguhnya Rasulullah s.a.w. pernah membeli makanan dengan berutang dari seorang Yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya.”

⁶¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an...*, Jilid 1, hal. 431

- 3) Ijma: Para ulama sepakat membolehkan akad *Rahn* (al- Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, 1985, V: 181).
 - 4) Kaidah Fiqih:

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ
 عَلَى تَحْرِيمِهَا.

Pada dasarnya segala bentuk muamalat boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.
- c. Putusan Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002
- 1) Ketentuan Umum
 - a) *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *Marhun* (barang) sampai semua utang *Rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
 - b) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin*. Pada prinsipnya, *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *Murtahin* kecuali seizin *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
 - c) Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *Murtahin*,

sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahin*.

d) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.

e) Penjualan *marhun*

(1) Apabila jatuh tempo, *Murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi utangnya.

(2) Apabila *rahin* tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka *marhun* dijual paksa/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.

(3) Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan

(4) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.

2) Ketentuan Penutup

a) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan

Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

- b) Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

C. Teori *Office Channeling*

1. Pengertian Office Channeling

Menurut Khotibul Umam dalam buku *Trend Pembentukan Bank Umum Syariah Pasca UU No. 21 Tahun 2008*, *Office Channeling* merupakan istilah yang diberikan guna menandai dimungkinkannya melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah di Kantor Cabang dan/ atau Kantor Cabang Pembantu Bank Umum Konvensional.⁶²

Tri Hendro dalam buku *Bank dan Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia* menjelaskan *Office Channeling* adalah penggunaan kantor bank konvensional untuk melayani transaksi-transaksi dengan skema syariah, dengan syarat bank bersangkutan telah memiliki Unit Usaha Syariah. Kebijakan *Office Channeling* ini juga

⁶² Khotibul Umam, *Trend Pembentukan Bank Umum Syariah Pasca UU No. 21 Tahun 2008 (Konsep, Regulasi dan Implementasi)*, Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta, 2009, hal. 44

ditunjukkan untuk menumbuhkan perekonomian nasional melalui kegiatan perbankan syariah.⁶³

2. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK)

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/ POJK.05/ 2016 tentang usaha pegadaian pada bab IV dijelaskan mengenai penyelenggaraan usaha, terdapat pasal 30 yang berbunyi.⁶⁴

- a. Perusahaan pegadaian dapat menyelenggarakan sebagian kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah sebagaimana dimaksud dalam pasal 13 ayat (3) dengan wajib terlebih dahulu memperoleh persetujuan dari OJK.
- b. Perusahaan pegadaian yang menyelenggarakan sebagian kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, wajib:
 - 1) Mempunyai pembukuan terpisah untuk kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dari kegiatan usaha konvensional; dan
 - 2) menunjuk pegawai yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan usaha yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah.

⁶³ Tri Hendro dan Conny Tjandra Rahardja, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*, Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2014, hal. 210

⁶⁴ Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/ POJK.05/ 2016 tentang usaha pergadaian, hal. 26

Hal lain yang disebutkan dalam peraturan OJK Nomor 31/ POJK.05/ 2016 tentang usaha pegadaian yaitu mengenai proses pengajuan perusahaan pegadaian yang menyelenggarakan sebagian usaha berdasarkan prinsip syariah, tercantum dalam pasal 31, yaitu :⁶⁵

- a. Untuk memperoleh persetujuan menyelenggarakan sebagian kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah sebagaimana dimaksud dalam pasal 30 ayat (1), direksi perusahaan pegadaian harus mengajukan permohonan persetujuan kepada OJK dengan menggunakan format sebagaimana tercantum dalam lampiran yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari peraturan OJK ini dan harus dilampiri dokumen:
 - 1) Surat rekomendasi DPS dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia
 - 2) Daftar riwayat hidup pegawai yang bertanggungjawab atas kegiatan usaha yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah, dilengkapi dengan pas foto berwarna yang terbaru berukuran 4 x 6 cm dan,
 - 3) Contoh surat bukti gadai dan/ atau formulir berdasarkan prinsip syariah yang akan digunakan.

⁶⁵ *Ibid.*, hal. 26-27

3. Hubungan bisnis antara lembaga keuangan syariah dengan non syariah

Lembaga keuangan syariah atau lembaga keuangan Islam bukanlah suatu sistem yang berdiri sendiri dan yang terlepas dari sistem perbankan global dan tidak boleh bersinggungan dengan sistem keuangan konvensional. Lembaga keuangan syariah harus dilihat sebagai bagian dari sistem keuangan global dan harus dipandang merupakan pelengkap dari sistem keuangan konvensional. Tidak ada larangan menurut ketentuan syariah bahwa suatu lembaga syariah melakukan hubungan korespondensi dan bekerja sama dalam melakukan kegiatan usaha. Hal yang mutlak dilarang adalah bahwa lembaga keuangan syariah tidak diperkenankan untuk ikut bersama-sama dengan lembaga konvensional melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah.⁶⁶

Berikut ini dalil dibolehkannya kerjasama antara lembaga keuangan syariah dengan non-syariah, yaitu :⁶⁷

⁶⁶ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, hal. 38-39

⁶⁷ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 91/DSN-MUI/IV/2014 Tentang Pembiayaan Sindikasi (*Al-Tamwil Al-Mashrifi Af-Mujamma '*)

a. Pendapat 'Atha', Thawus, dan Mujahid:

حَدَّثَنَا وَكَيْعٌ، عَنِ الْحَسَنِ بْنِ صَالِحٍ، عَنْ أَبِي ثَابِتٍ، قَالَ: كَانَ عَطَاءٌ
وَطَاوُسٌ
وَمُجَاهِدٌ: يَكْرَهُونَ شَرِكَةَ الْيَهُودِيِّ، وَالنَّصْرَانِيِّ، إِلَّا إِذَا كَانَ
الْمُسْلِمُ
هُوَ الَّذِي يَرَى الشِّرَاءَ وَالْبَيْعَ

"Waki' menjelaskan (haddatsana) kepada kami, dari al-Hasan bin Shalih, dari Laits. Dia berkata, "'Atha', Thawus, dan Mujahid melarang kerjasama/syirkah (antara muslim) dengan orang Yahudi dan orang Nasranai, kecuali jika pihak muslim (syarik) yang mengawasi (transaksi) beli dan jualnya." (Mushnnaf Ibnu Abi Syaibah, jilid IV, hlm. 269);

b. Ketentuan *Ma 'ayir Syari 'iyah* (Sharia Standards AAOIFI)

لَأَمَّا نِعَ شَرَعًا مِنْ إِشْتِرَاكِ الْبُنُوكِ التَّقْلِيدِيَّةِ مَعَ الْمَوْ سَسَاتِ فِي
الْتَّمْوِيلِ
الْمَصْرَفِيِّ الْمَجْمَعِ مَا دَامَتْ الْمُشَارَكَةُ وَالْتَّمْوِيلُ يَتِمَّانِ وَفَقَ
الصِّيغِ
الْإِسْلَامِيَّةِ الْمَشْرُوعِيَّةِ.

"Tidak ada larangan secara syariah untuk mengikutsertakan bank konvensional dalam kerjasama pembiayaan sindikasi, dengan syarat kerjasama dan pembiayaan sindikasi dilakukan sesuai dengan prinsip dan ketentuan syariah." (*al-Ma 'ayir asy-Syar'iyah*, 24:5-2);

Syeikh Abdul Aziz bin Abdullah bin Baz berpendapat bahwa jika mentransfer uang melalui bank

non-syariah karena alasan darurat, maka insya Allah tidak apa-apa. Berdasarkan firman Allah swt.:

... وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ إِلَّا مَا اضْطُرَّرْتُمْ إِلَيْهِ  ...

“...Padahal Allah telah menjelaskan kepadamu apa yang diharamkan-Nya kepadamu, kecuali jika kamu dalam keadaan terpaksa...” (QS. al-An’aaam [6]: 119)⁶⁸

Pada masa sekarang, mentransfer uang melalui bank merupakan darurat masyarakat umum, begitu juga menyimpan uang di bank, asalkan tanpa ada persyaratan penerimaan bunga, jika seseorang diberi bunga tanpa adanya persyaratan dan kesepakatan sebelumnya, maka tidak apa-apa mengambilnya untuk kemudian di-*tasharruf*-kan pada jalan kebaikan. Apabila memungkinkan mentransfer uang melalui bank Islami atau dengan jalan mubah, maka tidak dibolehkan mentransfernya melalui bank non-syariah. Begitu juga dengan menabung uang, jika mudah untuk menabung di bank Islami atau tempat perdagangan yang Islami, maka tidak dibolehkan menyimpannya di bank non-syariah, karena telah hilang kondisi darurat.⁶⁹

⁶⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an...*, Jilid 3, hal. 218

⁶⁹ Syeikh Abdurrahman as-Sa’di dan Syekh Abdul bin Baaz, *et al.*, *Fiqh al-Bay’ wa asy-Syira’*, Abdullah, “Fiqh Jual-Beli : Panduan Praktis Bisnis Syariah”, Jakarta: Senayan Publishing, 2008, hal. 396-397

4. *Wakalah*

Secara bahasa *wakalah* berarti penyerahan (*tafwidh*) atau penjagaan perlindungan (*hifzh*), pencukupan (*kifayah*), atau tanggungan (*dlaman*), yang diartikan juga dengan memberikan kuasa atau mewakilkan. Menurut Taqiy al-Din al-Husayni yang dikutip dari Yadi Janwari dalam buku *Fiqih Lembaga Keuangan Syariah*, Secara istilah, *wakalah* berarti tindakan seseorang menyerahkan urusannya kepada orang lain pada urusan yang dapat diwakilkan, agar orang lain itu mengerjakan urusan tersebut pada saat hidupnya orang yang mewakilkan.

Maksud *wakalah* adalah pelimpahan kekuasaan oleh seseorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan (dalam hal ini pihak kedua) hanya melaksanakan sesuatu sebatas kuasa atau wewenang yang diberikan oleh pihak pertama. Namun, apabila kuasa itu telah dilaksanakan sesuai yang diisyaratkan, maka semua risiko dan tanggung jawab atas dilaksanakan perintah tersebut sepenuhnya berada pada pihak pertama atau pemberi kuasa.⁷⁰

⁷⁰ Janwari, *Fiqih, ...*, hal. 112

Wakalah disyariatkan dan hukumnya adalah boleh. Ini berdasarkan al-Qur'an, Hadis, ijma', dan qiyas, diantaranya yaitu:⁷¹

a. Dalil Al-Qur'an Q.S. al-kahfi (18): 19

...قَالُوا رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِثْتُمْ فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ
هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ
مِّنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا

“...berkata (yang lain lagi): ‘Tuhan kamu lebih mengetahui berapa lama kamu berada (di sini). Maka suruhlah salah seorang di antara kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, dan bawalah sebagian makanan itu untukmu, dan hendaklah dia berlaku lemah lembut dan jangan sekali-kali menceritakan halmu kepada siapa pun.’” (Q.S. al-kahfi [18]: 19)⁷²

b. Dasar Hadis-hadis Nabi, salah satunya adalah:

إِنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ أَبَا رَافِعٍ
وَرَجُلًا مِنَ الْأَنْصَارِ، فَرَزَّجَاهُ مَيْمُونَةَ بِنْتَ الْحَارِثِ (رَوَاهُ
مَالِكٌ فِي الْمَوْطَأِ)

“Rasulullah SAW mewakilkan kepada Abu Rafi' dan seorang Anshar untuk mengawinkan (Kabul perkawinan Nabi dengan) Maimunah binti al-Harits.” (HR. Malik dalam al-Muwaththa').

⁷¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi syariah*, Jakarta: Prenada Media Group, 2015, Cet. Ke 3, hal. 298

⁷² Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an...*, Jilid 5, hal. 590

- c. Dasar *ijma'* adalah bahwa dalam kitab al-Mughni disebutkan : ulama-ulama sepakat dibolehkannya *wakalah*.
- d. Dasar *qiyas*, bahwa kebutuhan manusia menuntut adanya *wakalah* karena tidak setiap orang mampu menyelesaikan urusan sendiri secara langsung sehingga ia membutuhkan orang lain untuk menggantikannya sebagai wakil.

Dalam *wakalah* tidak disyaratkan adanya lafaz tertentu, akan tetapi sudah sah dengan apa saja yang dapat menunjukkan hal itu. Oleh karena itu, *Ijab Kabul* dapat dilakukan secara lisan, maupun secara tertulis. *Ijab Kabul* secara lisan cocok untuk pemberian kuasa untuk urusan yang sederhana, sedangkan apabila urusan yang akan dikuasakan kepada orang lain adalah urusan yang kompleks, maka sebaiknya dibuat dalam bentuk tertulis.⁷³ Pemberian kuasa ini tentu saja ada yang sifatnya sukarela, pun ada yang sifatnya *profit*, dengan pemberian semacam upah/ *fee* kepada pihak yang menerima kuasa. Namun, dalam praktik biasanya pemberian kuasa dilaksanakan

⁷³ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2016, Cet. Ke 1, hal. 171

dengan cuma-cuma, kecuali jika diperjanjikan sebaliknya.⁷⁴

Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh para pihak, yaitu:⁷⁵

- a. Syarat bagi pemberi kuasa dan penerima kuasa, bahwa kedua-duanya harus telah memiliki kewenangan bertindak (cakap secara hukum), yaitu dewasa/baligh, tidak gila/kurang akal, atau tidak ditaruh dibawah pengampuan.
- b. Hal-hal yang boleh dikuasakan, merupakan perbuatan yang diketahui oleh penerima kuasa dan dapat dikuasakan. Dalam Islam tidak semua hal dapat dikuasakan, khususnya hal-hal yang berkaitan dengan ibadah kepada Allah Swt.

Ada 2 ketentuan tentang *wakalah*, yang pertama, Pernyataan ijab dan Kabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad). Yang kedua, *wakalah* dengan imbalan bersifat mengikat dan tidak boleh dibatalkan secara sepihak. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajiban-kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya

⁷⁴ *Ibid.*, hal 168

⁷⁵ *Ibid.*, hal 172

dilakukan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.⁷⁶

⁷⁶ Mardani, *Fiqih*,..., hal. 303

BAB III
GAMBARAN UMUM PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG
SYARIAH PASAR NGABUL JEPARA DAN DATA *OFFICE*
CHANNELING

A. Profil Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

Sebelum menjadi perseroan, pegadaian sudah beberapa kali mengalami perubahan status, yaitu dari Perusahaan Negara (PN) pada tanggal 1 Januari 1961 berubah menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) berdasarkan PP Nomor 7 Tahun 1969, dan selanjutnya berdasarkan PP Nomor 10 Tahun 1990 (diperbaharui dengan PP Nomor 103 Tahun 2000) berubah lagi menjadi Perusahaan (Perum). Pada tahun 2011, berdasarkan PP Nomor 51 Tahun 2011, tanggal 13 Desember 2011, badan hukum pegadaian berubah lagi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Pendirian Pegadaian (Persero) dilakukan oleh Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sehingga termasuk ke dalam kelompok BUMN.¹

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara atau Cabang Pelayanan Syariah (CPS) Pasar Ngabul Jepara telah berdiri selama kurang lebih 11

¹ Hendro, *Bank...*, hal. 408

tahun. Pelaksanaan kegiatan operasionalnya sudah berjalan sejak tahun 2006. CPS Pasar Ngabul Jepara merupakan pegadaian berbasis syariah yang pertama kali berdiri di area Pati. Di area Pati hanya terdapat satu CPS yaitu CPS Pasar Ngabul yang berada di kabupaten Jepara. Jadi, CPS pasar Ngabul merupakan kantor cabang area Pati yang membawahi UPS (Unit Pelayanan Syariah) di area Pati yang meliputi Pati, Kudus, Jepara, Grobogan dan Demak. Sedangkan di area Pati yang lain seperti Rembang dan Blora belum ada Unit Pelayanan Syariah.

Sejak awal berdiri, CPS Pasar Ngabul telah menjadi cabang yang membawahi unit-unit. Namun, pada tahun 2008, terjadi perubahan status yang semula CPS menjadi UPS Pasar Ngabul. Sedangkan cabangnya berganti di Ronggolawe Kudus yang juga baru berdiri pada tahun tersebut. Perubahan status terjadi karena pegadaian syariah di Ronggolawe Kudus tempatnya lebih strategis. Pada tahun 2014 tepatnya di bulan Februari, terjadi perubahan status kembali. Unit Pelayanan Syariah Pasar Ngabul berganti status kembali menjadi cabang sampai sekarang. Adanya perubahan status disebabkan omset Pasar Ngabul yang lebih besar dari pegadaian syariah yang berada di Ronggolawe Kudus.

Pemberian nama Pasar Ngabul berdasarkan letak pegadaian syariah yang berada di kawasan Pasar Ngabul

lama tepatnya di jalan Pasar Ngabul blok no. 1. Penentuan letak lokasi CPS Pasar Ngabul dipilih dengan berbagai pertimbangan. Lokasi tersebut merupakan lokasi yang strategis, berada di area pasar, dekat dengan perumahan warga dan berada di jalur Jepara-Kudus. Pada awal pembukaanya, CPS Pasar Ngabul langsung ramai didatangi banyak orang. Orang-orang banyak yang tertarik untuk menggadaikan barang dan menggunakan produk-produk yang ada di CPS Pasar Ngabul.

2. Visi dan Misi Perusahaan²

Pegadaian syariah secara keseluruhan, baik Pegadaian Syariah Pusat, Cabang maupun Unit mempunyai visi dan misi yang sama, yaitu sebagai berikut:

a. Visi Pegadaian :

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

b. Misi Pegadaian :

1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

²*Ibid.*, hal 409

- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

3. Budaya Perusahaan

Budaya Perseroan PT. Pegadaian (Persero) tercermin dalam nilai budaya INTAN yang diterjemahkan ke dalam 10 Perilaku Utama Insan Pegadaian, yaitu :³

a. Budaya Perseroan “INTAN”, antara lain:

1) INOVATIF

Selalu melakukan penyempurnaan yang mempunyai nilai tambah berkelanjutan

2) NILAI MORAL TINGGI

Memahami, mematuhi dan mengamalkan ajaran agama masing-masing serta etika perseroan

3) TERAMPIL

Melaksanakan tugas secara profesional

³ *Annual Report* Laporan Tahunan Pegadaian Tahun 2016, hal. 68-

4) ADI LAYANAN

Memberikan layanan yang cepat, aman dan nyaman untuk kepuasan pelanggan

5) NUANSA CITRA

Senantiasa peduli dan menjaga nama baik serta reputasi perseroan.

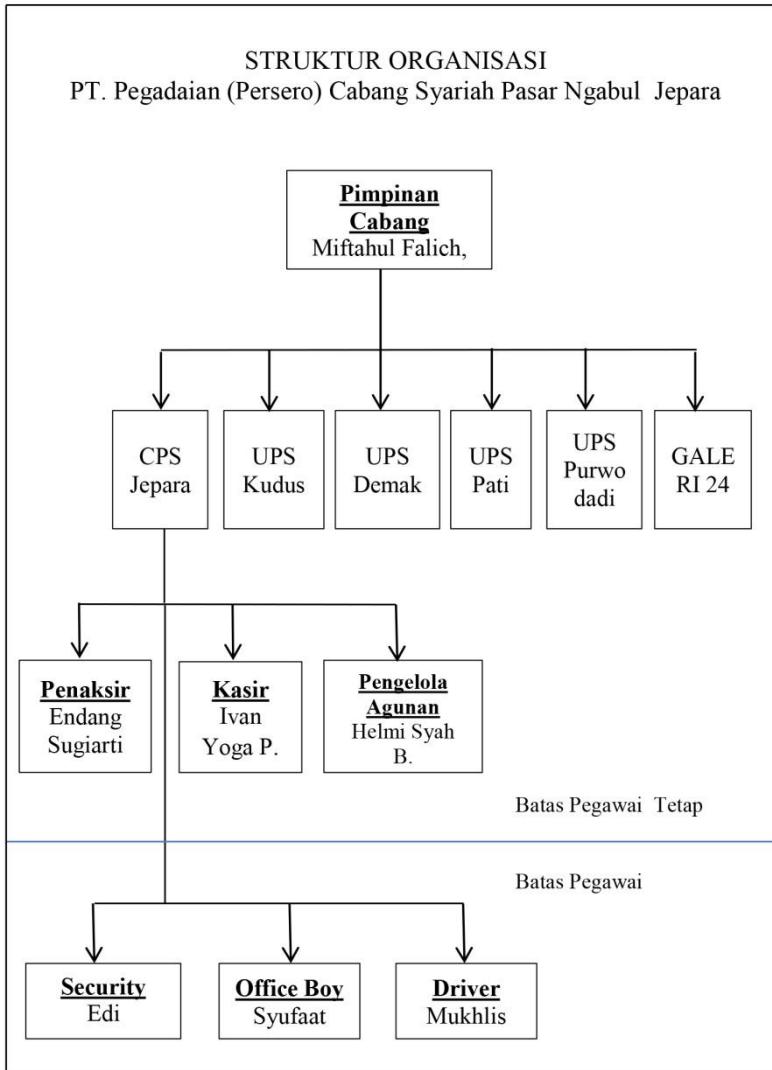
b. Sepuluh perilaku utama insan pegadaian

- 1) Berinisiatif, kreatif, produktif, dan adaptif,
- 2) Berorientasi pada solusi bisnis,
- 3) Taat beribadah,
- 4) Jujur dan berpikir positif,
- 5) Kompeten di bidang tugasnya,
- 6) Selalu mengembangkan diri,
- 7) Peka dan cepat tanggap,
- 8) Empatik, santun dan ramah,
- 9) Bangga sebagai insan Pegadaian,
- 10) Bertanggung jawab atas aset dan reputasi Perseroan.

4. Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2

Struktur Organisasi CPS Pasar Ngabul Jepara



Sumber : Dokumentasi Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara

Fungsi pegawai pegadaian syariah yang sesuai dengan struktur organisasi, yaitu :⁴

- a. Pimpinan Cabang, bertugas ;
 - 1) Sebagai pimpinan pelaksanaan teknis dari perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Secara organisatoris Manajer Kantor Cabang Unit Layanan Gadai Syariah bertanggung jawab langsung kepada pimpinan wilayah, selanjutnya Pimpinan Wilayah akan melaporkan hasil kegiatan binaannya kepada Direksi.
 - 2) Membantu kelancaran pelaksanaan tugas di Kantor Cabang Unit Layanan Gadai Syariah Pimpinan Cabang dibantu sejumlah pegawai dengan bagian masing-masing sebagai berikut:
 - a) Penaksir,
 - b) Kasir,
 - c) Bagian Gudang
- b. Penaksir bertugas menaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.
- c. Kasir bertugas melakukan tugas penerimaan, penyimpanan dan pembayaran serta pembelian sesuai

⁴ Sutedi, *Hukum ...*, hal. 95

dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional Kantor Cabang Unit Layanan Gadai Syariah.

- d. Bagian Gudang bertugas melakukan pemeriksaan, penyimpanan, pemeliharaan dan pengeluaran serta pembukuan *marhun* selain barang kantor sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam rangka ketetapan dan keamanan serta keutuhan *marhun*.

B. Produk Layanan Syariah

1. Produk Pembiayaan

a. *Ar-Rahn* (Gadai Syariah)

Rahn adalah pemberian pinjaman dengan memberikan agunan/ jaminan barang bergerak (emas, elektronik & kendaraan bermotor). Proses cepat, aman, berprinsip syariah dengan pola gadai.

Pemberian pinjaman dengan perikatan gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Alur dan proses layanan yang diberikan sama dengan pegadaian konvensional, namun nasabah tidak dikenakan sewa modal, melainkan dikenakan *ujrah* yang dihitung dari taksiran barang jaminan yang diserahkan. Besaran tarif *ujrah* maksimal adalah 0,71% (dari taksiran barang jaminan) per 10 hari dengan jangka waktu maksimum 4 bulan, tetapi dapat

diperpanjang dengan cara mengangsur ataupun mengulang gadai, serta dapat dilunasi sewaktu-waktu dengan perhitungan *ujrah* secara proporsional selama masa pinjaman.⁵

b. Ar-Rum (*Ar Rahn* untuk Usaha Mikro/Kecil)

Produk ar-rum merupakan fasilitas pinjaman atas pembiayaan untuk keperluan usaha para nasabah pegadaian yang menganut prinsip syariah dan didasarkan atas kelayakan usaha. Produk ini diluncurkan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah pegadaian syariah yang ingin mendapatkan dana untuk pembiayaan usahanya.⁶ Produk ar-rum ini dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

1) Ar-Rum BPKB

Pegadaian ar-rum BPKB adalah pembiayaan dengan prinsip syariah untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sesuai dengan Fatwa DSN MUI No. 68/DSN-MUI/III/2008.

2) Ar-Rum Emas

Pegadaian ar-rum emas adalah pembiayaan gadai sistem angsuran berprinsip syariah dengan

⁵ *Annual Report* Laporan Tahunan Pegadaian Tahun 2016, hal. 60

⁶ Hendro, *Bank...*, hal. 451

jaminan Emas / Berlian sesuai Fatwa DSN MUI No. 26/DSN-MUI/III/2008.

3) Ar-Rum Haji

Nasabah bisa memperoleh uang pinjaman dalam bentuk tabungan haji hanya dengan menitipkan emas yang langsung digunakan untuk mendaftar haji dan memperoleh nomor porsi haji. Emas perhiasan/ batangan (LM) yang dijaminan minimal setara Rp. 7 juta. Uang pinjaman yang diberikan sebesar Rp 25 juta (sebesar biaya pendaftaran porsi haji yang ditetapkan oleh kementerian agama RI). Persyaratannya, menyerahkan copy KTP dan jaminan emas serta SABPIH. Pinjaman dapat diangsur 12,18,24 atau 36 bulan. Biaya pemeliharaan barang jaminan (*mu'nah*) per bulan $0,95\% \times$ nilai taksiran jaminan.

c. MULIA (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi)

Merupakan layanan penjualan logam mulia kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses cepat dan dalam jangka waktu yang fleksibel. Logam mulia bisa menjadi salah satu alternatif investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa mendatang dan tersedia pilihan logam mulia

dengan berat mulai dari 5gr, 10gr, 25gr, 50gr, 100gr, 250gr, dan 1000gr.

d. Pegadaian AMANAH

Pegadaian Amanah merupakan pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor kepada karyawan tetap dan pengusaha mikro dengan prinsip syariah sesuai fatwa DSN MUI No. 68/DSN.MUI/III/2008. Pemberian pinjaman atau kredit untuk kepemilikan kendaraan bermotor kepada para karyawan tetap pada suatu instansi atau perusahaan tertentu atau bagi para pengusaha mikro kecil. Dasar pemberian pinjaman dengan menghitung *repayment capacity* yang ditentukan atas dasar besarnya penghasilan/gaji bagi karyawan tetap atau berdasar kelayakan usaha bagi pengusaha mikro kecil. Pola perikatan jaminan dilakukan dengan akad *rahn tasjily*.

Nasabah dapat memperoleh pinjaman Rp. 5 juta hingga Rp. 450 juta dengan uang muka mulai 20%. Jangka waktunya fleksible mulai dari 12, 18, 24, 48 dan 60 bulan. Pegadaian mengenakan biaya pengelolaan (*mu'nah*) yang kompetitif yaitu 0,8% x taksiran.

2. Produk non pembiayaan

a. Pegadaian MPO (*Multi Payment Online*)

Merupakan layanan Solusi pembayaran cepat yang memberi kemudahan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank. Berbagai layanan pembayaran tagihan bulanan, seperti pembayaran listrik, telepon, internet, Tv berlangganan, pulsa, tiket kereta api, serta Angsuran Suzuki finance, ITC Auto Multifinance dan Trihamas Finance, dapat dibayarkan secara online di outlet Pegadaian syariah diseluruh Indonesia.

b. Tabungan Emas

Merupakan layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan. Hanya dengan menabung 5000 an bisa mendapat emas dengan berat mulai 0,01 gram. Saldo tabungan emas berupa gram emas seharga uang yang di tabungkan. Saldonya bisa di cairkan dalam bentuk uang dengan harga jual emas pada hari itu atau bisa di cetak dalam bentuk emas batangan mulai dari kepingan 1 gram.

C. *Office Channeling*

1. Latar Belakang *Office Channeling* di Pegadaian Syariah

Jumlah outlet pegadaian syariah masih terbatas jika dibandingkan dengan outlet pegadaian konvensional yang jumlahnya sudah banyak. Contohnya di Kanwil Semarang ada 60 Outlet konvensional, sedangkan outlet

syariah hanya berjumlah 9 outlet. Untuk mengoptimalkan potensi pasar syariah, pegadaian memanfaatkan potensi sumber daya yang sudah ada yaitu berupa outlet-outlet pegadaian konvensional sehingga dibukalah *office channeling*. Intinya, *office channeling* merupakan layanan produk syariah yang dicabangkan di pegadaian konvensional. Masyarakat yang di daerahnya belum ada pegadaian syariah bisa menggunakan produk syariah dengan bertransaksi di pegadaian konvensional. Tujuan dari adanya sistem *office channeling* yaitu pegadaian ingin menyalurkan produk syariah sebanyak-banyaknya, dan sebagai salah satu upaya untuk memperluas pemasaran produk syariah.

Walaupun sama-sama pegadaian, tetapi produk gadai yang dimiliki oleh pegadaian konvensional sangat terbatas dan belum bisa berkembang. Hal yang berbeda terdapat pada produk *rahn* di pegadaian syariah yang mempunyai produk yang bermacam-macam serta produk pegadaian syariah terus berkembang menciptakan produk-produk yang baru. Untuk mengatasi hal tersebut, pegadaian syariah di-*channeling*-kan ke pegadaian konvensional supaya masyarakat mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan produk sesuai dengan kebutuhannya. Jadi antara pegadain syariah dan pegadain konvensional saling melengkapi diantara keduanya.

2. Fungsi *Office Channeling* di Pegadaian Syariah
 - a. Untuk mengatasi keterbatasan unit kerja pegadaian syariah
 - b. Untuk mengatasi keterbatasan produk pegadaian konvensional
3. Mekanisme produk Ar-Rum Haji dengan sistem *Office Channeling* di CP Kudus
 - a. Nasabah mendatangi CP Kudus dengan membawa persyaratan sebagai berikut:
 - 1) Fotocopy KTP/SIM/Paspor
 - 2) Jaminan emas yang ditaksir senilai Rp. 7 juta
 - b. Nasabah menyerahkan persyaratan kepada pegawai pegadaian, kemudian penkasir menaksir emas apakah emasnya memenuhi persyaratan atau tidak.
 - c. Jika emas yang ditaksir memenuhi persyaratan senilai Rp. 7 juta, pegawai memberikan formulir pengajuan Ar-rum Haji kepada nasabah untuk diisi
 - d. pegawai *office channeling* CP Kudus melakukan entri data nasabah beserta barang jaminan melalui user syariah
 - e. Kemudian pegawai *office channeling* membuatkan surat kuasa tabungan haji, surat kuasa pendebitan dari rekening pegadaian syariah ke rekening bank syariah yang ditunjuk (BNI Syariah, Bank Panin Syariah dan Bank Mega Syariah)

- f. Nasabah melakukan akad ar-rum haji di CP Kudus
- g. Nasabah membayarkan biaya administrasi dan setoran awal tabungan haji sesuai dengan jumlah bulan yang diangsur
- h. Pegawai *office channeling* CP Kudus meminta persetujuan/ approval ke CPS Pasar Ngabul untuk pencairan dana Ar-Rum Haji melalui sistem *office channeling*
- i. Jika telah di *approve* oleh CPS Pasar Ngabul, dana Ar-Rum Haji akan ditransfer dari pegadaian pusat ke bank syariah yang dituju saat pembukaan tabungan haji
- j. Nasabah datang ke bank syariah yang dituju dengan didampingi pegawai *office channeling* CP Kudus untuk pembukaan tabungan haji dan penyetoran biaya pendaftaran haji senilai Rp. 25 juta. Setelah itu, Bank mencetak SABPIH
- k. Setelah itu, Nasabah didampingi pegawai *office channeling* CP Kudus datang ke Kemenag RI untuk mendaftar haji dengan membawa buku tabungan dan memperoleh nomor porsi
- l. Setelah nasabah mendapat SABPIH, maka selesai proses Ar-Rum Haji. Barang jaminan yang disimpan oleh pegadaian untuk kemudian diserahkan lagi kepada nasabah jika sudah melunasi angsuran adalah :

- 1) Taksiran emas senilai Rp. 7 juta
 - 2) SABPIH Asli
 - 3) SPPH Asli
 - 4) Buku tabungan haji asli
4. Mekanisme produk Pegadaian Amanah dengan sistem *Office Channeling* di CP Kudus
- a. Nasabah mendatangi CP Kudus dengan persyaratan calon nasabah adalah karyawan tetap atau orang yang memiliki usaha produktif. Setelah itu nasabah melengkapi syarat lainnya sebagai berikut:
 - 1) Copy KTP
 - 2) Copy KK
 - 3) Copy Name Tag
 - 4) Copy SK pengangkatan pegawai tetap dan legalisir
 - 5) Copy NPWP (Khusus UP diatas Rp. 50 Juta)
 - 6) Asli Slip Gaji + legalisir 2 bulan terakhir
 - 7) Copy Surat Keterangan Usaha
 - 8) Copy Rekening Tagihan Telepon/Listrik/PBB Terakhir
 - b. Nasabah menyerahkan semua persyaratan kepada pegawai *office channeling*, jika persyaratannya sudah lengkap, pegawai *office channeling* akan memberikan aplikasi formulir kepada nasabah

- c. Nasabah mengisi formulir pengajuan pegadaian amanah yang berisi data diri nasabah, kendaraan yang diinginkan beserta dealernya
- d. Pegawai *office channeling* melakukan input data melalui user syariah
- e. Tim analis mikro melakukan survey verifikasi dokumen, domisili dan tempat kerja/ usaha. Survey dilakukan terlebih dahulu sebelum menyetujui pembiayaan produk Pegadaian Amanah.
- f. Deputi bisnis memberikan persetujuan,
- g. Nasabah melakukan akad pegadaian Amanah di pegadaian konvensional
- h. Nasabah membayarkan biaya administrasi sesuai dengan angsuran bulan dan uang muka minimal 10 %
- i. Pegawai *office channeling* CP Kudus meminta persetujuan/ approval ke CPS Pasar Ngabul untuk pencairan dana pegadaian amanah melalui sistem *office channeling*
- j. Pencairan dana diambilkan dari pegadaian konvensional terlebih dahulu kemudian nasabah didampingi oleh pegawai *office channeling* mengunjungi dealer untuk bertransaksi kendaraan
- k. Setelah transaksi selesai, kendaraan bisa dimanfaatkan oleh nasabah sedangkan BPKP asli di simpan di Pegadaian konvensional sebagai barang

jaminan. Nasabah dapat membayarkan angsuran sesuai dengan jumlah bulan yang dipilih untuk mendapatkan BPKB asli.

5. Data Pegadaian Konvensional di Area Pati

Berikut ini data mengenai daftar pegadaian konvensional di area Pati yang tersebar di 7 kabupaten. Jumlah pegadaianya ada 54 Outlet. Outlet pegadaian konvensional ini yang menjadi agen *office channeling* yang dapat melayani nasabah dalam bertransaksi secara syariah, yaitu :

Tabel 3

Data Pegadaian Konvensional se-Area Pati⁷

No.	KOTA	PEGADAIAN	Alamat	Jumlah
1.	Jepara	CP Jepara	Jl. Sersan Sumirat No. 1 Jepara	7 Outlet
		UPC Bangsri	Jl. Raya Bangsri No. 5909A	
		UPC Bapangan	Jl. Sukarno Hatta	
		UPC Kalinyamatan	Jl. Raya Kalinyamatan	
		UPC Kedung	Jl. Raya Bugel Kedung	

⁷ Anonim, “Pegadaian di Indonesia”, <http://www.infoalamat.com/pegadaian/>, diakses 18 April 2017 dan Portal Alamat, “Alamat PT. Pegadaian di Blora”, <http://portal-alamat.blogspot.co.id/2017/04/alamat-pt-pegadaian-di-blora.html>, diakses 18 April 2017

		UPC Mlonggo	Jl. Mlonggo No. 1	
		UPC Pecangaan	Jl. Raya Pecangaan	
2.	Kudus	CP Kudus	Jl. Jend. Sudirman No. 80	5
		UPC Barongan	Jl. Sunan Muria	Outlet
		UPC Jekulo	Jl. Raya No. 13A	
		UPC Pasar Wates	Pasar Wates, Jl. Raya Kudus - Purwodadi Km. 7	
		UPC Prambatan	Jl. Raya Kudus Jepara Prambatan Kidul No. 423	
3.	Pati	CP Pati	Jl. Tombronegoro No. 1 Pati	7
		UPC Bulumanis	Jl. Raya Sekarjalak	Outlet
		UPC Juwana	Jl. Panglima Sudirman No. 51	
		UPC Kayen	Jl. Raya Kayen Sukolilo 279 Kayen	
		UPC Pasar Puri	Jl. Kol. Sunandar No. 47 Pati	
		UPC Tayu	Jl. Diponegoro No. 54	
		UPC Winong	Jl. Raya Winong Sd 3 No. 88 Winong	
4.	Grobogan	CP Gubug	Jl. Jend. A. Yani 128 Kab. Grobogan Purwodadi	9
		CP Purwodadi	Jl. Pean No. 1 Purwodadi Kab. Grobongan	Outlet
		UPC Danyang	Jl. Diponegoro No. 172 Danyang	
		UPC Godong	Jl. Jend.Sudirman No. 137	

		UPC Kuwu	Jl. Honggokusuman N0 4 Kuwu	
		UPC Pasar Godong	Jl. Jend.Sudirman No. 35	
		UPC Pasar Gubug	Jl. S Parman No. 81 Gubug	
		UPC Tegowanu	Jl. Raya Purwodadi-Semarang Km 40 Kab. Grobogan	
		UPC Wirosari	Jl. Diponegoro No. 45 Wirosari	
5.	Demak	CP Demak	Jl. Pemuda No. 22	10 Outlet
		UPC Batutempel	Jl. Raya Semarang – Demak No. 35	
		UPC Bonang	Jl. Demak – Moro Km.10	
		UPC Gajah	Jl. Raya Gajah No. 47	
		UPC Mijen	Jl. Raya Mijen No. 247	
		UPC Mranggen	Jl. Raya Mranggen No. 148	
		UPC Pasar Karangawen	Jl. Raya Karangawen	
		UPC Pasar Karangsari	Karangsari Demak - Jawa Tengah	
		UPC Pucang Gading	Jl. Pucang Gading Raya Kav. 08	
		UPC Sultan Fatah	Jl. Sultan Fatah No. 35	
6.	Blora	CP Blora	Jl. Reksodipuro No. 22	8 Outlet
		UPC Cepu	Jl. Diponegoro No. 51	
		UPC Gatot	Jl. Gatot Subroto, Pasar Blora	

		Subroto		
		UPC Jepon	Jl. Gereja No. 33	
		UPC Kunduran	Jl. Raya Blora-Kunduran No. 118	
		UPC Mustika plaza	Jl. Raya No. 8 Cepu	
		UPC Ngawen	Jl. Raya Ngawen- Blora	
		UPC Randublutung	Jl. Raya No. 108 Randublutung	
7.	Rembang	CP Rembang	Jl. Diponegoro No. 97 Rembang	8 Outlet
		UPC Kragan	Jl. Raya Km.149 Kragan RT.01 RW.05 Kragan, Rembang	
		UPC Lasem	Jl. Raya No. 1/ Lasem Rembang	
		UPC Pamotan	Jl. Jatirogo Pamotan Rembang	
		UPC Pandangan	Jl. Raya Pandangan No. 10 Kragan Rembang	
		UPC Pasar Penthungan	Pertokoan Pasar Pentungan	
		UPC Pasar Rembang	Jl. Moch. Yamin RT 03/02 Pasar Rembang	
		UPC Sarang	Jl. Raya Lasem – Tuban Sarang	
TOTAL				54 Outlet

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Distribusi Produk *Rahn* dengan Sistem *Office Channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara

1. Strategi distribusi dengan sistem *office channeling* di CPS Pasar Ngabul

Ada 2 bentuk saluran distribusi yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung, dalam operasionalnya CPS Pasar Ngabul menggunakan ke 2 bentuk saluran distribusi, yaitu:

a. Saluran Distribusi Langsung

Distribusi ini dilakukan langsung dari produsen kepada konsumen tanpa melalui perantara.¹ Dalam penerapannya, CPS Pasar Ngabul melayani produk *rahn* dengan berinteraksi secara langsung kepada nasabah tanpa menggunakan perantara atau agen. Nasabah yang ingin menggunakan produk *rahn* dapat mendatangi kantor CPS Pasar Ngabul secara langsung.

b. Saluran Distribusi Tidak Langsung

Dalam hal ini pengusaha menggunakan pihak luar untuk membantu menyalurkan barang-barangnya

¹ Sudaryono, *Manajemen...*, hal. 221

kepada konsumen. Pihak luar tersebut merupakan penyalur atau pedagang perantara (*middle man*).² Dalam pelaksanaannya, CPS Pasar Ngabul menggunakan perantara yaitu pegadaian konvensional se-area Pati untuk menyalurkan produk *rahn*. Penggunaan perantara pegadaian konvensional oleh CPS Pasar Ngabul disebut juga sebagai sistem *office channeling*. Pegadaian konvensional se-area Pati secara otomatis ditunjuk oleh pegadaian syariah pusat sebagai agen *office channeling* yang di-*channeling*-kan dengan CPS Pasar Ngabul. Hal yang sama juga berlaku untuk sistem *office channeling* di seluruh Indonesia tergantung masing-masing area.

Beberapa saluran distribusi bersifat ringkas dan sederhana, yang lain bersifat panjang dan rumit. Macam-macam tingkatan saluran distribusi yaitu: saluran tingkat nol (*zero-level channel*), saluran tingkat satu (*one level distribution*), saluran tingkat dua (*two level distribution*), dan *Multi Level Distribution* (MLM). Dalam penerapan saluran distribusi dengan sistem *office channeling* di CPS Pasar Ngabul, termasuk ke dalam saluran tingkat satu (*one level distribution*). CPS Pasar Ngabul sebagai pegadaian syariah yang menyediakan jasa *rahn* menggunakan satu penyalur tunggal atau agen tunggal

² Gitosudarmo, *Manajemen*, ..., hal. 312

yaitu pegadaian konvensional dalam mendistribusikan produk *rahn* kepada konsumen.

Terkait dengan cakupan pasar yang ingin dicapai dan jenis produk yang dihasilkan, perusahaan harus memutuskan jumlah perantara yang akan digunakan pada setiap tingkat saluran. Ada 3 strategi distribusi dalam menentukan saluran distribusi, yaitu : distribusi intensif, distribusi selektif dan distribusi eksklusif. Menurut penulis, strategi distribusi yang diterapkan CPS Pasar Ngabul dengan sistem *office channeling* adalah strategi distribusi eksklusif.

Distribusi eksklusif yaitu produsen hanya menunjuk satu orang perantara khusus untuk menyalurkan barangnya di saerah atau wilayah tertentu, dengan syarat perantara itu tidak diperkenankan menjual produk milik produsen lain.³ Dalam pelaksanaan strategi distribusi eksklusif dengan *office channeling*, CPS Pasar Ngabul dibantu oleh pegadaian konvensional se-are Pati untuk mendistribusikan atau menyalurkan produk *rahn*. Pegadaian syariah memberikan hak eksklusif kepada pegadaian konvensional untuk mendistribusikan produk *rahn* CPS Pasar Ngabul ke konsumen dalam wilayah area Pati. Selain itu, outlet pegadaian konvensional, salah satunya adalah CP Kudus, dalam mendistribusikan produk

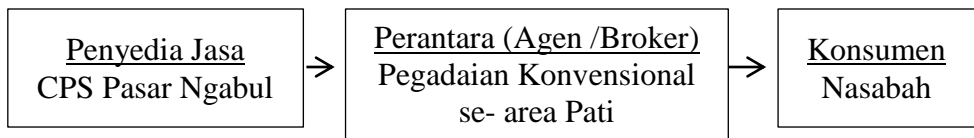
³ *Ibid.*, hal 257

rahn telah sesuai dengan peraturan sistem *office channeling* yaitu produk Pegadaian Amanah dan produk Ar-rum Haji, tidak ada tambahan produk lain.

Saluran distribusi sektor jasa dengan sistem *office channeling* di CPS Pasar Ngabul Jepara yaitu sebagaimana terlihat dalam gambar 3.

Gambar 3

Skema Saluran distribusi jasa dengan sistem *office channeling*



Ada tiga partisipan dalam distribusi sektor jasa dengan sistem *office channeling* di CPS Pasar Ngabul Jepara, yaitu :

a. Penyedia Jasa

Penyedia jasa adalah pegadaian syariah yang mempunyai kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satunya kantor cabang pegadaian syariah di area Pati adalah CPS Pasar Ngabul.

b. Perantara

Perantara yaitu individu atau perusahaan yang menjual produknya secara langsung kepada

konsumen.⁴ Unsur-unsur jasa pelengkap akan lebih efisien dan efektif apabila didelegasikan kepada perantara. Produsen mengandalkan jasa distributor atau peritel untuk menyimpan dan menjual produk mereka ke pengguna akhir.⁵

Pegadaian syariah CPS Pasar Ngabul sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, menggunakan perantara atau agen yaitu pegadaian konvensional se-area Pati yang tersebar di 7 kabupaten. Diantaranya yaitu kabupaten Jepara, Kudus, Demak, Grobogan, Pati, Rembang dan Blora. Jumlah keseluruhan outlet pegadaian konvensional sebagai agen *office channeling* di area Pati adalah 54 outlet. Penggunaan pegadaian konvensional se-area Pati sebagai agen *office channeling* untuk menyalurkan produk *rahn* pegadaian syariah ke nasabah yang jauh dari kantor pegadaian syariah.

c. Konsumen

Konsumen dalam lembaga keuangan non-bank adalah nasabah yang menggunakan produk *rahn* pegadaian syariah baik yang bertransaksi langsung di CPS Pasar Ngabul maupun melalui agen *office channeling* yaitu pegadaian konvensional se-area Pati.

⁴ Sudaryono, *Pemasaran...*, hal. 220

⁵ Lupioyadi, *Manajemen...*, hal.167

Jasa berdasarkan sudut pandang konsumen diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu: untuk konsumen (jasa fasilitas) dan kepada konsumen (jasa manusia). Untuk konsumen (jasa fasilitas), yaitu jasa yang dimanfaatkan sebagai sarana atau media untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan kepada konsumen (jasa manusia), yaitu jasa yang ditujukan kepada konsumen.⁶ Menurut penulis, produk *rahn* dari sudut pandang konsumen adalah sebagai jasa fasilitas. Tidak semua produk *rahn* pegadaian syariah bisa diakses oleh masyarakat melalui *office channeling*. Hanya ada dua produk *rahn* yang bisa ditransaksikan di pegadaian konvensional yaitu produk Pegadaian Amanah dan produk Ar-Rum Haji. Produk *rahn* dimanfaatkan sebagai sarana atau media untuk mencapai tujuan tertentu. Produk Pegadaian Amanah untuk mendapatkan pembiayaan kendaraan bermotor sedangkan produk Ar-Rum Haji untuk mendapatkan pembiayaan berangkat haji.

Menurut penulis, secara keseluruhan penerapan distribusi produk *rahn* dengan sistem *office channeling* di CPS Pasar Ngabul telah sesuai dengan teori strategi distribusi. Pada saluran distribusi langsung, nasabah yang ingin menggunakan produk *rahn* dapat mendatangi kantor

⁶ Sangadji, *Perilaku...*, hal. 97

CPS Pasar Ngabul secara langsung. Sedangkan pada saluran distribusi tidak langsung, CPS Pasar Ngabul menggunakan perantara yaitu pegadaian konvensional se-area Pati untuk menyalurkan produk *rahn*. Saluran distribusi dengan sistem *office channeling* di CPS Pasar Ngabul, termasuk ke dalam saluran tingkat satu (*one level distribution*). Sedangkan strategi distribusi yang diterapkan CPS Pasar Ngabul dengan sistem *office channeling* adalah strategi distribusi eksklusif.

Namun, ada perbedaan antara teori strategi distribusi eksklusif dengan penerapannya di CPS Pasar Ngabul. Dimana dalam strategi distribusi eksklusif, dilakukan oleh perusahaan dengan hanya menggunakan satu pedagang besar dan/atau pengecer dalam daerah pasar tertentu. Walaupun dalam penerapannya, CPS Pasar Ngabul hanya menggunakan satu pedagang besar yaitu pegadaian konvensional, tetapi pegadaian konvensional tersebut tidak hanya terdapat disatu tempat saja melainkan se-area Pati yang meliputi 7 kabupaten Jepara, Kudus, Demak, Pati dan purwodadi, rembang dan blora. Jumlah keseluruhan agen perantara berjumlah 54 outlet pegadaian konvensional.

Peran outlet pegadaian konvensional dalam sistem *office channeling*, telah sesuai dengan teori strategi distribusi pada saluran distribusi jasa. Bahwa sebagai

agen perantara jasa, pegadaian konvensional se-area Pati hanya bertugas sebagai perantara antara pegadaian syariah yaitu CPS Pasar Ngabul dengan calon nasabah yang menggunakan produk *rahn* dan juga pegadaian konvensional tidak mempunyai hak kepemilikan produk *rahn*.

2. Pelaksanaan sistem *office channeling*

Sebelum pelaksanaan *office channeling* dilaksanakan di seluruh pegadaian di Indonesia, terlebih dahulu terdapat kesepakatan antara Pinca (Pimpinan Cabang) syariah dengan Pinca konvensional dalam bentuk akad *wakalah*. Pada pelaksanaan *office channeling* di area Pati, Pinca CPS Pasar Ngabul mewakilkan hak penandatanganan dokumen yang berkaitan dengan transaksi produk Ar-rum haji dan Pegadaian Amanah kepada Pinca Konvensional se-area Pati sebagai pihak yang melaksanakan sistem *office channeling*.

Maksud *wakalah* adalah pelimpahan kekuasaan oleh seseorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan (dalam hal ini pihak kedua) hanya melaksanakan sesuatu sebatas kuasa atau wewenang yang diberikan oleh pihak pertama. Namun, apabila kuasa itu telah dilaksanakan sesuai yang diisyaratkan, maka semua risiko dan tanggung jawab atas dilaksanakan perintah tersebut

sepenuhnya berada pada pihak pertama atau pemberi kuasa.⁷ Pemberian kuasa ini tentu saja ada yang sifatnya sukarela, juga ada yang sifatnya *profit*, dengan pemberian semacam upah/ *fee* kepada pihak yang menerima kuasa. Namun, dalam praktik biasanya pemberian kuasa dilaksanakan dengan cuma-cuma, kecuali jika diperjanjikan sebaliknya.⁸

Pinca pegadaian syariah yaitu Pinca CPS Pasar Ngabul berperan sebagai pihak pertama yang memberi kuasa dan Pinca pegadaian konvensional se-area Pati salah satunya adalah Pinca CP Kudus berperan sebagai pihak kedua yang menerima kuasa. Sedangkan hal yang diwakilkan adalah hak penandatanganan dokumen yang berkaitan dengan transaksi produk Ar-rum haji dan Pegadaian Amanah pada sistem *office channeling*. Dalam pelaksanaannya, CP Kudus akan mendapatkan *fee* yang didapat dari pembagian pendapatan sistem *office channeling* antara CP Kudus dengan CPS Pasar Ngabul atau istilah di pegadaian syariah yaitu *sharing mu'nah*. Menurut penulis, antara kedua Pinca merupakan orang-orang yang cakap dalam hukum dan masing-masing mempunyai keahlian dalam bidangnya. Sedangkan hal yang diwakilkan adalah sesuatu yang boleh dikuasakan.

⁷ Janwari, *Fiqih, ...*, hal. 112

⁸ *Ibid.*, hal 168

Dalam akad *wakalah* ini sifatnya *profit*, dengan pemberian semacam upah/ *fee* kepada pihak yang menerima kuasa.

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/ POJK.05/ 2016 pada bab IV pasal 30 point ke 2 berbunyi ; “Perusahaan pegadaian yang menyelenggarakan sebagian kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, wajib: (a) Mempunyai pembukuan terpisah untuk kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dari kegiatan usaha konvensional; dan (b) menunjuk pegawai yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan usaha yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah”.⁹

Dalam pelaksanaan sistem *office channeling* di CP Kudus, Nasabah yang melakukan transaksi Pegadaian Amanah di CP Kudus mendapatkan pembiayaan sebesar harga kendaraan yang diinginkan oleh nasabah. Pencairan dana tersebut dikeluarkan secara tunai oleh CP Kudus. Saat pegawai CP Kudus melakukan penginputan di *user* syariah, secara otomatis data yang diinput langsung terekam di *database* syariah. Pada saat tutup buku harian, kantor pusat cabang pegadaian syariah langsung mengganti dana yang telah dikeluarkan pegadaian

⁹ Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/ POJK.05/ 2016 tentang usaha pergadaian, hal. 26

konvensional. Berbeda dengan pencairan produk Pegadaian Amanah, pencairan produk Ar-rum Haji tidak dikeluarkan secara tunai oleh CP Kudus, melainkan langsung ditransfer dari rekening pegadaian syariah pusat ke rekening bank syariah yang dituju. Bank syariah yang bekerjasama dengan pegadaian syariah diantaranya adalah BNI Syariah, Bank Panin Syariah dan Bank Mega Syariah.

Hal yang sama juga berlaku pada saat nasabah melakukan pembayaran angsuran di CP Kudus melalui sistem *office channeling*. Angsuran yang dibayarkan nasabah berupa uang pokok ditambah *mu'nah* (jasa titipan) sama seperti angsuran di pegadaian syariah. Pada saat penginputan, data akan langsung terinput di CPS Pasar Ngabul. Karena *user* yang digunakan adalah *user* syariah walaupun diinput oleh pegawai dari pegadaian konvensional CP Kudus. Uang angsuran dari nasabah yang bertransaksi melalui sistem *office channeling* di CP Kudus akan masuk ke pembukuan CPS Pasar Ngabul. Pada waktu penutupan pembukuan harian di sore hari, pegawai CPS Pasar Ngabul akan merekap jumlah nasabah yang melakukan angsuran, baik angsuran di pegadaian syariah sendiri maupun angsuran dari sistem *office channeling*. Misalnya uang angsuran dari CP kudus senilai 10 juta, secara otomatis pegawai syariah akan langsung mendebet uang angsuran tersebut.

Menurut penulis, tidak ada pencampuran dalam hal pembukuan keuangan antara CP Kudus dengan CPS Pasar Ngabul. Pencairan dana yang dikeluarkan secara tunai oleh CP Kudus akan diganti oleh CPS Pasar Ngabul pada saat penutupan pembukuan harian. Istilah lainnya, pegadaian syariah meminjam uang terlebih dahulu kepada pegadaian konvensional untuk dibayarkan kepada nasabah. Sehingga, modal yang dikeluarkan murni dari pegadaian syariah bukan dari pegadaian konvensional. Selain itu, tidak ada pencampuran pembukuan pada CP Kudus antara pembukuannya sendiri dengan pembukuan sistem *office channeling* karena modalnya bukan dari konvensional. Begitu juga ketika nasabah membayar angsuran, uang yang dibayarkan tidak masuk ke CP Kudus melainkan langsung menjadi omset CPS Pasar Ngabul. Nanti di akhir tahun pada saat tutup buku tahunan baru diadakan *sharing mu'nah* atau berbagi pendapatan dari hasil sistem *office channeling* antara CPS Pasar Ngabul dan CP Kudus serta semua agen *office channeling* di area pati.

“Tidak ada persyaratan khusus dalam pelaksanaan sistem channeling. Semua pegawai konvensional bisa melayani sistem office channeling. Pelaksanaan office

channeling bisa dilaksanankan jika jaringan atau sistemnya sudah berjalan”.¹⁰

Semua pegawai di CP Kudus dapat melayani nasabah melalui sistem *office channeling*. Tidak ada pengkhususan pegawai dalam pelaksanaan sistem *office channeling*. Pelaksanaannya bisa dilakukan jika jaringan atau sistemnya sudah berjalan, maksudnya jika pegawai CP Kudus sudah memiliki *user* syariah.

Menurut penulis, hal ini tidak sesuai dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/ POJK.05/ 2016 pada pasal 30, bahwa perusahaan pegadaian wajib menunjuk pegawai yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan usaha yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah. Hal yang sama juga dijelaskan oleh Pimpinan Cabang CPS Pasar Ngabul Jepara bahwa tidak semua pegawai pegadaian konvensional bisa melayani nasabah melalui sistem *office channeling*. Di Unit pegadaian konvensional, biasanya hanya ada 2 pegawai yaitu penaksir dan kasir. Hanya ada 1 pegawai biasanya bagian kasir yang diajukan ke pagadaian pusat untuk diberi tanggungjawab menjalankan pelayanan sistem *office channeling* sesuai dengan peraturan OJK Nomor 31/ POJK.05/ 2016 pasal 31 mengenai proses persetujuan

¹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Marmono, Pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus, tanggal 6 April 2017

pelaksanaan kegiatan usaha yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah. Selanjutnya, pegawai didaftarkan ke database syariah. setelah didaftarkan, pegawai akan mendapatkan *user* syariah supaya bisa mengakses atau meng-*input* data nasabah yang menggunakan produk syariah.

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Distribusi dengan Sistem *Office Channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara

Dari Tinjauan etika ekonomi Islam, strategi distribusi dengan sistem office channeling di CPS Pasar Ngabul bisa dilihat sebagai berikut :

1. Pemerataan
 - a. Pemerataan distribusi produk *rahn* dengan sistem *office channeling*

Outlet pegadaian syariah sangat terbatas jika dibandingkan dengan outlet pegadaian konvensional. Sedangkan produk pegadaian syariah terus berkembang. Adanya perbedaan jumlah kantor layanan antara pegadaian konvensional dan pegadaian syariah sangatlah berbeda jauh. Dalam satu kabupaten saja, misalnya di kabupaten Jepara hanya ada satu kantor cabang pegadaian syariah yang berada di Pasar Ngabul sedangkan outlet pegadaian konvensional

berjumlah 6 outlet yaitu UPC Bangsri, UPC Bapangan, UPC Kalinyamat, UPC Kedung, UPC Mlonggo dan UPC Pecangaan. Padahal mayoritas masyarakat adalah masyarakat beragama Islam yang tentunya lebih membutuhkan produk-produk pegadaian yang berprinsip syariah dan terhindar dari riba. Tidak meratanya pegadaian syariah disebabkan karena beberapa hal, yaitu :

- 1) Pegadaian syariah tergolong baru berdiri jika dibandingkan dengan pegadaian konvensional yang telah lama berdiri
- 2) untuk menghindari persaingan yang tidak sehat antara pegadaian konvensional dengan pegadaian syariah karena masing-masing mempunyai target yang harus dipenuhi.
- 3) keterbatasan sumber daya manusia karena tidak semua pegawai berasal dari latar belakang pendidikan yang berbasis syariah.
- 4) kebijakan dari pegadaian pusat bahwa pegadaian konvensional tidak boleh semata-mata dikonversi ke pegadaian syariah walaupun pegadaian konvensional tersebut telah mengalami *collapse*

Menurut penulis, distribusi pegadaian syariah ke berbagai daerah yang mayoritas muslim belum merata. Hal itu menjadikan masyarakat yang sulit

mengakses pegadaian syariah tidak mengetahui adanya produk *rahn* dan pemasaran produk *rahn* tidak bisa meluas karena distribusi tidak dapat menjangkau semua masyarakat.

Adanya kebijakan sistem *office channeling* dimana outlet pegadaian konvensional se-area Pati yang ditunjuk pegadaian syariah pusat berperan sebagai perantara dalam mendistribusikan produk *rahn* supaya mudah diakses oleh masyarakat. Penunjukan outlet pegadaian konvensional karena pegadaian ingin memanfaatkan sumber daya yang ada dan untuk menghemat biaya operasional pendirian kantor pegadaian syariah. Jumlah keseluruhan outlet pegadaian konvensional yang di-*channeling*-kan dengan CPS Pasar Ngabul berjumlah 54 outlet yang tersebar di Jepara, Kudus, Demak, Pati dan Purwodadi, Rembang dan Blora. Di Rembang dan Blora belum ada pegadaian syariah sehingga masyarakat disana tidak banyak yang mengetahui adanya produk *rahn* pegadaian syariah.

Dalam *office channeling*, terdapat sikap *ta'awun* (tolong menolong) diantara CPS Pasar Ngabul dan pegadain konvensional se-area Pati. CPS Pasar Ngabul terbantu oleh pegadain konvensional dalam mendistribusikan produk *rahn*, sehingga dapat

memperluas pemasaran produk syariah. Sedangkan produk *rahn* di pegadaian konvensional se-area Pati menjadi bervariasi dan nasabah konvensional menjadi mempunyai banyak pilihan karena produk yang ada di konvensional terbatas dan belum bisa berkembang. Jadi antara pegadaian syariah dan pegadaian konvensional saling melengkapi dan terdapat sikap *ta'awun* diantara keduanya, sebagaimana dalam firman Allah SWT:

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

ج وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۝

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.”(Q.S. Al-Maidah [5]: 2)

Menurut penulis, pemerataan produk *rahn* dengan sistem *office channeling* sudah merata ke berbagai daerah yang jauh dari pegadaian syariah. Sebelum ada sistem *office channeling* di area Pati, produk *rahn* hanya bisa ditransaksikan di 5 outlet pegadaian syariah yang tersebar di 5 kabupaten. Hal itu tentunya membuat masyarakat yang jauh dari pegadaian syariah tidak mengetahui adanya produk

rahn. Dengan adanya pegadaian konvensional sebagai agen *office channeling* yang berjumlah 54 outlet, dapat mendistribusikan produk *rahn* dan dapat menjangkau daerah-daerah yang jauh dari pegadaian syariah.

b. Pemerataan distribusi kekayaan

Untuk mewujudkan distribusi kekayaan yang adil, jujur, dan merata, Islam menetapkan tindakan-tindakan yang positif dan prohibitif. Tindakan positif mencakup zakat, hukum pewarisan dan kontribusi lainnya baik yang bersifat wajib maupun sukarela (sedekah). Tindakan prohibitif mencakup dilarangnya bunga, menimbun, dilarang semua upaya untuk mendapatkan secara tidak jujur, tidak adil dan haram.¹¹

Selain distribusi untuk kegiatan bisnis ekonomi, dalam distribusi juga menekankan pada nilai-nilai spiritual. Nilai-nilai spiritual tersebut terdapat pada distribusi kekayaan yang disalurkan ke masyarakat. Distribusi kekayaan di pegadaian syariah disebut Dana Kebajikan Umat (DKU). Dana tersebut juga dihasilkan dari hasil transaksi melalui sistem *office channeling*. Nasabah yang terlambat membayar angsuran setelah jatuh tempo dan tidak melakukan

¹¹ Chaudhry, *Sistem...*, hal. 78-79

perpanjangan pembayaran, maka akan dikenakan biaya *ta'widh* (biaya ganti rugi). Dari biaya ganti rugi tersebut akan dilakukan pembagian antara CPS Pasar Ngabul dan CP Kudus. Namun, biaya ganti rugi yang masuk ke CP Kudus tidak disalurkan kepada masyarakat tetapi diakui sebagai pendapatan. Sedangkan di CPS Pasar Ngabul, biaya tersebut sebagai dana kebajikan yang di salurkan kepada masyarakat dalam bentuk bantuan untuk masjid, pendidikan dan untuk masyarakat yang terkena musibah bencana alam.

Namun, penyaluran dana tersebut tidak disalurkan secara langsung oleh CPS Pasar Ngabul ke masyarakat, melainkan DKU akan disalurkan oleh pegadaian syariah pusat. Karena DKU adalah dana yang dikumpulkan dari pegadaian syariah di seluruh Indonesia yang dialokasikan untuk sarana umum dan sarana ibadah. Jadi, CPS Pasar Ngabul merupakan salah satu penyumbang untuk DKU.

Menurut penulis, Dana Kebajikan Umat pada pegadaian syariah tergolong dalam sedekah. Pemberiannya secara sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu. Penyalurannya sendiri bukan untuk individu tetapi untuk masyarakat dalam bentuk fasilitas agama, pendidikan dan sosial. Selain

itu, DKU dari sistem *office channeling* tidak mengandung bunga walaupun sistemnya dilaksanakan di pegadaian konvensional karena semua transaksinya adalah syariah. Namun, belum ada penyumbangan dana untuk DKU dari hasil sistem *office channeling*, karena sistem *office channeling* di CPS Pasar Ngabul baru berjalan pada bulan Januari 2017. Sedangkan pembagian pendapatan termasuk biaya ganti rugi dari hasil sistem *office channeling* akan dibagikan saat tutup buku tahunan pada akhir tahun. Sehingga pemerataan distribusi kekayaan dari hasil pendapatan produk *rahn* melalui sistem *office channeling* belum terlaksana.

2. Keadilan

a. Keadilan terhadap produk

Keadilan merupakan kata sifat yang menunjukkan perbuatan, perlakuan adil, tidak berat sebelah, tidak berpihak, berpegang kepada kebenaran, proporsional. Adil memiliki banyak arti. Yaitu adil dalam arti sama, seimbang, menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memelihara kewajaran atas berlanjutnya eksistensi.¹²

Tidak semua produk *rahn* bisa di distribusikan melalui sistem *office channeling* oleh

¹² Noor, *Konsep...*, hal. 80-82

pegadaian konvensional. Hanya ada dua produk yang bisa di transaksikan oleh nasabah di pegadaian konvensional, yaitu produk Pegadaian Amanah dan produk Ar-rum Haji. Pegadaian Amanah merupakan pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor kepada karyawan tetap dan pengusaha mikro dengan prinsip syariah. Sedangkan dengan produk Ar-Rum Haji nasabah bisa memperoleh uang pinjaman dalam bentuk tabungan haji hanya dengan menitipkan emas yang langsung digunakan untuk mendaftar haji dan memperoleh nomor porsi haji.

“Kebanyakan produk-produk pegadaian syariah hampir sama dengan produk-produk yang ada di pegadaian. Hanya produk-produk pegadaian syariah tertentu yang tidak ada di pegadaian konvensional yang bisa di channeling-kan dengan pegadaian konvensional”.¹³

Menurut penulis, Keadilan produk *rahn* yang bisa diakses nasabah melalui sistem *office channeling* masih terbatas hanya pada 2 produk sehingga belum memenuhi prinsip keadilan. Keadilan yang dimaksud adalah Makna keadilan di dalam pengertian

¹³ Hasil wawancara dengan Bapak Miftahul Falich, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara, tanggal 1 Maret 2017

“keseimbangan”. Padahal masyarakat yang sulit mengakses pegadaian syariah tidak hanya membutuhkan produk Pegadaian Amanah dan Pegadaian Ar-Rum Haji. Apalagi masyarakat menengah ke bawah yang membutuhkan pinjaman dana cepat berdasarkan prinsip syariah yang terhindar dari riba. Walaupun produk yang ada dipegadaian konvensional hampir sama dengan dipegadaian syariah, tetapi tetap ada perbedaan dari segi akad dan perhitungan. Dipegadaian syariah produknya tidak dikenakan bunga tetapi nasabah membayarkan *mu'nah* atau jasa titipan berupa biaya penyimpanan dan pemeliharaan.

Nasabah yang melakukan transaksi produk *rahn* melalui sistem *office channeling* baik di cabang, unit dan seluruh pegadaian konvensional semua tata caranya sama dengan melakukan transaksi dipegadaian syariah. Akad-akad yang digunakan dan perhitungan angsurannya juga sama tidak ada perbedaan.

“Angsuran yang dibayarkan oleh nasabah di CP Kudus dengan sistem *office channeling*, sama dengan angsuran yang dibayarkan nasabah yang bertransaksi di CPS Pasar Ngabul. Angsurannya berupa uang pokok ditambah jasa titipan saja,

tidak ada tambahan biaya lain atau tidak dikenai bunga seperti pada pegadaian konvensional umumnya. Walaupun transaksinya di pegadaian konvensional yang biasa menerapkan sistem bunga, tetapi transaksi dan tarif yang dikenakan kepada nasabah sistem office channeling adalah tarif syariah”¹⁴.

Menurut penulis, dalam hal pelaksanaan transaksi produk *rahn* melalui sistem *office channeling* di CP Kudus dan pegadaian konvensional lainnya sama dengan proses transaksi di CPS Pasar Ngabul. Nasabah dengan sistem *office channeling* tidak dikenakan tambahan pembayaran bunga walaupun pelaksanaan transaksinya di pegadaian konvensional Nasabah yang bertaransaksi melalui sistem *office channeling* mempunyai hak yang sama dengan nasabah di pegadaian syariah baik prosesnya, akad yang digunakan dan jumlah angsuran yang dibayarkan. Hal ini berarti telah sesuai dengan keadilan dalam arti “sama”. Firman Allah dalam Q.S. An-Nisa (4): 58

¹⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Marmono, Pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus, tanggal 6 April 2017

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
 النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
 سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”. (Q.S. An-Nisa [4]: 58)

b. Keadilan pendapatan

Dalam teori keadilan distribusi dijelaskan bahwa: Konsep keadilan islam dalam pembagian pendapatan dan kekayaan bukanlah berarti bahwa setiap orang harus menerima imbalan sama persis tanpa mempertimbangkan kontribusinya kepada masyarakat. Islam membolehkan adanya perbedaan pendapatan, karena memang manusia diciptakan tidak sama dalam watak, kemampuan dan pengabdianya kepada masyarakat.¹⁵

¹⁵ Aziz, *Ekonomi*,..., hal. 262-263

CP Kudus sebagai pelaksana sistem *office channeling* mendapatkan upah atau *sharing mu'nah* sama seperti agen *office channeling* lainnya yang tersebar di area Pati. Dari hasil transaksi-transaksi nasabah yang menggunakan produk syariah di pegadaian konvensional dengan sistem *office channeling*, Pegadaian syariah akan mendapatkan pendapatan baik dari jasa administrasi maupun dari penitipan jasa. Dari pendapat tersebut, Pegadaian konvensional CP Kudus mendapatkan *sharing fee* atau *sharing mu'nah* yang telah dibagi antara pegadaian konvensional dengan pegadaian syariah CPS syariah. Pembagiannya dengan perbandingan 40 : 60. Cabang konvensional sebagai pelaksana sistem *office channeling* mendapat 40% ditambah biaya administrasi sedangkan 60% untuk pegadaian syariah sebagai pihak yang mempunyai produk syariah.

Menurut penulis, walaupun pembagian pendapatan antara CP Kudus dan CPS Pasar Ngabul tidak sama, bukan berarti pegadaian syariah tidak berlaku adil. Hal ini telah sesuai dengan konsep keadilan dalam pembagian pendapatan bukan berarti semua orang harus mendapat imbalan yang sama persis. Hal itu berarti, dalam pembagian pendapatan

terdapat keadilan dalam arti ‘menempatkan sesuatu pada tempatnya’. Di dalam Al-Qur’an terdapat beberapa ayat mengenai ketimpangan dalam distribusi pendapatan, salah satunya terdapat pada Q.S. az-Zukhruf [43] ayat 32, yang berbunyi:

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي
 الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ
 بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

“Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.” (Q.S. az-Zukhruf [43] : 32)

3. Ketepatan Waktu dan Kualitas

a. Ketepatan Waktu

Dalam pendistribusian barang, ketepatan waktu juga perlu diperhatikan karena menyangkut dengan produk yang akan sampai kepada tangan konsumen. Pada proses transaksi produk Pegadaian Amanah melalui sistem *office channeling* di CP Kudus, waktu untuk pencairan kendaraan bermotor

terkadang bisa berubah-ubah. CP Kudus tidak bisa menjamin kapan waktu tepatnya dana akan cair. Hal ini bukanlah kesengajaan dari CP Kudus tetapi kendaraan yang dipesan dari *dealer* belum bisa langsung tersedia. Kebanyakan kendaraan yang diminati oleh nasabah dengan pembiayaan Pegadaian Amanah adalah motor Honda Scoopy dan Yamaha MX.

Pencairan dana bisa dilaksanakan minimal 3 hari setelah survey dilakukan. Namun, pencairan dana terkadang bisa memakan waktu yang lama anatar 1 sampai 2 minggu tergantung dengan kendaraan yang diinginkan. Karena kendaraan yang diinginkan nasabah tidak selalu tersedia apalagi jika spesifikasi kendaraan yang diinginkan nasabah bermacam-macam tentunya akan memakan waktu yang lebih lama. Nasabah yang bertransaksi produk *rahn* melalui sistem *office channeling* sudah menjalankan persyaratan sesuai dengan prosuder pembiayaan hanya saja terkadang nasabah masih bingung diawal pengajuan produk *rahn*.

b. Kualitas

Dalam perusahaan jasa, perantara penjualan jasa biasanya dilakukan oleh agen. Jasa yang bersifat abstrak itu hanya bisa diwakili oleh sebuah agen

untuk memasarkannya. Untuk bisa menjual jasa dari produsen jasa, maka agen harus menguasai dengan benar karakteristik (*product knowledge*) yang ditawarkannya.¹⁶

Pegawai yang melayani nasabah dengan sistem *office channeling* sebelumnya tidak begitu paham mengenai produk *rahn* pegadaian syariah. Sebelum pegawai yang ditunjuk melayani nasabah dengan transaksi syariah di pegadaian konvensional diberi diklat atau pelatihan terlebih dahulu. Adanya diklat untuk pegawai pegadaian konvensional supaya dalam melayani nasabah, pegawai konvensional dapat menerangkan proses transaksi beserta akad-akadnya, besarnya angsuran yang harus dibayarkan berupa uang pokok dan jasa titipan (*mu'nah*) serta dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan nasabah mengenai produk *rahn* pegadaian syariah. Hal itu di maksudkan agar pengetahuan pegadaian konvensional sama dengan pengetahuan pegawai pegadaian syariah, sehingga produk *rahn* yang di tawarkan ke pada nasabah tetap dapat terjaga kualitasnya. Walaupun dalam pelaksanaanya, pegawai dalam sistem *office channeling* tetap terbatas *job description*-nya.

¹⁶ Wahjono, *Bisnis...*, hal. 230

“Untuk masalah akad-akad dan bagaimana pembiayaannya lebih baik ditanyakan saja kepada pihak pegadaian syariah yang lebih paham mengenai itu. Kita disini hanya sebagai pelaksananya saja”.¹⁷

Menurut penulis, dari hasil wawancara dengan pegawai CP kudu, terkesan bahwa Pegawai CP Kudus tidak terlalu memperhatikan akad-akad pembiayaan dan aspek ke-syariah-an dari produk *rahn*. Asalkan ada nasabah dan user syariah bisa dijalankan serta dapat terhubung ke sistem *office channeling*, maka transaksi bisa berjalan atau dilaksanakan. Hal ini dapat berdampak pada kualitas produk *rahn* karena menyangkut jelas atau tidaknya pegawai dalam menjelaskan produk *rahn* kepada calon nasabah. CP Kudus sebagai agen distributor produk *rahn* dalam sistem *office channeling* kurang menguasai dengan benar karakteristik (*product knowledge*) yang ditawarkannya.

¹⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Marmono selaku Pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus pada tanggal 6 April 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi distribusi produk *rahn* dengan sistem *office channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara, yaitu;
 - a. Strategi distribusi dengan sistem *office channeling* di CPS Pasar Ngabul termasuk saluran distribusi tidak langsung dengan menggunakan saluran tingkat satu (*one level distribution*), dimana dalam tingkatan saluran tersebut menerapkan strategi distribusi eksklusif. Namun, pada strategi distribusi eksklusif dalam sistem *office channeling* di area Pati berjumlah 54 outlet pegadaian konvensional. Padahal seharusnya hanya ada satu perantara atau satu agen besar sebagai penyalur produk.
 - b. Dalam pelaksanaan sistem *office channeling* di pegadaian konvensional terdapat Akad *wakalah* yang bersifat profit, dengan adanya *sharing mu'nah* antara CPS Pasar Ngabul sebagai pemberi kuasa dan Pinca pegadaian konvensional se-area pati sebagai penerima kuasa. Sedangkan dalam hal pembukuan di CP Kudus

sebagai salah satu pegadaian konvensional di area Pati telah sesuai dengan peraturan OJK, dimana adanya pemisahan pembukuan antara pembukuan *office channeling* dengan pembukuan CP Kudus sendiri. Namun, dalam hal yang berkaitan dengan pegawai, pelaksanaannya tidak sesuai dengan peraturan OJK No.31/ POJK.05/ 2016 pada pasal 30, karena di CP Kudus semua pegawai dapat melayani nasabah melalui sistem *office channeling*.

2. Ditinjau dari segi etika ekonomi Islam, strategi distribusi dengan sistem *office channeling* di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara, bisa dilihat sebagai berikut:
 - a. Dari segi pemerataan ke berbagai daerah, Distribusi pegadaian syariah ke berbagai daerah yang mayoritas muslim belum merata. Namun, dengan adanya sistem *office channeling*, pemerataan produk *rahn* sudah merata ke berbagai daerah yang jauh dari pegadaian syariah dengan di bantu 54 agen *office channeling* di area-Pati. Dari segi pemerataan distribusi kekayaan, CPS Pasar Ngabul belum bisa menyumbangkan hasil biaya ganti rugi dari sistem *office channeling* ke DKU (Dana Kebajikan Umat). Sehingga distribusi kekayaan dari sistem *office channeling* belum terlaksana.

- b. Keadilan produk *rahn* yang bisa diakses nasabah melalui sistem *office channeling* masih terbatas hanya pada 2 produk sehingga belum memenuhi prinsip keadilan yang mempunyai makna “keseimbangan”. Sedangkan dari segi proses transaksi produk *rahn* yang dilakukan melalui sistem *office channeling* sama dengan proses transaksi di pegadaian syariah. Baik secara akad, biaya administrasi, penentuan besarnya angsuran dan tentunya tidak ada riba dalam transaksinya. Sehingga makna keadilan disini mempunyai arti “sama”. Dari segi keadilan pendapatan, terdapat sharing mu’nah dengan perbandingan 40: 60, walaupun pembagiannya tidak sama tetapi pegadaian syariah telah berlaku adil bahwa pembagian pendapatan bukan berarti semua orang harus mendapat imbalan sama persis.
- c. Dalam hal ketepatan waktu, pencairan dana produk Pegadaian Amanah dengan sistem *office channeling* di CP Kudus tergantung dengan tersedianya stok motor di *dealer*. Jika kendaraan yang diinginkan nasabah sudah tersedia, maka proses pencairan bisa terlaksana. Dalam hal kualitas produk *rahn*, Pegawai dengan sistem *office channeling* di CP Kudus tidak terlalu memerhatikan akad-akad pembiayaan dan aspek ke-syariah-an dari produk *rahn*. Hal ini dapat

berdampak pada kualitas produk *rahn* karena menyangkut jelas atau tidaknya pegawai dalam menjelaskan produk *rahn* kepada calon nasabah.

B. Saran

1. Bagi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngablul Jepara, Senantiasa mempertahankan strategi distribusi produk *rahn* dengan sistem *office channeling* yang selaras dengan etika ekonomi Islam. Keberkahan dan kesuksesan diawali dari prinsip menjalankan perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya.
2. Bagi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus, hendaknya menjalankan sistem *office channeling* yang sesuai dengan peraturan yang ada dan sesuai dengan syariah Islam dalam mendistribusikan produk pegadaian syariah.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan untuk meneliti lebih intens mengenai penerapan sistem *office channeling* pegadaian dengan menggunakan metode penelitian atau teori yang lain sehingga hasil penelitiannya dapat menggambarkan secara menyeluruh mengenai sistem *office channeling* di pegadaian.

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat

menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI DISTRIBUSI PRODUK *RAHN* DENGAN SISTEM *OFFICE CHANNELING* DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SYARIAH PASAR NGABUL JEPARA” . Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan ketidaksempurnaan, baik dari segi bahasa, sistematika maupun analisisnya. Hal tersebut bukan semata-mata kesengajaan tapi berdasarkan kemampuan yang penulis miliki. Meski demikian, penulis sudah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi, semoga mendapat imbalan dari Allah SWT. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan didalam penelitian yang akan datang.

Akhirnya penulis memohon doa kepada Allah SWT semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi siapa saja yang berkesempatan membacanya serta dapat memberikan sumbangan yang positif dalam khazanah ilmu pengetahuan. Amin...

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. Cet. Ke 2. 2013.

Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2014.

Annual Report Laporan Tahunan Pegadaian Tahun 2016.

Anonim. *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang disempurnakan)*. Jil. 1., Jakarta: Kementrian Agama RI. 2012.

_____. *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang disempurnakan)*. Jil. 2., Jakarta: Kementrian Agama RI. 2012.

_____. *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang disempurnakan)*. Jil. 3., Jakarta: Kementrian Agama RI. 2012.

_____. *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang disempurnakan)*. Jil. 5., Jakarta: Kementrian Agama RI. 2012.

_____. *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang disempurnakan)*. Jil. 9., Jakarta: Kementrian Agama RI. 2012.

_____. *Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi yang disempurnakan)*. Jil. 10., Jakarta: Kementrian Agama RI. 2012.

Anshori, Abdul Ghofur. *Gadai Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2011.

As-Sa'di, Syeikh Abdurrahman dan Syekh Abdul bin Baaz, et al. *Fiqh al-Bay' wa asy-Syira'*. Abdullah. "Fiqh Jual-Beli : Panduan Praktis Bisnis Syariah". Jakarta: Senayan Publishing. 2008.

Astria, Maya Nurina. "Pelaksanaan Kebijakan Layanan Syariah (Office Channeling) Pada BTN Unit Usaha Syariah (UUS)". Skripsi. Jakarta : Universitas Indonesia. 2009.

Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.

_____. *Etika Bisnis Perspektif Islam : Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*. Bandung : Alfabeta. 2013.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*. Jakarta : Kencana Perdana Media Group. 2013.

Chaudhry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, Jakarta: Kencana. Cet. Ke 3. 2016.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 25/DSN-MUI/III/2002 Tentang Rahn

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)
No. 91/DSN-MUI/IV/2014 Tentang Pembiayaan Sindikasi
(Al-Tamwil Al-Mashrifi Af-Mujamma ')

Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Ed. Ke 2. Yogyakarta:
BPFE-Yogyakarta. Cet. Ke 3. 2014.

Hendro, Tri dan Conny Tjandra Rahardja. *Bank & Institusi Keuangan
Non Bank di Indonesia*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
2014.

Janwari, Yadi. *Fiqih Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT
Remaja Rosdakarya. 2015.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management,
Thirteenth Edition*. Bob Sabran. "Manajemen Pemasaran,
Edisi Ketiga Belas". ed. ke 13/ jil. 2,. Jakarta: Penerbit
Erlangga. 2009.

Lupioyadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis
Kompetensi*. Ed. Ke 3. Jakarta: Salmeha empat. 2014.

Mardani. *Fiqih Ekonomi syariah*. Jakarta: Prenada Media Group. Cet.
Ke 3. 2015.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT.
Remaja Rosdakarya. Cet. Ke 26. 2009.

Mufidah, Riana Afiati. “Pengaruh Kebijakan Sistem Office Channeling Terhadap Kinerja Perbankan Syariah”. Skripsi. Semarang : Universitas Negeri Semarang. 2009.

Noor, Ruslan Abdul Ghofur. *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam Dan Format Keadilan Ekonomi Di Indonesia*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. . Cet.ke 1. 2013

Rodin, Dede. *Tafsir Ayat Ekonomi*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya. 2015.

Rohaya, Hairiennisa. “Perkembangan Skala Usaha Perbankan Syariah Di Indonesia Pra Dan Pasca Kebijakan Office Channeling”. *La_Riba Jurnal Ekonomi Islam*. Vol.2 no. 2. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia. 2008.

Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/ POJK.05/ 2016
Tentang Usaha Pergadaian

Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit Andi. 2013.

Satori, Djam’an dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta,cv. 2013.

Sjahdeini, Sutan Remy. *Perbankan Syariah produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.

- Solihin, Ismail. *Manajemen Strategik*. Bandung: Penerbit Eralangga. 2012.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta ; CV Andi Offset. 2016.
- Suma, Muhammad Amin. *Tafsir Ayat Ekonomi : Teks, Terjemah dan Tafsir*. Ed. Ke 1. Jakarta : Amzah. Cet. Ke 1. 2013.
- Sutedi, Adrian. *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Swastha, Basu dan Irawan. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta. Cet. Ke 13. 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi*. Ed.1. Yogyakarta : CV Andi Offset. 2016.
- Umam, Khotibul. *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. Cet. Ke 1. 2016.
- _____. *Trend Pembentukan Bank Umum Syariah Pasca UU No. 21 Tahun 2008 (Konsep, Regulasi dan Implementasi)*. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta. 2009.
- Wahjono, Sentot Imam. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Cet. Ke 1. 2010.

INTERNET

Anonim. “Pegadaian di Indonesia”.
<http://www.infoalamat.com/pegadaian/>. diakses 18 April 2017

Portal Alamat. “Alamat PT. Pegadaian di Blora”. <http://portal-alamat.blogspot.co.id/2017/04/alamat-pt-pegadaian-di-blora.html>. diakses 18 April 2017

Widhowati, Devi Utari. “Pegadaian Syariah yang belum dikenal dan bedanya dengan pegadaian konvensional”.
http://www.kompasiana.com/deviutari/pegadaian-syariah-yang-belum-dikenal-dan-bedanya-dengan-pegadaian-kovensional_574d09be367b61ec04548671 . diakses 20 Januari 2017

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1

A. Daftar pertanyaan wawancara kepada Pimpinan Cabang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara, yaitu :

1. Bagaimana distribusi produk *rahn* di pegadaian syariah?
2. Bagaimana penyaluran produk syariah dengan sistem office channeling?
3. Apa hal yang melatarbelakangi adanya sistem *office channeling* di Pegadaian?
4. Mengapa pegadaian syariah terbatas jika dibandingkan dengan pegadaian konvensional?
5. Apakah terdapat akad dalam kerjasama *office channeling* antara pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional?
6. Apa fungsi dari *office channeling*?
7. Apakah sistem *office channeling* juga berlaku untuk pegadaian syariah yang lain?
8. Apa landasan hukum adanya penerapan sistem *office channeling* di pegadaian?
9. Apakah semua produk syariah bisa di-*channeling*-kan di pegadaian konvensional?
10. Bagaimana mekanisme pencairan dana produk *rahn* yang melalui sistem office channeling?

11. Bagaimana distribusi pendapatan dari hasil sistem *office channeling*?
12. Apakah pegadaian syariah menemui permasalahan/kendala mengenai sistem *office channeling*? dan apa solusinya?

B. Daftar pertanyaan wawancara kepada pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kudus, yaitu :

1. Bagaimana mekanisme pembiayaan produk Ar-Rum Haji dan produk pegadaian Amanah dengan sistem Office Channeling?
2. Bagaimana mekanisme pembayaran angsuran produk rahn dengan office channeling pegadaian konvensional?
3. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk pencairan dana dengan sistem office channeling?
4. Bagaimana bentuk promosi produk rahn di pegadaian konvensional yang bertindak sebagai agen office channeling?
5. Siapakah yang menunjuk pegadaian konvensional sebagai agen office channeling?
6. Apakah ada persyaratan khusus dalam pelaksanaan Office Channeling?
7. Ada berapa pegawai yang bertugas untuk melayani nasabah dengan sistem office channeling?

8. Apakah ada perbedaan pelayanan antara nasabah office channeling dengan nasabah pegadaian konvensional?
9. Apa bentuk pelatihan yang diberikan kepada pegawai yang melayani produk rahn dengan office channeling?
10. Apakah pegadaian konvensional sebagai pihak yang melaksanakan office channeling mendapatkan *fee*?
11. Apa saja permasalahan yang ditemui saat menjalankan sistem office channeling?
12. Apa saja kendala pelaksanaan sistem office channeling dan bagaimana solusinya?

Lampiran 2



GADAI EMAS UNTUK KE **TANAH SUCI**



Melaksanakan ibadah haji merupakan kewajiban setiap umat Islam yang mampu. Pegadaian Syariah ingin membantu mewujudkan impian Anda untuk pergi ke Tanah Suci.

ARRUM Haji merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan Anda untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas. Segera manfaatkan aset emas Anda untuk ke Tanah Suci.

"Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji) maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam"

QS Al-Imran 97

Berdasarkan Fatwa MUI
92/DSN-MUI/IV/2014

Tepat Caranya, *Berkah Hasilnya*
Mudah, Murah, dan *Lebih Berkah*

PT. Pegadaian (Persero) - Kantor Pusat
Jalan Kramat Raya 162, Jakarta Pusat - 10430
T +62 21 315 5550 www.pegadaiansyariah.co.id

OK OTORITAS
JASA
KEUANGAN

Pegadaian
Syariah
Mengerjakan Masalah Tanpa Menakuti

Lampiran 3

Manfaatkan emas anda untuk mendaftar haji

simulasi angsuran *)

(angsuran pokok + mu'nah)

12 bulan, angsuran Rp. 2.336.200

24 bulan, angsuran Rp. 1.294.500

36 bulan, angsuran Rp. 947.300

48 bulan, angsuran Rp. 773.700

60 bulan, angsuran Rp. 669.500

biaya yang dibayar diawal saat akad

(terdiri dari adm & setoran awal tabungan haji)

12 bulan, biaya diawal Rp. 840.000

24 bulan, biaya diawal Rp. 882.500

36 bulan, biaya diawal Rp. 945.000

48 bulan, biaya diawal Rp. 1.035.000

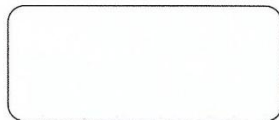
60 bulan, biaya diawal Rp. 1.182.500

*) sumber data diolah 2017; Disesuaikan

dengan emas senilai Rp. 7 Juta

anda memperoleh pinjaman Rp. 25 Juta dalam bentuk tabungan haji yang dapat digunakan untuk mendaftar haji

- Persyaratan ringan hanya menyerahkan copy KTP dan jaminan emas serta SABPIH
- Biaya (mu'nah) dan Kafalah terjangkau
- Emas dan SABPIH **AMAN** disimpan di Pegadaian
- Akad Arrum Haji sekaligus buka tabungan haji dan dapat nomor porsi



Tepat Caranya, *Berkah Hasilnya*

 PegadaianSyariahPusat  @PEGADAIANSYARIA  @pegadaiansyariahpusat

Pegadaian Call Center
1500 569
atau 021-40053162 x 021-4501162

Lampiran 4





Pegadaian
Syariah

Pegadaian AMANAH
Pembiayaan Kepemilikan
Kendaraan Bermotor
kepada Karyawan Tetap
dan Pengusaha Mikro
dengan Prinsip Syariah
sesuai Fatwa DSN MUI
No. 68/DSN.MUI/III/2008


PEMBIAYAAN
Gada & Mikro
EMAS
ANEKA JASA

Pegadaian AMANAH
Solusi Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor

Lampiran 5

-  BERPRINSIP SYARIAH
-  PINJAMAN 5 JUTA - 450 JUTA
-  PROSES MUDAH
-  LAYANAN PROFESIONAL

Model Bisnis Pegadaian AMANAH yang Mudah dan Cepat




Nasabah mengajukan pembiayaan AMANAH.

1 ANALISIS

Analisis melakukan verifikasi dokumen, domisili dan tempat kerja/usaha.

2

Deputi Bisnis memberikan persetujuan.



Pencairan dana di outlet Pegadaian (estimasi 3 hari).

Pinjaman diangsur secara bulanan dengan pilihan tenor pinjaman: 12, 18, 24, 36, 48 dan 60 bulan.

KEUNGGULAN

- P**roses transaksi berprinsip syariah yang adil dan menenteramkan sesuai fatwa DSN-MUI No. 68/DSN.MUI/III/2008.
- P**elayanan di lebih dari 4600 outlet pegadaian di seluruh Indonesia.
- P**embiayaan dengan uang muka mulai 20%
- P**embiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24, 36, 48 dan 60 bulan.
- P**egadaian mengenakan biaya pengelolaan (Munah) yang kompetitif yaitu 0,8% x taksiran.
- P**rosedur pelayanan sederhana, cepat dan mudah.

PERSYARATAN

- Karyawan tetap Masa Kerja minimal 2 tahun
- Usia minimal 21 tahun, sisa masa kerja 1 tahun sebelum pensiun
- Usia saat jatuh tempo Maksimal 70 tahun
- Kendaraan digunakan di wilayah pemohon
- Memiliki usaha produktif yang sah & berjalan minimal 1 tahun
- Memiliki tempat tinggal tetap




DOKUMEN


- Copy KTP
- Copy KK
- Copy Name Tag
- Copy SK pengangkatan pegawai tetap + legalisir
- Copy NPWP (Khusus UP di atas Rp. 50 Juta)
- Asli Slip Gaji + Legalisir 2 bulan terakhir
- Copy Surat Keterangan Usaha
- Copy Rekening Tagihan Telepon/Listrik/PBB terakhir

	Pegawai Tetap	Pengusaha Mikro
● Karyawan tetap Masa Kerja minimal 2 tahun	v	-
● Usia minimal 21 tahun, sisa masa kerja 1 tahun sebelum pensiun	v	-
● Usia saat jatuh tempo Maksimal 70 tahun	v	v
● Kendaraan digunakan di wilayah pemohon	v	v
● Memiliki usaha produktif yang sah & berjalan minimal 1 tahun	-	v
● Memiliki tempat tinggal tetap	-	v

	Pegawai Tetap	Pengusaha Mikro
● Copy KTP	v	v
● Copy KK	v	v
● Copy Name Tag	v	-
● Copy SK pengangkatan pegawai tetap + legalisir	v	-
● Copy NPWP (Khusus UP di atas Rp. 50 Juta)	v	-
● Asli Slip Gaji + Legalisir 2 bulan terakhir	v	-
● Copy Surat Keterangan Usaha	-	v
● Copy Rekening Tagihan Telepon/Listrik/PBB terakhir	-	v

PT Pegadaian (Persero) - Kantor Pusat
 Jl. Kramat Raya 162, Jakarta Pusat 10430
 Telp. : +62 21 315 5550
 Fax. : +62 21 3983 8014

 www.pegadaian.co.id
 [pegadaian](https://www.facebook.com/pegadaian)
 [pegadaian](https://twitter.com/pegadaian)



Lampiran 6



Semarang, 27 Maret 2017

Nomor : 102/00111.06/2017
Lampiran : 1 Berkas
Urgensi : B

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
di
Semarang

Hal : Ijin Penelitian

Terkait dengan Surat Saudara Nomor :B-924/Un.10.5/D1/TL.00/03/2017 Tanggal 21 Maret 2017 perihal Permohonan Ijin Penelitian mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memberikan ijin Penelitian kepada :

No	Nama	Progdi	NIM
1.	Rizqi Nur Fitriani	Ekonomi Islam	132411022/S.1/VIII

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Kegiatan Penelitian dilakukan mulai Tanggal 03 April 2017 s/d 18 April 2017.
2. Pelaksanaan Penelitian dilaksanakan pada jam kerja di Kantor Cabang Syariah PT. Pegadaian (PERSERO) Pasar Ngablud dan Kantor Cabang PT. Pegadaian (PERSERO) Kudus dengan berpakaian rapi dan sopan.
3. Data yang diteliti tersebut hanya untuk keperluan akademis yang digunakan untuk penyusunan Tugas Akhir mahasiswa yang bersangkutan.
4. Data yang diberikan adalah data yang bukan bersifat rahasia , seperti Profil Perusahaan, Jenis Produk dan Fitur Produk. Sedangkan Identitas Nasabah, Identitas BJ, SOP, Standar Keamanan dan Tempat penyimpanan BJ tidak dapat kami berikan.
5. Setelah selesai penyusunan Tugas Akhir tersebut agar diserahkan satu eksemplar untuk Kantor Wilayah Semarang.
6. Mahasiswa Wajib mengunduh dan menginstal Aplikasi "Sahabat Pegadaian".
7. Sebagai media untuk lebih memahami transaksi di PT Pegadaian (Persero), maka diwajibkan kepada setiap mahasiswa membeli minimal 1(satu) gram LM dengan cara diangsur atau gadai minimal Rp. 1.000.000,00 (Satu juta rupiah).

Demikian disampaikan, agar kesempatan ini dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

PT. Pegadaian (Persero)
Kantor Wilayah XI Semarang



MULYONO
Pemimpin Wilayah

Terbusan : - Yth. Pemimpin Cabang PT. Pegadaian (PERSERO) di Kudus
- Yth. Pemimpin Cabang Syariah PT. Pegadaian (PERSERO) di Pasar Ngablud

PT Pegadaian (Persero) – Kantor Wilayah XI Semarang
Jl. Kimangunsarikoro No.7, T +62 24 5415896
Semarang 50241 F +62 24 8316456

www.pegadaian.co.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rizqi Nur Fitriani
NIM : 132411022
Tempat Tanggal Lahir : Jepara, 29 Februari 1996
Alamat Asal : Mantingan RT 03/01
Kec. Tahunan
Kab. Jepara
No. Hp : 0895-3273-23296
Email : rizqifitriani91@gmail.com



Latar Belakang Pendidikan :

Tahun 2000- 2001 TK Jelita Krpyak Jepara Lulus Tahun 2001
Tahun 2001-2007 MI Panatul Khoir Jepara Lulus Tahun 2007
Tahun 2007-2010 MTsN Pecangan di Bawu Jepara Lulus Tahun 2010
Tahun 2010-2013 MAN 2 Kudus Lulus Tahun 2013
Tahun 2013-2017 Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang Lulus Tahun 2017

Organisasi :

1. Bendahara UKM Walisongo English Club Periode 2015 dan Periode 2016

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 22 Juni 2017

Penulis

Rizqi Nur Fitriani

132411022