

BAB IV
ANALISIS DAN PEMBAHASAN STRATEGI PEMASARAN
PRODUK *AR-RAHN* DI PEGADAIAN SYARIAH KENDAL
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Pemasaran merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam berbisnis. Pemasaran merupakan penghubung antara penjual dan pembeli. Setiap perusahaan memiliki cara tersendiri untuk memasarkan produknya. Cara tersebut dapat dikatakan sebagai strategi pemasaran.

PT Pegadaian (Persero) termasuk dalam salah satu perusahaan jasa. Mereka memiliki strategi untuk mencapai tujuannya, yaitu menarik nasabah sebanyak-banyaknya sehingga memperoleh keuntungan. Namun, pegadaian syariah bukan semata-mata memiliki tujuan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, akan tetapi tujuan utamanya yaitu untuk saling tolong menolong demi tercapainya kemaslahatan umum.

Pegadaian Syariah Kendal memiliki beberapa produk, salah satunya yaitu *ar-rahn*. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, *ar-rahn* adalah gadai dengan sistem syariah. Produk ini ditujukan bagi nasabah yang membutuhkan pembiayaan dalam jangka pendek, yaitu dengan menggadaikan barang jaminan sehingga memperoleh uang pinjaman. Barang jaminan atau *marhun* biasanya berupa perhiasan emas.

Adapun dari hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi pemasaran produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Kendal dapat penulis sampaikan pada pembahasan berikut:

A. Strategi Pemasaran Produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Kendal

Berdasarkan hasil wawancara kepada kepala Cabang Pegadaian Syariah di Kaligarang pada tanggal 1 November 2016, serta wawancara kepada pengelola unit Pegadaian Syariah Kendal dapat penulis sampaikan bahwa strategi pemasaran yang digunakan di Pegadaian Syariah Kendal dalam memasarkan produk *ar-rahn* adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi kepada masyarakat

Pegadaian Syariah Kendal dalam upaya mengenalkan produk *ar-rahn* yaitu dengan sosialisasi kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui tentang gadai syariah atau *ar-rahn*. Selama ini masyarakat hanya mengetahui sebatas gadai konvensional.

Maka dari itu, Pegadaian Syariah Kendal bersama dengan seluruh pegadaian dibawah pegadaian cabang Semarang mengadakan seminar dalam rangka mensosialisasikan produk-produk yang dihasilkan termasuk produk *ar-rahn*.⁷¹

⁷¹ Wawancara dengan Bapak Ali, selaku Kepala Cabang Pegadaian Kaligarang, pada tanggal 2 November 2016, pukul 08.30 WIB.

Pada tanggal 5 November 2016, Pegadaian Syariah Cabang Kaligarang mengadakan seminar di salah satu unit pelayanan, yaitu Unit Ngaliyan Square. Peserta dapat mengikuti seminar secara gratis menggunakan undangan yang telah didapat sebelumnya. Seminar yang mengangkat tema investasi emas tersebut dihadiri tidak lebih dari lima belas peserta. Hal ini karena kurangnya pemberitahuan dari pihak pegadaian.

Seminar yang diselenggarakan oleh pegadaian ini biasanya bersifat gratis. Dalam seminar dijelaskan mengenai produk-produk pegadaian, biasanya pegadaian menyediakan bingkisan untuk seluruh audiennya. Dalam seminar pegadaian juga memberikan harga khusus bagi calon nasabah yang ingin bertransaksi pada saat itu juga. Cara tersebut bertujuan untuk menarik perhatian dari calon nasabah.

2. Mengenali pelanggan

Pegadaian menggunakan strategi pemasaran dengan pendekatan apa yang menjadi keinginan nasabah, yaitu nasabah menginginkan pendanaan dengan proses mudah dan cepat.⁷² *Ar-rah*n merupakan salah satu produk pegadaian, dan pegadaian merupakan perusahaan jasa, dimana pelayanan merupakan hal yang sangat penting. Para nasabah akan merasa senang dengan memperoleh pelayanan yang baik pada saat bertransaksi di pegadaian. Dan tidak menutup

⁷²*Ibid*

kemungkinan untuk kembali lagi, bahkan para nasabah akan merekomendasikan kepada calon nasabah lain untuk memakai jasa pegadaian jika mereka puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pegadaian.

Pemasaran dalam suatu perusahaan menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan konsumen dalam jangka panjang sebagai kunci untuk memperoleh profit. Hal ini berlaku bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri jasa maupun industri non-jasa. Walaupun terdapat kesamaan tujuan pada kedua jenis industri tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang berbeda untuk masing-masing jenis industri. Perbedaan strategi tersebut dipengaruhi oleh ciri-ciri dasar yang berbeda dari jenis produk yang dihasilkan.⁷³

3. Diferensiasi produk

Pegadaian merupakan salah satu industri yang bergerak di bidang jasa, dan produk yang dihasilkan berupa pelayanan jasa. Strategi pemasaran dalam bidang produk yang di terapkan oleh Pegadaian Syariah Kendal khususnya produk *ar-rahn* adalah:

a. Keunikan produk

Ar-rahn adalah produk gadai yang berlandaskan prinsip syariah. Mayoritas masyarakat sekitar di Pegadaian Syariah Kendal adalah muslim, sehingga Pegadaian

⁷³ Ratih Hurriyanti, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV Alfabeta, 2015.h. 47

Syariah Kendal menawarkan produk *ar rahn* sebagai pembeda dari produk gadai yang ada di pegadaian konvensional.

Dalam persyaratan barang gadai atau *marhun*, Pegadaian Syariah Kendal memberikan kebebasan nasabah dengan dapat memberikan barang jaminan, artinya barang jaminan tidak hanya berupa perhiasan emas, namun dapat berupa barang lainnya seperti hp, kendaraan bermotor atau alat elektronik lainnya.

b. Mengoptimalkan taksiran

Besarnya *marhun bih* atau uang pinjaman dihitung berdasarkan nilai taksiran, yaitu sebesar 90% dari taksiran *marhun*. Nilai taksiran ditetapkan berdasarkan harga pasar barang. Berbeda dengan pegadaian konvensional yang memberikan penawaran uang pinjaman yang dihitung mulai 86% sampai 90% dari taksiran sesuai dengan golongan *marhun*.⁷⁴

4. Memberikan biaya yang lebih murah

Target sasaran dari Pegadaian Syariah Kendal adalah masyarakat menengah kebawah yang membutuhkan dana cepat dan mudah untuk memenuhi kebutuhan mereka. Maka dari itu Pegadaian Syariah Kendal memberikan harga yang relatif terjangkau termasuk pada produk *ar-rahm*, juga sebagai

⁷⁴Wawancara dengan Bapak A'ang Bachruddien selaku pengelola Pegadaian Syariah Kendal, pada tanggal 25 Oktober 2016 pukul 15.00 WIB

strategi untuk menarik calon nasabah. Berikut disajikan tabel biaya administrasi berdasarkan besarnya jumlah pinjaman atau *marhun bih*.

Tabel 3
Tabel Golongan Pinjaman
dan Biaya Administrasi

Golongan <i>Marhun Bih</i>	Plafon <i>Marhun Bih</i> (Rp)		Biaya Administrasi
	Min	Max	
A	50.000	500.000	2.000
B1	500.001	1.000.000	8.000
B2	1.000.001	2.500.000	15.000
B3	2.500.001	5.000.000	25.000
C1	5.000.001	10.000.000	40.000
C2	10.000.001	15.000.000	50.000
C3	15.000.001	20.000.000	60.000
D	20.000.001	1.000.000.000	70.000

Sumber: Pegadaian Syariah Kendal

Tabel 3 di atas menjelaskan biaya administrasi yang harus dibayar nasabah berdasarkan besarnya jumlah pinjaman atau *marhun bih*. Pinjaman di pegadaian mulai dari Rp 50.000 sampai Rp 1.000.000.000. Untuk golongan A yaitu pinjaman berkisar antara Rp 50.000 sampai Rp 500.000 dikenakan biaya administrasi sebesar Rp 2.000. Golongan B1 yaitu jumlah pinjaman lebih dari Rp 500.000 sampai Rp 1.000.000 biaya administrasi sebesar Rp 8.000. Golongan B2 yaitu jumlah pinjaman lebih dari Rp 1.000.000 sampai Rp 2.500.000 dikenakan biaya Rp 15.000. Golongan D yaitu pinjaman lebih dari Rp 20.000.000 sampai Rp 1.000.000.000 dikenakan biaya

Rp 70.000.000. Adapun pembayaran biaya administrasi dilakukan langsung pada saat transaksi.

Pegadaian Syariah selain memberikan biaya yang murah pada biaya administrasi juga memberikan biaya yang murah pada biaya *ijarah* atau biaya pemeliharaan *marhun*. Berikut disajikan tabel tarif *ijarah* berdasarkan jenis golongan.

Tabel 4
Tarif Pembiayaan *Rahn*
Pegadaian Syariah

Gol	<i>Marhun Bih</i>		Tarif <i>Ijarah</i>	
	Min	Max	Emas	Non-Emas
A	50.000	500.000	0,45% x taksiran	0,45% x taksiran
B1	500.001	1.000.000	0,71% x taksiran	0,72% x taksiran
B2	1.000.001	2.500.000	0,71% x taksiran	0,72% x taksiran
B3	2.500.001	5.000.000	0,71% x taksiran	0,72% x taksiran
C1	5.000.001	10.000.000	0,71% x taksiran	0,72% x taksiran
C2	10.000.001	15.000.000	0,71% x taksiran	0,72% x taksiran
C3	15.000.001	20.000.000	0,71% x taksiran	0,72% x taksiran
D	20.000.001	1.000.000.000	0,62% x taksiran	0,65% x taksiran

Sumber: www.pegadaian.co.id

Tabel 4 di atas merupakan perhitungan tarif *ijarah* berdasarkan jenis *marhun* atau barang gadai menurut golongan dari besarnya *marhun bih* atau jumlah pinjaman.

Golongan A yaitu jumlah pinjaman diantara Rp 50.000 sampai Rp 500.000. Golongan B1 jika jumlah pinjaman antara Rp 500.001 sampai Rp 1.000.000. Golongan B2 jumlah pinjaman antar Rp 1.000.001 sampai Rp 2.500.000 dan seterusnya. Golongan A tidak ada perbedaan tarif *ijarah* antara *marhun* emas dan selain emas, yaitu dikenakan tarif *ijarah* sebesar 0,45% dari jumlah taksiran. Golongan B1 sampai C3, jika *marhun* berupa emas, maka tarif *ijarah* sebesar 0,71% dari jumlah taksiran. Apabila *marhun* selain emas maka tarif *ijarah* sebesar 0,72% dari jumlah taksiran. Sedangkan untuk golongan D, yaitu jumlah pinjaman atau *marhun* antara Rp 20.000.001 sampai Rp 1.000.000.000, apabila *marhun* berupa emas, biaya *ijarah* sebesar 0,62% dari nilai taksiran, jika non-emas maka tarif *ijarah* sebesar 0,65% dari nilai taksiran. Biaya *ijarah* meliputi biaya pemakaian ruang dan biaya pemeliharaan *marhun*.

Pegadaian konvensional memberikan tarif pembiayaan yang berbeda dari Pegadaian Syariah. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 5
Tarif Pembiayaan Gadai
Pegadaian Konvensional

Gol	Uang Pinjaman		Tarif Sewa Modal	
	Min	Max	Emas	Non-Emas
A	50.000	500.000	0,75% x taksiran	0,75% x taksiran
B1	500.001	1.000.000	1,15% x taksiran	1,15% x taksiran
B2	1.000.001	2.500.000	1,15% x taksiran	1,15% x taksiran
B3	2.500.001	5.000.000	1,15% x taksiran	1,15% x taksiran
C1	5.000.001	10.000.000	1,15% x taksiran	1,15% x taksiran
C2	10.000.001	15.000.000	1,15% x taksiran	1,15% x taksiran
C3	15.000.001	20.000.000	1,15% x taksiran	1,15% x taksiran
D	20.000.001	1.000.000.000	1% x taksiran	1,15% x taksiran

Sumber: www.pegadaian.co.id

Tabel 5 merupakan tarif pembiayaan gadai pada pegadaian konvensional. Dari tabel di atas dapat diketahui perbedaan biaya antara pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional, bahwa pegadaian syariah memberikan biaya *ijarah* yang lebih ringan dari pegadaian konvensional.

Besarnya biaya administrasi dan tarif *ijarah* telah ditentukan oleh kantor pusat PT Pegadaian (Persero) yang berlaku di seluruh pegadaian, termasuk Pegadaian Syariah Kendal. Besarnya biaya pemeliharaan dihitung berdasarkan

taksiran dan jangka waktu pelunasan, hal ini telah sesuai dengan fatwa DSN MUI no.25 tentang *rahn* yang berbunyi besarnya biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.

Berikut simulasi dalam transaksi produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Kendal: Nasabah menggadaikan dengan barang jaminan (*marhun*) berupa perhiasan emas 22 karat dengan berat 50 gram. Harga emas per gram saat ini adalah Rp 500.000. Maka nilai taksiran adalah Rp 25.000.000. Nasabah diberikan kesempatan untuk melunasi dalam jangka waktu 4 bulan (120 hari).

<i>Marhun bih</i>	= 90% x Rp 25.000.000
	= Rp 22.500.000
Biaya admin	= Rp 70.000
Biaya <i>ijaroh</i>	= 0,62% x Taksiran
	= 0,62% x Rp 25.000.000
	= Rp 155.000 per 10 hari
Total biaya	= Rp 22.500.000 + Rp 155.000 x 12
	= Rp 22.500.000 + Rp 1.860.000
	= Rp 24.360.000

Jadi, total uang yang harus dikembalikan oleh nasabah adalah sebesar Rp 24.360.000 dalam jangka waktu 4 bulan. Sedangkan biaya administrasi sebesar Rp 70.000 didapatkan berdasarkan golongan *marhun bih* yaitu besarnya pinjaman

diantara Rp 20.000.001 sampai dengan Rp 1.000.000.000 yang dibayarkan langsung pada saat transaksi.

Berdasarkan simulasi yang diambil langsung dari lapangan, dapat diketahui bahwa Pegadaian Syariah Kendal memberikan biaya yang lebih murah, dan telah menerapkan ketentuan yang ada yaitu sesuai dengan keputusan dari pegadaian syariah pusat. Seperti biaya administrasi dan perhitungan tarif *ijarah*.

5. Memilih lokasi yang strategis

Pegadaian Syariah Kendal merupakan bagian unit pelayanan Pegadaian Syariah Cabang yang berada di Kaligarang, Semarang. Selain unit pelayanan Kendal, pegadaian cabang juga memiliki beberapa unit pelayanan lainnya yaitu Unit Kaliwungu, Johar dan Unit Ngaliyan Square. Dan pada tahun berikutnya akan dibuka unit pelayanan di daerah lainnya. Hal ini bertujuan untuk mempermudah bagi para nasabah melakukan transaksi dengan jarak yang lebih dekat.⁷⁵ Adanya beberapa unit pelayanan ini merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran dalam bidang distribusi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Khadijah pada Unit Pegadaian Syariah Cabang Pondok Aren, menunjukkan bahwa adanya pelayanan unit pegadaian juga termasuk strategi untuk menarik minat

⁷⁵ Wawancara dengan Bapak Ali, selaku Kepala Cabang Pegadaian Kaligarang, pada tanggal 2 November 2016, pukul 08.30 WIB.

nasabah dalam bidang distribusi. Hal yang sama juga diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya oleh Dien Novita Sari dalam penelitiannya di Cabang Pegadaian Syariah Pondok Aren-Tangerang Selatan Banten.

6. Memberikan pelayanan yang baik

Salah satu bentuk pelayanan yang berbeda diterapkan di Pegadaian Syariah Kendal adalah membuka waktu pelayanan lebih panjang. Dimulai pukul 07.00 sampai pukul 16.00 WIB. Hal ini bertujuan untuk melayani nasabah yang sibuk dalam pekerjaan, sehingga hanya sempat untuk bertransaksi pada waktu pagi atau sore hari. Maka dari itu Pegadaian Syariah Kendal memberikan perpanjangan waktu pelayanan yang tidak semua pegadaian dapat melakukannya.

7. Membangun komunikasi kepada nasabah

Pada zaman serba canggih ini Pegadaian Syariah Kendal memanfaatkan teknologi untuk berkomunikasi kepada nasabah. Dalam hal ini Pegadaian Syariah Kendal menyediakan layanan berupa SMS dan BBM. Layanan ini biasanya digunakan nasabah apabila akan mengambil barang gadai.

8. Melakukan promosi

Promosi yang di terapkan di Pegadaian Syariah Kendal yaitu dengan periklanan di berbagai media seperti koran, brosur, pamflet dan lain-lain. Hal ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat atau para calon

nasabah sehingga mengetahui adanya pegadaian syariah. Promosi yang paling efektif adalah bentuk kepuasan nasabah yang nantinya akan membawa dampak dengan bertambahnya nasabah.

9. Menjunjung tinggi prinsip islam

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Sebagai perusahaan yang berbasis syariah, Pegadaian Syariah Kendal dalam menerapkan strategi pemasaran, khususnya dalam hal ini adalah produk *ar-rahn*, harus sesuai dengan syariah islam. Seperti jujur dan tidak mengandung riba, serta karakteristik marketing syariah juga harus terpenuhi. Selain itu permodalan yang dipakai atau didapatkan pegadaian syariah harus jelas kehalalannya.

Modal untuk menjalankan perusahaan gadai adalah cukup besar, karena selain diperlukan untuk dipinjamkan kepada nasabah, juga diperlukan investasi untuk penyimpanan barang gadai. Permodalan gadai syariah bisa diperoleh dengan sistem bagi hasil, seperti mengumpulkan dana dari beberapa orang (*musyarakah*) atau dengan mencari dana (*shahibul mal*).⁷⁶

⁷⁶ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2011, h. 88

B. Analisis Strategi Pemasaran Produk *Ar-Rahn* di Pegadaian Syariah Kendal dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Analisis strategi pemasaran produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Kendal berdasarkan teori *marketing mix* yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi) adalah sebagai berikut:

1. Strategi dalam Bidang Produk (*product*)

Produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Kendal sangat beragam, diantaranya adalah *ar-rahn*, mulia, dan tabungan emas. Penelitian ini lebih menekankan pada produk *ar-rahn* atau gadai syariah. *Ar-rahn* merupakan salah satu produk yang paling eksis di Pegadaian Syariah Kendal. Hal ini dikarenakan keberhasilan dari strategi yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Kendal yaitu diferensiasi produk atau produk yang berbeda dari kompetitor lainnya. Salah satu perbedaan tersebut adalah jenis gadai yang menggunakan prinsip syariah. Hal ini membuat nasabah lebih tertarik berhubung mayoritas masyarakat Kendal beragama muslim. Selain keunikan produk, Pegadaian Syariah Kendal juga menerapkan strategi dengan mengoptimalkan taksiran, yaitu sebesar 90%.

2. Strategi dalam Bidang Harga (*price*)

Dalam memasarkan produknya, Pegadaian Syariah Kendal harus jeli dalam melihat target sasaran. Melihat masyarakat di sekitar Kendal adalah masyarakat dengan

perekonomian menengah, maka strategi yang digunakan adalah untuk menarik minat nasabah yaitu dengan menawarkan harga yang lebih murah. Adapun biaya administrasi Pegadaian Syariah Kendal dapat dilihat pada tabel 3 yang telah disampaikan pada pembahasan sebelumnya.

3. Strategi dalam Bidang Promosi (*promotion*)

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenalkan oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi.⁷⁷

Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Kendal dalam memasarkan produk *ar-rahn* adalah dengan cara:

Pertama, melalui periklanan (*advertising*), yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam iklan majalah, spanduk, brosur, dan souvenir.

Kedua, melalui publisitas, yaitu promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan

⁷⁷ Sofjan, *Manajemen...*, h. 264

para calon nasabah melalui seminar yang diadakan di masing-masing unit pegadaian.

Ketiga, melalui penjualan pribadi (personal selling), yaitu promosi yang dilakukan langsung oleh karyawan atau bahkan dari para nasabah. Promosi yang lebih dikenal dengan mulut ke mulut ini adalah promosi yang paling efektif.

4. Strategi dalam Bidang Tempat (*place*)

Mengenai saluran distribusi Pegadaian Syariah sedang membuka UPC (Unit Pelayanan Cabang) kecil agar mudah dijangkau oleh nasabah yang membutuhkan dana cepat untuk kebutuhan produktif maupun konsumtif.

Adapun lokasi Pegadaian Syariah Kendal yang berada di kompleks pertokoan merupakan salah satu strategi yang diterapkan untuk mempermudah akses bagi para nasabah.

Strategi Pemasaran produk *ar-rahn* yang diterapkan harus sesuai dengan prinsip strategi pemasaran yang dianjurkan dalam islam. Adapun implementasi Strategi Pemasaran yang diterapkan di Pegadaian Syariah Kendal yaitu:

1. Prinsip Fathanah dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Kendal

Fathanah diartikan sebagai kemampuan intelektual yaitu cerdas, kreatif, berani, percaya diri, dan bijaksana. Adapun Strategi Pemasaran yang diterapkan di Pegadaian Syariah Kendal telah menerapkan prinsip fathanah, hal ini

dapat dilihat dari adanya diferensiasi produk. Artinya Pegadaian Syariah Kendal memiliki kreatifitas dalam memasarkan produknya, yaitu dengan memiliki perbedaan dari para pesaingnya pada produk yang ditawarkan.

Prinsip fathanah juga dapat dilihat dari keberanian Pegadaian Syariah Kendal yang berani memberikan harga yang lebih murah dari lembaga pesaing lainnya seperti Bank umum, BMT dan lain sebagainya. Prinsip ini juga termasuk menerapkan adanya prinsip tolong menolong dengan tidak mengambil keuntungan yang besar.

2. Prinsip Al-ikhshan dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Kendal

Al-ikhshan artinya melakukan yang terbaik, prinsip ini juga diterapkan oleh Pegadaian Syariah Kendal dengan menggunakan pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Setiap muslim harus memiliki komitmen untuk berbuat sesuatu yang berbobot, yang berkualitas, terbaik dalam segala sesuatu yang dikerjakan, apalagi untuk kepentingan umat peningkatan kualitas kinerja tanpa henti, seiring dengan bertambahnya pengetahuan, pengalaman, waktu dan sumber daya lainnya. Kemampuan menghasilkan kerja terbaik akan mendorong kemajuan perusahaan, mampu meningkatkan daya saing dan menjamin berkelanjutan perusahaan dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

3. Prinsip Amanah dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Kendal

Amanah merupakan salah satu prinsip pegadaian. Dalam strategi untuk memasarkan produk *ar-rahn*, pegadaian harus memiliki sifat amanah atau dapat dipercaya. Hal ini dikarenakan nasabah akan menitipkan barang gadainya sampai barang tersebut diambil kembali oleh nasabah, sehingga barang tersebut harus terjamin keamanannya. Amanah dapat diartikan sebagai bentuk perilaku seseorang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang menjadi tugas urusannya, orang yang semacam ini memiliki kredibilitas tertentu sesuai dengan tingkat kemampuannya memenuhi kepercayaan dan tanggung jawab yang dipikulnya.

4. Prinsip Shiddiq dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Kendal

Prinsip kejujuran diterapkan dalam strategi pemasaran Pegadaian Syariah Kendal dalam bentuk sosialisasi kepada nasabah yang sesuai dengan kebenaran atau tidak mengada-ada atau mengandung unsur penipuan. Shiddiq diartikan sebagai kejujuran dan kebenaran. Kebenaran dan kejujuran adalah kunci menjalankan aktivitas dan fungsi masing-masing orang. Kebenaran dan kejujuran akan mendorong orang tahan uji, ikhlas, serta memiliki keseimbangan antara

kecerdasan religius, kecerdasan pikir dan kecerdasan emosional.

Agama islam telah menjelaskan dasar hukum serta tatacara tentang bermuamalah khususnya dalam hal ini adalah gadai atau *rahn*, yaitu melalui ayat-ayat Al-Quran dan hadist. Salah satunya yaitu berlaku jujur. Kejujuran merupakan nilai yang sangat penting dalam berniaga, sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al Isra ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا (٣٥)

*Artinya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*⁷⁸

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam perdagangan harus bersikap jujur dan adil yaitu dengan menyempurnakan takaran dan timbangan, tidak mengurangi. Pegadaian Syariah Kendal juga menerapkan strategi pemasaran yang sesuai aturan islam dengan bertindak jujur, amanah dan tidak adanya unsur penipuan yang pada akhirnya akan merugikan nasabah.

⁷⁸ Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahnya*, Bandung: Sygma Syamil Qur'an, 2007, h. 285

5. Prinsip Al-itqan dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Kendal

Pegadaian Syariah Kendal memiliki sikap profesional. Dalam penerapannya dalam strategi pemasaran, sikap ini dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Kendal. Dengan sikap profesional orang akan mampu membuat rancangan, mengelola dan mengorganisir secara teratur dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan ini tidak mungkin mampu dilakukan oleh orang-orang yang tidak profesional. Sikap profesioanal juga diterapkan dalam mengenali pelanggan atau nasabah.

6. Prinsip Tabligh dalam Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Kendal

Sifat tabligh artinya komunikatif. Prinsip ini dapat dilihat pada strategi yang diterapkan yaitu membangun komunikasi pada pelanggan atau nasabah. Pegadaian memiliki sifat tabligh, akan menyampaikan pesan dengan benar melalui tutur kata yang menyenangkan dan lemah lembut. Dalam dunia bisnis, ia harus mampu mengomunikasikan visi dan misinnya dengan benar kepada stakeholdernya, mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya tanpa berbohong dan tidak menipu pelanggan.

Dari beberapa strategi yang digunakan oleh Pegadaian Syariah Kendal sebagaimana disebutkan di atas, bahwa Pegadaian Syariah Kendal telah menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan ajaran islam. Hal ini dapat dibuktikan bahwa strategi pemasaran Pegadaian Syariah Kendal memiliki nilai dan etika yang telah Rasulullah saw ajarkan yaitu amanah, jujur dan bertanggung jawab, serta tidak mengandung nilai-nilai yang bertentangan dengan ajaran islam seperti halnya riba, gharar, judi dan lain sebagainya yang diharamkan dalam hukum islam.

Satu contoh kasus misalnya dalam menawarkan harga, Pegadaian Syariah Kendal memang benar-benar memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pegadaian konvensional atau lembaga yang menawarkan pembiayaan lainnya. Hal ini membuktikan bahwa Pegadaian Syariah Kendal memiliki nilai kejujuran yang memang seharusnya dimiliki oleh lembaga berprinsip syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran produk *ar-rahn* yang diterapkan di Pegadaian Syariah Kendal telah menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran islam. Dalam pepatah mengatakan pembeli adalah raja, memang benar adanya. Maksud dari pepatah tersebut adalah bahwa pembeli, konsumen atau nasabah adalah segalanya. Mengenali pelanggan akan membantu dalam mengetahui keinginan atau kebutuhan nasabah.

Strategi pemasaran Pegadaian Syariah Kendal dimulai dengan sosialisasi kepada masyarakat. Dalam rangka mengenalkan produk-produk di pegadaian termasuk produk *ar-rahn*, Pegadaian Syariah Kendal mengadakan seminar. Cara ini termasuk cara yang efektif, karena dengan cara ini pegadaian dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat sekaligus sebagai media promosi produk pegadaian yang bertujuan untuk lebih dikenal masyarakat luas sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Kendal.

Dari hasil wawancara kepada kepala cabang Pegadaian Syariah Kaligarang, bahwa nasabah yang datang untuk menggadaikan mempunyai kebutuhan pinjaman dana dan berkeinginan untuk dilayani dengan baik. Maka dari itu, pegadaian mencoba mewujudkannya dengan memberikan pelayanan yang baik. Tujuannya agar nasabah memperoleh kepuasan sehingga akan kembali lagi ke pegadaian.⁷⁹

Hal serupa juga diungkapkan oleh pengelola unit Pegadaian Syariah Kendal yang mengatakan bahwa pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan nasabah, dan tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut memberikan rekomendasi kepada calon nasabah lain untuk bertransaksi di pegadaian.⁸⁰

⁷⁹Wawancara dengan Bapak Ali, selaku Kepala Cabang Pegadaian Kaligarang, pada tanggal 2 November 2016, pukul 08.30 WIB.

⁸⁰*Ibid*

Beberapa nasabah juga mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk bertransaksi di Pegadaian Syariah Kendal karena pelayanannya. Ada juga yang mengungkapkan bahwa Pegadaian Syariah Kendal menawarkan biaya-biaya yang rendah, maka dari itu mereka memilih di pegadaian.

Cara atau strategi pemasaran yang di terapkan di Pegadaian Syariah Kendal cukup efektif, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya omset atau pendapatan dari produk *ar-rahn* pada tahun 2012 sampai tahun 2015, yaitu pada periode Januari-Desember 2012 sebesar Rp. 13.852.838.500, tahun berikutnya, yaitu tahun 2013 omset Pegadaian Syariah Kendal mengalami kenaikan sebesar 24% dari tahun sebelumnya, yaitu sebesar Rp. 17.147.355.000. Tahun 2014 Pegadaian Syariah Kendal memperoleh omset sebesar Rp. 27.000.000.000 atau naik 57% dari tahun sebelumnya. Dan tahun 2015 omset Pegadaian Syariah Kendal kembali naik sebesar 16% dari tahun 2014 dengan perolehan sebesar Rp. 31.250.000.000.

Sebagai lembaga keuangan syariah, Pegadaian Syariah Kendal juga harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan teori yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, bahwa marketing syariah mempunyai karakteristik yang berbeda, yaitu: teitis (*rabbaniyyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realistis (*al-waqiyyah*), humanistis (*insaniyyah*).

Gadai syariah atau *rahn* juga memiliki acuan yaitu Fatwa DSN MUI no.25 tentang *rahn* yang memiliki beberapa ketentuan

sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Berdasarkan hasil observasi di Pegadaian Syariah Kendal, peneliti menemukan adanya kesesuaian antara Fatwa DSN MUI no.25 dan teori pemasaran dalam islam dengan praktik yang dijalankan di Pegadaian Syariah Kendal. Diantaranya yaitu Pegadaian Syariah Kendal telah memberikan biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* yang tidak ditentukan dari jumlah pinjaman.

Sebagai lembaga keuangan non-bank, Pegadaian Syariah Kendal harus terus berupaya untuk menyediakan produk dan jasa yang lengkap dengan mengembangkan produk-produk yang ada. Untuk mencapai sasaran tersebut Pegadaian Syariah Kendal bertekad untuk menyediakan layanan dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan peraturan pemerintah serta tuntunan syariah islam.