

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lembaga jaminan mengambil bagian penting dalam pergantian peristiwa dan perkembangan budaya modern yang maju. Penciptaan ruang lingkup yang sangat besar dengan kebutuhan usaha yang membutuhkan modal besar sulit dipenuhi tanpa bantuan para pelaku usaha untuk memperoleh tambahan modal melalui sistem kredit dan menjadi pembentukan bunga dalam komponen tabungan..

Gadai adalah salah satu alternatif pendanaan yang begitu efektif karena tidak memerlukan kebutuhan yang membingungkan atau tidak mempersulit nasabah untuk memperoleh aset di muka, cukup dengan membawa produk asuransi yang bernilai uang, nasabah dapat memperoleh aset untuk kebutuhannya, baik yang secara produktif maupun konsumtif.

Barang gadai adalah tempat bagi pembeli untuk memperoleh uang tunai dengan pembeli produk individu sebagai jaminan. Ada 2 jenis pegadaian yaitu: pertama, pegadain konvensional yang berdasarkan dasar hukum dari suatu lembaga pemerintahan tentang pinjam meminjam terhadap nasabah. Kedua, pegadaian syariah (*ar-Rahn*) yang berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam dengan sistem bagi hasil dan tarif jasa simpan tidak terlalu besar.

Pegadaian syariah awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan syariah dan dilandasi oleh

kebutuhan masyarakat Indonesia karena menerapkan prinsip-prinsip syariah. Disamping itu perkembangan konsep syariah dapat menghindari riba. Selain itu implementasi pegadaian syariah mirip dengan pegadaian konvensional. Nasabah bisa mendapatkan aset yang diperlukan dalam waktu yang umumnya cepat dengan produk jaminan barang..

UU Perbankan Syariah disahkan pada tanggal 16 Juli 2008 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan telah disetujui serta diberi alasan yang sah bagi industri Perbankan Syariah Umum. Undang-undang ini secara eksplisit mengatur perbankan syariah, baik secara kelembagaan maupun suatu kegiatan bisnis (Soemitra, 2009, hal. 65).

Hal ini juga diyakini dapat mendukung kemajuan bank syariah, yang selama 5 tahun terakhir memiliki sumber daya yang berkembang sebesar 65% setiap tahun namun pasar publik masih di bawah 5%. Pegadaian syariah (Ar-Rahn) tidak menekankan dalam pemberian pendapatan dari bank yang digadaikan (Bunga). Memang, bahkan tanpa bunga, pegadaian syariah sebenarnya mendapatkan keuntungan seperti yang dikelola oleh Komite Syariah Umum, yang membutuhkan biaya dukungan untuk produk yang digadaikan. Biaya ditentukan dari nilai barang tersebut, bukan dari jumlah kredit sampai dengan memamerkan/ memasarkan barang tersebut, diperlukan suatu prosedur, khususnya agar motivasi di balik penjualan barang tersebut dapat membuahkan hasil.

Pada umumnya, masyarakat yang tidak memahami tentang pemasaran, mereka menganggap pemasaran itu sebagai penjualan. Padahal pemasaran ini memiliki kepentingan yang lebih luas karena pemasaran adalah siklus yang terorganisir dan jelas untuk berpikir dan mengatur pasar. Sistem pemasaran dapat diterapkan tidak hanya untuk pekerjaan dan produk, tetapi juga untuk semua yang dapat diiklankan seperti ide, kejadian, asosiasi, tempat, dan karakter. Bagaimanapun, tekankan bahwa jenis promosi ini tidak dimulai dengan item atau proposisi, tetapi dengan pencarian pembukaan peluang pasar..

Sistem strategi pemasaran antara konvensional dan syariah konsisten selama ini berbeda dalam prosesnya. Namun, memiliki tujuan yang sama secara khusus; bagaimana untuk memperluas jumlah nasabah. Kemajuan organisasi/perusahaan dapat dilihat dari sistem strategi pemasarannya, mereka yang mempengaruhi dalam peningkatan minat nasabah, sehingga dapat meningkatkan kuantitas nasabah dalam memanfaatkan item bantuan yang diberikan oleh organisasi/perusahaan. Pada akhirnya, itu dapat membangun volume transaksi, jadi pemasaran yang bagus pada dasarnya akan memengaruhi pendapatan perusahaan.

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta. Berusaha semaksimal mungkin dalam kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Dalam islam, pemasaran harus di landasi semangat beribadah kepada Allah SWT dan harus dilakukan seoptimal mungkin demi kesejahteraan bersama, bukan

untuk kepentingan golongan maupun pribadi dan pemarkan Islam berfungsi sebagai penghubung silaturahmi antara produsen dan konsumen.

Tabel 1.1
Perkembangan Nasabah Produk Gadai Emas pada Bank Syariah
Mandiri KCP Kota Baubau Tahun 2018

No	Bulan	Jumlah Nasabah	Omset (dalam rupiah)
1	Januari	59	294.088.400,00
2	Februari	67	545.977.900,00
3	Maret	87	1.046.061.400,00
4	April	82	905.785.500,00
5	Mei	85	685.422.800,00
6	Juni	105	1.022.993.600,00
7	Juli	92	925.718.400,00
8	Agustus	93	1.175.254.600,00
9	September	76	921.302.500,00
10	Oktober	70	446.630.500,00
11	November	84	842.278.809,00
12	Desember	131	2.620.898.400,00
Total Omset 2018		1031	11.432.412.809,00

Sumber: Data Gadai Emas Bank Syariah Mandiri KCP Kota Baubau

Tabel 1.2
Perkembangan Nasabah Produk Gadai Emas pada Bank Syariah
Mandiri KCP Kota Baubau Tahun 2019

No	Bulan	Jumlah Nasabah	Omset (dalam rupiah)
1	Januari	94	2.037.212.100,00
2	Februari	120	1.803.723.369,00
3	Maret	135	2.353.574.000,00
4	April	153	3.639.926.800,00
5	Mei	140	2.612.423.500,00
6	Juni	160	3.722.893.400,00
7	Juli	289	7.928.709.400,00
8	Agustus	210	2.859.854.300,00
9	September	180	2.531.902.500,00
10	Oktober	141	1.487.630.100,00
11	November	200	3.852.478.340,00
12	Desember	230	5.681.698.700,00
Total Omset 2019		2052	40.512.026.509,00

Sumber: Data Gadai Emas Bank Syariah Mandiri KCP Kota Baubau

Berdasarkan tabel di atas, penulis menyebutkan fakta yang dapat diamati di lapangan, perkembangan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Baubau menunjukkan peningkatan pada tahun 2019 dibandingkan dengan tahun 2018 dari pertama berdirinya gadai emas syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Baubau belum juga sampai pada tujuan yang telah ditentukan. oleh bank adalah 500 miliar rupiah. Salah satu contoh, seperti yang mungkin kita ketahui, informasi publik tentang keberadaan pegadaian syariah masih belum signifikan, dengan alasan pegadaian syariah masih terbilang baru, dan kantor cabang syariah masih terbilang sedikit, namun perkembangannya masih sangat minim. Pegadaian syariah

menunjukkan peningkatan, sehingga penulis perlu mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh pihak bank sehingga menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas tersebut.

Menarik minat nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh teknik promosi yang digunakan oleh pegadaian syariah. Ada beberapa komponen berbeda yang mempengaruhinya, misalnya, kebutuhan nasabah yang begitu mendesak dan memerlukan langkah pencairan danayang cepat, nasabah yang membutuhkan pertukaran gadai tanpa komponen riba (bunga) di dalamnya, dll..

Berdasarkan penggambaran di atas, diharapkan adanya kajian luar dan dalam untuk menentukan sistem promosi gadai emas, sehingga penulis mencoba mengkajinya dalam tugas akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Gadai Emas pada Produk Rahn PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Yos Sudarso Kota Bau-Bau”**

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pembahasan mengenai kontribusi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Yos Sudarso KotaBaubau dalam Meningkatkan strategi pemasaran. Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang ada adalah sebagai berikut:

1. Strategi perencanaan strategi produk gadai emas (*Ar-rahn*) pada Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Baubau.

2. Implementasi strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Baubau.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran gadai emas pada produk *Ar-rah*n pada Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Bau-Bau?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Bau-Bau?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

Tujuan penulisan sesuai dengan permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses perencanaan strategi pemasaran produk gadai (*Ar-Rahn*) dalam menarik minat nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Baubau
2. Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah pada produk rahn di pada Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Bau-Bau

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan menambah khazanah ilmu pengetahuan bidang perbankan syariah khususnya pada Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Baubau untuk meningkatkan pemasaran gadai emas produk rahn serta sebagai referensi dan sumbangan pemikiran bagi penelitian yang dilakukan lebih lanjut.

2. Manfaat Publik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi masyarakat mengenai pemasaran gadai emas yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Baubau sebagai lembaga intermediasi terhadap masyarakat.

1.5 Definisi Operasional

Penulis menggunakan definisi operasional untuk menghindari kemungkinan terjadinya kesalahan persepsi dalam memahami maksud dan kandungan tulisan ini, maka penulis memberikan definisi operasional dari variable inti pembahasan. Adapun kalimat yang dapat menimbulkan kesalahpahaman yaitu sebagai berikut :

1. Strategi yang di maksud di dalam penelitian ini adalah memberikan bantuan kepada nasabah sebagai bentuk keikutsertaan di dalam sebuah kegiatan gadai emas.
2. Pemasran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai penyediaan dana dari lembaga pihak lain yang membutuhkan

dana yang mempunyai jangka waktu tertentu dalam pengembalian disertai pembayaran sejumlah imbalan atau bagi hasil.

3. Gadai emas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang (emas) yang diserahkan oleh seseorang dengan atas namanya.
4. Ar-Rahn yang dimaksud dalam penelitian ini adalah menjadikan barang (emas) tersebut sebagai jaminan utang yang dapat dijadikan pembayaran utang apabila yang berhutang tidak bisa membayar hutang itu.
5. Bank syariah yang dimaksud adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah sesuai Al-Quran dan hadist serta melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dan dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat

