

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI FAEDAH BRI
SYARIAH iB
(Studi Kasus Produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas Di Bank BRI Syariah
KC Semarang)
SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh

**ISNAINI HANIK MAYSAROH
(1605036074)**

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
2021**

MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran..”

(QS Al- Maidah ayat 2)

”

H. Much. Fauzi. S.E., M.M.

NIP. 19730217 200604 1 001

Muyassarrah, M.Si.

NIDN.2029047101

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Isnaini Hanik Maysaroh

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum. wr. wb.

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

Nama : Isnaini Hanik Maysaroh

NIM : 1605036074

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

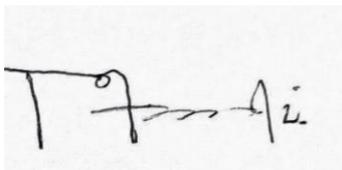
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Faedah BRI Syariah iB (Studi Kasus Produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqasahkan.

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

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Pembimbing I



H. Much. Fauzi. S.E., M.M.

NIP. 19730217 200604 1 001

Semarang, 20 September 2021

Pembimbing II



Muyassarrah, M.Si.

NIDN.2029047101



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof DR. HAMKA Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Isnaini Hanik Maysaroh
NIM : 1605036074
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Faedah BRI Syariah iB (Studi Kasus Produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang)

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 27 Septemeber 2021 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2021/2022.

Ketua Sidang

Mashlil, M.Si.

NIP. 198405162019031005

Penguji I

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.

NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing I

Dr. H. Much Fauzi, M.M.

NIP. 19730217 200604 1 001



Semarang, 27 September 2021

Sekretaris Sidang

Dr. H. Much Fauzi, M.M.

NIP. 19730217 200604 1 001

Penguji II

Naili Sa'adah, S.E., M.Si., Akt.

NIP. 19880331201903200

Pembimbing II

Muvassarrah, M.Si.

NIDN. 2029047101

PERSEMBAHAN

Ahamdulillahirobbilalamiin, dengan ucapan rasa syukur kepada Allah SWT, sehingga saya telah dapat menyelesaikan skripsi saya. Karya ini saya persembahkan kepada orang-orang luar biasa yang saya sayangi :

1. Kedua orang tersayang, Bapak Suntoro dan Ibu Wasliyah beribu-ribu terimakasih atas segala yang telah diberikan, yang telah berjuang dan berkerjakeras untuk pendidikan anakmu ini. Terimakasih atas ridho dan doa yang telah dipanjatkan untukku. Semoga beliau-beliau selalu diberi kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Amin
2. Kakak laki-laki saya Ahmad Riawan Hidayat yang selalu memberikan dukungan dan motivasi. Terimakasih atas perjuanganmu selama ini dalam membantu proses pendidikan adik mu ini. Semoga selalu diberikan kesehatan, panjang umur dan semoga segera dipertemukan dengan jodoh terbaiknya. Amin
3. Adik perempuan saya Sa'baniah Indah Nur Izati yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya. Terimakasih telah menjadi adik yang baik. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kemudahan dalam proses pendidikan yang sedang ditempuh.
4. Seluruh keluarga besar yang ada di Pati dan Sragen yang selalu memberikan dukungan dan telah menjadi orang tua kedua diperantauan. Terimakasih atas segala dan doa yang telah diberikan selama ini. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan. Amin

DEKLARASI

Nama : Isnaini Hanik Maysaroh
NIM : 1605036074
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Faedah BRI Syariah iB (Studi Kasus Produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas Di Bank BRI Syariah KC Semarang)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merukan hasil plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmuan. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 20 September 2021

Deklarator,



Isnaini Hanik Maysaroh

NIM. 1605036074

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah bagian yang terpenting dalam skripsi, karena di dalamnya terdapat banyak istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain yang aslinya ditulis arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ء = a	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 =h	ط =th	و =w
خ =kh	ظ =zh	ه =h
د =d	ع ='	ي = y
ذ =dz	غ =gh	
ر =r	ف =f	

B. Vocal

َ- = a

ِ- = i

ُ- = u

C. Diftong

أ = ay

وَأ = aw

D. Syaddah

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

E. Kata Sandang (...ال)

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

F. Ta' Marbutah

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan “h” misalnya الطبيعية المعيشة = *al-ma 'isyahal-thabi 'iyyah*.

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin maju didalam berbagai bidang. Di Indonesia saat ini sedang melakukan peningkatan di semua sektor baik sektor pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial, dan lain-lain, guna mewujudkan cita-cita untuk menjadi negara yang maju. Peningkatan yang dilakukan salah satunya peningkatan dibidang ekonomi Perbankan. Perkembangan perbankan Syariah di Indonesia ini semakin tinggi, sehingga menyebabkan tingkat persaingan semakin ketat dengan lembaga lainnya. Dengan adanya peningkatan persaingan ini mengharuskan Bank BRI Syariah melakukan pemasaran yang lebih kiat, sehingga dapat menjaga ketahanan Bank. Tujuan dari adanya strategi pemasaran ini adalah untuk mengenalkan produk ini yang ada di Bank. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada Produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif. Lokasi penelitian ini di Bank BRI Syariah KC Semarang dengan cara pengumpulan data dengan wawancara dengan karyawan Bank.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwasannya Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang adalah dengan metode dan menggunakan metode promosi dengan periklanan dengan melalui penyebaran brosur, periklanan melalui internet seperti media sosial, untuk metode penjualan pribadi dengan menggunakan kerjasama dengan marketing mikro untuk ikut memasarkan kepada nasabah atau konsumen, dan yang terakhir dengan menggunakan metode promosi penjualan melalui kegiatan open boot di suatu event perkantoran, pusat perbelanjaan, atau juga di sebuah pasara-pasar.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Promosi (Bauran Pemasaran)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim,

Alhamdulillahirabbilalamiin, puji syukur yang tak henti-henti saya panjatkan kepada Allah *Subhannallahu Taala*, atas rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah yakni skripsi. Shalawat serta salam senantiasa saya haturkan kepada junjungan kita yaitu Baginda Nabi Muhammad SAW. Yang selalu kita nantikan syafaat beliau *fii yaumil qiyamah*. Amin

Skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI FAEDAH BRI SYARIAH iB (Studi Kasus Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang)” disusun guna memenuhi syarat gelar Sarjana S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Atas diselesaikannya skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari pihak yang selalu mendukung, memotivasi, membantu dan membimbing dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. Maka dari itu dengan kerendahan hati penulis ucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta jajarannya.
2. Bapak H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E, M.Si, selaku ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak H. Dede Rodin. Lc., M.Ag. selaku dosen Wali yang dengan sabar membimbing dan mengarahkan selama awal perkuliahan hingga sampai saat ini.
5. Bapak H. Much. Fauzi, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing I dan ibu Muyassarah, S.Ag., M.Si. selaku Dosen pembimbing II, yang senantiasa membimbing penulis dan selalu mengarahkan serta memberikan semangat dalam proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
6. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis baik dalam ilmu akademik maupun ilmu non akademik.
7. Kepada Kedua Orang Tua dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan ridho dan doanya untuk penulis.

8. Kepada Bank BRI Syariah KC Semarang yang telah bersedia dan memberikan izin kepada Penulis untuk penelitian, serta terimakasih atas informasi dan ketersediaannya untuk wawancara.
9. Kepada KH. Much. Chozien Adnan dan Ibu Hj. Sundusiyah selaku pimpinan Pondok Pesantren Al- Barokah Dharmasraya yang telah memberikan ilmu, baik formal dan juga non formal serta ridho dan doanya.
10. Kepada Abdul Rahman yang telah senantiasa menemani dalam suka maupun duka dalam menyelesaikan skripsi.
11. Kepada sahabat - sahabat saya yang juga sedang berjuang Skripsian, Rohaniyah (Bogor), Soimahul Hasanah (Bogor), Miranti Riana (Padang), Ani Yulia Ningsih(Dharmasraya), Arum Dwi Astuti (Dharmasraya), Desy Amalia Noviananda (Dharmasraya), Fatwa Sahala (Kebumen), Basith Faruqy (Cepu), Lalu Amamumam (Sudan), terimakasih semangat, dukungan dan doanya.
12. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan di S1 Perbankan Syariah angkatan 2016, terkhusus Eva Andria Agustin (Purwodadi) dan Citra Dewi Mustika (Pati), terimakasih telah mendukung dan menemani selama berada di Kampus ini.
13. Kepada keluarga besar UKM JQH el-Fasya dan el-Febi's, khususnya Saidul Mubarak (Pati), Akmal Habib Maulana (Pasuruan), Sabah Erdiansyah (Pekalongan), Khalimatus Sa'diah (Rembang), Sita Bonika (Klaten), Tayimah (Pemalang), Ovia Dwi Nurcahyani (Ponorogo), I'anatul Khoiriyah (Purwodadi), Furhatul Khoir (Probolinggo), Ayu Agta Diana (Dharmasraya), Latifatus Sariroh (Kudus), Azun Khofifa (Pati), Faiz Hidayat (Pemalang), Mukti Bagus Panuntun (Batang), Miftahul Khirul Habib (Purwodadi), Abul A'la (Pemalang), Lutfi Hakim (Blora), Fathul Muiz (Kendal), Muhammad Irkham (Brebes). Terimakasih atas ilmu dan pengalaman di organisasi.
14. Kepada Tim KKN Reguler ke 74 Posko 65 Desa Truko, Syahrul, Royan ,Asof, Munir, Mbak Umi, Silvi, Isna, Alfi, Afifah, Madu, Hikmah, Azun, Ayu, Asiyah. Semoga kita senantiasa dalam lindungan Allah dan semoga kesuksesan bersama kita. Amin
15. Terimakasih untuk keluarga besar smtown (Kun ge, Jepri, Jungwo) yang telah memberikan banyak motivasi dan juga hiburan kepada penulis sehingga semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih atas segala dukungan serta doa hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis hanya bisa mendoakan semoga apa yang telah diberikan kepada penulis, Allah SWT yang akan membalasnya.

Penulis menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang penulis harapkan agar untuk kedepannya akan lebih baik lagi. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca.

Semarang, 20 September 2021

Penulis,



Isnaini Hanik Maysaroh

NIM. 1605036074

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAM DEKLARASI	vi
HALAM PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
HALAMAN ABSTRAK	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	5
E. Kerangka Teori	7
F. Metodologi Penelitian	9
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	12
B. Pembiayaan	22
C. Qardh Beragunan Emas	28
1. Pengertian Qardh Beragunan Emas	28
2. Akad Qardh	29
3. Akad Ijarah	31
4. Akad Rahn	33
BAB III: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Bank BRI Syariah	39
1. Sejarah berdirinya Bank BRI Syariah	39
2. Profil	40
3. Visi dan Misi	40
B. Produk-produk Di Bank BRI Syariah	40
1. Produk Simpanan	41
2. Pembiayaan	48

3. Jasa.....	50
--------------	----

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di BRI Syariah Kc Semarang.....	52
B. Strategi Pemasaran pada Pembiayaan Qardh Beragunan di Bank BRI Syariah KC Semarang.....	54
C. Analisis Strategi Pemasaran pada Pembiayaan Qardh Beragunan di Bank BRI Syariah KC Semarang	60

BAB V : KESIMPULAN

A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	64
C. Penutup.....	65

DAFTAR PUSTAKA.....	66
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	70
----------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	72
----------------------------------	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju didalam berbagai bidang. Di Indonesia saat ini sedang melakukan peningkatan di semua sektor baik sektor pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial, dan lain-lain. Peningkatan yang dilakukan salah satunya peningkatan dibidang ekonomi Perbankan. Lembaga Perbankan merupakan sebuah prantara yang mempunyai fungsi dan peranan sebagai suatu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat yang berlebih dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang kekurangan dana agar.¹

Bank adalah lembaga keuangan dimana usaha pokoknya menghimpun dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan juga dapat memberikan jasa-jasa dalam hal pembayaran dan juga peredaran uang.² Perbankan saat ini sudah mencapai tingkat kemajuan yang cukup tinggi, terutama Perbankan Syariah. Perbankan Syariah yang menjadi kompetitor dari Perbankan Konvensional. Perbankan Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang semua kegiatan transaksinya berdasarkan Prinsip Syariah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis.³ Dengan adanya kemajuan Perbankan Syariah ini sehingga membuat Bank Syariah meluncurkan berbagai produk agar dapat menarik minat nasabah dan juga selalu berinovasi terhadap produk-produknya. Inovasi produk merupakan salah satu strategi dalam pengembangan perbankan syariah. Dengan adanya inovasi produk Bank akan dapat menarik minat masyarakat dan memperoleh *Customer Based* baru. Bank Muamalat Indonesia adalah Bank Syariah yang pertama hadir di Indonesia dengan sistem bagi hasil yang mampu bertahan ketika terjadinya krisis moneter pada tahun 1997, Salah satunya adalah dalam pembiayaan. Pembiayaan adalah sebuah tugas Pokok Bank, yaitu pemberian suatu fasilitas pembiayaan dana untuk memenuhi kebutuhan yang membutuhkan dana.⁴

¹Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm 33

²Komaruddin, *Kamus Perbankan*, (Bandung: Marja, 2000), hlm 12

³Putri Dona Balgis, *Gadai Emas Syariah : Evaluasi Dan Usulan Akad Sesuai Prinsip Syariah*, Volume 7 Nomor 1 Tahun 2017, (Universitas Padjajaran), hlm 87

⁴Zaenuri, *Konsep Pembiayaan Pemilikan Emas Pada Perbankan Syariah*, Volume 6 Nomor 2 Tahun 2014, (UIN Walisongo), hlm 318

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً ۗ وَاللَّهُ
يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ (البقرة: 245)

Sesuai dalam Ayat Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 254 yaitu barangsiapa meminjami dijalan Allah dengan pinjaman yang baik maka Allah melipatgandakan ganti kepadanya dengan banyak.⁵

Selain itu Bank BRI Syariah juga salah satu Bank Syariah yang ada, dan selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk para nasabahnya. Hal ini diwujudkan dengan adanya produk jasanya salah satunya seperti Qardh Beragunan Emas. Produk ini merupakan produk yang menjadikan salah satu fleksibilitas dari bank syariah yaitu produk yang tidak ada pada semua Bank. Emas adalah salah satu barang yang dapat digunakan untuk investasi di masa depan.⁶

Gadai dalam bahasa arab disebut *rahn* atau *al-habsu* yang artinya tetap dan penahanan barang yang dijadikan pembayaran atas hutang. Spesifikasi dari barang tersebut adalah barang yang memiliki nilai jual.⁷

Qardh Beragunan Emas ini adalah salah satu produk pembiayaan yang dapat dijadikan alternatif pemenuhan kebutuhan dana dalam waktu pendek atau mendesak. Dalam produk ini memakai tiga akad didalamnya yaitu akad *Qardh*, akad *Ijarah* dan akad *Rahn*. Yang pertama akad *qardh* yaitu sebagai pengikat pinjaman dana yang diberikan oleh Bank kepada nasabah, yang kedua adalah akad *rahn* yaitu sebagai pengikat emas yang dijadikan jaminan pada pembiayaan tersebut, yang ketiga adalah akad *Ijarah* yaitu sebagai pengikat pemanfaatan dari jasa penyimpanan dan pemeliharaan jaminan atas pembiayaan.⁸ *Qardh* adalah pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang memerlukan dana dan nasabah wajib untuk membayar dengan jumlah yang sama dan dalam waktu yang tepat sesuai dengan yang telah disepakati.⁹ *Rahn* adalah menjadikan suatu barang untuk dijadikan jaminan atas

⁵Panduan Ujian Komprehensif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, (Semarang:FEBIUINWS,2019), hlm 26

⁶Putri Dona Balgis, *Gadai Emas Syariah : Evaluasi Dan Usulan Akad Sesuai Prinsip Syariah*, Volume 7 Nomor 1 Tahun 2017, (Universitas Padjajaran), hlm 87

⁷Fajar Ikhwan Nawawi, Ro'fah Setyowati dan R.Suharto, *Pelaksanaan Gadai Emas Pada Bank Syariah studi Kasus Pada BNI Syariah Kota Semarang*, Volume 6 Nomor 1 tahun 2017, (Semarang : Diponegoro Law Jurnal), hlm 7

⁸Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

⁹Muhammad Ash-Shiddiqy, *Analisis Akad Pembiayaan Qardh dan Upaya Pengembalian Pinjaman di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Volume 1 Tahun 2018 (UIN Sunan Kalijaga : CIMAE Proseeding), hlm 104

hutang. Spesifikasi dari barang tersebut adalah barang yang memiliki nilai jual.¹⁰ *Ijarah* adalah suatu perjanjian sewa menyewa suatu barang dengan pemindahan hak guna dan melalui pembayaran upah sewa dan tidak disertai dengan hak perpindahan kepemilikan.¹¹

Qardh Beragunan Emas sudah ada sejak lama pada Bank BRI Syariah KC Semarang. Akan tetapi masih banyak juga masyarakat yang belum mengetahui bahwa di Bank BRI Syariah itu terdapat suatu produk yaitu Qardh Beragunan Emas. Produk Qardh Beragunan Emas lebih terkenal dikalangan masyarakat pada umumnya hanya ada di lembaga Pegadaian baik Pegadaian konvensional maupun Pegadaian Syariah dengan sebutan gadai emas. Ini menandakan masih kurangnya pemasaran di masyarakat. Semakin banyaknya pertumbuhan lembaga keuangan baik konvensional maupun Syariah ini membuat persaingan semakin ketat dalam hal pencarian nasabah. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat ini lembaga keuangan harus menyiapkan strategi-strategi yang efektif sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan agar produk ini diminati oleh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai Penaksir Gadai dan AO di bank BRI Syariah Qardh Beragunan adalah pembiayaan yang sudah ada sejak lama.¹²

Table Qardh Beragunan Emas

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	187
2018	134
2019	160
2020	204

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah atau yang meminati pembiayaan ini tidak menentu dan cenderung naik dan turun. Ini disebabkan

¹⁰Fajar Ikhwan Nawawi, Ro'fah Setyowati dan R.Suharto, *Pelaksanaan Gadai Emas Pada Bank Syariah studi Kasus Pada BNI Syariah Kota Semarang*, Volume 6 Nomor 1 tahun 2017, (Semarang : Diponegoro Law Jurnal), hlm 7

¹¹Harun Santoso dan Anik, *Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah*, Volume 01 Nomor 02 Tahun 2015, (STIE_AAS Surakarta : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam), hlm 107

¹²Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui adanya produk tersebut di Bank BRI Syariah KC Semarang. Masih banyak masyarakat yang hanya tau ada Pembiayaan ini hanya ada di Pegadaian saja. Pada tahun 2017 hingga tahun 2018 pembiayaan Qardh Beragunan Emas mengalami penurunan dikarenakan banyaknya nasabah yang melakukan pelunasan. Selain itu kurangnya SDM dalam memasarkan produk ini juga menjadi salah satu masalahnya, pada saat terfokus pada banyaknya pelunasan sehingga pegawai tidak terfokus pada pemasarannya. Akan tetapi setelah di lihat dalam tabel di atas dapat di ketahui bahwa adanya kenaikan pada tahun 2019- 2020. Maka dengan adanya kenaikan tersebut bagaimana strategi yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang.

Dalam suatu perusahaan yang bergerak disemua bidang membutuhkan pemasaran. Konsep perencanaan dalam strategi pemasaran yang menjadikan faktor keberhasilan dalam perusahaan. Analisis mengenai pasar, pelanggan, strategi pemasarannya dan produk ini juga sangatlah penting di dalam sebuah perusahaan, agar perusahaan dapat mencapai tujuannya.¹³

Dalam kegiatan pemasaran disegala jenis perusahaan atau jenis produk, strategi pemasaran yang digunakan tetaplah berbeda-beda dalam prosesnya, akan tetapi mempunyai tujuan yang sama yaitu bagaimana menarik minat nasabah dan menaikkan nilai penjualan. Pemasaran dapat dilakukan dengan beberapa macam cara dari pemasaran lewat media cetak, internet dan lainnya. Akan tetapi apakah dengan cara itu dapat berpengaruh terhadap pemasaran produk yang ada disuatu lembaga tersebut. Dan juga bagaimana Bank tersebut bisa terus eksis dalam semua produk yang telah dikeluarkannya.

Untuk produk Qardh Beragunan Emas ini menurut Bapak Ridho sejak pertama di luncurkannya minat pada produk ini sangat tinggi, hingga saat adanya peraturan baru dari OJK yaitu Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 24 tahun 2015 untuk pembatasan jumlah maksimal pembiayaan. Yaitu menyatakan bahwa nasabah dimungkinkan memperoleh Pembiayaan Qardh Beragunan Emas ini dengan jumlah keseluruhan Rp. 250.000.000. Ini mempengaruhi jumlah peminat yaitu tidak sebanyak sebelumnya.

¹³Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin dan Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*, Volume 29 Nomor 1 Tahun 2016, (Universitas Brawijaya), hlm 60

Dari pemaparan diatas, maka penulis mencoba meneliti mengenai bagaimana Strategi Pemasaran yang digunakan pada produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang. Maka penulis mengkajinya dalam skripsi yang Berjudul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI FAEDAH BRI SYARIAH iB(Studi Kasus Produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas Di Bank BRI Syariah KC Semarang)**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mekanisme Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang?
2. Bagaimana Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui Bagaimana mekanisme Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang.
- b. Untuk mengetahui Startegi Pemasaran Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan studi untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan dan informasi khususnya mengenai Pembiayaan Qardh Beragunan Emas dan juga strategi pemasarannya di Bank BRI Syariah KC Semarang.

- b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini bisa dijadikan salah satu contoh dan bahan referensi bagi mahasiswa dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang mengadakan penelitian dengan permasalahan yang sama.

- c. Bagi Bank

Hasil penelitian ini memberikan manfaat sebagai evaluasi tentang keadaan Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang

D. Tinjauan Pustaka

Terdapat beberapa penelitian Terdahulu yang digunakan sebagai pembandingan dengan penelitian ini yaitu :

1. SERAMBI Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam Volume 1 Nomor 3 2019 disusun oleh Muyassarrah yang berjudul “Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara”¹⁴

Hasilnya adalah BMT NU Sejahtera selain menggunakan marketing mix dari product , price, place. Promotion. Teknik lain adalah strategi penjemputan, jaringan dan pelayanan prima. Dalam rangka meningkatkan nasabah BMT NU Sejahtera menggunakan iklan, seperti promosi iklan promosi penjualan penjualan pribadi, dan BMT NU Sejahtera terus bekerja keras untuk menarik nasabah agar tertarik menggunakan produk tabungan Qurban. Strategi pemasaran bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan BMT, dengan tujuan untuk menumbuhkan dan menjaga nasabah.

2. Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di BRI Syariah KCP Ngawi (Yuni Kurniawati)

Hasilnya adalah

Hasil dari penelitian ini adalah Strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI Syariah itu dengan penjualan pribadi atau door to door, periklanan, promosi penjualan dan pemasaran secara online. Selain itu pemasaran yang dilakukan oleh bank untuk meningkatkan keunggulan kompetitif yaitu dengan menggunakan inovasi dari produk, margin, pemberian aplikasi pelayanan, serta tidak memberikan biaya administrasi dan provisi.¹⁵ Perbedaan dari penelitian ini adalah beda jenis produk yang akan diteliti dan tempat dalam penelitian. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran dan juga akadnya.

3. Analisis SWOT pada strategi Pemasaran Produk Tabungan Sutera Mudhorobah Bank BPD DIY Syariah (oleh Muhammad Aziz)

Hasilnya adalah

Hasil analisis ini diperoleh dengan mengembangkan model matriks IE merupakan penggabungan dari hasil Skor terbobot dari matrik IFE dengan factor Internal

¹⁴Muyassarrah, *Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara* , Volume 01 Nomor 03 Tahun 2019, Serambi

¹⁵Yuni Kurniawati, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di BRI Syariah KCP Ngawi*, (Ponorogo : Skripsi Perbankan Syariah, IAIN Ponorogo), 2019

dengan hasil 3.255942 dan Matriks EFE dengan factor Eksternal dengan hasil 3.7934. berdasarkan teori pencocokan matriks internal eksternal strategi yang tepat digunakan untuk memasarkan produk adalah market enetration, strategi market development, strategi product development dan strategin konsolidasi internal.¹⁶ Perbedaannya dari penelitian ini adalah dimana beda dari produk, tempat dan juga dalam strategi yang digunakan. Persamaannya adalah pada masalah strategi pemasarannya .

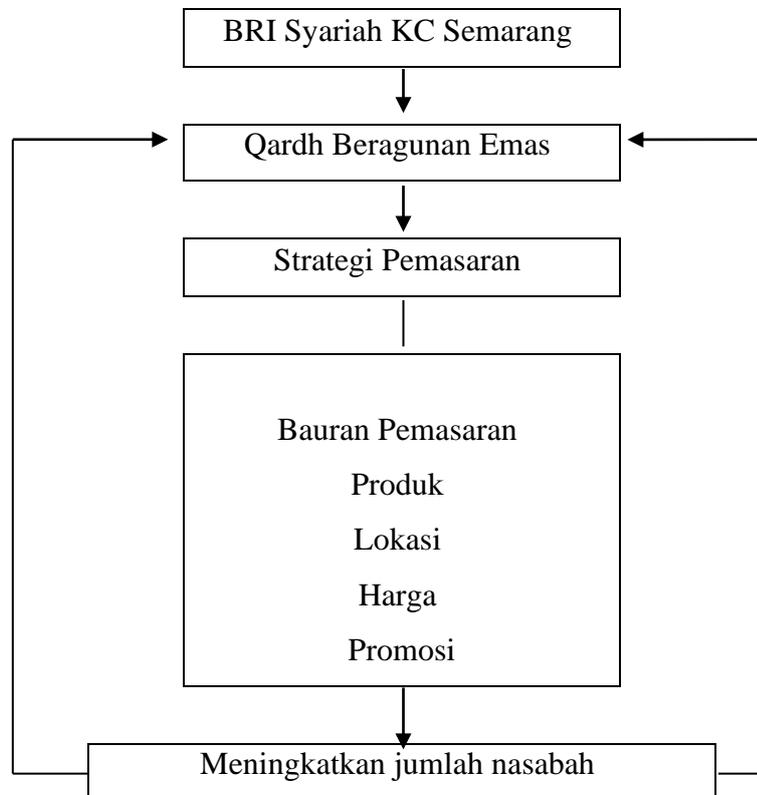
4. Analisis Pemasaran Pemasaran Produk Tabungan BSM Bank Mandiri Syariah KCP Lebak (oleh Oktavianti)

Skripsi ini yang berisikan tentang adanya pemasaran yang dilakukan agar produk tersebut mampu menjadikan solusi dalam meringankan aktivitas nasabahnya dengan memberikan fasilitas dan manfaat untuk memenuhi kebutuhannya, serta juga dapat bersaing dengan yang lainnya.¹⁷ Perbedaannya pada penelitian ini adalah beda produk dan tempat penelitian. Persamaannya adalah sama-sama mengenai pemasaran.

¹⁶Muhammad Aziz, *Analisis SWOT Pada Strategi pemasaran Produk Tabungan Sutura Mudharabah Bank BPD DIY Syariah*,(Yogyakarta: Skripsi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga), 2017

¹⁷Oktavianti, Skripsi, *Analisis Pemasaran Pemasaran Produk Tabungan BSM Bank Mandiri Syariah KCP Lebak* (Banten : Skripsi Perbankan Syariah, IPB) 2012

E. Kerangka Teori



F. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah ilmu yang mempelajari proses berpikir, menganalisis, dan membahas bagaimana melakukan penelitian berdasarkan fakta atau fenomena ilmiah dan sampai pada kesimpulan yang tepat dalam suatu penelitian.

1. Jenis Penelitian

Dalam Penelitian ini yaitu dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis.¹⁸ Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan melakukan analisa hanya deskripsi yakni menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami lalu disimpulkan dan kesimpulan yang diberikan selalu jelas.¹⁹

¹⁸Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Jogjakarta : Ar ruzz Media, 2016), hlm. 22.

¹⁹Lexy.J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya,2013).hlm.11

Dalam penelitian ini, penulis ingin mendeskripsikan tentang bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh BankBank BRI Syariah KC Semarang agar menarik minat nasabah ataupun masyarakat lainnya dalam menggunakan Produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang. Selain itu juga menjelaskan seberapa berpengaruhnya Strategi yang telah dilakukan oleh pihak Bank ini terhadap tingkat Pemasarannya.

2. **Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan oleh penulis bertempat di Bank BRI Syariah KC Semarang.

3. **Jenis Data**

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan (obyek penelitian). Dalam memperoleh data primer ini dilakukan dengan dua cara, yaitu wawancara (interview) dan observasi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemberi informasi, sedangkan obserfasi dilakukan untuk mencocokkan hasil wawancara dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.²⁰ Peneliti memperoleh data dari pegawai Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari data yang telah ada, dan telah terdokumentasikan sehingga peneliti tidak memperoleh data langsung dari sumbernya. Data sekunder dapat diperoleh dari arsip data, data resmi dari lembaga yang dipublikasikan.

4. **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan dalam mengumpulkan data pada saat penelitian.

a. Teknik Observasi

Observasi yaitu usaha mengumpulkan data dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diteliti.²¹

Pada penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan, yakni peneliti hanya berperan sebagai pengamat penuh dari jarak yang relative

²⁰Hadari Nawawi, *Metod Penelitian Bidang Sosial*. (Yogyakarta: Gajah Mada University Press). hlm. 32

²¹Sutrisno hadi, *Metodologi Penelitian Research*, (Jakarta: Andi Offset,2001),hlm.45

dekat, tidak berpartisipasi sama sekali dalam kegiatan subjek, melainkan semata-mata hanya mengamati.²² Metode ini dapat dilakukan secara langsung dalam menjajaki objek penelitian termasuk segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan tersebut. Teknik ini dapat membantu peneliti untuk mengetahui teknik pemasaran terhadap produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang.

b. Teknik Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan bertemunya dua orang atau lebih saling bertukar informasi dengan menggunakan tanya jawab dengan tujuan untuk mendapatkan informasi.²³ Dalam penelitian ini dilakukan wawancara bebas terpimpin, artinya dalam berwawancara dilakukan secara bebas. Narasumber diberikan kebebasan menjawab akan tetapi tetap sesuai dalam batas-batas tertentu dan tidak menyimpang.²⁴

Peneliti mengadakan interview atau wawancara dengan salah satu pegawai Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC yang dapat dimintai keterangan data-data yang ada kaitannya dengan objek kajian.

c. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang secara tidak langsung ditujukan kepada subyek penelitian. Dokumen yang diteliti tidak hanya berupa dokumen resmi, melainkan berbagai macam dokumen.²⁵

Peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk mendapatkan data mengenai keadaan objek penelitian yaitu teknik pemasaran pada Produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang.

5. Teknik Analisis Data

²²Sydarwan Danim, *Menjadi peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002), hlm. 123

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2007). hlm. 231

²⁴Hadari Nawawi dan Martini Hadari, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1995), hlm. 23

²⁵Irawan Soeharto, *Metode Penelitian Sosial*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1997). hlm. 72
²⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2007). hlm. 231

²⁵Hadari Nawawi dan Martini Hadari, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1995), hlm. 23

²⁵Irawan Soeharto, *Metode Penelitian Sosial*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1997). hlm. 72

Untuk menjelaskan permasalahan Strategi Pemasaran Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang, penulis menggunakan metode analisis deskriptif yaitu teknik analisis data dimana penulis terlebih dahulu mendeskripsikan semua data yang dari observasi kemudian menganalisis.

Data dari hasil wawancara dan penelitian dicatat secara jelas agar dapat mempermudah saat membahas hasilnya. Kemudian data tersebut dianalisis secara kualitatif, sehingga apa yang terkandung dibalik realitas dapat segera mungkin diungkapkan. Analisis data dapat dilakukan setiap pengumpulan data secara berkesinambungan. Dari proses klarifikasi data, dilanjutkan dengan langkah abstrak teoritis terhadap informasi lapangan, dengan mempertimbangkan menghasilkan pertanyaan-pertanyaan yang sangat memungkinkan hingga diperoleh satu analisis data yang terus menerus secara simultan sepanjang proses penelitian. Tahap analisa data ini, peneliti memulai dengan pengorganisasian dan pengurutan data yang diperlukan yang ada pada hasil wawancara dan penjajakan di lapangan sampai selesai yang dipandu dengan data yang berupa hasil dari wawancara dengan narasumber serta data dari kepustakaan yang turut mendukung dalam penelitian ini secara teoritis.

G. Sistematika Penulisan

Agar dalam penulisan dan penyusunan skripsi dapat mengarah kepada tujuan yang telah ditetapkan, maka skripsi ini disusun dengan sedemikian secara sistematis yang terdiri dari lima bab yang masing-masing berbeda namun dalam kesatuan yang tidak terpisahkan.

BAB I PENDAHULUAN

BAB I merupakan pendahuluan, meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat hasil Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam BAB II berisi tinjauan umum berisi tentang Pengertian Strategi Pemasaran, pembiayaan dan semua yang berkaitan dengan produk pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam BAB III Berisi tentang gambaran umum Bank BRI Syariah KC Semarang, visi dan misi, serta produk-produk yang ada di Bank BRI Syariah KC Semarang.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi analisa strategi pemasaran yang ada di Bank BRI Syariah tentang Strategi yang telah dilakukan di Bank BRI Syariah KC Semarang.

BAB V PENUTUP

Dalam BAB V yakni Penutup meliputi : kesimpulan, saran-saran, dan penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi dalam bahasa Indonesia adalah ilmu siasat perang. Siasat untuk mencapai suatu maksud dan tujuan yang telah di rencanakan.²⁶ Sedangkan dalam istilah Strategi adalah berasal dari kata Yunani *Strategia* yang berarti seni atau ilmu untuk menjadi jendral. Konsep ini seperti situasi yang ada pada zaman dahulu yang sering diwarnai dengan perang, dimana untuk menjadi jendral perlu adanya ilmu untuk memimpin dan memenangkan. Untuk memenangkan perang tersebut sebagai jendral sangat perlu memiliki siasat yang sangat ampuh sehingga dapat mengalahkan musuh.²⁷

Strategi adalah sebuah cara untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang. Strategi dalam bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasif, akuisisi, pengembangan produk, penentuan pasar dan lainnya. Strategi ini menunjukkan arah tujuan jangka waktu panjang dalam organisasi, cara untuk mencapainya dan juga bagaimana pengalokasian sumber daya. Selain itu Strategi adalah sebuah rancangan besar yang menggambarkan bagaimana perusahaan beroperasi untuk mencapai tujuan.²⁸

Menurut Charles strategi adalah sebuah konsep dimana agar perusahaan mengendalikan segala kegiataannya dengan tujuan bisnis yang dijalankan akan berhasil, baik dalam persaingan ataupun lainnya.²⁹

Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan yaitu menguasai pasar.

2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang di butuhkan dan diinginkan melalui

²⁶Ali Muhammad, *Kamus Lengkap Bahasa Indonsia Modern*, (Jakarta : Pustaka Amani, 1999), hlm 462

²⁷Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Offset,1995), hlm 2

²⁸Rahmi Yuliana, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian, Konsumen di Semarang*, Volume 5 Nomor 2 tahun 2013, STIE Semarang, hlm 81

²⁹T. Prasetyo Hadi Atmoko, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*, Volume 1 Nomor 2 tahun 2018, Dosen Akademi pariwisata Yogyakarta, hlm 85

pertukaran dan menciptakan produk serta nilai pada pihak lainnya.³⁰ Wiliam J. Staton mengartikan pemasaran itu dalam dua pengertian : *pertama*, yang berarti kemasyarakatan yaitu suatu kegiatan tukar menukar yang tujuannya untuk memenuhi keinginan yang dibutuhkan. *Kedua*, yang berarti bisnis yaitu suatu rancangan yang bertujuan untuk merencanakan dengan cara memberikan harga, mempromosikan, serta pendistribusian barang-atau yang dibutuhkan pasar.³¹

Dimana di dalamnya terdapat konsep penawaran seperti kebutuhan, permintaan, dan produk - produk barang maupun jasa, yang memiliki nilai, biaya dan kepuasan, transaksi, hubungan pasar dengan pemasar, dan prospek yang dihasilkan. Menurutnya pemikiran pemasaran bermula dari adanya kebutuhan dan keinginan masyarakat.³²

Menurut Hutama dan Subagio pemasaran adalah suatu kegiatan yang dimulai dari proses pembuatan, mengkomunikasikan atau mengenalkan dan menginformasikan kepada masyarakat. Pemasaran ini melibatkan banyak orang didalamnya, oleh karena itu pemasaran adalah suatu prestasi kerja didalam kegiatan usaha.³³

Dalam kontek Syariah, M. Syakir mengartikan Pemasaran Syariah sebuah kedisiplinan bisnis strategi dalam menciptakan, menawarkan, merubah nilai dari satu inisiator kepada orang yang berpengaruh yang semua prosesnya sesuai dengan proses akad dan prinsip-prinsip syariah.³⁴

Tujuan adanya pemasaran adalah untuk memahami apa produk barang dan jasa yang diinginkan dan yang dibutuhkan oleh konsumen. Pemasaran juga dapat membantu perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidup dengan efektif.

3. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu kegiatan dimana untuk perencanaan pemasaran. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal strategi pemasaran ini mempunyai beberapa macam yang digunakan yaitu strategi menghadapi sebuah persaingan, strategi penciptaan produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi

³⁰Philip Kolter dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi 9, Jilid I, (Jakarta : PT INDEKS, 2003), hlm 6

³¹Wiliam J Staton, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 1994) hlm 34

³²*Ibid*, hlm 7

³³T. Prasetyo Hadi Atmoko, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*, Volume 1 Nomor 2 tahun 2018, Dosen Akademi pariwisata Yogyakarta, hlm 85

³⁴Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung : Mizan Pustaka, 2006), hlm 27

pempromosian.³⁵ Menurut Tull dan Kahle strategi pemasaran sebagai suatu alat fundamental yang terencana untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara meningkatkan keunggulan di pasar.³⁶ Jadi, strategi pemasaran adalah suatu rencana dalam perusahaan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk ataupun jasa kepada konsumen untuk mencapai suatu tujuan.

Strategi pemasaran memiliki beberapa komponen diantaranya :³⁷

a. Segmentasi

Segmentasi pasar adalah proses pembagian sasaran pasar yang berbeda sesuai dengan kebutuhan, karakteristik dan lainnya. Didalam pemasaran ini pasar mempunyai beberapa tipe pelanggan, produk dan kebutuhan yang diperlukan. Sebagai pemasar harus dapat menentukan segmen pasar mana yang cocok yang bisa menjadi peluang untuk produk atau jasanya.³⁸

Didalam pemasaran ini konsumen dikelompokkan berdasarkan dari beberapa faktor dari faktor geografis, faktor demografis, psikografis dan perilaku masyarakat. Dasar-dasar untuk membuat segmentasi pasar konsumen dibagi dalam berbagai kelompok yaitu:³⁹

a) Segmentasi berdasarkan Geografik

Yang dimaksud dari segmentasi geografik adalah pembagian pasar berdasarkan letak geografisnya atau daerah tersebut. Sehingga dalam pemasarannya ini tidak salah tempat atau sesuai dengan keadaan yang ada di daerah itu.

b) Segmentasi berdasarkan Demografik

Yang dimaksud dari segmentasi berdasarkan demografik adalah penetapan pasar berdasarkan pada umur, jenis, kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, ras, dan lain-lain.

c) Segmentasi berdasarkan Psikografik

³⁵T. Prasetyo Hadi Atmoko, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*, Volume 1 Nomor 2 tahun 2018, Dosen Akademi pariwisata Yogyakarta, hlm 85

³⁶Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 5, (Yogyakarta : Andi Press, 2004), hlm 7

³⁷Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Studi Pada Batik Di Jeng Solo*, JAB Volume 29 Nomor 01 Tahun 2015, Universitas Brawijaya, hlm 61

³⁸Ibid, hlm 61

³⁹Philip Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi 9, Jilid I, (Jakarta : PT INDEKS, 2003), hlm 59

d) Segmentasi tingkah laku

Yang dimaksud dengan segmentasi tingkah laku adalah penetapan pasar berdasarkan selera masyarakat pada produk yang di tawarkan.

b. Targeting

Setelah melakukan segmentasi maka langkah selanjutnya adalah targeting. Targeting adalah suatu kegiatan untuk melihat dan menilai ketertarikan pada pasar.⁴⁰ Disini dapat diartikan bahwa target pasar merupakan suatu kelompok atau konsumen yang dapat dijadikan sasaran pemasaran suatu produk atau jasa. Ada beberapa strategi dalam penargetan yaitu:⁴¹

a) Undifferentiated Targeting Strategy

Yang dimaksud targeting ini adalah pasar yang tunjuk adalah pasar yang besar. Dimana didalamnya hanya ada satu jenis pemasaran yang digunakan untuk seluruh jenis pasar. Disini perusahaan hanya dapat memiliki peluang untuk mengoptimalkan produksi, distribusi untuk mendapatkan citra yang baik di kalangan konsumen walaupun tidak seluruhnya.

b) Differentiated Targeting Strategy

Yang dimaksud dengan targeting ini adalah dimana Perusahaan dapat memproduksi berbagai produk yang berbeda. Karena konsumen itu menginginkan macam-macam produk yang berbeda.

c) Concetrated Targeting Strategy

Yang dimaksud targeting ini adalah dimana perusahaan hanya fokus pada satu jenis produk yang memiliki peluang yang sangat besar pada pasar.

d) Custom Targeting Straregy

Yang dimaksud targeting ini adalah dimana perusahaan membuat produk hanya pada orang tertentu. Akan tetapi penargetan ini perusahaan harus memiliki komunikasi yang luas.

c. Positioning

⁴⁰Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Studi Pada Batik Diajeng Solo*, JAB Volume 29 Nomor 01 Tahun 2015, Universitas Brawijaya, hlm 61

⁴¹Pieter Gunawan Wijaya, *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning dan Market Mix Pada PT. Murni Jaya*, Volume 5 Nomor 1 Tahun 2017, Universitas Kristen Petra, hlm 3

Setelah segmentasi dan targeting pasar selanjutnya perusahaan melakukan positioning yaitu perusahaan memastikan keberadaan produk ini diingat oleh konsumen yang disebut dengan *being* strategi atau strategi keberadaan.⁴² Penetapan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana segmentasi pasar menilai produk maupun jasa.

4. Konsep Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Dalam pemasaran dapat dikelompokkan dalam beberapa aspek yaitu yang sering dikenal dengan istilah Marketing Mix atau bauran pemasaran. Bauran ini terbagi menjadi empat bagian yang disebut dengan istilah empat P yaitu product, price, place, promotion.⁴³ Disini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Product / Produk

Yang dimaksud dengan produk disini adalah dimana jenis barang atau jasa apa yang akan di pasarkan kepada konsumen. Didalam proses ini penentuan produk yang akan di buat ini harus di persiapkan dengan matang agar tidak terjadi kerugian dikemudian harinya.⁴⁴ Dalam merencanakan produk pemasar atau perusahaan harus memahami beberapa tingkatan produk yaitu:⁴⁵

- a) Produk utama maksudnya adalah dimana produk yang menjadi identitas jenis perusahaan yang ada dan yang dibutuhkan oleh masyarakat, contohnya adalah Bank dimana tujuan adanya Bank adalah untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat.
- b) Produk *generic* yaitu produk yang umum yang ada di perusahaan dengan jenis yang sama.
- c) Produk yang dibutuhkan oleh pelanggan.
- d) Produk tambahan, maksudnya adalah produk yang membedakan antara jenis perusahaan yang sejenis.
- e) Produk potensial maksudnya adalah produk tambahan yang diciptakan yang memiliki potensi bagus dan juga banyak yang meminatinya sehingga dapat memberikan keuntungan perusahaan.

⁴²Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Studi Pada Batik Di Jeng Solo*, JAB Volume 29 Nomor 01 Tahun 2015, Universitas Brawijaya, hlm 61

⁴³Muyassarah, *Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara*, Volume 01 Nomor 03 Tahun 2019, Serambi, hlm 78

⁴⁴Ibid, hlm 78

⁴⁵Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 5, (Yogyakarta : Andi Press, 2004), hlm 77

Dalam penetapan produk ini perusahaan juga perlu memperhatikan klasifikasi produk yang akan dibuat. Biasanya menyesuaikan jenis perusahaan yang ada. Klasifikasi ini dapat dilihat dari berbagai macam sudut pandang yaitu sebagai berikut :⁴⁶

a) Barang tidak tahan lama

Yang dimaksud dengan barang tidak tahan lama adalah barang yang biasanya habis dikonsumsi bisa dalam waktu singkat ataupun cepat.

b) Barang tahan lama

Yang dimaksud dengan barang tahan lama adalah barang yang berwujud dan memiliki masa bisa lama dan tidak habis dalam waktu singkat. Dan biasanya barang ini bisa dijadikan investasi atau bisa di jual kembali.

c) Jasa

Jasa adalah sebuah produk yang berupa aktivitas atau pelayanan yang ditawarkan untuk dijual.

Didalam penentuan produk ini ada beberapa unsur yang dianggap penting oleh konsumen atau pelanggan. Unsur ini meliputi penetapan merek, kemasan, garansi dan lainnya.⁴⁷

b. Price / Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen pada produk yang akan dimilikinya. Yang dimaksud dengan harga disini adalah dimana penetapan harga untuk sebuah produk itu, dihitung sesuai dengan kualitas produk tersebut. Dalam proses ini sangatlah penting dimana jika salah menetapkan harga akan berakibat tidak lakunya produk tersebut.⁴⁸

Harga merupakan salah satu dari beberapa unsur bauran pemasaran yang bisa menghasilkan atau memberikan pemasukan.⁴⁹ Sifat dari harga ini tidak tetap dan bisa berubah sewaktu-waktu. Ada beberapa tujuan di tetapkannya harga yaitu: ⁵⁰

a) Tujuan berorientasi pada laba

b) Tujuan berorientasi pada volume

⁴⁶*Ibid*, hlm 78

⁴⁷ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 5, (Yogyakarta : Andi Press, 2004), hlm hlm 78

⁴⁸Muyassarrah, *Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara* , Volume 01 Nomor 03 Tahun 2019, Serambi , hlm 78

⁴⁹Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 5, (Yogyakarta : Andi Press, 2004), hlm 118

⁵⁰*Ibid*, hlm 120-121

Selain tujuan yang berorientasi pada laba ada juga perusahaan yang menetapkan suatu harga sesuai dengan volume. Harga yang ditetapkan ini bertujuan untuk mencapai target volume atau pangsa pasar.

c) Tujuan berorientasi pada citra

Citra atau image dalam suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Karena citra perusahaan sangat penting didalam masyarakat. Jika perusahaan mendapat citra yang baik di masyarakat maka tujuan perusahaan akan tercapai.

d) Tujuan stabilisasi harga

Dalam pemasaran harga adalah hal yang sangat sensitif bagi konsumen. Dalam hal ini stabilisasi harga sangatlah penting. Tujuan stabilisasi ini adalah untuk agar mempertahankan hubungan yang stabil antara perusahaan-perusahaan lainnya.

Dalam penetapan harga ini ada beberapa metode penetapan harga yang dikelompokkan yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan.

c. Place / Tempat

Tempat adalah dimana lokasi yang akan digunakan selama proses pemasaran. Penentuan tempat ini sangatlah penting dalam proses pemasaran dimana tempat juga akan mempengaruhi pendapatan dalam pemasaran. Penentuan tempat haruslah yang strategis karena akan mendapatkan dampak yang baik untuk pemasaran produk itu.⁵¹

d. Promotion / Promosi

Promosi adalah suatu aktivitas dimana seseorang memperkenalkan sebuah produk kepada konsumen dan juga mempengaruhi konsumen agar mau membeli atau memakai produk tersebut. Kegiatan promosi ini adalah menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen pada produk yang dipasarkan tersebut.⁵² Dalam kegiatan promosi ini ada beberapa cara didalamnya yaitu:⁵³

a) Personal selling

⁵¹Muyassarrah, *Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara*, Volume 01 Nomor 03 Tahun 2019, Serambi, hlm 78

⁵²Ibid, hlm 78

⁵³Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 5, (Yogyakarta : Andi Press, 2004), hlm 202-2013

Personal selling adalah komunikasi secara langsung oleh penjual dan calon pembeli untuk mengenalkan tentang produk tersebut.

b) Mass selling

Mass selling adalah suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi suatu produk tersebut.

c) Periklanan

Iklan adalah bentuk dari pemasaran secara tidak langsung, yang berisikan tentang informasi suatu produk. Sedangkan periklanan adalah seluruh proses yang terjadi dari awal hingga akhir dibentuknya iklan yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasannya.

d) Sales promotion

Sales promotion adalah bentuk dari pemasaran langsung kepada nasabah atau calon nasabah, dengan tujuan untuk menarik pembeli produk. Sebagai sales promotion dituntut untuk memiliki sifat-sifat yaitu komunikasi, insentif dan undangan.

5. Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah yaitu suatu ketaatan bisnis strategi yang dalam proses merencanakan produk, penawaran dan lain-lain yang sesuai dengan prinsip syariah atau tidak melanggar hukum islam.⁵⁴

Dalam Pemasaran Syariah memiliki beberapa karakteristik yang ada di dalamnya yaitu:⁵⁵

a. Rabbaniyah (Teistis)

Rabbaniyah adalah salah satu karakteristik yang tidak ada pada konsep pemasaran secara Konvensional. *Rabbaniyah* suatu sifat kereligiusan atau segala sesuatu yang akan dilaksanakan harus sesuai dengan nilai-nilai islami, sehingga pada pelaksanaannya seorang pengusaha dalam menjalankan pemasaran akan tetap sesuai pada prinsip-prinsip syariah yang telah ada. Karena bisnis syariah yaitu suatu bisnis yang memegang nilai kepercayaan, keadilan dan tidak mengandung penipuan yang dapat merugikan pihak lain.

b. Akhlaqiyyah (Etis)

⁵⁴Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), cet. Ke 1 hlm 62

⁵⁵*Ibid*, hlm 64-75

Dalam pemasaran syariah karakter selanjutnya adalah akhlaqiyah yang berarti suatu sifat yang mendahulukan akhlaq atau etika dalam melakukan kegiatan pemasaran. Dalam hal ini akhlaq menjadi pedoman utama dalam melaksanakan bisnis, karena dalam Bisnis tidak dianjurkan untuk mendapatkan keuntungan yang besar kemudian melakukan tindakan yang tidak bermoral. Nilai moral yang digunakan sesuai dengan nilai-nilai yang telah di ajarkan dalam agama. Dengan adanya karakter ini pada pemasaran syariah agar dalam melakukan pemasaran seorang marketer tetap memelihara nilai moral atau etika, baik dalam bertutur kata dan berperilaku, sehingga terbentuknya kepuasan pelanggan.

c. *Waqi'iyah* (Realistis)

Yang dimaksud pada karakter *Waqi'iyah* ini adalah pemasaran syariah bukanlah konsep yang kaku, fanatik, atau anti modernitas, akan tetapi bersifat fleksibel. Fleksibel ini diartikan pada kelonggaran yang tetap mengedepankan nilai-nilai religius atau prinsip-prinsip syariah. Seperti halnya dalam berpakaian, bersikap, bergaul atau sesuai dengan perkembangan zaman yang ada dengan dilandasi prinsip-prinsip syariah.

d. *Al-Insaniyyah* (Humanistis)

Yang dimaksud dengan karakter *al-Insaniyyah* adalah bahwa syariah ada untuk manusia yaitu agar sifat kemanusiaannya terjaga sehingga derajatnya bisa terangkat dan agar sifat kemewahaan dapat terbatas dan dapat memenuhi segala sesuatu sesuai kapasitas diri masing-masing. Dalam kegiatan pemasaran ini contohnya adalah agar manusi tidak semena-mena terhadap apa yang dimilikinya sehingga tidak merugikan pihak lainnya.

Menurut Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula menjelaskan bahwa pemasaran syariah memiliki beberapa Paradigma yaitu sebagai berikut:⁵⁶

a. Syariah Marketing Strategy

Adanya Syariah Marketing Strategy adalah untuk memenangkan *Mind Share*. Maksudnya adalah pada saat penentuan segmentasi atau *Mapping strategy* maka harus mendapatkan sasaran pasar yang pas karena pasar dapat berubah-ubah keadannya. Dengan ini maka perusahaan akan mendapatkan posisi yang baik di masyarakat

⁵⁶Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), cet. Ke 1 hlm184-187

b. Syariah Marketing Tactic

Adanya Syariah Marketing Tactic adalah untuk memenangkan Market Share. Maksudnya adalah pada saat melakukan pemasaran setelah mendapatkan tempat yang tepat maka langkah selanjutnya adalah untuk mendapatkan sasaran pasar yang tepat. Untuk itu yang akan dilakukan selanjutnya adalah mengedepankan kualitas produk, bagaimana cara menawarkan, kualitas karyawan, infrastrukturnya. Pada kegiatan ini juga menggunkana atau menerapkan Kualitas Marketing Mix didalamnya.

c. Syariah Marketing Value

Adanya Syariah Marketing Value adalah untuk memenangkan heart share. Maksudnya adalah setelah memperhatikan strategi dan taktik dalam pemasaran ini juga perlu memperhatikan value yang ada pada produk atau jasa yang ada. Karena value sangat lah penting dan sering di perhatikan oleh para pelanggan.

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan berarti *Finacing* atau pembelanjaan, yaitu suatu kegiatan pendanaan yang dikeluarkan untuk suatu investasi atau pelaksanaan usaha yang dilakukan sendiri atau bersama-sama. Pembiayaan selalu dikaitkan dengan bisnis.⁵⁷Arti pembiayaan berdasarkan keputusan Presiden Nomor 61 Tahun 1988 tentang Lembaga Pembiayaan Pasal 1 Butir 2 memiliki perbedaan yaitu pembiayaan adalah suatu kegiatan berbentuk penyediaan dana, barang atau modal dengan cara tidak menariknya secara langsung.⁵⁸

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 pembiayaan adalah penyediaan uang yang berdasarkan persetujuan antara Lembaga Keuangan dengan nasabah yang akan melakukan pembiayaan, dan mewajibkan kepada

⁵⁷Rahmat Ilyas, *Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah*, Volume 9 Nomor 1 Tahun 2015, STAIN Syaikh Abdurrahman Siddiq , hlm 186

⁵⁸Ahmad Supriyadi, *Sistem Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah (Suatu tinjauan Yuridis Terhadap Praktek Pembiayaan diBank Syariah Indonesia)*, Al –Mawardi Edisi XI Tahun 2004, (STAIN Kudus), hlm 60

nasabah untuk mengembalikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Lembaga keuangan tersebut.⁵⁹

2. Fungsi dan Tujuan Pembiayaan

Dalam pembiayaan yang dikeluarkan oleh Bank memiliki beberapa fungsi dan tujuan

a. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian masyarakat yaitu:⁶⁰

- a) Pembiayaan dapat meningkatkan pendayagunaan dari modal / uang.
- b) Pembiayaan dapat meningkatkan daya guna suatu barang.
- c) Pembiayaan meningkatkan peredaran uang.
- d) Pembiayaan dapat meningkatkan minat usaha di masyarakat.
- e) Pembiayaan dapat meningkatkan pendapatan nasional.
- f) Pembiayaan juga sebagai alat hubungan ekonomi Internasional.

b. Tujuan Pembiayaan

Tujuan pembiayaan sesuai dengan prinsip Syariah adalah untuk meningkatkan kesempatan atau peluang kerja dan kesejahteraan ekonomi. Tujuan adanya pembiayaan adalah :

a) Profitability

Yaitu hasil dari pembiayaan yang berupa keuntungan yang didapatkan dari bagi hasil. Bank hanya akan memberikan atau menyalurkan dana pada nasabah yang menyakinkan akan pembiayaan tersebut. Sehingga bank tidak akan mengalami kerugian di kemudian hari. Dalam pemberian pembiayaan ini bank juga melakukan prinsip kehati-hatian untuk menentukan nasabah mana yang layak akan di beri pembiayaan dengan menggunakan metedo 5 C. Karena keuntungan merupakan tujuan adanya pemberian pembiayaan.

b) Safety

Yaitu keamanan dari pembiayaan yang akan diberikan sehingga profitability itu akan tercapai. Dimana dalam pembiayaan yang telah

⁵⁹Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan

⁶⁰Muhammad, *Manajemenn Dana Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali Press , 2015), hlm 304-307

diberikan yang berupa produk ataupun jasa yang telah diberikan dapat kembali sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

3. Pembiayaan Secara Syariah

Pembiayaan syariah adalah suatu kegiatan yang ada di Bank Syariah dimana kegiatannya yang meliputi menghimpun dana dari masyarakat berupa tabungan, giro, deposito kemudian menyalurkan dana berupa pembiayaan dan juga memberikan sebuah jasa keuangan yang lainnya.⁶¹ Menurut Muhammad Syafi'i Antonio mengatakan bahwa pembiayaan adalah suatu kewajiban pokok oleh lembaga keuangan memberikan fasilitas pendanaan kepada Deficid Unit.⁶²

Dalam pembiayaan syariah terdapat beberapa prinsip yang harus ada, sesuai dengan UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan yaitu pembiayaan ini harus berpedoman pada prinsip-prinsip syariah yaitu prinsip *mudhorobah*, prinsip *musyarakah*, prinsip *murabahah* dan prinsip *ijarah*.⁶³

Selanjutnya sistem pembiayaan berdasarkan prinsip syariah berdasarkan yuridis yaitu:⁶⁴

- a. Pembiayaan bagi hasil menurut prinsip *mudhorobah* dan prinsip *musyarakah*.
- b. Pembiayaan jual beli menurut prinsip *Murabahah*, prinsip *istishna* dan prinsip *as-salam*
- c. Pembiayaan Sewa-menyewa menurut prinsip *Ijarah* (sewa secara murni), *Ijarah Mutahiya bit Tamlik* (sewa beli atau sewa yang bisa menjadi hak milik)

Sistem pembiayaan berdasarkan prinsip Syariah dibagi menjadi beberapa sistem yaitu sebagai berikut : ⁶⁵

- a. Sistem Bagi Hasil

Bagi hasil adalah akad kerja sama antara Bank sebagai pemilik modal dan Nasabah sebagai pengelola modal dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan membagi keuntungannya sesuai dengan nisbah yang telah

⁶¹Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm 78

⁶²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), hlm160

⁶³Ahmad Supriyadi, *Sisitem Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah (Suatu tinjauan Yuridis Terhadap Praktek Pembiayaan diBank Syariah Indonesia)*, Al -Mawardi Edisi XI Tahun 2004, (STAIN Kudus), hlm 62

⁶⁴*Ibid*, hlm 62

⁶⁵Ahmad Supriyadi, *Sisitem Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah (Suatu tinjauan Yuridis Terhadap Praktek Pembiayaan diBank Syariah Indonesia)*, Al -Mawardi Edisi XI Tahun 2004, (STAIN Kudus), hlm 62 - 74

disepakati. Dalam sistem bagi hasil ini ada beberapa akad yang digunakan yaitu :

a) Bagi hasil berdasarkan Prinsip *Mudharabah*

Akad *mudharabah* adalah akad kerjasama antara Bank sebagai pemilik modal dan Nasabah sebagai pengelola modal dimana keuntungannya dibagi dua dengan prosentasi nisbah bagi hasil yang telah disepakati di awal.

b) Bagi hasil berdasarkan Prinsip *Musyarakah*

Akad *Musyarakah* adalah akad kerjasama antara Bank dan nasabah atau lebih untuk suatu projek usaha tertentu dimana kedua belah pihak atau lebih sama-sama mengeluarkan modal. Untuk keuntungan disesuaikan dengan prosentase dana awal yang dikeluarkan masing-masing dan untuk risikonya di tanggung bersama.

b. Sistem Jual Beli

Dalam sistem jual beli ini biasanya terdapat pada kegiatan pembiayaan Produktif seperti pembelian barang pesanan. Didalam sistem ini ada beberapa macam prinsip yang digunakannya yaitu :⁶⁶

a) Jual beli berdasarkan prinsip *Istishna*

Akad *istishna* adalah akad jual beli barang pesanan antara nasabah dengan Bank dengan spesifikasi dan harganya telah ditetapkan diawal, dan pembayarannya bisa dilakukan dengan cara bertahap. Maksudnya adalah dimana Bank menyanggupi pembelian barang yang telah dipesan oleh nasabah yang masih dalam proses pemesanan, tanggung jawab sebelum barang tersebut belum diterima oleh nasabah adalah tanggung jawab pihak Bank dan tempat produsen barang yang dipesan.

b) Jual beli berdasarkan prinsip *Murabahah*

Akad *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan harga pokok dan ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati.

c) Jual beli berdasarkan prinsip As-Salam

Yang dimaksud dalam prinsip ini adalah dimana suatu akad jual beli barang pesanan antara Bank dan Nasabah dimana spesifikasi dan

⁶⁶Maltuf Fitri, *Prinsip Kesyariahan Dalam Pembiayaan Syariah*, Volume VI edisi 1 Tahun 2015, Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam

harganya telah ditentukan di awal dan penyerahan barang setelah adanya pembayaran.

c. Sistem Sewa

Didalam Perbankan Syariah akad Ijarah adalah salah satu akad yang digunakan dalam produk yang ada pada Bank Syariah tersebut. Akad *Ijarah* adalah suatu akad pemindahan hak guna atau manfaat atas barang dan jasa dengan melalui suatu transaksi dengan cara membayar sewa. Dalam pembiayaan berdasarkan akad *ijarah* ini ada dua macam jenis akad *ijarah* yang ada didalamnya yaitu akad *Ijarah Muntahiya Bit Tamlik* dan akad Ijarah. Akad *ijarah Muntahiya bit Tamlik* yaitu suatu akad perpaduan antara sewa menyewa dengan jual beli dimana yang awalnya dari transaksi sewa menyewa yang diakhiri dengan pemindahan hak milik terhadap barang tersebut. Sedangkan Ijarah adalah akad sewa menyewa yang mana dalam transaksinya hanya akan terjadi pemindahan hak guna terhadap barang tersebut tanpa adanya pemindahan hak miliknya.

4. Jenis Pembiayaan

Jenis - jenis pembiayaan dapat dilihat dari tujuan dari pembiayaan, jenis pembiayaan ini dibagi menjadi 2 sesuai dengan tujuan adanya pembiayaan yaitu sebagai berikut :⁶⁷

a. Pembiayaan Menurut Tujuan

Dalam pembiayaan menurut tujuan dibedakan menjadi dua yaitu :

- a) Pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan yang bertujuan untuk mendapatkan modal untuk mengembangkan suatu usaha.
- b) Pembiayaan investasi adalah pembiayaan yang berupa barang konsumtif yang bernilai tinggi dengan tujuan untuk dijadikan investasi dimasa yang datang .

b. Pembiayaan menurut jangka waktu

Dalam pembiayaan menurut jangka waktu dapat dibedakan menjadi tiga yaitu sebagai berikut:

- a) Pembiayaan jangka waktu pendek yaitu pembiayaan yang dilakukan dalam waktu kurang lebih satu tahun.

⁶⁷Rahmat Ilyas, *Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah*, Volume 9 Nomor 1 Tahun 2015, STAIN Syaikh Abdurrahman Siddiq , hlm 193- 194

- b) Pembiayaan dalam jangka waktu menengah yaitu pembiayaan yang dilakukan dalam waktu 1 tahun sampai dengan 5 tahun.
- c) Pembiayaan dalam waktu jangka panjang yaitu pembiayaan yang dilakukan lebih dari 5 tahun.

5. Prinsip Pemberian Pembiayaan

Dalam melaksanakan nilai pemberian pembiayaan di bank Syariah. Bank harus memperhatikan kondisi calon nasabah yang akan diberi pembiayaan. Prinsip penilaian tersebut sering disebut dengan 5C + 1 S, yaitu :⁶⁸

a. Character

Yaitu kegiatan penilaian dari kepribadian atau karakter dari calon nasabah penerima pembiayaan. Penilaian karakter ini dilihat dari latarbelakang keluarga dari calon nasabah. Tujuan dari penilaian karakter ini adalah untuk memperkirakan bahwa calon nasabah tersebut dapat melaksanakan kewajibannya dalam transaksi yang akan di lakukan.

b. Capacity

Yaitu penilaian kemampuan nasabah dalam melaksanakan pembayaran pada pembiayaannya. Penilaian ini dapat dilihat dari penghasilan calon nasabah. Atau juga dapat dilihat dari catatan pembiayaan sebelumnya yang dilakukan oleh calon nasabah tersebut.

c. Capital

Yang dimaksud dengan capital adalah dimana kepemilikan modal yang sudah dimiliki oleh calon nasabah. Penilaian ini khusus pada nasabah yang akan mengajukan pembiayaan untuk usaha atau bisnis yang telah dimilikinya. Dapat dilihat dari laporan keuangan usaha tersebut.

d. Collateral

Yang dimaksud dengan collateral ini adalah jaminan yang akan diberikan pada kegiatan pembiayaan ini. Jaminan akan dinilai oleh pihak bank apakah jaminan ini sesuai dengan pembiayaan yang akan diajukan oleh nasabah. Dimana jika suatu saat nasabah tidak dapat melakukan kewajibannya maka bank tidak akan rugi akan jaminan yang sudah di jaminkan.

e. Condition

⁶⁸Muhammad Syaifullah, Endang, *Analisis Pembiayaan Murabahah (Peran perempuan Selaku Pengambil Kebijakan Pembiayaan dan Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, TBK Cabang Pontianak)*, Jurnal Studi Gender dan Anak, tahun 2019, (IAIN Pontianak) , hlm 65-66

Penilaian ini adalah melihat kondisi perekonomian secara umum dan khusus pada usaha yang dijalankan calon nasabah. Jika dilihat kondisinya tidak menyakinkan maka pihak bank akan mempertimbangkan kembali apakah akan memberikan pembiayaan atau tidak

f. Syariah

Penilaian yang dimaksud ini adalah menilai jenis usaha yang akan dibuat oleh calon nasabah. Dimana usaha tersebut benar-benar usaha yang baik dan tidak melanggar syariat islam.

C. Qardh Beragunan Emas

1. Pengertian Pembiayaan Qardh Beragunan Emas

Pembiayaan ini adalah pembiayaan yang ditujukan untuk nasabah yang memiliki emas dan emas tersebut yang akad dijadikan agunan. Emas ini disimpan dan dipelihara oleh Bank, oleh karena itu nasabah membayar biaya penyimpanan dan pemeliharaannya.⁶⁹

Qardh Beragunan Emas ini adalah salah satu produk pembiayaan yang dapat dijadikan alternatif pemenuhan kebutuhan dana dalam waktu pendek atau mendesak. Dalam produk ini memakai tiga akad didalamnya yaitu akad *Qardh*, akad *Ijarah* dan akad *Rahn*. Yang pertama akad *qardh* yaitu sebagai pengikat pinjaman dana yang diberikan oleh Bank kepada nasabah, yang kedua adalah akad *rahn* yaitu sebagai pengikat emas yang dijadikan jaminan pada pembiayaan tersebut, yang ketiga adalah akad *Ijarah* yaitu sebagai pengikat pemanfaatan dari jasa penyimpanan dan pemeliharaan jaminan atas pembiayaan.⁷⁰

Qardh adalah pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang memerlukan dana dan nasabah wajib untuk membayar dengan jumlah yang sama dan dalam waktu yang tepat sesuai dengan yang telah disepakati.⁷¹ *Rahn* adalah menjadikan suatu barang untuk dijadikan jaminan atas hutang. Spesifikasi dari barang tersebut adalah barang yang memiliki nilai jual.⁷² *Ijarah* adalah suatu

⁶⁹<https://www.brisyariah.co.id/> diakses pada 25 September 2020 jam 15.28.

⁷⁰Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

⁷¹Muhammad Ash-Shiddiqy, *Analisis Akad Pembiayaan Qardh dan Upaya Pengembalian Pinjaman di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Volume 1 Tahun 2018 (UIN Sunan Kalijaga : CIMAE Proseeding), hlm 104

⁷²Fajar Ikhwan Nawawi, Ro'fah Setyowati dan R.Suharto, *Pelaksanaan Gadai Emas Pada Bank Syariah studi Kasus Pada BNI Syariah Kota Semarang*, Volume 6 Nomor 1 tahun 2017, (Semarang : Diponegoro Law Jurnal), hlm 7

perjanjian sewa menyewa suatu barang dengan pemindahan hak guna dan melalui pembayaran upah sewa dan tidak disertai dengan hak perpindahan kepemilikan.⁷³

2. Akad Qardh

a. Pengertian Qardh

Secara bahasa *Qardh* adalah memutuskan. *Qardh* dalam pasal 19 Huruf e UU Nomor 2 Tahun 2008 adalah akad pembiayaan dana kepada nasabah dengan ketentuan yaitu nasabah wajib mengembalikan pinjaman dana tersebut pada waktu yang telah disepakati. Menurut Fatwa MUI *Qardh* adalah pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang memerlukan dana dan nasabah wajib untuk membayar dengan jumlah yang sama dan dalam waktu yang tepat sesuai dengan yang telah disepakati.⁷⁴

Qardh adalah salah satu akad yang ada pada pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah dengan tujuan membantu. Pembiayaan yang memakai akad *Qardh* ini adalah pembiayaan yang diberikan dari bank tanpa ada imbalan. Dalam perjanjian yang ada pada *Qardh* bank syariah memberikan pinjaman kepada nasabah dengan syarat dan ketentuan penerima pinjaman akan mengembalikan pinjaman sesuai dengan jumlah dan waktu yang telah ditentukan.⁷⁵

b. Landasan Hukum Akad Qardh

a) Al – Qur'an

Surah Al –Baqarah ayat 245.⁷⁶

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً
وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ (البقرة: 245)

⁷³Harun Santoso dan Anik, *Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah*, Volume 01 Nomor 02 Tahun 2015, (STIE_AAS Surakarta : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam), hlm 107

⁷⁴*Ibid*, hlm 104

⁷⁵Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah Konsep dan Praktik di Beberapa Negara*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hlm 45

⁷⁶Muhammad Ardy Zaini, *Konsep Al-Qur'an dan Al- Hadist Tentang Oprasionla Bank Syariah*, Volume 4 No 1 tahun 2014, (IAI Syarifudin Lumajang : Iqtishoduna), hlm 46

Artinya :

“ barangsiapa meminjami dijalan Allah dengan pinjaman yang baik maka Allah melipatgandakan ganti kepadanya dengan banyak, Allah menahan dan melapangkan (rezeki) dan kepadanya kamu dikembalikan” (QS. Al – Baqarah (2) : 245)

b) Al – Hadist

Hadits pada akad ini adalah:⁷⁷

عن ابن مسعود، أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَا مِنْ مُسْلِمٍ يُقْرِضُ مُسْلِمًا قَرْضًا مَرَّتَيْنِ إِلَّا كَانَ كَصَدَقَتِهَا مَرَّةً

“ Ibnu Mas’ud meriwayatkan bahwa Nabi saw bersabda “ Bukan seorang muslim (mereka) yang meminjamkan muslim (lainnya) dua kali kecuali yang satunya adalah (senilai) sedekah” (HR Ibnu Majah no 2421)

c) Fatwa DSN MUI

Menurut Fatwa DSN MUI NO 19/DSN-MUI/IV/2001 menjelaskan bahwa saranan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat oleh LKS yaitu dengan menyalurkan dana menggunakan prinsip akad ini, yaitu akad pinjaman kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib untuk mengembalikan pinjaman dana dalam waktu yang telah disepakati.⁷⁸

c. Rukun Qardh

Rukun yang harus terpenuhi pada akad *Qardh* adalah :⁷⁹

a) Adanya pelaku akad

Pelaku akad adalah *Muqtaridh* atau juga bisa di sebut dengan peminjam orang yang membutuhkan dana, dan *Muqridh* pemberi pinjaman orang yang mempunyai dana.

b) Objek akad

Objek akad pada *Qardh* ini adalah dana atau uang yang dijadikan pinjaman.

⁷⁷Ibid, hlm 47

⁷⁸<https://dsnmui.or.id/al-qardh-2/> diakses pada 04 Oktober 2020

⁷⁹Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah Konsep dan Praktik di Beberapa Negara*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hlm 47

c) Tujuan atau *iwad* yaitu yang berupa pinjaman tanpa adanya imbalan.

d) *Shighat*

Shighat adalah *ijab* dan *qabul* antara peminjam dan pemberi pinjaman

d. Syarat-syarat Qardh

Syarat yang harus terpenuhi pada akad ini adalah sebagai berikut:⁸⁰

- a. Kerelaan antara pemberi pinjaman dan penerima pinjaman.
- b. Dana pinjaman dipergunakan dalam hal kebaikan dan tidak menyimpang dari hukum islam.

e. Manfaat Qardh

Manfaat yang ada pada adanya akad *Qardh* adalah sebagai berikut :⁸¹

- a. Membantu nasabah yang sedang ada didalam kesulitan dan membutuhkan dana secara mendesak dalam jangka waktu yang pendek.
- b. Al-Qardh al-Hasan adalah salah satu yang membedakan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah yang mana didalam adanya akad tersebut ada makna sosial selain dari adanya misi komersil.
- c. Meningkatkan citra baik Bank Syariah dan dapat meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap Bank Syariah karena adanya Misi sosial yang terkandung didalamnya.

3. Akad Ijarah

a. Pengertian Akad Ijarah

Al-Ijarah adalah berasal dari kata *al-ajru* yang berarti ganti. Menurut syara' arti dari *ijarah* adalah suatu akad yang untuk mengambil manfaat dengan jalan pengganti. *Ijarah* adalah suatu perjanjian sewa menyewa suatu barang dengan pemindahan hak guna dan melalui pembayaran upah sewa dan tidak disertai dengan hak perpindahan kepemilikan.⁸²

b. Landasan Hukum Akad Ijarah

a) Al –Qur'an

Surah At – Thalaq ayat 6⁸³

⁸⁰*Ibid.*

⁸¹*Ibid.*

⁸²Harun Santoso dan Anik, *Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah*, Volume 01 Nomor 02 Tahun 2015, (STIE_AAS Surakarta : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam), hlm 107

⁸³Silvia Nur Febrianasari, *Hukum Ekonomi Islam dalam Akad Ijarah dan Rahn*, Volume 4 Nomor 2 Tahun 2020, (IAIN Ponorogo: Jurnal Qawanin), hlm 3

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تُضَارُّوهُنَّ لِتُضَيِّقُوا
عَلَيْهِنَّ وَإِنْ كُنَّ أَوْلَاتٍ حَمَلٍ فَانْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّىٰ يَضَعْنَ
حَمْلَهُنَّ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ ۗ وَأْتَمِرُوا بَيْنَكُمْ
بِمَعْرُوفٍ ۗ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُمْ فَسُدُّوا لَهُ الْأُخْرَىٰ (الطلاق: 6)

Artinya :

“ tempatkanlah mereka (para istrimu) dimana Kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka, dan jika mereka (istri-istri yang sudah dithalaq) itu sedang hamil , maka berikanlah kepada mereka nafkahnya hingga mereka bersalin, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak) mu untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah diantara kamu (segala sesuatu) dengan baik ; dan jika kamu menemui kesulitan maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya,” (QS, At- Thalaq : 6)

b) Al – Hadist

Hadis pada akad ini adalah.⁸⁴

عن عبد الله بن عمر رضي الله عنهما قال: قال رسول الله صلى
الله عليه وسلم: (أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ) [رواه
ابن ماجه]

“dari Abdillah bin Umar ia berkata : Berkata Rasullallah SAW : Berikan upah kepada Pekerja sebelum keringatnya kering” (H.R Ibnu Majah).

c) Fatwa DSN MUI

Menurut Fatwa DSN MUI NO 09/DSN-MUI/IV/2000 menjelaskan bahwa Ijarah adalah suatu perjanjian sewa menyewa dengan pemindahan

⁸⁴Muhammad Ardy Zaini, *Konsep Al-Qur'an dan Al- Hadist Tentang Oprasionla Bank Syariah*, Volume 4 No 1 tahun 2014, (IAI Syarifudin Lumajang : Iqtishoduna), hlm 44

hak guna dan melalui pembayaran upah sewa dan tidak disertai dengan hak perpindahan kepemilikan.⁸⁵

c. Rukun Ijarah

Rukun yang harus terpenuhi dalam akad ijarah yaitu:⁸⁶

a) Pelaku akad

Pelaku akad dalam akad ini ada dua orang yaitu disebut dengan *mustajir* penyewa dan *mu'jir* atau *muajir* atau pemberi sewa.

b) Objek akad

Objek akad yang dimaksud adalah *ma'jur* atau disebut dengan asset yang akad disewakan dan juga ujah sewa atau upah sewa.

c) Shiqhat

Shiqhat adalah *ijab* dan *qabul*

d. Syarat-syarat Ijarah

Syarat akad ijarah yaitu :⁸⁷

- a. Manfaatnya dari sewa itu harus jelas.
- b. Kepemilikan asset tetap pada pemilik utama.
- c. Kerelaan antara penyewa dan pemberi sewa.
- d. Barang yang dijadikan objek diserahkan pada saat akad terjadi.

4. Akad Rahn

a. Pengertian (Rahn)

Gadai dalam bahasa arab berarti *rahn* atau *al habsu*. Secara etimologi rahn adalah tetap dan al habsu berarti penahanan. Menurut Imam Ibnu Qudhamah pada Kitab al-Mughni yaitu benda yang dijadikan jaminan dari hutang sesuai dengan ukuran dan ketentuan yang berlaku, sehingga pada saat orang tersebut tidak sanggup membayar maka barang tersebut yang akan dijadikan pengganti akan hutang tersebut.⁸⁸

⁸⁵<https://dsnemui.or.id/akad-ijarah/> diakses pada 4 Oktober 2020

⁸⁶Harun Santoso dan Anik, *Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah*, Volume 01 Nomor 02 Tahun 2015, (STIE_AAS Surakarta : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam), hlm hlm 108

⁸⁷*Ibid.*

⁸⁸Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, cetakan 1, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), hlm 128

Dalam artian lain rahn adalah menjadikan suatu barang untuk dijadikan jaminan atas hutang. Spesifikasi dari barang tersebut adalah barang yang memiliki nilai jual.⁸⁹

Gadai dalam hal lain dikategorikan sebagai perjanjian utang piutang yang untuk dijadikan suatu kepercayaan antara orang yang berhutang, dengan ini orang yang berhutang akan memberikan jaminan berupa barang terhadap utang tersebut. Akan tetapi, barang tetap dimiliki oleh orang yang berhutang dan hak dikuasai oleh pemberi hutang.⁹⁰Dalam produk gadai emas ini memakai dua akad yaitu rahn dan ijarah.

b. Landasa Hukum Rahn

Landasan hukum pada akad rahn adalah

a) Al-Qur'an

Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 283⁹¹

وإن كنتم على سفر ولم تجدوا كاتباً فرهان مقبوضة، فإن آمن بعضكم بعضاً فليؤد الذي أؤتمن أمانته وليتق الله ربه ولا تكتموا الشهادة، ومن يكتمها فإنه أثم قلبه والله بما تعملون عليم
(البقرة : 283).

Artinya :

‘Kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang di pegang (oleh yang berpiutang), Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksianmu, Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya: dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan’ (QS. Al-Baqarah 283)

⁸⁹Fajar Ikhwan Nawawi, Ro'fah Setyowati dan R.Suharto, *Pelaksanaan Gadai Emas Pada Bank Syariah studi Kasus Pada BNI Syariah Kota Semarang*, Volume 6 Nomor 1 tahun 2017, (Semarang : Diponegoro Law Jurnal), hlm 7

⁹⁰*Ibid*, hlm 3

⁹¹<https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/> diakses pada tanggal 04 Oktober 2020

b) Hadist

Hadist Nabi riwayat al-Bukhari dan Muslim dari Aisyah,r.a ia berkata :⁹²

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

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

c) Fatwa DSN MUI

Menurut Fatwa DSN MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn yaitu menentukan bahwa hutang dengan menggadaikan barang sebagai jaminan atas hutang diperbolehkan. Ongkos dan biaya pemeliharaan ditanggung oleh orang yang berhutang, biaya penyimpanan barang berdasarkan akad ijarah.⁹³

c. Rukun Rahn Emas

Didalam fikih empat Madzhab menjelaskan beberapa rukun dari gadai yaitu :
94

a. Aqid

Aqid adalah orang yang berakad, dimana orang yang berakad itu ada dua yaitu *Rahin* atau orang yang melakukan gadai dan *Murtahin* orang yang menerima barang gadai. Kegiatan ini didasari dengan *Sighat* yaitu ucapan ijab qabul atau ucapan serah terima antara orang yang melakukan gadai dengan orang yang menerima barang gadai sesuai dengan hukum islam.

b. Ma'qud 'alaih

Ma'qud 'alaih adalah barang yang akan digadaikan. Disini dibagi menjadi dua bagian yaitu *marhun* atau barang yang digadaikan dan *marhun bih* atau utang. Menurut ulama Hanafiyah rukun dari gadai itu

⁹²<https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/> diakses pada tanggal 04 Oktober 2020

⁹³*Ibid.*

⁹⁴Arif Effendi, *Gadai Syariah Dalam Persepektif Ekonomi Islam Study Tentang Layanan Syariah Rahn pada PT Pegadaian Persero*, Volume 15 Nomor 01 Tahun 2013, STAIMUS Surakarta, hlm 34-35

hanyalah ijab dan Qabul. Dimana ijab adalah penyampaian penyerahan barang sebagai jaminan. Dan qabul adalah pernyataan bahwa penerima akan memberi hutang.

Selain itu menurut mereka untuk yang lebih sempurnanya dimana akan ada keterikatan gadai ini, maka juga harus ada Al-Qabdh atau penguasaan barang oleh sang pemberi hutang.⁹⁵

Menurut pendapat lain Rukun gadai adalah sebagai berikut:⁹⁶

a. Ijab Qabul

Dalam Prosesi Ijab Qabul ini bisa dilakukan dengan secara langsung atau dengan menggunakan tulisan yang berisikan perjanjian antara kedua belah pihak. Ijab Qabul dapat dikatakan batal ketika orang yang akan menggadai menarik ijabnya sebelum terjadinya qabul dari penerima gadai didalam transaksinya.

b. Pihak yang bertransaksi

Dalam kegiatan ini harus jelas adanya orang yang melakukan transaksi atau adanya pihak yang bergadai dan pihak yang menerima gadai.

c. Adanya barang yang digadaikan

Dalam kegiatan transaksi ini ketentuan yang harus ditepati adalah harus adanya barang yang bisa dijadikan jaminan atas hutang.

d. Hutang

Semua kegiatan diatas bisa dilaksanakan jika ada hutang yang mengikat atau harus adanya kegiatan hutang dalam transaksi tersebut.

d. Syarat-syarat Rahn

Selanjutnya adalah syarat-syarat gadai syariah sesuai pendapat ulama fiqih sesuai dengan rukun gadai yang telah dijelaskan yaitu sebagai berikut :

- a. Syarat untuk orang yang berakad adalah mengetahui hukum. Yang dimaksud mengetahui hukum adalah sudah baligh atau berakal. Akan tetapi menurut ulama Hanafiyah kedua belah pihak tidak harus baligh akan tetapi berakal saja sudah cukup. Menurutny anak kecil yang *mumayyiz*

⁹⁵Al-Kasani, *al-Bada'i'u ash-Shana'iu*, Jilid VI, (Mesir : al-Muniriyyah), hlm 125

⁹⁶Arif Effendi, *Gadai Syariah Dalam Persepektif Ekonomi Islam Study Tentang Layanan Syariah Rahn pada PT Pegadaian Persero*, Volume 15 Nomor 01 Tahun 2013, STAIMUS Surakarta, hlm 34

boleh melakukan akad ini dengan syarat kegiatan ini sudah disetujui oleh walinya.⁹⁷

- b. Syarat *Sighat*
- c. Syarat *Marhun Bih* atau Hutang yaitu hak wajib yang harus dikembalikan kepada pemberi hutang, boleh dilunasi dengan barang jaminan tersebut.⁹⁸
- d. Syarat Marhun yaitu barang yang akan dijadikan jaminan memiliki kriteria sebagai berikut :⁹⁹
 - a) Barang yang akan dijaminkan adalah barang yang bisa diperjual belikan.
 - b) Barang yang dijadikan jaminan memiliki nilai ekonomi.
 - c) Barang yang dijadikan jaminan harus sesuai dengan syara'.
 - d) Barang yang dijaminkan diketahui secara jelas, baik bentuk ataupun nilainya.
 - e) Barang jaminan adalah milik sah dari orang yang berhutang.
 - f) Barang jaminan tidak terkait dengan orang lain atas kepemilikannya.
 - g) Barang jaminan berupa barang yang utuh.
 - h) Nilai barang jaminan sama dengan jumlah hutang.

Selain itu para ulama Fiqh menyatakan sepakat didalam akad gadai ini dianggap sempurna jika barang jaminan sudah di terima oleh pemberi hutang dan uang sudah pada orang yang berhutang.

e. **Manfaat Rahn**

Manfaat yang didapatkan pada Bank Syariah atau lembaga keuangan lainnya dalam menggunakan prinsip ini adalah :¹⁰⁰

- a. Menjaga kemungkinan nasabah lalai atau tidak konsisten terhadap pembiayaan yang telah diberikan oleh bank.
- b. Memberikan keamanan terhadap nasabah lainnya yang telah menyalurkan.
- c. dananya ke bank sehingga bank bisa menyalurkan lagi kepada nasabah yang kekurangan dana.

⁹⁷Asy-Syarbaini al-Khatib, *Mughni al-Muhtaj*, Jilid IV, (Beirut : Dar al-Fikr, 1978), hlm 122

⁹⁸*Ibid*, hlm 122

⁹⁹Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islam wa Adilatuh*, Jilid V, (Beirut : Dar al-Fikr, 1984), hlm

- d. Selain itu ada juga manfaat langsung yang didapatkan oleh Bank Syariah atau lembaga keuangan lainnya yaitu biaya-biaya kongkrit yang harus di bayarkan oleh nasabah kepada bank seperti biaya pemeliharaan dan keamanan jaminan tersebut

BAB III
GAMBARAN UMUM
BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG SEMARANG

A. Sejarah Singkat BRI Syariah

1. Sejarah Berdirinya Bank BRI Syariah

Sejarah berdirinya Bank BRI Syariah tidak bisa lepas dari peristiwa *akuisisi* yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk terhadap Bank Jasa Artha pada tanggal 19 Desember 2007. Pada tanggal 16 Oktober 2008 Bank Indonesia mengeluarkan izin melalui surat No. 10/67/Kep.GBI/DPG/2008 dan BRI Syariah resmi beroperasi dan pada tanggal 17 November 2008 dengan nama PT. Bank BRI Syariah dengan segala kegiatan transaksinya berdasarkan prinsip syariah. Dan pada tanggal 19 Desember 2008 UUS PT. Bank BRI Tbk menjadi satu dengan PT. Bank BRI Syariah. Proses ini di sebut dengan *spin off*, dan akhirnya pada tanggal 1 Januari 2009 sudah berlaku efektif dengan dilakukannya penandatanganan oleh Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk dan Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.¹⁰¹

Dalam hal ini Bank BRI Syariah ini memfokuskan kepada beberapa segmen yang ada di masyarakat. BRI Syariah terus mengasah diri dalam menghasilkan dan menjadi Bank yang terbaik bagi nasabah. Selain itu Bank BRI Syariah juga terus memperhatikan agar terlaksananya prinsip-prinsip Syariah yang ada didalam setiap kegiatan Transaksinya, dan juga masih terus sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku.¹⁰²

PT. Bank BRI Syariah saat ini menjadi Bank Syariah ke 3 terbesar yang dilihat dari *asset* yang dimilikinya. Pertumbuhan Bank BRI Syariah ini sangatlah pesat dapat dilihat dari nilai *asset*, jumlah pembiayaan dan perolah dari Dana Pihak Ketiga. Bank BRI Syariah ini fokus kepada segmen menengah kebawah, selain itu Bank BRI Syariah juga menargetkan akan menjadi Bank ritel modern yang terdepan dengan berbagai macam produk dan layanan Perbankan yang dimiliki. Sesuai dengan Visi dari Bank BRI Syariah merintis dengan bersinergi pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Disini Bank BRI Syariah memanfaatkan adanya kerjasama dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

¹⁰¹<https://www.brisyariah.co.id/> diakses pada 25 September 2020 jam 15.28.

¹⁰²*Ibid.*

Tbk ini dengan memanfaatkan jaringan kerja sebagai Kantor Layanan Syariah. Dimana tujuannya adalah untuk mengembangkan bisnis yang fokus terhadap kegiatan yang ada di Bank tersebut berdasarkan Prinsip Syariah baik pada penghimpunan dana atau penyaluran dana kepada nasabah.¹⁰³

2. Profil Bank BRI Syariah KC Semarang

Nama : PT. Bank BRI Syariah KC Semarang
Alamat : Jl. MT. Haryono No. 657, Wonodri, Kec Semarang Selatan,
Kota Semarang , Jawa Tengah
Telepon : (024) 8317000
Tanggal Berdiri : 19 Desember 2007
Tanggal Operasi : 17 November 2008

3. Visi dan Misi Bank BRI Syariah

Visi BRI Syariah

“Menjadikan Bank Ritel modern terkemuka dengan ragam layanan financial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna”

Misi BRI Syariah

- a. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan *financial* nasabah.
- b. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- c. Menyediakan akses yang nyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun .
- d. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman.

B. Produk - Produk Di Bank BRI Syariah

Ada beberapa produk yang ada di bank BRI Syariah yaitu :¹⁰⁴

¹⁰³*Ibid.*

¹⁰⁴<https://www.brisyariah.co.id/> diakses pada 25 September 2020 jam 15.28.

1. Produk Simpanan

a. Tabungan Faedah BRI Syariah iB

a) Pengertian Tabungan Faedah BRI Syariah iB

Pengertian Tabungan Faedah BRI Syariah iB adalah salah satu produk yang ada di Bank BRI Syariah. Produk ini berupa produk simpanan untuk nasabah secara perorangan yang memiliki keinginan dalam kemudahan bertransaksi keuangan dalam sehari-hari. Akad yang digunakan pada produk ini adalah akad *Wadi'ah yad Dhamanah*.

Keunggulan dan Fasilitas Pengertian Tabungan Faedah BRI Syariah iB. Dalam produk ini nasabah bisa mendapatkan keunggulan dan fasilitas yang diberikan oleh Bank yaitu :

- a. Mendapatkan setoran awal yang ringan yaitu dengan Rp. 100.000,- Biaya gratis administrasi setiap bulannya.
- b. Biaya gratis ATM setiap bulannya.
- c. Biaya ringan untuk tarik tunai diseluruh jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima.
- d. Biaya ringan untuk transfer melalui jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima.
- e. Biaya ringan untuk cek saldo di jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima.
- f. Biaya ringan untuk debit di jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima.
- g. Dilengkapi dengan beberapa fasilitas *e-channel* yang berupa SMS Banking, Mobile Banking, dan Internet Banking.

b) Syarat dan ketentuan Dalam Tabungan Faedah BRI Syariah iB

- a. Melampirkan fotokopi Kartu Tanda Penduduk.
- b. Melampirkan fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak.

c) Fitur dan Biaya Tabungan Faedah BRI Syariah iB

- a. Setoran awal minimum sebanyak Rp. 100.000,-
- b. Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,-
- c. Saldo mengendap minimal Rp. 50.000,-
- d. Biaya gratis untuk administrasi tabungan setiap bulannya.
- e. Biaya gratis untuk administrasi kartu ATM setiap bulannya.
- f. Biaya gratis untuk pergantian buku tabungan dikarenakan habis.

- g. Biaya untuk pergantian buku tabungan dikarenakan hilang atau rusak Rp. 5.000,-
- h. Biaya pembuatan ATM karena rusak atau hilang Rp. 15.000,-
- i. Biaya jika saldo yang mengendap dibawah jumlah minimal Rp. 12.500,-
- j. Biaya untuk penutupan rekening Rp. 25.000,-

b. Tabungan Haji BRI Syariah iB

a) Pengertian Tabungan Haji BRI Syariah iB

Tabungan Haji BRI Syariah iB adalah salah satu produk yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah yang merupakan produk simpanan dengan akad Bagi Hasil. Produk ini ditujukan kepada para Jama'ah Haji. Dengan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji dan untuk mewujudkan masyarakat dalam menyempurnakan ibadah. Akad yang digunakan adalah akad *Mudharabah Muthlaqah*.

b) Keunggulan dan Fasilitas Tabungan Haji BRI Syariah iB

- a. Setoran awal ringan.
- b. Gratis biaya administrasi setiap bulannya.
- c. Bebas kapan saja untuk menambahkan saldo.
- d. Bisa bertransaksi diseluruh jaringan Kantor Cabang BRI Syariah secara online.
- e. Gratis Asuransi jiwa dan kecelakaan. Untuk kepastian porsi keberangkatan haji Bank menggunakan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) secara online.
- f. Pemotongan zakat secara otomatis yang diambil dari bagi hasil.
- g. Kemudahan untuk nasabah merencanakan persiapan ibadah haji.
- h. Bisa di bukakan rekening untuk anak-anak.
- i. Bisa memilih paket ibadah Haji Reguler dan Haji Khusus.

c) Syarat dan Ketentuan Tabungan Haji BRI Syariah iB

- a. Melampirkan fotokopi Kartu Tanda Penduduk.
- b. Melampirkan fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak.
- c. Melampirkan fotokopi Kartu Keluarga.
- d. Fitur dan Biaya Tabungan Haji BRI Syariah iB
- e. Setoran awal minimal Rp. 50.000,-
- f. Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,-

- g. Saldo mengendap minimal Rp. 50.000,
- h. Tidak bisa mendapatkan ATM.
- i. Dana tidak bisa di tarik sewaktu-waktu.
- j. Gratis biaya asuransi jiwa dan kecelakaan.
- k. Pemotongan zakat secara otomatis yang diambil dari bagi hasil yang di dapatkan.
- l. Gratis biaya administrasi tabungan setiap bulannya.
- m. Gratis biaya penggantian buku tabungan saat awal pembukaan rekening atau buku tabungan habis.
- n. Penggantian buku tabungan karena rusak atau hilang Rp. 5.000,
- o. Gratis biaya jika saldo mengendap dibawah minimal.
- p. Biaya penutupan rekening Rp. 25.000,-

c. Tabungan Faedah Impian BRI Syariah iB

a) Pengertian Tabungan Faedah Impian BRI Syariah iB

Tabungan Faedah Impian BRI Syariah iB salah satu dari beberapa produk yang ada di Bank BRI Syariah. Produk ini adalah produk simpanan yang bersifat berjangka. Produk ini untuk nasabah perorangan yang bertujuan untuk mewujudkan impiannya contohnya adalah seperti liburan, belanja dan lainnya. Akad yang digunakan adalah *Mudharabah Muthlaqah*.

b) Keunggulan dan Fasilitas Tabungan Faedah Impian BRI Syariah iB

- a. Mendapatkan buku tabungan dan sertifikat asuransi.
- b. Gratis asuransi hingga Rp. 750.000.000,-

c) Syarat dan Ketentuan Tabungan Faedah Impian BRI Syariah iB

- a. Melampirkan fotokopi Kartu Tanda Penduduk.
- b. Melampirkan fotokopi Nomor Pokok Wajib Pajak.
- c. Memiliki produk tabungan Faedah BRI Syariah iB yang akan digunakan sebagai rekening induk.

d) Fitur dan Biaya Tabungan Faedah Impian BRI Syariah iB

- a. Setoran diawal minimal Rp. 50.000,-
- b. Setoran setiap bulannya minimal Rp. 50.000,- dan kelipatannya.
- c. Jangka waktu 12 bulan – 240 bulan atau sampai usia penabung maksimal 65 tahun saat jatuh tempo.
- d. Tidak mendapatkan Karu ATM.

- e. Wajib memiliki produk tabungan Faedah BRI Syariah iB yang akan digunakan sebagai rekening induk.
- f. Satu rekening induk dapat memiliki beberapa Tabungan Impian BRI Syariah iB.
- g. Satu Tabungan Impian BRI Syariah iB hanya dapat memiliki satu rekening induk.
- h. Dana hanya bisa ditarik jika saat jatuh tempo melalui rekening induk.
- i. Pemotongan zakat secara otomatis yang diambil dari bagi hasil yang di dapatkan.
- j. Tidak bisa melakukan perubahan jangka waktu, setoran rutin setiap bulannya, rekening induk.
- k. Sewaktu-waktu dapat melakukan setorna non rutin.
- l. Gratis biaya administrasi setiap bulannya.
- m. Gratis biaya premi asuransi setiap bulannya.
- n. Gratis biaya autodebit setoran rutin.
- o. Gratis biaya gagal autodebit.
- p. Biaya penutupan rekening sebelum jatuh tempo Rp. 50.000,-

d. Simpanan Faedah BRI Syariah iB

a) Pengertian Simpanan Faedah BRI Syariah iB

Simpanan Faedah BRI Syariah iB adalah salah satu produk yang ada di Bank BRI Syariah. Produk ini adalah produk simpanan dana pihak ketiga dengan akad *Mudharabah*. Maksudnya adalah dimana nasabah sebagai pemilik dana dan Bank sebagai pengelola dana sesuai dengan nisbah dan jangka waktu yang di sepakati dalam pembagian hasil antara kedua belah pihak. Akad yang digunakan adalah Akad *Mudharabah Muthlaqah*.

b) Fitur dan Biaya Simpanan Faedah BRI Syariah iB

- a. Mata uang Rupiah.
- b. Minimal penempatan dana adalah Rp. 500.000.000,-
- c. Jangka waktu penempatan adalah 7, 14, 21 dan 28 hari.
- d. Gratis biaya administrasi.
- e. Biaya *break* penempatan sebelum jatuh tempo adalah Rp. 10.000,-
- f. Media informasi Transaksi adalah Bilyet untuk penempatan diawal dan adpis untuk bukti perpanjangan.

e. Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB

a) Pengertian Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB

Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB adalah salah satu produk yang ada di BRI Syariah. Produk ini adalah tabungan yang ditujukan untuk siswa. Tabungan ini diterbitkan secara Nasional oleh Bank-Bank yang ada di Indonesia. Bertujuan untuk mengedukasi sedari dini untuk budaya menabung. Akad yang digunakan adalah Akad *Wadi'ah yad Dhamanah*.

b) Keunggulan dan Fasilitas Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB

- a. Setoran awal ringan.
- b. Biaya murah.
- c. Bebas biaya administrasi.
- d. Mendapatkan kartu ATM.
- e. Gratis Fitur Faedah.
- f. Memperoleh buku tabunga.
- g. Bisa mendapatkan bonus sesuai dengan kebijakan dari Bank.
- h. Diberikan fasilitas layanan autodebet sesuai dengan standing instruction, pembayaran tagihan rutin, zakat infaq sedekah, auto sweep, dan lainnya.

c) Manfaat Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB

- a. Untuk siswa yaitu untuk edukasi pengelolaan keuangan, dan mendorong budaya gemar menabung sejak dini.
- b. Untuk orang tua yaitu untuk memberikan edukasi tentang produk tersebut, mengajarkan kemandirian anak untuk mengelola uang, memudahkan untuk mengontrol pengeluaran pendidikan.
- c. Untuk sekolah yaitu untuk edukasi tentang perbankan bagi siswa dan guru, menumbuhkan budaya gemar menabung di lingkungan sekolah dan sarana sistem pembayaran yang efektif.

d) Syarat dan Ketentuan Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB

- a. Perjanjian kerja sama antara Bank dan Sekolah.
- b. Mengisi kelengkapan Aplikasi Pembukaan Rekening SimPel iB.
- c. Untuk kelengkapan data siswa yaitu Kartu Keluarga, NISN , NIS dan KTP orang tua Siswa.

- e) Fitur dan Biaya Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB
 - a. Setoran awal minimal Rp. 1.000,-
 - b. Setoran berikutnya minimal Rp. 1.000,-
 - c. Saldo mengendap minimal Rp.1.000,-
 - d. Limit penarikan Rp. 500.000,- per hari.
 - e. Mendapatkan kartu ATM.
 - f. Mendapatkan fasilitas *e-channel* berupa *Mobile BRIS*, *SMS BRIS* dan *Phone Banking* (callBRIs)
 - g. Gratis biaya administrasi Tabungan.
 - h. Gratis biaya saldo mengendap saldo minimal.
 - i. Biaya rekening *Dormant* Rp. 1.000,-
 - j. Gratis biaya penggantian buku tabungan.
 - k. Biaya penggantian buku tabungan karena hilang dan rusak Rp. 5.000
 - l. Biaya pembuatan ATM Rp. 5.000,-
 - m. Biaya penggantian kartu ATM karena hilang atau rusak Rp. 15.000,
 - n. Biaya penutupan rekening Rp. 1.000,-
- f. **Giro Faedah BRI Syariah iB.**
 - a) Pengertian Giro Faedah BRI Syariah iB

Giro Faedah BRI Syariah iB adalah suatu produk yang ada di Bank BRI Syariah. Produk ini merupakan simpanan investasi dana dengan menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah* yang mana penarikan dana dapat dilakukan sesuai kesepakatan dengan menggunakan *cek*, *bilyet giro*, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindah bukuan.
 - b) Keunggulan dan Fasilitas Giro Faedah BRI Syariah iB
 - a. Bisa bertransaksi di seluruh jaringan Kantor Cabang BRI Syariah secara online.
 - b. Buku cek dan Bilyet Giro sebagai media penarikan.
 - c. Pemotongan zakat diambil dari bagi hasil yang diterima.
 - d. Diberikan layanan *e-channel* berupa *Cash Management System* (CMC)
 - e. Fitur dan Biaya Giro Faedah BRI Syariah iB
 - f. Mata uang rupiah.
 - g. Setoran awal individu minimal Rp. 2.500.000,-
 - h. Setoran awal non individu minimal Rp. 5.000.000,-

- i. Setoran berikutnya minimal Rp.50.000,
- j. Saldo mengendap individu minimal Rp. 500.000,-
- k. Saldo mengendap non individu minimal Rp. 1.000.000,-
- l. Saldo maksimal tidak terbatas.
- m. Kartu ATM untuk Individu optimal.
- n. Media pelaporan rekening dengan rekening Koran dalam bentuk *e-statement* dan *hardcopy* dengan dikenakan biaya.
- o. Media penarikan dengan menggunakan *Bilyet Giro dan Cek*.
- p. Bagi hasil dengan mekanisme tiering sesuai kebijakan Bank.
- q. Biaya gratis pembuatan ATM khusus nasabah individu.
- r. Khusus nasabah individu biaya administrasi ATM bulanan Rp. 7.500,-
- s. Biaya administrasi bulanan rekening nasabah individu dan non individu Rp. 10.000,-
- t. Biaya saldo mengendap jika dibawah minimal Rp. 20.000,- setiap bulan.
- u. Kriteria dormant enam bulan tidak ada transaksi.
- v. Biaya rekening dormant Rp. 10.000,- setiap bulan.
- w. Biaya penggantian ATM karena hilang atau rusak Rp. 15.000,-
- x. Biaya penutupan rekening Rp. 25.000,-

g. Deposito BRI Syariah iB

a) Pengertian Deposito BRI Syariah iB

Deposito BRI Syariah iB adalah salahsatu dari produk yang ada di Bank BRI Syariah. Produk ini merupakan produk simpanan berjangka. Akad yang digunakan adalah akad bagi hasil atau akad *Mudharabah Muthlaqah*.

b) Keunggulan dan Fasilitas Deposito BRI Syariah Ib

- a. Bagi hasil yang kompetitif.
- b. Dapat Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil.
- c. Pemindah bukuan otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang diperoleh ke rekening Tabungan atau Giro di Bank BRI Syariah.
- d. Dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi Hasil sesuai ketentuan pada saat perpanjangan.
- e. Bisa dijadikan jaminan dalam pembiayaan.

- c) Syarat dan Ketentuan Deposito BRI Syariah iB
 - a. Untuk nasabah perorangan dengan melampirkan fotokopi KTP dan NPWP.
 - b. Untuk nasabah non perorangan dengan melampirkan dokumen sesuai ketentuan berlaku.
 - c. Mempunyai tabungan Faedah BRI Syariah iB atau Giro BRI Syariah.
- d) Fitur dan Biaya Deposito BRI Syariah iB
 - a. Minimal penempatan Rp. 2.500.00,-
 - b. Pilihan jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan.
 - c. Biaya break deposito Rp. 100.000,-

2. Pembiayaan.

Ada beberapa macam pembiayaan yang ada di Bank BRI Syariah yaitu :

a. KPR BRI Syariah iB (Griya Fedah BRI Syariah iB)

KPR BRI Syariah iB adalah salah satu produk yang ada di Bank BRI Syariah. Produk ini hadir bertujuan untuk membantu masyarakat untuk mewujudkan impiannya memiliki rumah idaman. Pembiayaan kepemilikan rumah ini berupa pembelian rumah, apartement, ruko, rukan, tanah kavling, pembangunan, renovasi, *take over* pembiayaan, dan *refinancing*. Akad yang digunakan adalah akad jual beli atau *murabahah* atau sewa menyewa *ijarah* dengan besaran angsuran yang telah di tetapkan di awal.

b. KPR Sejahtera BRI Syariah

KPR Sejahtera BRI Syariah produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah yang diberikan oleh Bank dan juga dengan dukungan dari Fasilitas *Likuiditas* Pembiayaan Perumahan dengan memberikan bantuan dana untuk masyarakat yang yang memiliki penghasilan rendah untuk memiliki rumah sejahtera.

c. KKB BRI Syariah

Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor dimana ditujukan untuk nasabah yang memiliki keinginan membeli kendaraan bermotor. Dengan menggunakan akad *Murabahah bil Wakalah*.

d. Pembiayaan Umrah BRI Syariah iB

Pembiayaan ini adalah pembiayaan yang ditujukan untuk nasabah yang memiliki keinginan untuk berziarah dan beribadah ke Baitullah.

e. KMF Purna BRI Syariah iB

Pembiayaan ini adalah yang ditujukan khusus kepada para pensiunan untuk memenuhi sebagian kebutuhannya baik barang maupun jasa. Akadnya menggunakan akad *murabahah* dan *ijarah*.

f. KMF Pra Purna BRI Syariah iB

KMF Pra Purna BRI Syariah iB pembiayaan yang ditujukan untuk para PNS yang akan mendekati masa pensiun. Tujuannya adalah untuk memenuhi sebagian kebutuhannya baik barang maupun jasa. Akadnya menggunakan akad *murabahah* dan *ijarah*.

g. KMF Multi Faedah BRI Syariah iB

Pembiayaan ini ditujukan kepada para karyawan untuk memenuhi kebutuhannya berupa jasa atau barang yang bersifat konsumtif dengan cara yang mudah. Untuk akad yang digunakan pada barang adalah akad *murabahah wal wakalah*, dan untuk jasa menggunakan akad *ijarah wal wakalah*.

h. Pembiayaan Kepemilikan Emas

Pembiayaan kepada nasabah perorangan dimana dengan tujuan kepemilikan emas. Akad yang digunakan adalah akad *Murabahah*.

i. Qardh Beragunan Emas

Pembiayaan ini adalah pembiayaan yang ditujukan untuk nasabah yang memiliki emas dan emas tersebut yang akad dijadikan agunan. Emas ini disimpan dan di pelihara oleh Bank, oleh karena itu nasabah membayar biaya penyimpanan dan pemeliharannya.

j. Mikro BRI Syariah

Pembiayaan ini adalah pembiayaan yang menggunakan akad *murabahah* dengan tujuan modal kerja, investasi dan konsumsi. Dalam pembiayaan ini dibagi menjadi tiga yaitu mikro 25iB, mikro 75 iB, mikro 200 iB dan KUR. Ditujukan kepada wirausaha dengan lama usaha minimal 2 tahun untuk mikro dan untuk KUR minimal 6 bulan.

k. Pembiayaan komersial

Dalam pembiayan ini ada dua jenis yaitu :

a) Pembiayaan modal kerja syariah

Pembiayaan ini adalah pembiayaan jangka pendek yang ada di Bank yang diberikan kepada perusahaan guna untuk membiayai modal kerja dalam usahanya. Akadnya adalah akad *mudharabah*

b) Pembiayaan investasi Syariah

Pembiayaan ini adalah pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang yang diberikan oleh Bank untuk pembelian barang modal. Akad yang digunakan adalah *murabahah*, dan akad *sewa-beli*.

c) Pembiayaan Linkage

Pembiayaan ini adalah pembiayaan konsumtif Multiguna dan multijasa yang ditujukan untuk nasabah yang merupakan pegawai atau karyawan dalam suatu instansi yang merupakan anggota koperasi, melalui perantara Koperasi Karyawan atau Koperasi Pegawai Republik Indonesia

d) Pembiayaan modal kerja Revolving BRIS iB

Pembiayaan ini adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja usaha nasabah yang tidak ada kontrak dengan akad *musyarakah*.

e) Pembiayaan SME > 500 BRI Syariah.

Pembiayaan ini adalah pembiayaan investasi yang diberikan oleh Bank untuk nasabah yang ingin membeli kendaraan beroda empat atau lebih dengan tujuan untuk menunjang kegiatan usaha dan juga tempat usaha.

f) Pembiayaan SME 200-500 BRIS iB

Pembiayaan ini adalah pembiayaan yang diberikan oleh bank untuk nasabah, dengan konsep pembiayaan *murabahah* maupun *ijarah Muntahiyya Bit Tamlik*. Yaitu pembiayaan yang tujuannya adalah modal kerja atau investasi.

3. Jasa

Di Bank BRI Syariah ini memiliki beberapa produk yang berupa jasa yaitu sebagai berikut :

a. Employee Benefit Program (EmBP)

Jasa ini adalah program kerjasama antara bank dengan suatu perusahaan yang dituangkan dalam Master Agreement yang berupa pemberian fasilitas pembiayaan kepada karyawan perusahaan tersebut. Dengan syarat dan ketentuan tertentu yang telah ditetapkan oleh bank untuk karyawan mendapatkan pembiayaan tersebut.

b. Sukuk Negara Tabungan

Sukuk Negara Tabungan adalah tabungan investasi perorangan untuk Waqaf Negara Indonesia dalam mata uang rupiah yang berupa Surat Berharga Syariah Negara melalui agen penjual yang diterbitkan tanpa adanya warkat, tidak bisa di perdagangkan dan dialihkan.

c. Sukuk Negara Ritel Pasar Perdana

Sukuk Negara Ritel adalah Surat berharga Negara yang diterbitkan oleh pemerintah Republik Indonesia sesuai dengan prinsip syariah, dijual khusus untuk perorangan yang merupakan Warga Negara Indonesia melalui Agen penjualan di Pasar Perdana dalam Negri.

a) Sukuk Negara Ritel Pasar Sekunder

Sukuk Negara Ritel Pasar Sekunder adalah suatu transaksi yang dilakukan setelah penjualan di pasar perdana telah selesai. Pada pasar sekunder ini harga ditentukan sesuai dengan harga pasar.

b) Sukuk Mudharabah Subordinasi I

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang

Pembiayaan Qardh Beragunan Emas adalah salah satu produk pembiayaan yang ada di Bank BRI Syariah KC Semarang. Produk ini sudah ada sejak tahun 2009. Qardh Beragunan Emas ini hadir sebagai solusi memperoleh dana untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak dengan menjadikan emas sebagai jaminannya, untuk pembiayaan ini prosesnya sangat cepat, mudah, aman dan juga sesuai dengan prinsip syariah. Tujuan adanya produk ini adalah untuk mengembangkan ekonomi masyarakat yang sesuai dengan hukum syariah.

Qardh beragunan emas adalah pembiayaan yang dimana emas adalah sebagai agunannya. Dalam pembiayaan ini akad *Rahn* yang mengikatnya yaitu dengan mengikat emas yang dijadikan jaminan, emas disimpan dan dipelihara oleh pihak Bank dalam jangka waktu yang telah ditentukan dengan membayar biaya pemeliharaan dan penyimpanan. Pembiayaan ini bersifat mendesak atau dalam kurun jangka waktu yang pendek dan juga tidak bertujuan untuk investasi.¹⁰⁵Emas digunakan bisa berupa emas perhiasan minimal 16 karat atau dengan emas batangan bisa berupa antam atau non antam dengan berat minimal 2 gram. Untuk jumlah pembiayaannya adalah maksimal Rp. 250.000.000,-. Pembiayaan ini di khususkan pada seseorang yang memiliki emas perhiasan atau emas batangan atau antam. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini adalah ada tiga akad yang pertama akad *qardh* yaitu sebagai pengikat pinjaman dana yang diberikan oleh Bank kepada nasabah, yang kedua adalah akad *rahn* yaitu sebagai pengikat emas yang dijadikan jaminan pada pembiayaan tersebut, yang ketiga adalah akad *Ijarah* yaitu sebagai pengikat pemanfaatan dari jasa penyimpanan dan pemeliharaan jaminan atas pembiayaan. Pembiayaan ini sudah ada sejak tahun 2009, dan tidak semua di Bank BRI Syariah ada pembiayaan ini akan tetapi hanya di beberapa tempat yang sudah disetujui oleh Pusat dan juga melalui seleksi atau memiliki kriteria khusus. Qardh Beragunan Emas di BRI Syariah KC Semarang memiliki fasilitas yaitu persyaratannya mudah, cepat, biaya administrasi terjangkau sesuai berat emas dan jangka waktu pinjaman maksimal 120 hari, biaya sewa dihitung

¹⁰⁵Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

per 10 hari dan dibayar pada saat pelunasan atau perpanjangan, dapat dilunasi sebelum jatuh tempo tanpa biaya pinalti serta penyimpanannya yang aman dan berasuransi emas syariah dengan kriteria sebagai berikut:¹⁰⁶

- a. Objek gadai di BRI Syariah KC Semarang
 - a) Emas batangan bersertifikat antam atau non antam.
 - b) Emas perhiasan minimal 16 karat.
 - c) Berat emas batangan atau perhiasan minimal 2 gram.
- b. Persyaratan nasabah.
 - a) Perorangan
 - b) Usia minimal 21 tahun
 - c) WNI
 - d) Fotocopy KTP yang berlaku.
 - e) Membuka tabungan BRI Syariah iB
 - f) Menyertakan NPWP untuk Pembiayaan diatas Rp. 100.000.000,-
 - g) Membawa emas yang akan digadaikan
 - h) Emas hak milik nasabah
- c. Jangka waktu pinjaman
 - a) Maksimal 120 hari (4 bulan)
 - b) Dapat di perpanjang berkali-kali.
 - c) Dapat di lunasi kapan saja dalam waktu gadai
- d. Biaya yang di bebaskan pada nasabah.
 - a) Biaya administrasi
 - b) Biaya jasa penyimpanan dan pemeliharaan (ujroh)
 - c) Biaya masa tenggang.
 - d) Biaya matrai
 - e) Biaya lain-lainnya.

Selanjutnya adalah mekanisme Pembiayaan Qardh beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang yaitu sebagai berikut :¹⁰⁷

- a. Pengajuan Pembiayaan Qardh Beragunan Emas

Dalam proses pengajuan pembiayaan Qardh Beragunan Emas ini Nasabah datang secara langsung ke Bank BRI Syariah KC Semarang dengan membawa kartu identitas dan juga emas yang akad dijadikan agunan atas pembiayaannya.

¹⁰⁶ Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

¹⁰⁷ Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

Untuk matrai Bank sudah memasukkannya pada biaya administrasinya sehingga nasabah tidak perlu membawa matrai. Setelah semua persyaratan lengkap kemudian nasabah mengisi formulir permohonan Qardh Beragunan Emas yang disediakan Bank. Setelah itu emas akan diperiksa oleh penaksir gadai.

b. Penaksiran Pembiayaan Qardh Beragunan Emas

Kemudian penaksir gadai akan memeriksa dan juga menguji keaslian emas yang akan di jadikan sebagai agunannya sesuai dengan ketentuan yang telah ada. Besaran nilai pinjaman maksimal 90% dari nilai taksir di BRI Syariah dengan maksimla pembiayaan Rp. 250.000.000,- untuk perorang. Kemudian untuk biaya pemeliharannya untuk perhiasan adaalah 1,5% x nilai taksir emas, untuk emas batangan 1.4% x nilai taksir emas. Apabila emas yang akan di jadikan agunan tersebut diterima maka, penaksir akan mengukur berat emas kemudian memberikan nilai pembiayaan sesuai dengan harga emas pada saat terjadinya akad dan sesuai dengan peraturan Bank.

c. Perhitungan pembiayaan Qardh Beragunan Emas

a) Perhitungan Nilai taksir gadai yaitu :

Berat Emas x Harga emas saat akad : nilai taksir

Nilai taksir x 90 % : besar pinjaman yang diberikan

Besar pinjaman x ujroh : jumlah biaya pemeliharaan

b) Perhitungan perpanjangan Qardh Beragunan Emas

Biaya sewa per 4 bulan + biaya administrasi + biaya materai

c) Perhitungan saat pelunasan Qardh Beragunan Emas

Pokok pinjaman + perkelipatan 10 hari

B. Strategi Pemasaran Qardh Beragunan Emas di BRI Syariah KC Semarang

Strategi pemasaran adalah suatu kegiatan dimana untuk perencanaan pemasaran. Pemasaran adalah hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan yang serupa dalam membuat produk yang sama, hal ini membuat semakin ketatnya persaingan sehingga perusahaan dituntut untuk berinovasi dalam memasarkan atau mempromosikan agar dapat terus bertahan dan berkembang. Pemasaran sangatlah penting dijalankan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang maupun perusahaan lainnya. Jika sebuah pemasaran berhasil maka Bank atau perusahaan itu dapat dikatakan berhasil juga.

Dalam memasarkan produk Qardh Beragunan Emas ini Bank BRI Syariah KC Semarang menggunakan beberapa strategi pemasaran. Setiap strategi pemasaran

yang ada memiliki arti atau tujuan yang berbeda-beda. Untuk memudahkan Bank BRI Syariah KC Semarang dalam melakukan pemasaran dan mencapai targetnya, Bank menggunakan beberapa Strategi Pemasaran yang bertujuan untuk menarik, membujuk, mempengaruhi dan juga menaikkan penjualan. Hasil dari wawancara dengan bapak Ridho selaku penaksir gadai bahwa untuk memudahkan Bank BRI Syariah KC Semarang dalam melakukan pemasaran dan mencapai targetnya, Bank menggunakan strategi berdasarkan marketing Mix yaitu :¹⁰⁸

a. Produk

Produk Qardh Beragunan Emas ini sama dengan produk sejenis yang ada di Bank Syariah lainnya. Dengan adanya strategi pada produk ini bertujuan agar Bank BRI Syariah KC Semarang ini mampu untuk menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lainnya yang juga menawarkan produk yang sama. Produk Qardh Beragunan Emas ini adalah produk yang ada bertujuan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan dana secara mendesak dengan jangka waktu yang pendek. Bank BRI Syariah KC Semarang ini sudah menerapkan pemasaran berdasarkan *Life Cycle* yang artinya melakukan informasi kepada masyarakat terhadap produk yang di luncurkannya dan beberapa keunggulan yang dimiliki didalamnya. Menurut hasil wawancara yang membedakan dengan produk lainnya adalah produk yang memiliki kualitas yang baik sehingga nasabah bisa merasa puas, selain itu biaya Ujrohnya lebih murah, nilai taksir emas lebih tinggi yaitu 90% dari nilai taksir bris, bisa diperpanjang berkali-kali tanpa batas maksimal, dapat dilunasi sebelum jatuh tempo dan lainnya.¹⁰⁹

Menurut hasil wawancara dengan nasabah mengatakan bahwa nasabah berminat dengan produk ini karena nilai pembiayaannya lebih tinggi dibandingkan dengan lembaga yang lainnya yang memiliki produk.¹¹⁰ Selain itu menurut salah satu nasabah lainnya mengatakan bahwasannya dengan adanya produk ini memberikan manfaat untuk dirinya yaitu ketika nasabah sedang membutuhkan dana mendesak nasabah bisa menggunakan produk ini.¹¹¹

b. Harga

¹⁰⁸Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

¹⁰⁹Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

¹¹⁰Ibu Very Uda, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara di Bank BRI Syariah KC Semarang, 08 Desember 2020.

¹¹¹Bapak Bayu, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara BRI Syariah KC Semarang, 08 Desember 2020

Strategi penetapan harga adalah hal yang sangat penting. Dikarenakan dengan penentuan harga bisa menentukan banyak sedikitnya konsumen yang meminati. Salah dalam menentukan harga dapat berakibat sangat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Bapak Ridho dengan adanya strategi penetapan harga di Bank BRI Syariah KC Semarang pada strategi pemasaran produk ini, yaitu dengan adanya nilai ujroh lebih murah dan juga Pemberian pinjaman 90% dari nilai taksir emas ini bertujuan untuk dapat menarik konsumen dan mendapatkan nasabah baru.

Berikut adalah hasil wawancara dengan nasabah yaitu Bapak bayu menyatakan bahwa berminat terhadap produk ini karena nilai pinjamannya lebih tinggi di banding dengan produk sejenis yang ada di lembaga syariah lainnya.¹¹² Selain itu menurut nasabah lainnya menyatakan bahwa alasan berminat terhadap produk ini adalah nilai ujrohnya lebih murah disbanding dengan tempat lainnya.

113

c. Lokasi

Berdasarkan hasil survei terkait dengan lokasi Bank BRI Syariah KC Semarang sangatlah strategis. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Ridho menyatakan bahwa Bank BRI Syariah KC Semarang ini selain dalam meningkatkan kapitalis layanan dan distribusi produk, memiliki tempat yang strategis bisa menjadikan keuntungan, adanya strategi lokasi ini cukup juga berpengaruh dalam meningkatkan jumlah nasabah atau peminatnya¹¹⁴. Strategi yang dimaksud bukan hanya karena lokasi berada di kota akan tetapi juga melihat dari mudah tidaknya transportasi untuk menuju lokasi Bank dan tempat parkir yang luas. Bank BRI Syariah KC Semarang ini memiliki tempat atau lokasi yang sangat strategi. Yaitu berlokasi di tengah Kota Semarang yang memiliki akses transportasi yang mudah. Selain itu Bank juga berlokasi dekat dengan perkantoran, pusat perbelanjaan dan juga pasar ini lebih memudahkan untuk melakukan promosi.

¹¹²Bapak Bayu, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara BRI Syariah KC Semarang, 08 Desember 2020

¹¹³Ibu Very Uda, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara di Bank BRI Syariah KC Semarang, 08 Desember 2020.

¹¹⁴Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

Hasil wawancara dengan salah satu nasabah menyatakan bahwasannya lokasi dari Bank ini sangatlah nyaman karena Bank memiliki parkir yang luas sehingga nasabah dapat dengan mudah memarkirkan kendaraannya.¹¹⁵

d. Promosi

Promosi adalah suatu aktivitas dimana seseorang memperkenalkan sebuah produk kepada konsumen dan juga mempengaruhi konsumen agar mau membeli atau memakai produk tersebut. Kegiatan promosi ini adalah menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen pada produk yang dipasarkan tersebut. Disini ada beberapa strategi yang digunakan oleh Bank BRI Syariah dalam memasarkan produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas dengan strategi promotion atau promosi yaitu sebagai berikut :

a) Personal Selling (penjualan pribadi)

Personal selling adalah komunikasi secara langsung oleh penjual dan calon pembeli untuk mengenalkan tentang produk tersebut. Didalam perusahaan, Bank atau lembaga keuangan lainnya personal selling adalah suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh seluruh karyawan atau pegawai yang ada di lembaga tersebut. Di Bank BRI Syariah KC Semarang ini juga menggunakan metode seperti ini. Tidak hanya bagian pemasaran saja yang memasarkannya akan tetapi juga seluruh karyawan atau pegawainya berhak untuk memasarkan.

Hasil dari wawancara dengan Bapak Ridho menyatakan bahwa Contoh personal selling yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang adalah seperti kerjasama antara pegawai gadai dengan Marketing mikro untuk memasarkan atau menawarkan produk ini, loyal customer. Selain itu juga melakukan pemasaran langsung ke pasar-pasar atau di sebut dengan door too door.¹¹⁶

Tujuan dari adanya kegiatan ini adalah untuk memperluas strategi promosi yang ada. Dari hasil wawancara dengan salah satu nasabah pembiayaan ini adalah bahwa nasabah mengetahui produk ini adalah dari marketing mikro pada saat melakukan transaksi pembiayaan.¹¹⁷ Dapat di

¹¹⁵Bapak Bayu, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara BRI Syariah KC Semarang, 08 Desember 2020

¹¹⁶Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

¹¹⁷Ibu Very Uda, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara di Bank BRI Syariah KC Semarang, 08 Desember 2020.

katakan bahwasannya dengan adanya strategi ini dapat meningkatkan peminat terhadap produk Qardh Beragunan Emas.

b) Periklanan

Iklan adalah bentuk dari pemasaran secara tidak langsung, yang berisikan tentang informasi suatu produk. Sedangkan periklanan adalah seluruh proses yang terjadi dari awal hingga akhir dibentuknya iklan yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasannya. Kegiatan periklanan ini sangatlah beragam, yaitu bisa dengan cara pemasangan iklan di televisi, internet ataupun media cetak lainnya. di Bank BRI Syariah KC Semarang ini menggunakan metode promosi dengan periklanan juga. Selain tidak menghabiskan waktu promosi ini juga sangat menghemat tenaga bagi marketing. Tujuan dari adanya periklanan ini adalah untuk menyampaikan informasi mengenai produk ini secara tidak langsung atau dengan menggunakan perantara. Menurut hasil dari wawancara dengan bapak Ridho menyatakan bahwasannya periklanan yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang adalah dengan membuat brosur, atau pemasaran melalui internet yaitu menggunakan media sosial seperti Instagram, Whats App, atau media sosial lainnya. selain itu juga menggunakan website untuk memperkenalkan berbagai produk yang ada di Bank.¹¹⁸ Teknik dalam pelaksanaan dengan metode iklan adalah dengan cara melakukan promosi melalui whats App dimana dengan cara memasang cerita di layanan story yang ada di aplikasi dengan tujuan untuk mempromosikan kepada kerabat, teman ataupun nasabah lainnya. Selain itu juga dengan menggunakan brosure yaitu dengan membagikan brosure pada saat melakukan pemasaran atau pada saat open boot di acara tertentu, selain itu brosure juga di sediakan di rak depan agar pada saat nasabah Bank menunggu untuk transaksi bisa membaca-baca dan mengetahui adanya produk ini. selain itu untuk menari peminat Bank juga menggunakan Promo sebagai alat periklanannya.

Hasil wawancara dengan salah satu nasabah pembiayaan ini mengatakan bahwa nasabah mengetahui adanya produk ini adalah dari adanya brosure yang di sediakan di rak, pada saat nasabah tersebut sedang

¹¹⁸Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

mengantri untuk melakukan transaksi dengan Teller.¹¹⁹ Dengan adanya promosi tersebut dapat dikatakan bahwa promosi melalui periklanan memiliki peranan penting dalam meningkatkan peminat serta pengetahuan nasabah lainnya.

c) Promosi Penjualan

Selain promosi dengan menggunakan periklanan, promosi dengan cara lainnya adalah dapat dilakukan dengan cara penjualan pribadi. Penjualan adalah bentuk dari pemasaran langsung kepada nasabah atau calon nasabah, dengan tujuan untuk menarik pembeli produk. Selain untuk menarik pembeli atau peminat dari produk tersebut tujuan lainnya adalah untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan tersebut. Disini Bank BRI Syariah KC Semarang menggunakan metode promosi penjualan dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Hasil wawancara dengan Bapak Ridho selaku pegawai gadai menyatakan bahwa Bank BRI Syariah KC Semarang ini melakukan promosi penjualannya yaitu dengan kegiatan seperti open boot pada saat kegiatan atau di acara-acara besar, yaitu seperti acara pada perkantoran, pameran-pameran atau juga pemasaran yang dilakukan di pusat perbelanjaan.¹²⁰ Pada saat dilakukannya open boot ini biasanya marketing melakukan pembagian brosure kepada pengunjung atau dengan cara komunikasi secara langsung pada pengunjung yang berkenaan. Selain itu pada saat open boot juga di tampilkan berbagai promo jika promo tersedia karena adanya promo yang di berikan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang ini hanya ada pada priode tertentu atau pada waktu tertentu.

Hasil wawancara dengan salah satu nasabah produk ini menyatakan bahwasannya nasabah mengetahui produk ini saat adanya event open boot di suatu acara dimana nasabah yang juga merupakan pegawai Bank lain. Oleh karena itu nasabah mengetahui produk ini dan berminat terhadap produk ini karena produknya berbasis syariah.¹²¹

¹¹⁹Bapak Bayu, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara BRI Syariah KC Semarang, 08 Desember 2020

¹²⁰Bapak Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 202

¹²¹Ibu Very Uda, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara di Bank BRI Syariah KC Semarang, 08 Desember 2020.

C. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Qardh Beragunan Emas di Bank BRI Syariah KC Semarang

Berdasarkan penjelasan di Bab sebelumnya, dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran berdasarkan aspek promosi yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang yang digunakan dalam memasarkan produk ini sebagai berikut. Pembiayaan Qardh Beragunan Emas adalah salah satu produk pembiayaan yang ada di Bank BRI Syariah KC Semarang. Produk ini sudah ada sejak tahun 2009. Qardh Beragunan Emas ini hadir sebagai solusi memperoleh dana untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak dengan menjadikan emas sebagai jaminannya, untuk pembiayaan ini prosesnya sangat cepat, mudah, aman dan juga sesuai dengan prinsip syariah. Tujuan adanya produk ini adalah untuk mengembangkan ekonomi masyarakat yang sesuai dengan hukum syariah.

Strategi pemasaran adalah suatu kegiatan dimana untuk perencanaan pemasaran. Pemasaran adalah hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan yang serupa dalam membuat produk yang sama, hal ini membuat semakin ketatnya persaingan sehingga perusahaan dituntut untuk berinovasi dalam memasarkan atau mempromosikan agar dapat terus bertahan dan berkembang. Pemasaran sangatlah penting dijalankan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang maupun perusahaan lainnya. Jika sebuah pemasaran berhasil maka Bank atau perusahaan itu dapat dikatakan berhasil juga. Dalam memasarkan produk ini Bank BRI Syariah KC Semarang menggunakan beberapa strategi pemasaran. Setiap strategi pemasaran yang ada memiliki arti atau tujuan yang berbeda-beda. Untuk memudahkan Bank BRI Syariah KC Semarang dalam melakukan pemasaran dan mencapai targetnya, Bank menggunakan beberapa Strategi Pemasaran yang bertujuan untuk menarik, membujuk, mempengaruhi dan juga menaikkan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan pegawai BRI Syariah KC Semarang menyatakan bahwa Bank sangatlah membutuhkan suatu strategi pemasaran yang baik agar produk yang dipasarkan dapat berkembang dan bertahan. Kegiatan ini adalah menciptakan strategi yang tepat dan benar sehingga tujuan dari adanya pemasaran ini dapat tercapai. Strategi pemasaran berdasarkan aspek promosi adalah salah satu dari beberapa aspek yang ada dalam Bauran Pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang. Dengan adanya promosi ini diharapkan para nasabah atau masyarakat akan terdorong untuk menggunakan atau mengambil produk ini sehingga dapat meningkatkan volume jumlah nasabahnya. Masing-masing yang terdiri didalam

bagian Promosi ini memiliki tujuan yang berbeda-beda. Seperti periklanan yang memiliki tujuan menginformasikan, mempengaruhi, menyegarkan dan menciptakan. Personal selling memiliki tujuan mencari dan menjalin hubungan dengan cara mendekati, menjelaskan informasi kepada calon nasabah. Dan juga sales promotion yang memiliki tujuan untuk meningkatkan permintaan, kinerja serta mendukung dan mengkoordinasi dengan personal selling dan periklanan. Dalam periklanan yang digunakan oleh Bank melalui website Bank, menggunakan Brosure, dan dengan menggunakan metode story WhatsApp. Personal Selling dengan menggunakan strategi door to door, kerjasama dengan marketing mikro dan CS, serta dengan adanya Loyal Customer. Kemudian dalam Promosi Penjualan dengan menggunakan Open Boot dan pemberian Promo. Setiap perusahaan atau Bank yang melakukan pemasaran harus mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah atau calon nasabahnya. Untuk melakukan komunikasi yang baik perlu adanya sebuah program yang menarik, mendidik para marketing untuk bersikap ramah, sopan santun dan juga dapat memberikan informasi yang jelas agar dapat mudah di pahami oleh konsumen. Marketing disini dituntut untuk dapat menciptakan suatu strategi yang dapat mempengaruhi konsumen atau calon nasabah.

Strategi-strategi pemasaran lainnya yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang dalam memasarkan produk pembiayaan ini untuk mencapai target yang di tujuannya yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran yaitu dengan memberikan mutu dan kualitas produk yang baik, strategi harga yang transparan, dan juga penempatan lokasi yang sangat strategis sehingga memudahkan nasabah. Dimana Bank BRI Syariah KC Semarang dalam mempromosikan produk ini dengan baik dimulai dari memperkenalkan, memberikan informasi, membujuk, mendekati dan mengingatkan serta menanggapi konsumen atau calon nasabah. Strategi Pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang ini harus lebih inovatif lagi. Strategi Pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI Syariah ini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam ilmu pemasaran. Selain itu pemaparan diatas dapat dianalisis sudah sesuai dengan Prinsip ekonomi islam, karena setiap segala kegiatannya dilandasi dengan semangat, kejujuran dan juga sesuai dengan kenyataan. Didalam melakukan pemasarannya dilakukan dengan jujur dan tidak melakukan penipuan atau ketidakjelasan atas apa yang dipasarkannya. Disini antara Bank dan nasabah harus melakukan kegiatan ekonomi atau transaksi harus secara saling ridho atau saling menerima atas kesepakatan yang ditentukan bersama. Strategi yang telah dijelaskan

diatas sudah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yaitu sesuai dengan konsep pemasaran islam yaitu sesuai dengan *Rabbaniyah*, *akhlaqiyah*, *al-Waqiiyah*, dan *insaniyyah*. Maksud dari empat istilah diatas yaitu *Rabbaniyah* adalah suatu kegiatan pemasaran yang dilandaskan oleh prinsip ketuhanan dimana produk yang di pasarkan adalah suatu produk yang halal dan juga sesuai dengan prinsip syariah. Selanjutnya adalah *akhlaqiyah* yaitu suatu kegiatan pemasaran yang dimana kegiatan pemasaran itu dilakukan dengan baik, seperti seorang marketing harus memiliki etika yang baik saat melakukan atau menjelaskan produk tersebut, harus sopan santun saat berbicara dan lainnya. Selanjutnya adalah *al-waqiiyah* atau yang disebut dengan realistik maksudnya adalah dimana marketing saat menjelaskan suatu produk tersebut harus benar-benar secara apa adanya. Sesuai dengan apa yang ada dan tidak dibuat-buat untuk menarik konsumen. Yang terakhir adalah *insaniyyah* atau humanistik, maksudnya adalah produk ini dipasarkan tidak memandang ras, suku ataupun agama, tidak membedakan akan tetapi juga harus sesuai dengan prinsip pemberian pembiayaan yang telah ada.

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	187
2018	134
2019	160
2020	204

Tabel diatas adalah jumlah nasabah Pembiayaan Qardh beragunan Emas dari Tahun 2017 – 2020. Dapat dilihat bahwasannya jumlah nasabah produk ini mengalami kenaikan pada tahun 2019 setelah adanya penurunan. Jumlah nasabah adalah salah satu alat ukur untuk menilai keberhasilan dari adanya strategi pemasaran yang telah digunakan. Upaya Bank dalam memasarkan produk ini terus dilakukan untuk menarik nasabah. Jika di lihat dari jumlah nasabah pada tahun 2020 dapat dikatakan Bank mengalami kenaikan. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang ini sudah cukup efektif dilihat dari naiknya peminat produk ini pada tahun 2019 dan 2020 setelah adanya penurunan pada tahun 2018, selain itu juga dapat dilihat dari strategi penetapan harga yang berhasil meningkatkan

keunggulan bersaing dengan lembaga lainnya dengan menciptakan produk yang memiliki biaya ujroh lebih rendah. Akan tetapi Bank BRI KC Semarang juga harus lebih meningkatkan lagi dan berinovasi terus terhadap strategi pemasaran yang digunakan dalam kegiatan pemasarannya. Dengan tujuan agar masyarakat pada umumnya lebih mengetahui dan juga minat pada produk yang dipasarkan, sehingga tujuan dari adanya pemasaran ini bisa tercapai dengan maksimal.

Berdasarkan pemaparan yang ada dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran berdasarkan aspek promosi yang diterapkan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang ini sudah sesuai dengan teori promosi yang ada pada Bauran Pemasaran. Promosi sangat penting dilakukan oleh Bank atau Perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa yang dimiliki, promosi yang tepat dan benar sangatlah membantu untuk perkembangan produk sehingga dapat mencapai target yang dituju. Dalam hal ini strategi pemasaran berdasarkan aspek promosi yang diterapkan oleh Bank BRI Syariah KC Semarang dalam memasarkan produk Qardh Beragunan Emas dan Pembiayaan Kepemilikan Emas sudah sesuai dengan prinsip ilmu ekonomi dan prinsip syariah. Akan tetapi Ban

k harus terus mempertahankan strategi pemasaran yang telah digunakan dan melakukan inovasi agar produk ini lebih berkembang lagi.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Strategi pemasaran pada produk pembiayaan Qardh Beragunan Emas yang ada di Bank BRI Syariah KC Semarang dengan bauran pemasaran yaitu dengan menggunakan *produk, place, Price* dan *promotion*. dalam menggunakan metode promosi yaitu dengan periklanan dengan melalui penyebaran brosur, periklanan melalui internet seperti media sosial, untuk metode penjualan pribadi dengan menggunakan kerjasama dengan marketing mikro untuk ikut memasarkan kepada nasabah atau konsumen, dan yang terakhir dengan menggunakan metode promosi penjualan melalui kegiatan open boot di suatu event perkantoran, pusat perbelanjaan, atau juga di sebuah pasara-pasar. Dan strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank sudah efektif dapat dilihat dari meningkatnya jumlah nasabah pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2020, setelah adanya penurunan pada tahun 2018 .

B. Saran

Adapun beberapa saran untuk penelitian ini adalah :

1. Bank BRI Syariah KC Semarang ini perlu untuk menambah jumlah pegawai yang fokus memasarkan dan mengelola pada produk Qardh Beragunan Emas dan juga pembiayaan Kepemilikan Emas agar bisa mencapai target yang maksimal.
2. Meningkatkan lagi periklanan seperti pemasangan baliho atau billboard di depan kantor agar masyarakat lebih tau adanya produk ini.
3. Perlu adanya peningkatan strategi Pembiayaan Kepemilikan Emas agar masyarakat umum lebih mengenal dan juga agar meningkatkan peminat produk ini.
4. Perlu adanya penetapan ulang margin pada produk Pembiayaan Kepemilikan Emas agar peminat produk ini meningkat.
5. Meningkatkan lagi pemasaran melalui internet seperti Instagram, *Website* dan media sosial lainnya.

C. Penutup

Allhamdulillahirobbilalamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmatnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Yang dinantikan syafaatnya dihari akhir. Amin. Penulis telah berusaha mencurahkan segala upaya dan usaha serta kemampuan dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari bahwasannya masih banyak kekurangannya. Hal ini bukanlah kesengajaan melainkan kemampuan yang penulis miliki, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT.

Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk memperbaiki penelitian untuk yang akan datang. Penulis berharap, skripsi ini bisa bermanfaat dan menambahkan pengetahuan untuk pembaca, serta menjadikan sumbangsih yang positif dalam penelitian pembaca kedepannya.

Amin....

DAFTAR PUSTAKA

Umum

Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah Konsep dan Praktik di Beberapa Negara*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015

Danim, Sydarwan, *Menjadi peneliti Kualitatif*, Bandung: CV. Pustaka Setia,2002.

Ghofur, Abdul Ansori, *Konsep, implementasi dan institusionalisasi Gadai Syariah di ndonesia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2011)

Fitri, Maltuf, *Prinsip Kesyariahan Dalam Pembiayaan Syariah*, Volume VI edisi 1 Tahun 2015, Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam

Hadi, Sutrisno, *Metodologi Penelitian Research*, Jakarta: Andi Offset,2001.

Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*.(Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), Jilid 1.

Jazuli, A. Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada , 2002).

Kasmir,*Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004).

Kolter. Philip. Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi 9, Jilid I, (Jakarta : PT INDEKS, 2003)

Komaruddin, *Kamus Perbankan*, Bandung: Marja, (2000)

Lexy.J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya,2013.

M. Syakir Sula, Hermawan Kartajaya *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006

Muhammad, *Manajemenn Dana Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali Press , 2015

Muhammad. Ali. *Kamus Lengkap Bahasa Indonsia Modern*, Jakarta : Pustaka Amani, 1999

Muhammad. dan Hermawan. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung : Mizan Pustaka, 2006

Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Prastowo, Andi, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perpektif Rancangan Penelitian*, Jogjakarta : Ar ruzz Media, 2016.

Soeharto, Irawan, *Metode Penelitian Sosial*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 1997.

Staton, J. Wiliam. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 1994

Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta : Ekonisia).
Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D* Bandung: Alfabeta, 2007.

Tjiptono. Fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset, (1995)

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 25

Wangawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010),

Jurnal

Ash-Shiddiqy, Muhammad, *Analisis Akad Pembiayaan Qardh dan Upaya Pengembalian Pinjaman di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Volume 1 Tahun 2018 (UIN Sunan Kalijaga : CIMAE Proseeding)

Anik, dan Harun Santoso *Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah*, Volume 01 Nomor 02 Tahun 2015, (STIE_AAS Surakarta : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam

Azmi, Tinjauan *Hukum Islam Terhadap Tingkat Pengambilan keuntungan Dalam Jual Beli Murabahah*, , 2009 (Banda Aceh : IAIN Banda Aceh

Dona, Putri Balgis, *Gadai Emas Syariah :Evaluasi Dan Usulan Akad Sesuai Prinsip Syariah*, Volume 7 Nomor 1 Tahun 2017, (Universitas Padjajaran)

Effendi, Arif. *Gadai Syariah Dalam Persepektif Ekonomi Islam Study Tentang Layanan Syariah Rahn pada PT Pegadaian Persero*, Volume 15 Nomor 01 Tahun 2013, STAIMUS Surakarta

Gunawan. Pieter Wijaya, *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning dan Market Mix Pada PT. Murni Jaya*, Volume 5 Nomor 1 Tahun 2017, Universitas Kristen Petra

Haryoso, Lukman, penerapan Prinsip Pembiayaan Syariah (Murabahah) Pada BMT Bina Usaha Di Kabupaten Semarang, Volume 2 Nomor 1 Tahun 2017, (Universitas Islam Sultan Agung)

Hendika, Dimas Wibowo, Zainul Arifin dan Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*, Volume 29 Nomor 1 Tahun 2016, (Universitas Brawijaya)

Ikhwan, Fajar Nawawi, Ro'fah Setyowati dan R.Suharto, *Pelaksanaan Gadai Emas Pada Bank Syariah studi Kasus Pada BNI Syariah Kota Semarang*, Volume 6 Nomor 1 tahun 2017, (Semarang : Diponegoro Law Jurnal)

Ilyas, Rahmat. *Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah*, Volume 9 Nomor 1 Tahun 2015, STAIN Syaikh Abdurrahman Siddiq

Johan, Tk. Umar dan Muslihati, *Manajemen Resiko pada Produk BSM Cicil Emas Di Bank Mandiri Syariah KC Sukarno Hatta Malang*, Volume 2 Nomor 1 tahun 2017, (Universitas Muhammadiyah Malang

Muyassarrah, *Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara*, Volume 01 Nomor 03 Tahun 2019, Serambi

Nuhyatia, Indah. *Penerapan Aplikasi Akad Wakalah pada Produk Jasa Bank Syariah*, Volume 3 Nomor 2 Tahun 2013, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta : Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam),

Prasetyo, T. Hadi Atmoko, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta*, Volume 1 Nomor 2 Tahun 2018, (Akademi Pariwisata Yogyakarta)

Santoso, Harun dan Anik, *Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah*, Volume 01 Nomor 02 Tahun 2015, (STIE_AAS Surakarta : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)

Syaifullah, Muhammad. Endang, *Analisis Pembiayaan Murabahah (Peran perempuan Selaku Pengambil Kebijakan Pembiayaan dan Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, TBK Cabang Pontianak)*, Jurnal Studi Gender dan Anak, tahun 2019, (IAIN Pontianak)

Yuliana. Rahmi. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian, Konsumen di Semarang*, Volume 5 Nomor 2 tahun 2013,(STIE Semarang)

Supriyadi, Ahmad. *Sistem Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah (Suatu tinjauan Yuridis Terhadap Praktek Pembiayaan diBank Syariah Indonesia)*, Al –Mawardi Edisi XI Tahun 2004, STAIN Kudus

Zaenuri, *Konsep Pembiayaan Pemilikan Emas Pada Perbankan Syariah*, Volume 6 Nomor 2 Tahun 2014, (UIN Walisongo)

Zainul Arifin, Sunarti,Dimas Hendika Wibowo, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Studi Pada Batik DiJeng Solo*, JAB Volume 29 Nomor 01 Tahun 2015,Universitas Brawijaya

Skripsi

Aziz, Muhammad, *Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sutura Mudharabah Bank BPD DIY Syariah*, (Yogyakarta: Skripsi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga), 2017.

Kurnawati, Yuni *Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di BRI Syariah KCP Ngawi*, (Ponorogo : Skripsi Perbankan Syariah, IAIN Ponorogo), 2019

Wawancara

Bayu, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 08 Desember 2020

Iwan, AO , Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

Ridho, Penaksir Gadai, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 24 September 2020

Uda. Very, Nasabah Qardh Beragunan Emas, Wawancara BRISyariah KC Semarang, 08 Desember 2020

Internet

<https://www.brisyariah.co.id/> diakses pada 25 September 2020 jam 15.28.

<https://dsnmu.or.id/al-qardh-2/> diakses pada 04 Oktober 2020

<https://dsnmu.or.id/akad-ijarah/> diakses pada 4 Oktober 2020

<https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/> diakses pada tanggal 04 Oktober 2020

LAMPIRAN

Pilihan tepat, penuh manfaat
Qardh Beragun Emas BRISyariah IB (d.h Gadai) kini hadir sebagai solusi terbaik memperoleh dana tunai untuk memenuhi segala kebutuhan mendesak atau modal usaha Anda, dengan menjamin emas Anda melalui Qardh Beragun Emas. Prosesnya cepat, mudah, aman, dan sesuai syariah untuk ketentraman Anda.

Manfaat
Pilihan tepat penuh manfaat serta lebih berkah karena pembiayaan sesuai syariah.

Fasilitas

- Persyaratan mudah dan proses cepat.
- Nilai pinjaman maksimal 90% dari nilai taksir BRIS dan maksimal pinjaman Rp.250 Juta per orang /CIF.
- Biaya administrasi terjangkau dan berdasarkan berat emas.
- Jangka waktu pinjaman maksimal 120 hari.
- Bisa diperpanjang berkali-kali tanpa batas maksimal.
- Fleksibilitas dalam pelunasan sesuai kemampuan.
- Dapat dilunasi sebelum jatuh tempo tanpa biaya pinalti.
- Penyimpanan yang aman dan beraturan emas syariah.
- Mendapat Sertifikat Gadai Syariah sebagai bukti hutang dan kewajiban bayar biaya pemeliharaan.
- Dana / uang gadai yang diterima tinggi.

Syarat dan Ketentuan

- Memiliki emas (perhiasan atau lantakan) asli.
- Paham mengenai produk Qardh Beragun Emas BRISyariah IB.
- Membayar Biaya Administrasi disaat akad.
- Melunasi pokok pembiayaan gadai dan biaya pemeliharaan saat pelunasan.
- Jika nasabah tidak mampu melunasi kewajiban pokok pembiayaan dan biaya pemeliharaan emas sesuai ketentuan, maka Bank akan melakukan penjualan jaminan emas.
- Wajib membuka Tabungan BRISyariah IB

Biaya Administrasi

- Biaya administrasi berjenjang sesuai berat perhiasan (emas).
- Biaya administrasi dibayar di muka.
- Tabel biaya administrasi sebagai berikut.

Gol	Berat Emas	Biaya Administrasi
I	< 50 gram	Rp. 20.000,-
II	≥ 50 gram s.d <100 gram	Rp. 40.000,-
III	≥ 100gram s.d < 250 gram	Rp. 75.000,-
IV	≥ 250 gram	Rp. 100.000,-

Dokumen

- KTP
- NPWP*
- Tabungan Faedah BRISyariah IB
- Kwitansi pembelian emas (jika ada)

*Gadai di atas 50 juta.

Biaya Pemeliharaan & Penyimpanan

- Dibayar pada saat pelunasan pinjaman bersamaan dengan pokok pembiayaan.
- Dihitung berdasarkan berat dan karat emas yang digadaikan untuk masa simpan gadai per 10 harian.
- Contoh Tabel Biaya Pemeliharaan sebagai berikut:

No	KADAR EMAS	BIAYA PEMELIHARAAN PER GRAM		
		per 10 hari	per bulan	per 6 bulan
1	Perhiasan 24 Karat	1.980	5.940	23.760
2	Perhiasan 20 Karat	1.690	5.070	20.280
3	Perhiasan 18 Karat	1.520	4.560	18.240
4	Perhiasan 16 Karat	1.350	4.050	16.200
5	GOLD BAR ANTAM	1.805	5.415	21.660
6	GOLD BAR NON ANTAM BJ < 192	1.770	5.310	21.240

Ilustrasi Biaya Qardh Beragun Emas BRISyariah IB
Emas Batangan ANTAM yang digadai dari telah ditaksir seberat 5 gram, 24 Karat, Standar Taksiran Logam Emas (STLE) 24 Karat = 438.889,-/gram.

Nilai Pinjaman, Biaya Administrasi, Biaya Sewa Tempat

- Nilai Taksir 5 gram
- 5 gram x Rp. 438.889 = Rp. 2.194.495
- Nilai Pinjaman Maksimum
- 90% x Rp. 2.194.495 = Rp. 1.975.045
- Biaya Administrasi
- <50 gram = Rp. 20.000,-
- Biaya sewa tempat (lihat tabel)
- 5 gram x Rp. 1.980 = Rp. 9.900 per 10 hari



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Isnaini Hanik Maysaroh
Jenis Kelamin : Perempuan
NIM : 1605036074
Tempat, Tanggal Lahir : Kodrat, 26 April 1998
Alamat :Jr Khasanah, Kenagarian Kurnia Koto Salak, Kab
Dharmasraya, Sumatera Barat

Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN 11 Sungai Rumbai Tahun Lulus 2010
2. MTs Al-Barokah Tahun Lulus 2013
3. MA Al-Barokah Tahun Lulus 2016