

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

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

LINATUL MAS'UDAH
122411118

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

2016

Drs. H. Wahab Zaenuri, MM.
Bangetayu Wetan Rt 2/1 Genuk Semarang
H.Muchamad Fauzi H,SE.MM
Jl. Karangrejo Tengah IX/1 Gajahmungkur Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Skripsi

A.n Linatul Mas'udah

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Linatul Mas'udah

NIM : 122411118

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK *AR-RAHN* DI
PEGADAIAN SYARIAH KENDAL DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

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

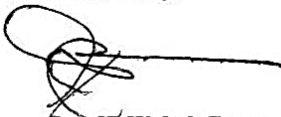
Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 25 November 2016

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. H. Wahab Zaenuri, MM.
NIP. 19690908 200003 1 001



H. Muchamad Fauzi, SE., MM.
NIP. 19730217 200604 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691,
Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Atas nama : Linatul Mas'udah
NIM : 122411118
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : **Analisis Strategi Pemasaran Produk *Ar-rah*n di Pegadaian Syariah Kendal Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

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

09 Desember 2016

dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) tahun akademik 2015/2016.

Semarang, 22 Desember 2016

Mengetahui,

Sekretaris Sidang/Penguji

Ketua Sidang/Penguji

Heny Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609 200710 2 005

H. Muchamad Fauzi, SE., MM.
NIP. 19690908 200003 1 001

Penguji Utama I



Penguji Utama II

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

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.
NIP. 19751218 200501 1 002

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Wahab Zaenuri, MM.
NIP.19730217 200604 1 001

H. Muchamad Fauzi, SE., MM.
NIP. 19690908 200003 1 001

MOTTO

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَمَنْ يَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا
فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْفُرُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْفُرْهَا فَإِنَّهُ
آتَمَّ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ (٢٨٣)

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Q.S Al Baqarah: 283)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh perjuangan serta doa dari orang-orang terkasih, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk menimba ilmu serta memperluas pengetahuan.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Baedhowi serta Ibunda Maftukhah yang tiada lelah dalam mendukung serta mendoakan sampai akhir.
3. Nenek tersayang, Mbah Sutarmi yang selalu memberi nasihat serta motivasi.
4. Adik tercinta, Muhammad Sirojudin Munir yang selalu saya banggakan.

DEKLARASI

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

Semarang, Desember 2016

Deklarator,



Linatul Mas'udah

ABSTRAK

Dalam situasi persaingan bisnis yang semakin ketat, setiap perusahaan dagang maupun jasa dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam rangka mengembangkan produknya. Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya menghadapi tantangan atas kejituan perusahaan itu merumuskan maksud dan tujuan bisnisnya, yaitu untuk menciptakan dan memelihara pelanggannya. Dalam upaya mencapai tujuan perusahaan tersebut, maka perlu diketahui bagaimana nilai pelanggan diciptakan oleh suatu perusahaan dan bagaimana nilai pelanggan yang baik dapat memberikan kepuasan pelanggan. Dengan upaya tersebut diharapkan loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan dan peningkatan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan dapat dibina melalui rencana keputusan strategik, yang dikenal dengan pemasaran strategik. Tanpa terkecuali dari perusahaan jasa yaitu salah satunya perusahaan dalam bidang keuangan. Seiring dengan perkembangan zaman, telah banyak berdiri lembaga-lembaga keuangan, diantaranya yaitu Pegadaian Syariah Kendal. Salah satu produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Kendal adalah *ar-rahn*. *Ar-rahn* adalah gadai dengan prinsip syariah yang memiliki peminat paling banyak. Maka dari itu untuk dapat tetap bertahan di antara banyaknya pesaing, Pegadaian Syariah Kendal harus mempunyai strategi dalam memasarkan produk *ar-rahn*.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik strategi pemasaran produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Kendal dalam perspektif ekonomi islam. Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku dari pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Kendal diantaranya berupa sosialisasi kepada masyarakat, mengenali pelanggan atau nasabah, membangun komunikasi dengan nasabah, serta memberikan pelayanan yang baik. Sedangkan praktik strategi pemasaran produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Kendal dalam perspektif ekonomi islam menganut prinsip-prinsip yang diajarkan Rasulullah saw, yaitu prinsip *Fathanah*, prinsip *Al-ikhshan*, prinsip Amanah, prinsip *Shiddiq*, prinsip *Al-itqan*, prinsip Tabligh. Hal ini dibuktikan dengan adanya kesesuaian antara

teori dan praktik strategi pemasaran produk *ar-rahn* yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Kendal yaitu jujur, amanah, tidak mengandung unsur riba dan penipuan atau kecurangan. Selain itu Pegadaian Syariah Kendal juga telah menerapkan sistem pelayanan yang sesuai dengan Fatwa DSN MUI no.25 tentang *Rahn*. Hal ini dibuktikan dengan adanya kesesuaian antara aturan yang ada dengan praktik di Pegadaian Syariah Kendal.

Kata kunci: *Strategi, pemasaran, ar-rahn*.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah *robbil'alamin*, puji syukur penulis panjatkan atas segala karunia Allah SWT yang telah memberikan nikmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa selalu tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat islam.

Dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK AR-RAHN DI PEGADAIAN SYARIAH KENDAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM” ini banyak hambatan dan kesulitan. Namun dengan adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ahmad Furqon, LC., MA. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Mohammad Nadzir, SHI., MSI. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.

5. Drs. H. Wahab Zaenuri, MM. selaku Dosen Pembimbing I, serta H. Muchamad Fauzi H,SE.MM. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
7. Perpustakaan UIN Walisongo dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah menyediakan banyak referensi sehingga dapat membantu menyelesaikan skripsi ini.
8. Pegadaian Syariah Kendal yang telah memberikan banyak ilmu selama penelitian.
9. Kedua orang tua yang selalu memberikan semangat serta doanya.
10. Tidak lupa teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam 2012 yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
11. Serta kawan-kawan dari kost Bapak Kirno yang memberikan dorongan serta semangatnya.
12. Semua pihak yang turut membantu dalam pembuatan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang telah membatu dalam penulisan skripsi ini, sekali lagi penulis ucapkan terimakasih, semoga Allah membalas semua kebaikan dengan balasan yang berlimpah. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.

Semarang, 25 November 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Metode Penelitian.....	10
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II PEMBAHASAN UMUM TENTANG STRATEGI PEMASARAN DAN GADAI SYARIAH	
A. Strategi Pemasaran	18
1. Pengertian Strategi Pemasaran	18
2. <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	20

3.	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	22
	a. <i>Product</i>	23
	b. <i>Price</i>	24
	c. <i>Promotion</i>	25
	d. <i>Place</i>	27
4.	Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam	27
	a. Memenuhi karakteristik dan etika pemasaran	27
	b. Menjadikan Rasulullah SAW sebagai panutan	33
B.	Gadai Syariah (<i>Rahn</i>)	36
	1. Pengertian Gadai Syariah (<i>Rahn</i>).....	36
	2. Dasar Hukum Gadai	37
	3. Syarat dan Rukun Gadai Syariah.....	39
	4. Operasional Gadai Syariah.....	43
	5. Perbedaan Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional	45
	6. Berakhirnya Akad <i>Rahn</i>	47
	7. Fatwa DSN MUI Tentang <i>Rahn</i>	48

BAB III GAMBARAN UMUM PEGADAIAN SYARIAH KENDAL

A.	Gambaran Umum Pegadaian Syariah Kendal .	51
	1. Sejarah Singkat	51
	2. Visi dan Misi.....	52
	3. Aspek Legalitas.....	54

4. Struktur Organisasi	54
5. Produk Pegadaian Syariah Kendal	56
B. Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Kendal	62

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

A. Strategi Pemasaran Produk <i>Ar-Rahn</i> di Pegadaian Syariah Kendal.....	65
B. Analisis Strategi Pemasaran Produk <i>Ar-Rahn</i> di Pegadaian Syariah Kendal dalam Perspektif Islam	77

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

TABEL 1	5
TABEL 2	46
TABEL 3	69
TABEL 4	70
TABEL 5	72

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	44
GAMBAR 2	56