

**ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM PENINGKATAN
GADAI EMAS DI PT. BANK SYARIAH MANDIRI
KC MEDAN AKSARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi
Perbankan Syariah*

Oleh

DEWI ILVANA ALPISARI

NPM: 1501270021



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM PENINGKATAN
GADAI EMAS DI PT. BANK SYARIAH MANDIRI**

KC MEDAN AKSARA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

DEWI ILVANA ALPISARI

NPM : 1501270021

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing

UMSU

Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2019



Unggul Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Dewi Ilyana Alpisari

Npm : 1501270021

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Marketing Syariah Dalam Peningkatan Gadai Emas Di
PT. Bank Syariah Mandiri

Medan, 09 Maret 2019

Pembimbing Skripsi

Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Disetujui Oleh:

Diketahui/ Disetujui
Dekan
Fakultas Agama Islam

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program
Studi Perbankan Syariah

Selamat Pohan, S. Ag, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Unggul Cerdas & Terpercaya

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Dewi Ilvana Alpisari

Npm : 1501270021

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Marketing Syariah Dalam Peningkatan Gadai Emas Di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 09 Maret 2019

Pembimbing Skripsi

Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

**Dekan
Fakultas Agama Islam**

Dr. Muhammad Qorib, MA

**Diketahui/ Disetujui
Oleh:**

**Ketua Program
Studi Perbankan Syariah**

Selamat Pohan, S. Ag, MA

UMSU
 Unggul Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Ilvana Alpisari

NPM : 1501270021

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan selamanya bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM PENINGKATAN GADAI EMAS DI PT. BANK SYARIAH MANDIRI KC MEDAN AKSARA”** merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 09 Maret 2019



Yang Menyatakan:

DEWI ILVANA ALPISARI

NPM: 1501270021

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM PENINGKATAN GADAI
EMAS DI PT. BANK SYARIAH MANDIRI KC MEDAN AKSARA**

Oleh:

DEWI ILVANA ALPISARI

NPM: 1501270021

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah
skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk
dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, 09 Maret 2019

Pembimbing



Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2019

Medan, 09 Maret 2019

Nomor :
Lampiran : 3 (Tiga) eksemplar
Hal : Skripsi a.n. Dewi Ilvana Alpisari
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam Umsu

Di-

Medan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa an. Nurul Aulia yang berjudul: ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM PENINGKATAN GADAI EMAS DI PT BANK SYARIAH MANDIRI KC MEDAN AKSARA. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada siding munaqasah untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini kupersembahkan kepada kedua orangtuaku

Ayahanda Irwan Yuslianto

Ibunda Farida

Tak lekang selalu memberikan do'a kesuksesan & keberhasilan
bagi diriku

Motto:

“Memulai dengan penuh keyakinan,
Menjalankan dengan penuh keikhlasan,
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI



Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

NAMA MAHASISWA : DEWI ILVANA ALPISARI

NPM : 1501270021

PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah

HARI, TANGGAL : Kamis, 14 Maret 2019

WAKTU : 08.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Selamat Pohan, S.Ag, MA

PENGUJI II : Dodi Firman, SE, MM

PANITIA PENGUJI

Ketua

Dr. Muhammad Qorib, MA

Sekretaris

Zailani, S.PdI, MA

ABSTRAK

Dewi Ilvana Alpisari, NPM. 1501270021, Judul Penelitian “Analisis Marketing Syariah Dalam Peningkata Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara”. Skripsi: Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. (2019)

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Analisis Marketing Syariah Dalam Peningkata Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. Pesaing antar bank pada saat ini semakin ketat, termasuk di dalamnya perbankan syariah. Bank-bank bersaing memperebutkan pasa. Pemasaran merupakan proses yang tidak dapat dipisahkan dari perusahaan, begitu pula dengan perbankan. Sejalan dengan hal tersebut, masing-masing bank harus menentukan strategi yang tepat sebagai upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Penerapan strategi marketing syariah yang tepat oleh perusahaan bertujuan agar dapat bertahab di era persaingan.

Produk perbankan syariah pada saat ini masih baru dikalangan perbankan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk perbankan syariah agar dapat menghadapi persaingan. Produk gadai emas syariah sebuah produk gadai yang masih baru di pasaran. Bank syariah mandiri menetapkan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk gadai emas syariah agar dapat dikenal dan diterima oleh masyarakat serta mencari nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang lama.

Hasil penelitian yang dilakukan, menyimpulkan bahwa produk gadai emas syariah ini adalah produk unggul dan banyak diminati oleh masyarakat serta strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah mandiri dalam memasarkan produk gadai emas melalui kerja sama dengan para pemilik toko emas dan para kelompok komunitas. Agar dapat melaksanakan program yang telah direncanakan.

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran, dan Produk Gadai Emas Syariah.*

ABSTRACT

Dewi Ilvana Alpi sari, NPM. 1501270021, Title of Research "Sharia Marketing Analysis in Increasing Gold Pawn at PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara ". Thesis: Faculty of Islam, Muhammadiyah University of North Sumatra. (2019).

The purpose of this study was to determine the Sharia Marketing Analysis in Increasing Gold Pawn at PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. Competitors among banks are increasingly tight, including Islamic banking. Banks compete for competition. Marketing is a process that cannot be separated from the company, as well as banking. In line with this, each bank must determine the right strategy in an effort to fulfill the wants and needs of its customers. The application of the right sharia marketing strategy by the company aims to be able to endure competition.

Islamic banking products are still new among banks in particular and society in general, so that the right marketing strategy is needed in marketing Islamic banking products in order to face competition. Sharia gold pawn products are a new pawn product on the market. Mandiri Islamic banks set the right marketing strategy to market sharia gold pawn products so that they can be recognized and accepted by the community and seek new customers and retain old customers.

The results of the research conducted, concluded that the product of sharia gold pawn is a superior product and much in demand by the public and the marketing strategy carried out by independent Islamic banks in marketing gold pawning products through collaboration with gold shop owners and community groups. In order to implement the planned program.

Keywords: *Strategy, Marketing, and Products of Sharia Gold Pawn.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh.

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan rahmatnya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Marketing syariah dalam Peningkatan Gadai Emas Di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara”.

Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda Irwan Yuslianto dan Ibunda Farida yang telah mendidik dan selalu memberikan dukungan tanpa batasan dengan penuh kasih sayang, semoga senantiasa tetap dalam lindungannya.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA sebagai Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA sebagai Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan III di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Selamat Pohan, S.Ag., MA, sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Riyan Pradesyah, SE, Sy, MEI selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan selaku dosen pembimbing proposal yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam proses penyusunan proposal ini.
7. Seluruh staf dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak menjadi peran dalam masa studi penulis selama ini.

8. Ibu Nina Moetia selaku pimpinan di Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.
9. Adinda Hadi Rizki Ramadani yang selalu memberikan dukungan tanpa batasan dengan penuh kasih sayang, semoga senantiasa tetap dalam lindungannya.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca dan penulis khususnya. Penulis mengharapkan saran dan kritik bersifat membangun kesempurnaan skripsi ini, sekian dan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum warahmatullah wabarakatuh.

Medan, 09 Maret 2019

Penulis

Dewi Ilvana Alpisari
NPM: 1501270021

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GRAFIK.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORETIS.....	8
A. Kajian Pustaka	8
1. Marketing Syariah	8
2. Karakteristik Marketing Syariah.....	9
3. Bauran Marketing Syariah	15
4. Strategi Pemasaran	18
B. Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Rancangan Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Kehadiran Peneliti	28
D. Tahapan Penelitian.....	28
E. Data dan Sumber Data	29
F. Teknik Pengumpulan Data	29
G. Teknik Analisis Data	29
H. Pemeriksaan Keabsahan Temuan	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Deskripsi Penelitian	33
B. Temuan Peneliti	56
C. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1. Pembiayaan gadai emas pada PT. Bank Syariah Mandiri.....	4
Tabel II.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	25
Tabel III.1. Pelaksanaan Waktu Penelitian.....	28
Tabel IV.1. Struktur Organisasi Perusahaan PT. Bank Syariah Mandiri.....	48

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Pembiayaan gadai emas pada PT. Bank Syariah Mandiri.....	5
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1. Logo PT. Bank Syariah Mandiri.....	45
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia, masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para bankir berfikir bahwa BMI, satu-satunya Bank syariah di Indonesia, tahan terhadap krisis moneter. Pada 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia.

Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah memiliki fungsi penghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Bank Syariah yang merupakan kegiatannya berdasarkan pada syariat Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank.¹

Bank Syariah memang mempunyai banyak keunggulan karena tidak hanya berdasarkan pada syariah saja sehingga transaksi dan aktivitasnya menjadi halal, tetapi sifatnya yang terbuka sehingga tidak mengkhususkan diri bagi nasabah muslim saja, tetapi juga bagi nonmuslim.² Tujuan bank syariah secara umum adalah untuk mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi suatu masyarakat dengan melakukan kegiatan perbankan sesuai kaidah syariah.

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah merupakan peraturan yang menjadi landasan perbankan syariah dalam menjalankan kegiatannya. Bank syariah melakukan inovasi-inovasi melalui produk

¹Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 31

²Hamdan. *Bank Syariah*. (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 7

yang ditawarkan agar tetap bisa bersaing secara sehat dengan bank konvensional. Salah satunya, bank syariah memiliki produk yang bisa diandalkan untuk keperluan mendesak yaitu produk pembiayaan gadai emas syariah (*rahn*) yang digunakan untuk membantu pembiayaan masyarakat yang membutuhkan uang untuk keperluan mendesak. Dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, disebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Gadai (*rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah sebagai barang jaminan atas utang atau pinjaman yang diterimanya. Barang jaminan tersebut memiliki nilai ekonomi. Dengan demikian, pihak yang menahan atau menerima gadai memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.³

Praktik gadai emas pada dasarnya dinilai tidak melanggar hukum atau peraturan nasional. Bank Indonesia telah mengeluarkan peraturan mengenai produk-produk yang akan ditawarkan oleh Bank Syariah kepada nasabahnya, yaitu melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/17/PBI/2008 tentang Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah. *Rahn* atau gadai tidak didefinisikan dalam undang-undang Perbankan Syariah, namun demikian Undang-undang Perbankan Syariah memberikan ruang gerak yang luas bagi kegiatan usaha Bank Umum Syariah selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan perundang-undang yang berlaku.⁴

Landasan hukum bagi perbankan syariah untuk mengeluarkan produk layanan atau kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip syariah adalah menggunakan Fatwa DSN MUI. Gadai emas yang ditawarkan oleh perbankan syariah didasarkan pada Fatwa DSN MUI Nomor 26/DSN MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang *Rahn* Emas. *Rahn* Emas dibolehkan berdasarkan prinsip *Rahn* yang diatur pada Fatwa DSN MUI Nomor 25/DSN

³Umam, Khotibul dan Utomo, Setiawan Budi. *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 173

⁴ Syarif Hidayat, "Akad-akad dalam Kegiatan Usaha Perbankan Syariah Terkait Layanan Gadai Emas", <https://syarifhidayatadipura.wordpress.com/2013/05/22/akad-akad-dalamkegiatan-usaha-perbankan-syariah-terkaitlayanangadaiemas/diakses> pada tanggal 23 November 2018.

MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas, yang menyatakan bahwa *rahn* emas dibolehkan berdasarkan prinsip *rahn*.⁵

Sebagai produk, gadai emas merupakan suatu produk pembiayaan yang sangat menjanjikan keuntungan (profit). Namun, sebuah produk tidak akan laku karena dipasarkan tanpa adanya strategi pemasaran yang jitu dan tepat sasaran. Oleh karena itu, pemasaran menjadi suatu faktor yang berpengaruh dan menjadi prioritas suatu lembaga bisnis sehingga produk yang mereka tawarkan mampu terjual dan tentunya menambah profit bagi perusahaan (dalam hal ini lembaga bisnis tersebut adalah bank syariah). Dalam menjalankan kegiatan pemasaran setiap pemasar harus memiliki sifat disiplin dan ulet.

Keberhasilan pemasaran tidak akan signifikan menambah jumlah nasabah tanpa didukung dengan strategi pemasaran. Strategi pemasaran dinilai penting karena merujuk kepada persaingan pasar yang semakin ketat. Mulai dari persaingan dengan sesama bank syariah yang juga menawarkan produk gadai emas, persaingan dengan pegadaian syariah, maupun perusahaan lain yang juga menawarkan produk gadai emas. Salah satu bank syariah yang mempunyai produk gadai emas adalah Bank Syariah Mandiri. Produk gadai emas memiliki fluktuasi, sementara itu pemasaran gadai emas menggunakan prinsip syariah.

Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah, PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara perlu meningkatkan strategi pemasaran produk gadai emas agar meningkatkan pendapatan bank dan untuk mengoptimalkan produk yang sudah ada dengan lebih profesional. Terlebih lagi PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara harus bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang dominan dan telah berkembang pesat di Indonesia. Persaingan yang semakin tajam ini harus dibarengi dengan strategi pemasaran yang baik untuk bisa bertahan di lembaga keuangan syariah. Salah satu strategi yang saat ini dijalankan oleh Bank Syariah Mandiri pada umumnya hanyalah pembukaan unit-unit pelayanan cabang dan hal tersebut masih belum mampu mengangkat omset yang ditargetkan, sehingga diperlukan berbagai strategi untuk mempertahankan posisi dan meningkatkan kinerja Bank Syariah Mandiri karena dengan strategi

⁵Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah. Prinsip dan Implementasi pada Sektor Keuangan Syariah*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 28

pemasaran perusahaan yang tepat merupakan kunci sukses untuk mencapai tujuan perusahaan.

Masalah yang dihadapi oleh PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara adalah sulitnya mencari nasabah yang ingin menggadaikan emas di bank tersebut. Ini disebabkan kurang efektifnya pemasaran yang dilakukan selama ini. Selain itu, pemasaran tidak dilakukan secara terus-menerus. Selama ini nasabah lebih sering menggadaikan emas di toko emas. Adapun jumlah pembiayaan di PT. Bank Syariah Mandiri dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I. 1.

Pembiayaan pada PT. Bank Syariah Mandiri

Akad	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mudharabah	8631	10229	12023	13625	14354	14906
Musarakath	14624	18960	27667	39874	49387	54033
Murabahah	37508	56365	88004	110565	117371	117777
Istishna	347	326	376	582	633	678
Ijarah	2341	3839	7345	10481	11620	11561
Qardh	4731	12937	12090	8995	59665	4938
Total	68181	102655	147505	184122	199330	203894

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, 2015

Adapun fenomena yang ditemukan selama ini adalah kurangnya strategi pemasaran dalam peningkatan gadai emas di perusahaan. Selain itu, persaingan dalam pemasaran gadai emas di pasaran sangat ketat. Kurang kompetennya marketing dalam peningkatan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. Naik turunnya tingkat keuntungan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.

Berdasarkan penjabaran di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “**Analisis Marketing syariah dalam Peningkatan Gadai Emas Di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas bahwa ada beberapa identifikasi masalah kinerja karyawan adalah:

1. Kurangnya strategi pemasaran dalam peningkatan gadai emas di perusahaan.
2. Besarnya persaingan dalam pemasaran gadai emas di pasaran.
3. Kurang kompetennya marketing dalam peningkatan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.
4. Naik turunnya tingkat keuntungan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat disusun rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah strategi marketing syariah dalam gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara?
2. Apakah strategi marketing syariah dapat meningkatkan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi marketing syariah dalam gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.
2. Untuk mengetahui apakah strategi marketing syariah dapat meningkatkan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan juga dapat menambah ilmu pengetahuan dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari penelitian dalam kehidupan.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi pihak perusahaan

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dengan marketing syariah dalam peningkatan gadai emas.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengkaji latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORETIS

Bab ini mengkaji teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, definisi operasional, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berbasis hasil analisa dan pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan analisis marketing syariah dalam peningkriatan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

BAB II LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Marketing Syariah

a. Pengertian Marketing Syariah

Pasar syariah seringkali dikatakan sebagai pasar yang bersifat emosional sementara pasar konvensional adalah pasar yang rasional. Maksud dari pernyataan tersebut adalah orang hanya tertarik untuk berbisnis pada pasar syariah hanyalah karena alasan emosional keagamaan semata dan bukan karena ingin mendapatkan keuntungan finansial yang menurut sebagian pihak dikatakan sebagai sesuatu yang rasional.⁶

Marketing syariah sendiri merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seorang produsen atau perusahaan atau perorangan kepada orang lain dan dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip bisnis dalam Islam.

Dalam Marketing syariah seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islami. Selama proses bisnis inidapat dijamin atau tidak terjadi penyimpangan terhadap prinsip Islam, maka setiap transaksi apa pun dalam pemasaran diperbolehkan.

Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran, sebagai firman Allah dalam surat *Shaad* ayat 24:

“Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang bersyariat (berbisnis) itu sebagian dari mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang beriman dan mengerjakan amal saleh, dan amat sedikit mereka itu”.⁷

Serta sabda Nabi Muhammad SAW:

⁶Arif, M. Nur Riant *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*.(Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 17

“Dari Abu Hurairah R. A. ia berkata bahwasannya Rasulullah SAW telah bersabda menceritakan firman Allah: “Aku adalah yang ketiga dari dua orang yang berserikat, selama salah seorang diantara mereka tidak khianat pada temannya. Apabila berkhianat, maka aku keluar dari mereka.” (HR. Abu Dawud)

2. Karakteristik Marketing Syariah

Karakteristik adalah mengacu kepada karakter dan gaya hidup seseorang serta nilai-nilai yang berkembang secara teratur sehingga tingkah laku menjadi lebih konsisten dan mudah di perhatikan. Sedangkan marketing syariah adalah pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu indikator kepada para pemegang sahamnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalat (bisnis) dalam Islam. Artinya dalam marketing syariah, seluruh proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.⁷

Karakteristik marketing syariah adalah karakter dan gaya hidup perusahaan serta nilai-nilai yang berkembang secara teratur dalam pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu indikator kepada para pemegang sahamnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalat (bisnis) dalam Islam.

Karakteristik dari Marketing syariah ini terdiri atas beberapa unsur yaitu:

a. Theistis (*Rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas marketing syariah adalah sifatnya yang religius, jiwa seorang syariah marketer menyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah, aktivitas dan kegiatan yang dilakukan harus selalu menginduk kepada syariat Islam. Pemasaran syariah menyakini bahwa hukum-hukum ke Tuhan-an ini adalah hukum yang paling ideal, paling sempurna, paling tepat untuk segala bentuk kebaikan serta paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan.

⁷Kartajaya, Hermawan, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hal. 62.

Merupakan unsur marketing syariah yang tidak dimiliki oleh pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religius.⁸ Hal ini tercipta dari suatu keyakinan yang bulat bahwa semua gerak gerik manusia selalu berada dibawah pengawasan Allah. Oleh sebab itu semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain dan sebagainya. Nilai *rabbaniyah* ini melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap muslim, sehingga dapat mengerem perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.⁹

Seorang pemasar syariah meskipun ia tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia akan mampu untuk menghindari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Sebab seorang pemasar syariah akan selalu merasa bahwa setiap perbuatan yang dilakukan akan dihisab dan dimintai pertanggung jawabannya kelak pada hari kiamat.

Dengan konsep ini seorang pemasar syariah akan sangat hati-hati dalam perilaku pemasarannya dan berusaha untuk tidak merugikan konsumen. Apabila seorang pemasarsyariah hanya berorientasi pada keuntungan, maka ia dapat merugikan konsumen dengan memberikan janji palsu. Namun seorang pemasar syariah memiliki orientasi *maslahah*, sehingga tidak mencari keuntungan namun diimbangi pula dengan keberkahan di dalamnya.

﴿يُسِرُّهُ إِذَا هُوَ فِي مَكْرٍ﴾ ﴿بِأَنَّهَا تَكْفُرُ﴾ ﴿بِأَنَّهَا تَكْفُرُ﴾ ﴿بِأَنَّهَا تَكْفُرُ﴾

Artinya: Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula. Q.S. Al Zalzalah: 7-8)

Seorang marketing syariah akan segera memenuhi hukum-hukum syariah, dalam segala aktivitasnya sebagai seorang pemasar. Mulai dari melakukan strategi pemasaran, memilih-milih segmentasi pasar, kemudian memilih pasar

⁸ Rivai, Veithzal. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), hal. 40.

⁹ Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 258-259.

mana yang harus menjadi fokusnya, sehingga menetapkan identitas perusahaan yang harus senantiasa tertanam dalam benak pelanggannya.

b. Etis (*Akhlaqiah*)

Marketing syariah sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya,¹⁰ artinya bahwa semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati dan kata hati ini adalah kata sebenarnya, tidak bisa dibohongi. Oleh sebab itu, hal ini menjadi panduan para *marketer* syariah selalu memelihara setiap tutur kata, perilaku dalam berhubungan bisnis dengan siapa saja, konsumen, penyalur, toko, pemasok ataupun saingannya.¹¹

وَالَّذِينَ إِذَا أَصَابُوا مَكْرَهًا أَوْ ضَلَالًا إِذَا تُبَيِّنَ لَهُمْ آيَاتُنَا قَالُوا إِنَّا كُنَّا بِهَا مُسْتَهْزِئِينَ

وَالَّذِينَ إِذَا أَصَابُوا مَكْرَهًا أَوْ ضَلَالًا إِذَا تُبَيِّنَ لَهُمْ آيَاتُنَا قَالُوا إِنَّا كُنَّا بِهَا مُسْتَهْزِئِينَ

Artinya: (yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan mema'afkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan. (Q.S. Ali Imran ayat 134)

Ada beberapa etika pemasar yang menjadi prinsip bagi *sharia marketer* dalam menjalankan fungsi pemasaran yaitu:

1. Jujur yaitu seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam melakukan usahanya. Jujur dalam pengertian yang lebih luas yaitu tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas berdosa, jika dilakukan dalam dunia bisnis akan membawa pengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga seorang pebisnis itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan yang seperti itu akan mewarnai dan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat secara luas.

¹⁰Veithzal Rivai, *loc. cit.*

¹¹Buchari Alma, *loc. cit.*

Firman Allah dalam surat *Asy Syu'araa* ayat 181-183:

*﴿قُلْ إِنَّمَا أَعِظُكُمْ بِمَا نَسَىٰ فَأَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ وَأَكْفؤُآءُ بَشَرٍ لَّئِي لَّيْسَ لِلْإِنسَانِ إِذْ يَدْعُوا أَنَّهُ رَبُّهُ يُشْرِكُ بِمَا يَكْفؤُآءُ بَشَرٍ﴾

﴿قُلْ إِنَّمَا أَعِظُكُمْ بِمَا نَسَىٰ فَأَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ وَأَكْفؤُآءُ بَشَرٍ لَّئِي لَّيْسَ لِلْإِنسَانِ إِذْ يَدْعُوا أَنَّهُ رَبُّهُ يُشْرِكُ بِمَا يَكْفؤُآءُ بَشَرٍ﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi ini dengan membuat kerusakan.” (QS Asy Syu'araa: 181-183).¹²

Dengan menyimak ayat tersebut, maka kita dapat mengambil suatu pengertian bahwa sesungguhnya Allah telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun.

2. Amanah (bertanggung jawab) yaitu seorang muslim profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Dalam menjalankan roda bisnisnya setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan atau jabatan yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab disini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbebani dipundaknya. Seorang pebisnis yang ideal hendaknya mampu menunaikan kewajibannya dan bertanggung jawab tidak hanya kepada sesamanya, melainkan juga kepada Allah. Dengan demikian, ia akan menjadi pribadi yang berguna, taat kepada Allah dan menjadi pekerja yang bertanggung jawab di masyarakat.¹³

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat At-Takatsur ayat 8:

﴿وَلَا تَكْفؤُآءُ بَشَرٍ لَّئِي لَّيْسَ لِلْإِنسَانِ إِذْ يَدْعُوا أَنَّهُ رَبُّهُ يُشْرِكُ بِمَا يَكْفؤُآءُ بَشَرٍ﴾

¹²Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: CV. Asy Syifa', 1998), hal. 299.

¹³ Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. (Semarang: Walisongo Press, 2009) hal. 156

“Kemudian kamu pasti akan ditanyai pada hari itu tentang kenikmatan (yang kamu megah-megahkan di dunia itu)” (QS At-Takatsur:8)¹⁴

3. Murah hati yaitu senantiasa bersikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab. Sikap seperti inilah yang nanti akan menjadi magnet tersendiri bagi seorang pebisnis maupun pedagang yang akan dapat menarik para pembeli.¹⁷Pentingnya sikap murah hati dalam berbisnis tercermin dalam sabda Rasulullah SAW:

Diriwayatkan dari Jabir bin Abdullah R. A: Rasulullah SAW bersabda, “*Semoga kasih sayang Allah dilimpahkan kepada orang yang bersikap lemah lembut pada saat membeli, menjual dan meminta kembali uangnya*”.

Ini artinya bahwa sikap murah hati dapat melahirkan rasa belas kasih terhadap orang lain, dengan selalu bersikap yang demikian jelas akan lebih mudah menarik simpati orang lain. Tak terkecuali dalam dunia bisnis, murah hati adalah sikap mulia cermin dari kepribadian seorang pebisnis yang mempunyai etika bisnis Islami.¹⁵

4. Tidak menipu, praktek bisnis dan dagang yang sangat mulia yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. di samping dapat merugikan banyak orang, menipu juga sangat bertentangan dengan etika bisnis Islami. Kalau seorang pebisnis selalu berpegang pada prinsip etika bisnis serta ajaran agama, jelas melakukan segala bentuk penipuan tidak akan terjadi. Terjadinya penipuan tak lain karena seorang pebisnis kurang paham akan pentingnya suatu prinsip bisnis yang beretika. Dampak yang akan timbul akibat dari perilaku menipu adalah kerugian bagi diri seorang pebisnis tersebut, karena jika suatu saat apa yang telah ia lakukan diketahui orang, tentu kepercayaan orang kepadanya akan hilang dan tentunya keuntungan juga tidak bisa diraih lagi.
5. Menepati janji, sebagai seorang pebisnis juga harus selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun di antara sesama pebisnis, terlebih lagi harus dapat menepati janjinya kepada Allah SWT. Janji yang dimaksudkan

¹⁴ Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahannya*.(Semarang: CV. Asy Syifa' , 1998),hal. 482.

¹⁵ Hari, Cecep Syamsul.*Ringkasan Shahih Al Bukhari*.(Bandung: Mizan, 2007), hal. 390

dalam hal ini adalah janji dimana seorang pebisnis melakukan transaksi bisnisnya baik kepada pembeli maupun kepada rekan bisnisnya.

6. Tidak melupakan akhirat, bisnis adalah perdagangan dunia, sedangkan melaksanakan kewajiban Syariat Islam adalah perdagangan akhirat. Keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Maka para pedagang muslim tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat.

c. Realistis (*Al-Waqiyyah*)

Artinya sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ada apalagi yang menjerumuskan kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membedakan orang, suku, warna kulit. Semua tindakan penuh dengan kejujuran. Bahkan ajaran Rosulullah tentang sifat realistis ini ialah jika anda menjual barang ada cacatnya, maka katakanlah pada calon pembeli, bahwa barang itu ada sedikit cacat. Jika pembelisetelah diberitahu masih tetap ingin memiliki barang tersebut, itu lebih baik. Demikian mulianya ajaran Rosulullah, sangat realistis, jangan pernah sekali-kali mengelabui orang.

Marketing syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang feksibel. Marketer Syariah bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi. Namun syariah marketer haruslah tetap berpenampilan bersih, rapih dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan. Sifat realistis dikarenakan pemasaran syariah sanagat fleksibel dan luwes dalam tafsir hukum dan implementasinya terhadap pemasaran konvensional.

﴿يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنَ لَا يَتَّبِعْهُ الشَّيْطٰنُ يَتَّبِعْهُ الْاِنْسٰنُ ۗ سَبِيْۤهًا مِّنْ اٰمَنٍ ۗ﴾

Artinya: Yang demikian itu adalah Karena Allah Telah menurunkan Al Kitab dengan membawa kebenaran; dan Sesungguhnya orang-orang yang berselisih tentang (kebenaran) Al Kitab itu, benar-benar dalam penyimpangan yang jauh (dari kebenaran). (Q.S. Al Baqarah ayat 176)

d. Humanistis (*Al-Insaniyah*)

Artinya berperilaku kemanusiaan, hormat menghormati sesama, *marketing* berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik, tidak menjadi manusia yang serakah, mau menguasai segalanya, menindas dan merugikan orang lain.¹⁶

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat keahliannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariah Islam adalah syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status sehingga *marketing* syariah bersifat universal.

3. Bauran Marketing Syariah

Dalam *marketing* syariah terdapat unsur strategi pemasaran yang sering kita kenal sebagai bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan dengan sukses. Perencanaan pemasaran biasanya disusun berdasarkan 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi).

a. *Product* (produk)

Produk adalah barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Dalam pembuatan produk harus memperhatikan nilai kehalalan, bermutu, bermanfaat dan berhubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Dalam jual beli suatu produk dilarang mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*) karena akan menimbulkan potensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan pada salah satu pihak.

Persyaratan mutlak ada dalam sebuah produk yang akan diperjual belikan baik berupa barang maupun jasa harus memenuhi kriteria halal. Hal itu penting

¹⁶Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 70.

sekali terkait dengan apa yang dibutuhkan konsumen. Selain itu pula untuk menghindari adanya usaha penipuan, dengan adanya standar halal dan kualitas yang terjamin tentu konsumen dengan sendirinya akan yakin dengan apa yang akan dibelinya dan diinginkannya. Bahkan kriteria halal merupakan syarat utama dan mutlak bagi persaingan bisnis dalam perspektif bisnis Islami.

Nabi Muhammad dalam praktek elemen produk selalu menjelaskan kualitas barang yang dijualnya. Kualitas produk yang dipesan oleh pelanggan selalu sesuai dengan barang yang diserahkan. Seandainya terjadi ketidakcocokan, beliau mengajarkan bahwa pada pelanggan ada hak *khiyar* yaitu dengan cara membatalkan jual beli.¹⁷

b. *Price* (harga)

Harga dapat diartikan sebagai ekspresi dari sebuah nilai, dimana nilai tersebut menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi dan layanan yang menyertainya.

Dalam persaingan dunia bisnis harga merupakan sesuatu yang penting. Dalam hal ini harga yang dipatok harus benar-benar kompetitif, antara pebisnis satu dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan pebisnis lainnya.

Penentuan harga dalam ekonomi syariah didasarkan atas mekanisme pasar, yakni harga ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran atas azas sukarela, sehingga tidak ada satu pihak pun yang teraniaya. Dengan syarat, sebaiknya kedua belah pihak yang bertransaksi mengetahui mengenai produk dan harga di pasaran. Dalam menentukan harga yang harus diperhatikan adalah penentuan persaingan sebagai batas atas dan biaya (*cost*) sebagai batas bawah. Harga yang ditetapkan tidak boleh lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh pesaing atau lebih rendah dari biaya yang dikeluarkan.¹⁸

c. *Place* (tempat)

Place juga dapat diartikan sebagai pemilihan tempat atau lokasi usaha. Penentuan tempat usaha yang mudah terjangkau dan terlihat akan memudahkan

¹⁷ Gunara, Thorik. *Marketing Muhammad SAW*. (Bandung: CV Multi Trust Creative Service, 2007), hal. 49.

¹⁸ *Ibid.*

bagi konsumen untuk mengetahui, mengamati dan memahami dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Penentuan tempat di dasarkan atas jenis usaha atau produk yang diciptakan.¹⁹ Semakin strategis tempat usaha maka kemungkinan juga akan semakin membawa keuntungan, selain itu yang harus diperhatikan dalam mengelola tempat berbisnis adalah baik, sehat, bersih, aman dan nyaman. Hal-hal tersebut penting sekali untuk dipenuhi guna menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi bisnis dengan kita. Islam juga memberikan satu aturan bahwa tempat bisnis harus dijauhkan dari hal-hal yang diharamkan, semisal memasang gambar-gambar porno, menjual minuman keras, serta hal-hal lain yang sangat dilarang agama hanya dengan tujuan hanya menarik konsumen.²⁰

d. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Dalam melakukan promosi perusahaan atau lembaga harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media dan sarana yang digunakan harus sesuai dengan syariah.²¹

Nabi Muhammad dalam mempromosikan produknya tidak pernah melebih-lebihkan dengan maksud untuk memikat pembeli. Muhammad dengan tegas menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Sumpah yang berlebihan dalam promosi telah sejak dulu dianjurkan untuk di jauhi karena sumpah yang berlebihan yang dilakukan hanya untuk mendapatkan penjualan yang lebih tidak akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Mungkin pada saat kita melakukan sumpah yang berlebihan kita mendapatkan penjualan yang di atas rata-rata. Namun setelah konsumen menyadari bahwa sumpah yang kita ucapkan hanya sebuah kebohongan maka konsumen tersebut tidak akan membeli lagi dari kita. Bukan itu saja, ia akan dengan sangat senang hati memberi tahu siapapun untuk tidak membeli produk yang kita jual.²²

¹⁹Abdullah, M. Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hal. 62.

²⁰Arifin, *loc. cit.*

²¹Abdullah, *loc. cit.*

²²Gunara, *op. cit.*, hal. 57-58.

4. Strategi Pemasaran

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, Bank Syariah Mandiri menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya berbagai macam perusahaan jasa, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan oleh perusahaan jasa, dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran dapat melakukan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada. Selain itu Bank Syariah Mandiri juga harus memikirkan kemungkinan-kemungkinan untuk membuka cabang-cabang baru atau mendirikan beberapa perwakilan di berbagai tempat yang cukup strategis bagi pengembangan organisasi.

a. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar mampu tumbuh secara cepat.

b. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah. Perusahaan tidak henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi terhadap kebutuhan pasar tersebut.

c. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategis

ini sangat cocok bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

d. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi adalah perusahaan jasa memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan yang dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perusahaan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk kepada kelompok konglomerat.

b. Pengertian Gadai Emas

Gadai Emas merupakan produk pembiayaan bagi konsumen untuk meminjam uang dengan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminan, produk gadai merupakan salah satu alternatif pembiayaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit atau tidak dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis masyarakat sudah bisa untuk mendapatkan dana untuk kebutuhannya, baik secara konsumtif maupun produktif.²³

Berkenaan dengan hal-hal menyangkut agunan (*rahn*) pembiayaan dan pengikatan, Menurut pasal 1 angka 26 UU Perbankan Syariah. Pengertian agunan adalah jaminan tambahan, baik berupa benda bergerak maupun benda tidak bergerak yang diserahkan oleh pemilik agunan kepada bank guna menjamin pelunasan kewajiban nasabah penerima fasilitas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* memberikan pengertian yang samaterhadap kata *agunan* dan *jaminan*. Jaminan, yaitu tanggungan atas pinjaman yang diterima.²⁴

Karena itu, Pembiayaan Gadai Emas Syariah merupakan perjanjian antara Bank dengan nasabah dimana nasabah menyerahkan jaminan hartanya (emas) kepada pihak Bank. Kemudian pihak Bank menyerahkan uang sebesar dari jumlah taksir emasnya. Gadai ditandai dengan mengisi dan menandatangani formulir Pembiayaan Gadai Emas Syariah.

²³Heri Sudarso, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), h. 154

²⁴Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia, 2012), hal. 285.

1. Sejarah Gadai Emas

Dikeluarkan UU No.7 tahun 1992 dan penyempurnaan menjadi UU No.10 Tahun 1992 dan penyempurnaan menjadi UU No.10 Tahun 1998 tentang pokokpokok perbankan yang di dalamnya mengatur tentang Pegadaian Syariah memberi peluang berdirinya lembaga keuangan syariah yang berdasarkan sistem bagi hasil. Kondisi ini dimanfaatkan sebesar-besarnya oleh umat Islam dengan mendirikan perbankan Islam seperti Bank Muamallat Indonesia (BMI), Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Asuransi Takaful serta Reksa Dana Syariah. Namun demikian mekipun lembaga keuangan Islam sudah cukup lengkap, kebanyakan lembaga-lembaga tersebut dimanfaatkan oleh umat Islam yang mempunyai ekonomi cukup baik, sedangkan mayoritas umat Islam yang ekonominya lemah belum bisa merasakan manfaat nyata dari keberadaan lembaga tersebut.

Berkembangnya perbankan dan lembaga keuangan syariah merupakan peluang pasar baru bagi pegadaian yang masih menggunakan system konvensional yaitu sistem bunga. Perum Pegadaian yang merupakan lembaga keuangan non bank sekitar tahun 2000 mengadakan studi banding ke Negara Malaysia, di Malaysia nama lembaga tersebut adalah *Ar-Rahn* beroperasi sudah lama dan milik pemerintah.

Pegadaian syariah dengan menggunakan emas merupakan salah satu unit layanan syariah yang dilaksanakan oleh Perum Pegadaian. Berdirinya unit layanan gadai emas ini didasarkan atas perjanjian musyarakah dengan sistem bagi hasil antara perumpegadaian dengan bank muamallat Indonesia (BMI) untuk tujuan melayani nasabah Bank Muamallat Indonesia maupun Pegadaian.

2. Dasar Hukum Gadai Syariah

Boleh tidaknya transaksi gadai menurut Islam, diatur dalam Al-Qur'an, sunnah, ijtihad dan hukum positif.

a. Al- Qur'an

Ayat Al- Qur'an yang dapat dijadikan dasar hukum perjanjian gadai adalah QS.Al-Baqarah ayat 283:

* b) *Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kau tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah dia 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.*

!\$ U@BqF7>BtEGur © \$q/ Vw(qB63%o)g ± 9# Br\$g066 fYqRt\$D#a/4q633 \$

r\$U7bqUe\$0\$teCME

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kau tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah dia 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.

b. Hadist

Dari Aisyah berkata: “Rasulullah saw. pernah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan cara menanggukkan pembayarannya, lalu beliau menyerahkan baju besi beliau sebagai jaminan”. (Shahih Muslim)²⁵

c. Ijtihad

Berkaitan dengan diperbolehkannya perjanjian gadai ini, jumhurulama juga berpendapat boleh dan mereka tidak pernah berselisih pendapat mengenai hal ini. Jumhurulama berpendapat bahwa disyariatkan pada waktu tidak bepergian maupun pada waktu bepergian, berargumentasi kepada perbuatan Rasulullah SAW terhadap riwayat hadis tentang orang Yahudi tersebut di Madinah. Adapun keadaan dalam perjalanan seperti ditentukan dalam QS. Al-Baqarah:283, karena melihat kebiasaan dimana pada umumnya *rahn* dilakukan pada waktu bepergian.²⁶ Adh-Dhahak dan penganut mazhab Az-Zahiri berpendapat bahwa *rahn* tidak disyariatkan kecuali pada waktu bepergian, berdalil pada ayat tadi. Pernyataan mereka telah terbantahkan dengan adanya hadis tersebut.

²⁵<http://armandrachmandd.blogspot.co.id/2015/06/hadits-gadai.html>, diakses tanggal 4 Januari 2019.

²⁶Sabiq, Sayid. *Fiqh Sunnah 11*, (Bandung: PT. Alma'arif, 1987), hal. 141.

d. Hukum Positif

Dalam pasal 19 ayat (1) huruf q Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa kegiatan usaha Bank Umum Syariah antara lain melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan dibidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketentuan inilah yang menurut hemat penulis menjadi dasar hukum bagi bank syariah untuk memberikan produk berdasarkan akad *rahn*.²⁷

3. Rukun dan Syarat Sahnya Perjanjian Gadai

Muhammad Anwar dalam buku *fiqh* Islam menyebutkan rukun dan syarat perjanjian gadai adalah sebagai berikut:

a. Ijab qabul (*sighot*)

Hal ini dapat dilakukan baik dalam bentuk tertulis maupun lisan, asalkan saja di dalamnya terkandung maksud adanya perjanjian gadai di antara para pihak.

b. Orang yang bertransaksi (*Aqid*)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi bagi orang yang bertransaksi gadai yaitu *rahin* (pemberi gadai) dan *murtahin* (penerima gadai) adalah:

1. Telah dewasa
2. Berakal
3. Atas keinginan sendiri.

c. Adanya barang yang digadaikan (*marhun*)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk barang yang akan digadaikan oleh *rahin* (pemberi gadai) adalah:

1. Dapat diserahkan
2. Bermanfaat
3. Milik *rahin* (orang yang menggadaikan)
4. Jelas
5. Tidak bersatu dengan harta lain
6. Diskusi oleh *rahin*
7. Harta yang tetap atau dapat dipindahkan.

²⁷Umam, Khotibul, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Rajapersindo Persada, 2016), hal. 176-177.

d. *Marhun bih* (utang)

Menurut ulama Hanafiyah dan Syafiyah syarat utang yang dapat dijadikan alas gadai adalah:

1. Berupa utang yang tetap dapat dimanfaatkan
2. Utang harus lazim pada waktu akad
3. Utang harus jelas dan diketahui oleh *rahin* dan *murtahin*.²⁸

4. Jenis-jenis Gadai

a. Pegadaian konvensional

Jenis pegadaian ini merupakan suatu lembaga pemerintah yang memberikan uang pinjaman terhadap nasabah atas dasar hukum gadai. Pegadaian konvensional ini sudah tersebar ke semua pedesaan. Namun jenis pegadaian ini masih menggunakan sebuah sistem pencatatan manual, dengan menggunakan sistem bunga dan tarif jasa simpannya yang cukup besar.

b. Pegadaian Syariah

Jenis pegadaian ini adalah sebuah lembaga keuangan / devisi dari bentuk pegadaian dengan memberikan uang pinjaman sesuai dengan sebuah prinsip-prinsip syariat Islam. Banyak sekali keuntungan pada pegadaian syariah ini, yaitu antara lain : menggunakan sebuah sistem bagi hasil yang sesuai syariat dan prinsip-prinsip islam, tarif jasa simpan uang tidak terlalu besar, dan pada biaya administrasinya sangat kecil. Tapi, pegadaian syariah ini dalam pencatatan yang masih manual.

5. Hak dan Kewajiban Penerima dan Pemberi Gadai

a. Hak dan Kewajiban Penerima Gadai

- 1) Penerima gadai berhak menjual *marhun* apabila *rahin* tidak dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo. Hasil penjualan harta benda gadai (*marhun*) dapat digunakan untuk melunasi pinjaman (*marhun bih*) dan sisanya dikembalikan ke *rahin*.
- 2) Penerima gadai berhak mendapatkan penggantian biaya yang telah dikeluarkan untuk menjaga keselamatan harta benda gadai (*marhun*).

²⁸ Anwar, Muhammad. *Fiqh Islam*. (Bandung: PT. Almu'arif, 1998), hal. 27.

- 3) Selama pinjaman belum dilunasi maka pihak pemegang gadai berhak menahan harta benda gadai yang diserahkan oleh pemberi gadai (nasabah atau *rahin*).

Berdasarkan hak penerima gadai dimaksud, muncul kewajiban yang harus dilaksanakannya, yaitu sebagai berikut.

- 1) Penerima gadai bertanggung jawab atas hilang atau merosotnya harta benda gadai bila hal itu disebabkan oleh kelalaiannya.
- 2) Penerima gadai tidak boleh menggunakan barang gadai untuk kepentingan pribadinya.
- 3) Penerima gadai berkewajiban memberitahukan kepada pemberi gadai sebelum diadakan pelelangan harta benda gadai.

b. Hak dan Kewajiban Pemberi Gadai (*Rahin*)

- 1) Pemberi gadai (*rahin*) berhak mendapat pengembalian harta benda yang digadaikan sesudah ia melunasi pinjaman utangnya.
- 2) Pemberi gadai berhak menuntut ganti rugi atau kerusakan dan atau hilangnya harta benda yang digadaikan, bila hal itu disebabkan oleh kelalaian penerima gadai.
- 3) Pemberi gadai berhak menerima sisa hasil penjualan harta benda gadai sesudah dikurangi biaya pinjaman dan biaya-biaya lainnya.
- 4) Pemberi gadai berhak meminta kembali harta benda gadai bila penerima gadai diketahui menyalahgunakan harta benda gadainya.

Berdasarkan hak-hak pemberi gadai di atas maka muncul kewajiban yang harus dipenuhinya, yaitu:

1. Pemberi gadai berkewajiban melunasi pinjaman yang telah diterimanya dalam tenggang waktu yang telah ditentukan, termasuk biaya-biaya yang ditentukan oleh penerima gadai.
2. Pemberi gadai berkewajiban merelakan penjualan harta benda gadainya, bila dalam jangka waktu yang telah ditentukan pemberi gadai tidak dapat melunasi uang pinjamannya.²⁹

²⁹ Ali, Zainuddin. *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 40-41.

6. Implementasi Gadai (*Rahn*) pada Lembaga Keuangan Syariah

Rahnyang diimplementasi pada lembaga keuangan syariah bukanlah *rahnyang* bersifat mandiri, melainkan *rahnyang* dikonvergensi dengan akad lain, terutama dengan *qardh* dan *ijarah*. Sebenarnya, akad pokok yang digunakan di gadai syariah adalah akad *qardh*. Hanya saja, kalau akad *qardh* ini diimplementasikan secara mandiri, maka tidak ada keuntungan bagi bank syariah. Oleh karena itu, akad *qardh* ini kemudian dilengkapi dengan akad *ijarah* dan akad *rahn*. Dengan akad *ijarah*, maka bank berhak mendapatkan *fee* dengan menempatkan *marhun* sebagai *ma'jur* pada fasilitas yang disediakan oleh bank syariah.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1.
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Kesimpulan
1	Nurizki (2015)	kesesuaian produk gadai emas berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia di Bank Syariah Mandiri Surabaya	Kredit gadai belum berjalan dengan baik. Terdapat prosedur yang tidak sesuai dengan pelaksanaan produk gadainya. Nasabah yang ingin melaksanakan pembiayaan gadai di Bank Syariah Mandiri harus memenuhi prosedur yang menuntut mempunyai rekening Bank Syariah Mandiri terlebih dahulu. Oleh karena itu pihak Bank Syariah Mandiri perlu melakukan peningkatan dalam menjalankan prosedur yang sesuai dengan pelaksanaan produk gadainya dan mempermudah nasabah.
2	Ari Pradhanawati (2011)	<i>Potensi Memilih dan Prefensi Terhadap Perilaku Memilih Gadai di Perbankan Syariah</i>	Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa terdapat berbagai motif yang dijadikan alasan responden memilih gadai di perbankan

			<p>syariah yaitu motif agama sebesar 38%, motif keuntungan sebesar 19%, motif pelayanan cepat 17%, motif kondisi ekonomi 15% dan sisanya 11% mempunyai motif yang bermacam-macam. pada kesimpulan penelitian ini menyebutkan bahwa variabel potensi lah yang mempunyai pengaruh paling kuat atas perilaku memilih gadai di perbankan syariah, hal ini dikarenakan potensi dapat dijadikan rujukan oleh nasabah yang akan melakukan gadai. Salah satu potensi yang memotivasi nasabah memilih gadai di perbankan syariah adalah kecepatan dan kemudahan pelayanan serta dipengaruhi pula oleh motif agama.</p>
3	Nik Amah (2017)	Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa Rahn dan Ijarah	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta desain hubungan kuasalitas untuk melihat pengaruh variabel X dan variabel Y. variabel yang digunakan yaitu Prinsip syariah (X1), Ujrah (X2), Pelayanan (X3) dan Minat Nasabah (Y). Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa secara parsial dan simultan ketiga variabel yang diteliti berpengaruh terhadap minat nasabah. Masing-masing dari variabelnya mempunyai pengaruh positif untuk peningkatan minat nasabah dalam memilih menggunakan jasa <i>rahn</i> dan <i>ijarah</i>.</p>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata atau yang berwujud pernyataan-pernyataan verbal dalam bentuk angka. Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif analisis. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan atau memotret situasi yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam.³⁰

Penelitian deskriptif secara garis besar merupakan kegiatan yang hendak membuat gambaran suatu peristiwa atau gejala secara sistematis. Faktual dengan penyusunan yang akurat. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, actual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang dimiliki.³¹ Maksud dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai inklusi keuangan syariah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil sebagai obyek penelitian penulis adalah PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara yang beralamat di Jl. Aksara Medan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian akan dilakukan pada bulan November 2018 sampai Maret 2019.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 13.

³¹ *Ibid*

Tabel 3. 1
Pelaksanaan Waktu Penelitian

Proses penelitian	Bulan/Mingguan																			
	November 2018				Desember 2018				Januari 2019				Februari 2019				Maret 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul	■																			
Penyusunan proposal		■	■	■	■	■	■	■												
Bimbingan proposal						■	■	■	■	■	■	■								
Seminar proposal												■								
Pengumpulan Data													■	■	■	■				
Skripsi															■	■				
ACC Skripsi																	■	■		
Meja Hijau																		■		

C. Kehadiran Peneliti

Sesuai dengan ciri pendekatan kualitatif kehadiran peneliti salah satunya sebagai instrumen kunci. Dengan itu peneliti di lapangan sangat mutlak hadir atau terjun langsung dalam melakukan penelitian. Berkenaan dengan hal tersebut, dalam mengumpulkan data peneliti berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan informan yang menjadi sumber data agar data-data yang diperoleh betul-betul valid. Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti akan hadir di lapangan sejak diizinkan melakukan penelitian, yaitu dengan cara mendatangi lokasi penelitian pada waktu-waktu tertentu, baik terjadwal maupun tidak terjadwal.

D. Tahapan Penelitian

Tahapan dalam penelitian ini ada 4 tahapan yaitu:

1. Tahap pra lapangan

Tahap ini meliputi menyusun rancangan penelitian, mengurus perizinan penelitian, memilih dan memanfaatkan informan.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Tahap ini meliputi memahami latar penelitian dan persiapan diri, memasuki lapangan dan berperan serta mengumpulkan data.

3. Tahap analisis data

Tahap ini meliputi analisis selama dan setelah pengumpulan data.

4. Tahap penulisan hasil laporan penelitian

E. Data dan Sumber Data

Dua jenis data yaitu data primer dan data skunder:

1. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada.³² Yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari pihak PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. Penulis melakukan wawancara langsung dengan Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir selaku *pawning staff*. Data primer dilakukan dengan wawancara.
2. Data sekunder adalah data yang merupakan pelengkap bagi data primer yang diperoleh dari sumber penelitian dengan mempelajari berbagai sumber dokumen. Sumber dan dokumen tersebut diperoleh dari objek penelitian yang memiliki relevansi. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data mengenai perusahaan yang dikumpulkan selama penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara
Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui wawancara dan pencatatan gejala-gajala yang diselidiki.
2. Studi Pustaka
Studi pustaka adalah mencari referensi dari buku-buku dan referensi lainnya yang dapat membantu penulis dalam menyusun penulisan ini.
3. Dokumentasi (study pustaka)
Dokumentasi yaitu teknis yang digunakan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data yang ada pada objek penelitian dalam hal ini adalah perusahaan PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.

³² Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, cet, 2* (Bandung Citapustaka Media Perintis, 2014).h.66.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit melakukan sistesa, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan akan dipelajari, membuat kesimpulan, mudah dipahai oleh diri sendiri dan orang lain. Tujuan dari analisis data adalah untuk mendeskripsikan sebuah data sehingga bisa di pahami, dan juga untuk membuat kesimpulan atau menarik kesimpulan berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti.³³

1. Reduksi Data

Data yang terdapat dalam penelitian ini akan direduksi, agar tidak bertumpuk-tumpuk guna untuk memudahkan pengelompokan data serta memudahkan dalam menyimpulkannya. Menurut Miles dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakkan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan yang tertulis dari lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun dari kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, penyajian data berbentuk teks naratif diubah menjadi bentuk jenis matriks, grafiks, dan bagan. Semua dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah diraih sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan. Penyajian data merupakan bagian dari proses analisis.

3. Kesimpulan

Kesimpulan diambil setelah dilakukan pengolahan data dan analisis data. Kesimpulan bertujuan untuk memberikan gambaran final dari hasil penelitian yang berhubungan dengan maksud dan tujuan penelitian.

³³*Ibid*,h.244.

H. Pengecekan Keabsahan Temuan

Keabsahan temuan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria kredibilitas. Untuk mendapatkan data yang relevan, maka peneliti melakukan pengecekan keabsahan temuan hasil penelitian dengan cara:

1. Perpanjangan pengamatan

Peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Perpanjangan pengamatan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.³⁴ Dengan perpanjangan pengamatan ini, peneliti mengecek kembali apakah data yang telah diberikan selama ini setelah dicek kembali pada sumber data asli atau sumber data lain ternyata tidak benar, maka peneliti melakukan pengamatan lagi yang lebih luas dan mendalam sehingga diperoleh data yang pasti kebenarannya.³⁵

Adapun fenomena yang ditemukan selama ini adalah kurangnya strategi pemasaran dalam peningkatan gadai emas di perusahaan. Selain itu, persaingan dalam pemasaran gadai emas di pasaran sangat ketat. Kurang kompetennya marketing dalam peningkatan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. Naik turunnya tingkat keuntungan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.

2. Ketekunan pengamatan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Meningkatkan ketekunan itu ibarat kita mengecek soal-soal, atau makalah yang telah dikerjakan, apakah ada yang salah atau tidak. Dengan meningkatkan ketekunan itu, maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu salah atau tidak. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan maka peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

³⁴Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), h. 248.

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Cet. 6, h. 272.

3. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.³⁶

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber digunakan untuk pengecekan data tentang keabsahannya, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen dengan memanfaatkan berbagai sumber data informasi sebagai bahan pertimbangan. Dalam hal ini penulis membandingkan data hasil observasi dengan hasil wawancara dan juga membandingkan hasil wawancara dengan wawancara lainnya.

³⁶*Ibid*, h. 273.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara

PT. Bank Syariah Mandiri pada awal berdirinya bernama PT. Bank Susila Bakti (BSB). Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 yang menimbulkan berbagai dampak *negative* yang sangat kuat terhadap semua jenis kehidupan, termasuk industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank konvensional. Industri ini mengalami krisis yang sangat luar biasa. Akhirnya, pemerintah mengambil langkah dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagai bank-bank yang ada di Indonesia.

Salah satu bank konvensional yang juga terkena dampak krisis ini adalah PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh yayasan kesejahteraan pegawai (YKP), PT Bank Dagang Negara (BDN) dan PT. Mahkota Prestasi. Untuk keluar dari krisis, BSB melakukan merger dengan beberapa bank lain dan mengundang investor asing. Di saat yang sama pemerintah juga melakukan merger (penggabungan) empat bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya Bank Exim dan Bapindo. Penggabungan ini melahirkan sebuah bank bernama PT. Bank Mandiri (persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Merger ini juga menetapkan dan menempatkan PT. Bank Mandiri sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai respon dari keputusan merger, Bank Mandiri berkonsolidasi dan membentuk tim pengembangan perbankan syariah dengan tujuan mengembangkan layanan perbankan syariah dikelompok perusahaan Bank Mandiri. Selain itu, juga sebagai tindak lanjut diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998 yang memberikan peluang kepada bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system). Tim pengembangan ini menganggap bahwa diberlakukannya UU tersebut adalah momentum yang pas untuk mengonversi menjadi bank yang berjalan berdasarkan prinsip syariah yang dikenal dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri (BSM).

Konvensi PT. Bank Mandiri menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia berdasarkan SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Bank Indonesia menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri melalui SK Deputy Gubernur Senior BI No. 1/1/KEP. DSG/1999. Setelah pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, Bank Syariah Mandiri mulai beroperasi secara resmi pada tanggal 1420 H atau 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) memperoleh predikat sebagai bank syariah terbaik dari majalah info bank bahkan peringkat yang diraih mengalami peningkatan dan menjadi *leader* dari perbankan syariah lainnya. PT. Bank Syariah Mandiri ini hadir untuk bersama-sama membangun Indonesia menuju lebih baik lagi. Dengan banyaknya masyarakat yang berminat menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri baik itu kantor cabang dan kantor kas untuk memenuhi permintaan masyarakat Indonesia dalam pengguna jasa Bank Syariah Mandiri. Salah satunya didirikan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Medan Aksara yang berlokasi di Jl. Letda Sujono No.110, Kel. Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli serdang, Sumatera Utara.

a. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri

1) VISI

Menjadikan bank syariah terdepan dan modern.

2) MISI

- a) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industry yang berkesinambungan.
- b) Meningkatkan kualitas produn dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.

- f) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

b. Berikut produk-produk PT. Bank Syariah Mandiri

1) Pendanaan

a) Tabungan Ku

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

1. Syarat pembukaan rekening:

- a. Kartu Identitas: KTP/SIM dan NPWP.

2. Benefit:

- a. Online di seluruh outlet BSM.
- b. Bonus.
- c. Fasilitas e-Banking, yaitu bsm card, bsm mobile banking, dan bsm net banking.
- d. Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

3. Fitur:

- a. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadhi'ah yad dhamanah.
- b. Setoran awal minimum sebesar Rp 20.000; (tanpa ATM) dan sebesar Rp 80.000; (dengan ATM)
- c. Setoran berikutnya minimum sebesar Rp 10.000;
- d. Saldo minimum sebesar RP 20.000; (tanpa ATM) dan sebesar Rp 50.000; (dengan ATM)
- e. Minimum penarikan di counter sebesar Rp 100.000;

4. Biaya:

- a. Bebas biaya administrasi.
- b. Pemeliharaan kartu sebesar Rp 2.000;
- c. Penutupan rekening sebesar Rp 20.000;
- d. Ganti buku karena hilang atau rusak sebesar Rp 10.000;

- e. Nasabah pemilik rekening Tabungan Ku adalah nasabah perorangan.
- f. Nasabah adalah Warga Negara Indonesia.
- g. Nasabah Tabungan Ku hanya dibenarkan memiliki 1 rekening di 1 Bank.
- h. Tidak dibenarkan mendapatkan fasilitas joint account ANDN atau OR.
- i. Bila saldo kurang dari Rp 20.000; maka rekening akan ditutup oleh system dengan biaya penutupan sebesar sisa saldo.

b) BSM Tabungan Maburur

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

1. Syarat pembukaan rekening:
 - a. Kartu Identitas: KTP/SIM dan NPWP.
2. Benefit:
 - a. Mendapatkan fasilitas reminder notifikasi saldo.
 - b. Online dengan SSKOHAT Departemen Agama untuk kemudahan pendaftaran haji.
3. Fitur:
 - a. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah.
 - b. Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya penyelenggaraan Ibadah Haji/Umrah (BPIH).
 - c. Setoran awal minimal sebesar Rp 100.000;
 - d. Setoran selanjutnya minimal sebesar Rp 100.000;
 - e. Saldo didaftarkan ke SSKOHAT sebesar Rp 25.100.000;/sesuai ketentuan dari Depag.
4. Biaya:
 - a. Biaya penutupan rekening bukan karena penyetoran BPIH dan pembayaran umrah sebesar Rp 25.000;

- b. Bebas biaya pembukaan rekening.
 - c. Bebas biaya administrasi bulanan.
- c) BSM Tabungan Mabruur Junior

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah khusus untuk usia di bawah 17 tahun.

1. Syarat pembukaan rekening:

- a. Orang tua/wali QQ nama secara lengkap sesuai identitas diri.
- b. KTP/SIM dan NPWP.
- c. Kartu keluarga (KK)/Akte Kelahiran/Kartu Pelajar asli.
- d. Membuat surat pernyataan dari orang tua/wali bahwa setuju dan mengetahui buku tabungan dicetak atas nama anak.

2. Benefit:

- a. Kemudahan dapat mencetak/print *out* buku tabungan atas nama anak.
- b. Mendapatkan fasilitas reminder notifikasi saldo.
- c. Online dengan SISKOHAT Departemen Agama untuk kemudahan pendaftaran haji.

3. Fitur:

- a. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah mutlaqah.
- b. Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH)/Umrah.
- c. Setoran awal minimal sebesar Rp 100.000;
- d. Setoran selanjutnya minimal sebesar Rp 100.000;
- e. Saldo didaftarkan ke SISKOHAT sebesar Rp 25.100.000;/sesuai ketentuan dari Depag.
- f. Biaya penutupan rekening bukan karena penyetoran BPIH dan pembayaran umrah sebesar Rp 25.000;

g. Bebas biaya pembukaan rekening.

d) BSM Tabungan Dolar

Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM.

1. Syarat pembukaan rekening:

a. Kartu Identitas: KTP/SIM dan NPWP.

2. Benefit:

a. Dana (USD) aman dan tersedia sesuai ketentuan BSM.

b. Online di seluruh cabang BSM.

c. Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.

3. Fitur:

a. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadi'ah yad dhamanah. Minimum setoran awal USD100.

b. Saldo minimum USD100.

c. Biaya Administrasi USD0,5 dan dapat mengurangi saldo minimal.

d. Biaya tutup rekening USD5.

e) BSM deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah.

1. Syarat pembukaan rekening:

a. Perorangan: KTP/SIM/Paspor nasabah.

b. Perusahaan: KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP dan NPWP.

2. Benefit:

a. Bagi hasil yang kompetitif.

b. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

c. Fasilitas *Automatic Roll Over* (ARO).

3. Fitur:

a. Akad mudharabah muthalaqah.

- b. Jangka waktu yang fleksibel 1, 3, 6 dan 12 bulang.
- c. Dicarikan pada saat jatuh tempo.
- d. Minimum deposito sebesar Rp 2.000.000;

4. Biaya:

- a. Biaya Materai sebesar Rp 2.000.000;
- b. Biaya pencairan sebelum jatuh tempo sebesar Rp 30.000/rekening.

f) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*.

1. Syarat pembukaan rekening:

- a. Perorangan: KTP/SIM dan NPWP.
- b. Perusahaan: KTP Pengurus, Akte Pendiri, SIUP dan NPWP.

2. Benefit:

- a. Kemudahan transaksi dengan menggunakan cek atau B/G.
- b. Fasilitas Intercity Clearing untuk kecepatan pembayaran inkaso (Kliring antar wilayah).
- c. Fasilitas bsms card, sebagai kartu ATM sekaligus debit (untuk perorangan).
- d. Fasilitas pengiriman account statement setiap awal bulan.
- e. Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.

3. Fitur:

- a. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yaddhamanah.
- b. Setoran Awal minimum sebesar Rp 500.000; untuk perorangan dan untuk perusahaan sebesar Rp 1.000.000;
- c. Saldo minimum sebesar Rp 500.000; untuk perorangan dan untuk perusahaan Rp 1.000.000;

2) Pembiayaan

a) BSM Oto

memberikan kemudahan kepada Nasabah untuk memiliki pemilikan kendaraan roda empat baik baru maupun bekas dengan system murabahah.

1. Benefit:

- a. Uang muka mulai dari 30% dengan jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun.
- b. Proses yang mudah dan cepat.
- c. Fleksibel dalam menentukan jenis kendaraan bermotor baik baru maupun bekas.
- d. Khusus untuk mobil, maksimal usia mobil pada saat jatuh tempo pembiayaan maksimal 10 tahun.
- e. Angsuran ringan dan tetap.
- f. Marginkompetitif dan tetap hingga akhir masa pembiayaan.
- g. Proses cepat dan mudah.
- h. Bebas biaya penalty.

2. Persyaratan:

- a. Perorangan dengan masa kerja/usaha minimal 2 (dua) tahun dibidangnya.
- b. PNS status tetap tanpa memperhatikan masa kerja.
- c. Usia pemohon pada saat pengajuan Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) minimal 21 tahun dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo fasilitas PKB.
- d. Pengajuan PKB dapat dilakukan secara individu atau kolektif oleh instansi dimana pemohon bekerja.

b) BSM Griya

Memberikan kemudahan kepada Nasabah untuk memiliki rumah idaman sesuai dengan prinsip syariah.

1. Benefit:

- a. Angsuran ringan dan tetap hingga jatuh tempo pembiayaan.

- b. Proses yang mudah dan cepat.
- c. Jangka waktu pembiayaan yang panjang.
- d. Fleksibilitas untuk beli rumah baru/*second/renovasi/take over*.
- e. Fasilitas autodebet dari bsm tabungan.
- f. Bebas biaya pinalti.
- g. Bebas biaya provisi dan appraisal.

2. Persyaratan:

- a. Karyawan dengan penghasilan tetap (jangka waktu maksimal 15 tahun).
- b. Wiraswasta dan professional (jangka waktu maksimal 10 tahun).
- c. WNI cakap hukum.
- d. Usia karyawan minimal 21 tahun dan pada saat jatuh tempo pembiayaan usia maksimal 55 tahun atau belum pension, sedangkan untuk wiraswasta dan professional pada saat jatuh tempo fasilitas pembiayaan usia maksimal 60 tahun.

c) BSM MMOB

Fasilitas pembiayaan dengan alokasi sumber dana yang terikat (spesifik) dari pemilik dana (shahibul maal).

1. Benefit:

- a. Memperoleh kemudahan di dalam mengalokasikan dana yang ada.
- b. Memiliki target investasi sesuai dengan keinginan.
- c. Meringankan beban operasional karena administrasi dan monitoring dilakukan oleh Bank.

2. Peruntukan:

- a. Individu/perorangan dan perusahaan/Badan Hukum.

3. Karakteristik:

- a. Investor (shahibul maal) menginvestasikan dananya kepada Bank disertai dengan pernyataan bahwa investasi tersebut

dijaminkan kepada Bank atas pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada pelaksana usaha tertentu.

- b. Atas investasi tersebut, investor memperoleh return dari pembiayaan yang diberikan oleh Bank kepada pelaksana usaha tertentu tersebut.
 - c. Dana investasi terikat dibukukan secara on balance sheet di sisi liabilities Bank. Sedangkan penyaluran dana investasi terikat kepada pelaksana usaha tertentu dibukukan secara *on balance sheet* di sisi asset Bank.
 - d. Bentuk kepemilikan investor dalam bentuk bilyet investasi terikat Syariah Mandiri.
 - e. Risiko pembiayaan tetap ada pada Bank, namun risiko ini dapat dimitigasi dengan adanya jaminan berupa investasi terikat investor.
- d) BSM Gadai Emas

Penyerahan barang/harta dari nasabah kepada Bank sebagai jaminan sebagai atau seluruh hutang.

1. Benefit:
 - a. Persyaratan mudah.
 - b. Proses cepat.
 - c. Barang jaminan terjaga keamanannya.
2. Persyaratan:
 - a. Mengisi formulir permohonan Gadai Emas.
 - b. Membawa barang jaminan (emas).
 - c. Membuka rekening tabungan dan pembiayaan sebesar Rp 5.000.000;.
 - d. Emas yang dapat diterima 16 s/d 24 karat.
 - e. Minimal pembiayaan sebesar Rp 500.000;.
3. Karakteristik:
 - a. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad qardh dalam rangka rahn dan akad ijarah.

- b. Biaya administrasi dan asuransi barang jaminan dibayar pada saat pencairan.
 - c. Biaya pemeliharaan dihitung per 15 hari dan dibayar pada saat pelunasan.
 - d. Cukup dengan membayar biaya pemeliharaan dan administrasi bila s.d 4 bulan belum dapat melunasi pinjaman.
- e) BSM MMOB Dana Putar

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja sementara dan bukan untuk *permanent working capital*. Bersifat *self liquidating* seiring dengan menurunnya aktivitas bisnis pada periode terkait.

1. Benefit:

- a. Nasabah dapat memanfaatkan pembiayaan bank secara optimal sesuai dengan kebutuhan riil dengan cara melakukan penarikan sesuai dengan kebutuhan.
- b. Menanggulangi kesulitan likuiditas nasabah terutama kebutuhan dana jangka pendek.

2. Karakteristik:

- a. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad musyarakah.
- b. Untuk pembiayaan usaha komersial kecil, menengah, komersial besar, dan korporasi.
- c. Jangka waktu pembiayaan adalah 1 tahun dan dapat diperpanjang.
- d. Penarikan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan media cek/BG. Transfer dengan menyertakan cek/BG.
- e. Nasabah menyampaikan laporan penggunaan dana pembiayaan ke bank secara periodic (bulanan).

- f. Setiap periode penggunaan fasilitas Pembiayaan Dana Berputar harus dipastikan digunakan untuk pencapaian realisasi sales sehingga bagi hasil dapat direalisasikan.

f) BSM Warung Mikro

1. Benefit:

- a. Sesuai syariah.
- b. Persyaratan ringan.
- c. Proses pembiayaan cepat.
- d. Angsuran ringan dan tetap hingga jatuh tempo.

2. Produk pembiayaan warung mikro:

- a. Pembiayaan Usaha Mikro Tunas.
- b. Pembiayaan Usaha Mikro Madya.
- c. Pembiayaan Usaha Mikro Utama.

3. Peruntukan:

- a. Perorangan golongan berpenghasilan tetap (Golbertap) seperti PNS, pegawai swasta, wiraswasta, dll.
- b. Badan usaha.

4. Fitur Produk:

a. Pembiayaan Usahan Mikro Tunas (PUM-Tunas).

- 1) Limit pembiayaan mulai dari sebesar Rp 2.000.000; hingga sebesar Rp 10.000.000;.
- 2) Jangka waktu maksimal 36 bulan, dengan biaya administrasi sesuai ketentuan BSM.

b. Pembiayaan Usaha Mikro Madya (PUM-Madya).

- 1) Limit pembiayaan mulai dari sebesar Rp 10.000.000; hingga sebesar Rp 50.000.000;
- 2) Jangka waktu maksimal 36 bulan, dengan biaya administrasi sesuai ketentuan BSM.

c. Pembiayaan Usaha Mikro Utama (PUM-Utama).

- 1) Limit pembiayaan mulai dari sebesar Rp 50.000.000; hingga sebesar Rp 100.000.000;.

- 2) Jangka waktu maksimal 48 bulan, dengan biaya administrasi sesuai ketentuan BSM.

5. Persyaratan:

- a. Wiraswasta/Profesi.
 - 1) Usaha telah berjalan minimal 2 tahun.
 - 2) Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah pada saat pengajuan dan maksimal 55 tahun saat pembiayaan lunas.
- b. Perorangan Golbertap.
 - 1) Status pegawai tetap dengan masa dinas minimal 1 tahun.
 - 2) Usia minimal 21 tahun pada saat pengajuan dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo fasilitas pembiayaan.
- c. Badan Usaha.
 - 1) Usaha telah berjalan minimal 2 tahun.
 - 2) Surat keterangan/ijin usaha.
 - 3) Akta pendirian/perubahan perusahaan



Gambar IV.1. Logo PT. Bank Syariah Mandiri

Sumber :PT. Bank Syariah Mandiri

2. Makna dan Arti Logo Perusahaan PT. Bank Syariah Mandiri

Logo baru Bank Syariah Mandiri tetap diambil dari pemilik saham terbesar perusahaan tersebut yakni PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Logo baru Bank Syariah Mandiri (tanpa kata bank) sejalan dengan kebijaksanaan bank Indonesia ke depan yang mengizinkan bank untuk menjual produk-produk non bank seperti reksadana, bank insurance, dll serta sejalan dengan rencana pemilik saham Bank Syariah Mandiri yakni PT. Bank Mandiri (persero) Tbk, yang berencana memiliki anak perusahaan non bank.

Bentuk logo baru Bank Syariah Mandiri dengan huruf kecil melambangkan sikap ramah dan rendah hati terhadap semua segmen bisnis yang dimasuki, menunjukkan keinginan yang besar untuk melayani dengan rendah hati. Warna huruf hijau tua melambangkan kesuburan, pengembangan dan pertumbuhan sekaligus melambangkan nilai-nilai agama. Warna hijau tua ini juga melambangkan warisan luhur, stabilitas, serius, tahan uji, dasar pondasi yang kuat, berhubungan dengan kesetiaan, hal yang dapat dipercaya, kehormatan yang tinggi serta sebagai symbol dari spesialis.

Gelombang emas cair sebagai symbol dari kekayaan financial di Asia. Lengkungan emas sebagai metamorfosa dari sifat agile, progresif, pandangan kedepan, fleksibilitas serta ketangguhan atas segala kemungkinan yang akan datang.

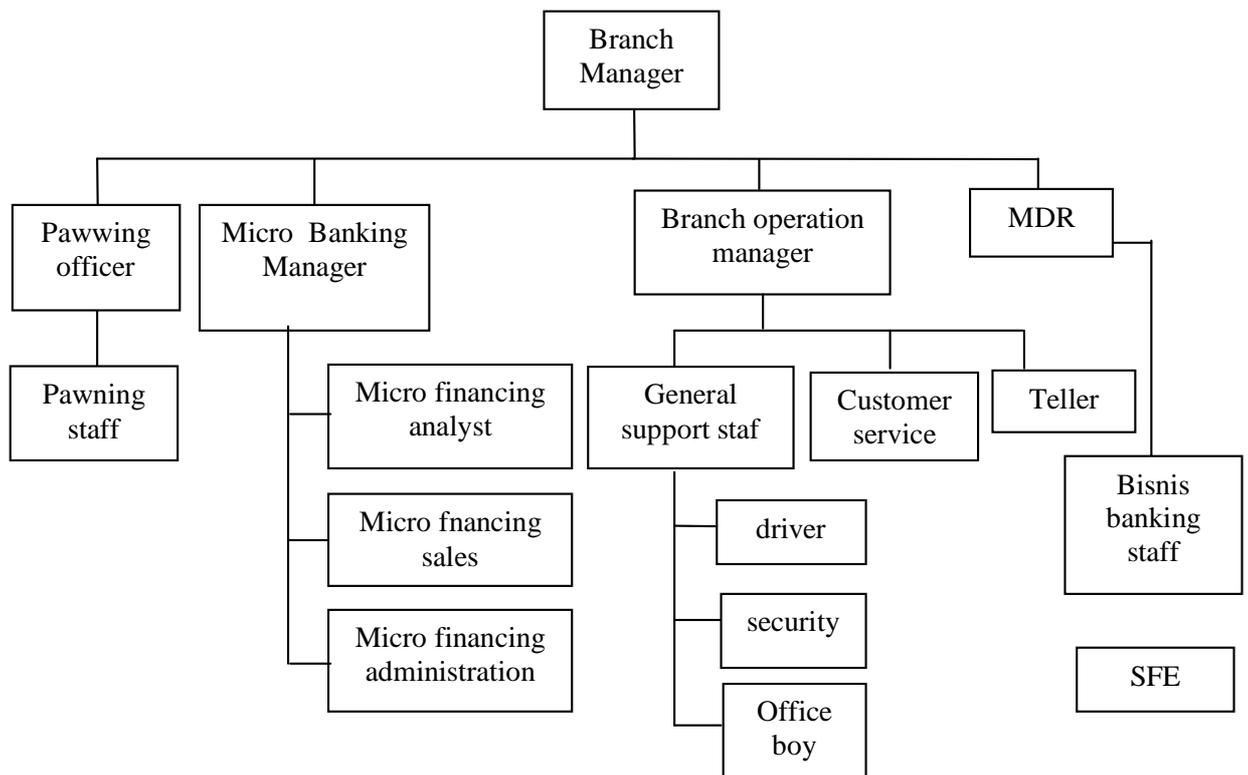
Sedangkan untuk warna kuning emas menunjukkan keagungan, kemuliaan, kemakmuran dan kekayaan. Symbol ini menjadikan kita merasa tajam perhatiannya (warna yang menarik perhatian orang), aktif, kreatif dan meriah. Warna spiritual dan melambangkan hal yang luar biasa. Warna ini juga terkesan ramah, menyenangkan, nyaman serta diterima sebagai warna riang yang membuat perasaan bahwa masa depan lebih baik, cemerlang, menyala-nyala, memahami, dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan.

3. Struktur Organisasi Perusahaan dan Deskripsi Tugas

Struktur organisasi merupakan gabungan antara personil yang satu dengan personil yang lainnya dalam menjalankan sebuah tugas. Organisasi ini dibentuk karena adanya suatu kerja sama yang baik dalam melakukan aktivitas perusahaan. Struktur organisasi membantu mempertajam aktivitas kunci organisasi dan menunjukkan pola koordinasi yang digunakan untuk menjalankan strategi. Untuk mencapai tujuan perusahaan, perusahaan harus membuat struktur organisasi yang baik dan efektif sehingga perusahaan dapat menjalankan visi dan misi yang telah dibuat. Perubahan dalam strategi sering mengharuskan adanya perubahan dalam struktur organisasi. Struktur harus dirancang untuk mempermudah perusahaan melaksanakan keputusan strategi dan karena itu menyesuaikan dengan strategi.

Dalam hal ini PT. Bank Syariah Mandiri memakai struktur organisasi garis dan fungsional yang menggambarkan dalam tugas, wewenang, dan tanggung jawab. PT. Bank Syariah Mandiri mempunyai struktur organisasi yang dapat dilihat pada gambar II.2 sebagai berikut:

**STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK SYARIAH MANDIRI KC
MEDAN AKSARA**



Gambar IV.1 :Struktur Organisasi Perusahaan PT. Bank Syariah Mandiri

Sumber :PT. Bank Syariah Mandiri

1) Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Masing-masing jabatan yang terdapat di struktur Organisasi perusahaan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

a. Branch Manager

Memimpin, mengelola, mengembangkan, mengawasi, dan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan segmen bisnis dan operasional bank di *branch office* serta bertanggung jawab atas pencapaian kinerja seluruh unit bisnis yang berada dibawah supervisi cabangnya.

Tanggung jawab utama:

- 1) Memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan (*micro, bussines banking, consumer*) pendanaan, *fee based income*, dan laba bersih yang ada dilokasi yang berada dalam koordinasinya.
- 2) Menggali potensi bisnis yang ada dilokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portopolio pembiayaan, penghimpunan dana pihak ketiga, perbaikan kualitas aktiva produktif, meningkatkan pendapatan non operasional.
- 3) Memastikan standar pelayanan nasabah berjalan sesuai dengan ketentuan.
- 4) Memastikan segala aktivitas operasional memenuhi ketentuan prudensilitas.
- 5) Menindaklanjuti setiap temuan audit

b. Brance operation manager

Memastikan aktivitas operasional *brance office* terkelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan target operasional tercapai sesuai ketepatan *head office*.

Tanggung jawab utama:

- 1) Memastikan terkendalinya biaya operasional *brance office* dengan efisien dan efektif.
- 2) Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
- 3) Memastikan terlaksananya layanan nasabah yang optimal sesuai standar layanan *brance office*.

- 4) Memastikan ketersediaannya likuiditas yang memadai.
- 5) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumen dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 6) Memastikan pemenuhan kewajiban pelaporan sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- 7) Memastikan kebenaran dan kewajaran pencatatan laporan keuangan.
- 8) Mengelola sarana dan prasarana *branch office*.
- 9) Memastikan implementasi *know you customer*(KYC) dengan baik dan sempurna.
- 10) Memastikan implementasi peraturan perusahaan dan ketentuan internal perusahaan bidang ketenagakerjaan kepada seluruh pegawai *branch office*.

c. General Support Staff

Memastikan penyediaan kebutuhan dana keamanan sarana dan prasarana kantor untuk mendukung kegiatan operasional dan bisnis di sub *branch office*.

Tanggung jawab:

- 1) Menyusun laporan atas realisasi biaya-biaya yang berhubungan dengan personalia maupun fasilitas kantor.
- 2) Mengelola dan membuat laporan penggunaan kas kecil harian sesuai dengan wewenang yang berlaku.
- 3) Mengelola pengadaan, pendistribusian bvcxn serta pemeliharaan sarana serta prasarana kantor.
- 4) Melaksanakan dan mengadministrasikan penutupan asuransi seluruh aset milik bank.
- 5) Bertindak sebagai level pertama untuk mengatasi permasalahan penggunaan teknologi informasi di wilayah cabang terkait.
- 6) Memastikan pelaksanaan backup data secara berkala.
- 7) Melakukan *dual custoday* penyimpanan agunan bersama organ *pawning*.

- 8) Melakukan penyusutan atas nilai buku investaris kantor serta aktivita tetap milik kantor lainnya.
- 9) Melakukan pengurusan perizinan yang dikelola oleh cabang.

d. Customer Service

Melaksanakan kegiatan operasional dan pelayanan nasabah sesuai dengan ketentuan bank dan standar pelayanan.

Tanggung jawab utama :

- 1) Memberikan informasi produk dan jasa BSM kepada nasabah.
- 2) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito.
- 3) Memblokir kartu ATM nasabah sesuai permintaan nasabah.
- 4) Melayani permintaan buku Cek/Bilyet Giro, surat referensi bank/surat keterangan bank dan sebagainya.
- 5) Mendistribusikan salinan rekening koran kepada nasabah.
- 6) Menginput data *customer* dan *loan facility* yang lengkap kepada nasabah.
- 7) Memelihara persediaan kartu ATM sesuai kebutuhan.
- 8) Menyampaikan dokumen berharga bank dan kartu ATM kepada nasabah.
- 9) Membuat laporan pembukaan dan penutupan rekening, keluhan nasabah serta *stock opname* kartu ATM.
- 10) Memproses transaksi pengiriman dan pembayaran melalui *western union*.
- 11) Memastikan tersedianya media promosi produk dan jasa BSM dicabang.

e. Teller

Melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai (rupiah dan valuta asing), pengambilan/penyetoran non tunai, surat-surat berharga dan kegiatan kas lainnya serta terselenggaranya layanan di bagian kas secara benar, cepat dan sesuai dengan standart pelayanan.

Tanggung jawab :

- 1) Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan SOP.
- 2) Mengelola saldo kas teller sesuai limit yang ditentukan.
- 3) Mengelola uang yang tidak layak edar /uang palsu.
- 4) Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu *speciment* tanda tangan.
- 5) Melakukan *cash count* dimesin ATM BSM

f. Pawning Officer

Mencapai tingkat serta volume aktifitas pemasaran dan pelayanan gadai yang efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan secara *prudent*.

Tanggung jawab:

- 1) Memastikan pencapaian target bisnis gadai emas BSM yang telah ditetapkan meliputi pembiayaan gadai dan *fee based income* gadai baik kuantitatif maupun kualitatif.
- 2) Memastikan akurasi penaksiran barang jaminan.
- 3) Mengidentifikasi dan memitigasi *frand* dan potensi resiko lainnya (pemalsuan emas dan lain-lain) yang dapat merugikan bank.
- 4) Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan dan prudentialitas seluruh aktifitas gadai.
- 5) Memastikan pelaksanaan standar layanan nasabah gadai.
- 6) Memastikan ketepatan waktu dan akurasi pelaporan gadai.
- 7) Memastikan kelengkapan, kerapian, dan keamanan dokumentasi sesuai ketentuan yang berlaku.
- 8) Memastikan tindak lanjut hasil audit intern/ekstern.
- 9) Memastikan tindak lanjut persetujuan atau penolakan pembiayaan gadai yang diajukan diatas limit officer gadai.
- 10) Menyelesaikan fasilitas pembiayaan gadai bermasalah.
- 11) Meningkatkan hubungan bisnis antara bank dengan nasabah dan upaya promosi lainnya sesuai dengan target yang ditetapkan.

g. Pawning Staff

Mencapai tingkat serta volume aktifitas pemasaran, operasional, dan layanan gadai yang efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan secara *prudent*.

Tanggung jawab utama :

- 1) Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai.
- 2) Memastikan kualitas (kadar) barang jaminan yang dijaminkan.
- 3) Menindak lanjuti persetujuan atau permohonan pembiayaan gadai hingga limit officer gadai.
- 4) Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan keputusan komite pembiayaan gadai.
- 5) Memutakhirkan dokumen dan data nasabah sesuai kelolaan.
- 6) Memenuhi seluruh standar layanan gadai.

h. Micro Banking Manager

Memimpin, mengelola, mengawasi dan mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan sarana organisasi warung mikro secara efektif dan efisien untuk merealisasikan target bisnis warung mikro yang telah ditetapkan.

Tanggung jawab utama:

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis warung mikro yang telah ditetapkan.
- 2) Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan dan rudentialitas seluruh aktivitas warung mikro.
- 3) Memastikan pengendalian dan pembinaan warung mikro.
- 4) Memastikan teraksananya standar layanan nasabah diwarung mikro.
- 5) Memastikan pelaporan (intern dan ekstern) dilakukan secara akurat dan tepat waktu.
- 6) Memastikan kelengkapan kerapihan, dan keamanan dan dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 7) Memastikan tindak lanjut hasil audit intern/ekstern.

i. Driver

Menjamin kebersihan,kenyamanan,keamanan kendaraan dinas / kendaraan oprasional termasuk menjamin keamanan kendaraan dan penumpangan selama perjalanan.

Tanggung jawab utama:

- 1) Menjamin kendaraan dinas/kendaraan operasional siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan, oli, air radiator, ban, kunci-kunci, dan hal lain terkait hal tersebut.
- 2) Memelihara dan merawat kendaraan agar tetap bersih, berfungsi, dan siap pakai.
- 3) Mengantar/menjemput pegawai yang dinas diluar dengan hal tersebut.
- 4) Melapor kerusakan kendaraan kepada atasan.
- 5) Mengajukan *service* kendaraan kepada atasan secara berkala..
- 6) Memeriksa dan memelihara surat-surat kendaraan.
- 7) Menjamin keselamatan dirinya dan penumpang dalam mobil yang dikendarainya sesuai dengan peraturan lalu lintas.
- 8) Menyimpan kendaraan dengan tertip dan menyerahkan kunci *kesecurity*.

j. Security

Menjamin keamanan aset kantor, menjaga ketertiban dan melaksanakan aktivitas setandar layanan dilingkungan kerja.

Tanggung jawab utama:

- 1) Menjaga keamanan dan ketertiban dilingkungan kerjanya.
- 2) Memelihara seluruh perlengkapan dan peralatan *security* dibawah tanggung jawabnya.
- 3) Melaksanakan seluruh perlengkapan pengamanan dan pelayanan terbaik kepada nasabah sesuai dengan standar layanan dan ketentuan yang telah ditetapkan.
- 4) Melaksanakan tugas pengawalan uang/barang berharga/dokumen penting.
- 5) Melaksanakan ketertiban dan kerapihan antrian nasabah di banking hall.

- 6) Melaksanakan ketertiban parkir kendaraan dilingkungan gedung kantor.
- 7) kerapihan,kebersihan,dan kenyamanan diruan ATM.
- 8) Menjaga kerapihan dan kelengkapan didalam *banking hall*(aplikasi,brosur,dan lain-lain).

k. Micro Financing Analisis

Melakukan verifikasi terhadap lokasi usaha, kelayakan usaha, dan penilaian agunan untuk pembiayaan segmen *micro* sesuai dengan kelolaannya.

Tanggung jawab utama:

- 1) Melakukan kunjungan kelokasi usaha nasabah untuk memastikan kelayakan usahadan penghasilan dengan melengkapi form verifikasi kelayakan usaha.
- 2) Melakukan verifikasi hasil input yang dilakukan oleh marketing pada aplikasi scoring POS.
- 3) Memastikan proses penilaian agunan sesuai ketentuan yang berlaku dengan melengkapi from penilaian agunan.
- 4) Menyampaikan laporan bulan.
- 5) *Acceptance* dan *disburment rate*.
- 6) Total aplikasi masuk.
- 7) Laporan pencatatan SLA (dimulai sejak input sampai pencairan).

l. Micro administration

Melakukan pengelolaan pengadministrasian segala sesuatu yang berkaitan dengan segmen warung mikro.

Tanggung jawab utama:

- 1) Melakukan pengecekan permohonan dokumen permohonan pembayaran sesuai dengan *check*.
- 2) Melakukan input pembayaran dengan benar dan akurat.
- 3) Mencetak dokumen-dokumen sebagai berikut.
- 4) NAP (nota analisa pembiayaan).
- 5) Memo persetujuan pembiayaan.
- 6) Surat penolakan.

- 7) Menindak lanjuti permintaan dokumen yang belum dilengkapi.
- 8) Menyimpan dan mengadministrasikan dokumen pembiayaan cabang yang belum lengkap.

m. Office Boy

Menjamin kebersihan dan kenyamanan dilingkungan kerja sesuai standar layanan serta membantu kelancaran oprasional bank.

Tanggung jawab utama:

- 1) Menjaga kebersihan dilingkungan/kawasan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah.
- 2) Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam berkerja.
- 3) Menjaga dan merawat peralatan kerja agar tidak mudah rusak.
- 4) Melaporkan kerusakan peralatan kerja kepada atasan.
- 5) Membantu *frontliner* dalam hal *photocopy* dokumen dan terkait dengan proses tersebut.
- 6) Menjamin keamanan dan kebersihan dokumen selama dalam pengawasannya.

B. Temuan Penelitian

Dari hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti pada kurun waktu bulan february 2019. Dengan jumlah pertanyaan yaitu 12, dimana seluruh informan yang melakukan wawancara adalah karyawan Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara Jl. Letda Sujono No.110, Kel. Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli serdang, Sumatera Utara.

Berikut adalah hasil wawancara dari penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara Jl. Letda Sujono No.110, Kel. Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli serdang, Sumatera Utara dengan *Business Banking Relationship Managery* yaitu Bapak Yala Awlya Perkasa Zen dan Bapak Munawir selaku *Pawning Staff*.

1. Sistem marketing apakah yang digunakan di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.?

- a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Sistem marketing yaitu suatu sistem dari kegiatan bank syariah yang dirancang untuk merencanakan, promosi dan penentuan harga. Atau mendistribusikan barang-barang yang bisa memuaskan nasabah dan juga dapat menaikan pasar serta tujuan bank syariah itu sendiri”.³⁷
 - b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Sistem marketing yaitu suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Dengan menggunakan promosi dan penentuan harga, tanpa kegiatan pemasaran jangan harap keinginan nasabah terpenuhi”.³⁸
2. Bagaimana penerapan strategi marketing dalam peningkatan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.?
- a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Penerapan strategi yang dilakukan yaitu dengan cara ngefollow up ulang nasabah-nasabah yang sudah lunas, nasabah yang sudah pernah menggadai dilakukan penawaran ulang jika nasabah tersebut ingin menggadai kembali. Dan Bank Syariah Mandiri berkunjung kepasar-pasar, dimana disana terdapat pedagang ataupun mungkin pengunjung yang mungkin saja membutuhkan uang lebih cepat dengan cara menggadai emas. Biasanya Bank Syariah Mandiri membuat surat penawaran apakah itu dari situs baik perkantoran ataupun sekolah. Bank Syariah Mandiri juga membuka gerai, promosikan program dari perusahaan. Gadai itu sendiri ada dua yaitu gadai emas dan cicil emas”.³⁹
 - b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Strategi yang dilakukan yaitu dengan cara bersilaturahmi keinstansi pemerintah dimana mempromosikan produk cicil emas, dengan cara presentasi atau sosialisasi seperti gerai. Bank Syariah Mandiri juga berkunjung kepasar bertemu para pedagang untuk ditawarkan produk gadai emas ataupun cicil emas. Dalam

³⁷ Wawancara dengan Bapak Yala Awlya Perkasa Zen (*Business Banking Relationship Manager*) di Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara Jl. Letda Sujono No.110, Kel. Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli serdang, Sumareta Utara. pada hari Rabu, 27 Februari 2019.

³⁸ Wawancara dengan Bapak Munawir (*Pawning Staff*) di Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. pada hari Rabu, 27 Februari 2019.

³⁹ *Ibid.*

gadai emas syariah terdapat biaya administrasi maupun biaya pemeliharaan yaitu, biaya administrasi yang dibebankan kepada penggadai. Sedangkan biaya pemeliharaan atau penyimpanan merupakan biaya yang dibutuhkan untuk merawat barang gadai selama jangka waktu pada akad gadai, sesuai dengan ketentuan biaya penyimpanan menjadi tanggung jawab penggadai. Ada juga produk yaitu pemasaran menyiapkan produk yang ditingkatkan (augmented product) untuk memenuhi keinginan pelanggan sesuai harapan mereka. Kemudian memberikan potongan dan diskon yaitu potongan harga dari harga tercatat atau terdaftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli. Lalu Promosi merupakan salah satu faktor penting didalam memasarkan suatu produk, karena dengan promosi calon pembeli akan mengetahui keberadaan suatu produk dipasaran dan bagi perusahaan promosi sekaligus merupakan bentuk komunikasi pemasaran ke calon konsumen untuk menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan pasar atas perusahaan dan produknya.”⁴⁰

3. Apa hambatan dalam menjalankan marketing syariah.?
 - a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Hambatannya yaitu karena ketersediaan produk dan standarisasi. Kemudian nasabah masih kurang memahami tentang produk-produk perbankan syariah”.⁴¹
 - b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Hambatannya yaitu ketersediaan produk dan standarisasi produk perbankan syariah. Lalu masih sedikitnya tingkat pemahaman nasabah tentang produk-produk perbankan syariah”.⁴²
4. Selama ini bentuk pemasaran apa yang paling efektif dalam menarik nasabah.?
 - a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Bentuk pemasara yang paling efektif dalam menarik nasabah yaitu strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*

dengan prinsip-prinsip pelaksanaan atau gagasan secara rasional, efisien dan efektif. Untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pemasar agar tepat dalam pencapaian tujuan memerlukan mengetahui sasaran yang dituju, yaitu dengan mengetahui kemampuan dan kelemahan bank syariah untuk mendapatkan peluang”.⁴³

- b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Bentuk pemasara yang paling efektif dalam menarik nasabah yaitu dengan cara mengetahui sasaran yang dituju, yaitu dengan mengetahui kemampuan dan kelemahan bank syariah untuk mendapatkan peluang”.⁴⁴
5. Transaksi apakah yang harus dihindari marketing syariah.?
 - a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Transaksi yang harus dihindari marketing syariah yaitu seperti gharar. Gharar merupakan melakukan sesuatu tanpa pengetahuan yang mencukupi atau mengambil risiko tanpa mengetahui apa akibat dari perbuatannya. Misalnya, Gharar dalam kualitas, dalam harga, dan dalam waktu penyerahan. Kemudian tadlis merupakan perdagangan dengan penipuan. Jika dalam gharar baik penjual maupun pembeli tidak mengetahui kualifikasi barang, maka dalam tadlis hanya satu pihak yang tidak mengetahuinya. Kemudian menimbun barang untuk menaikkan harga, menjual barang hasil curian dan korupsi, transaksi najasy, mengingkari perjanjian, mempermainkan harga dan masih banyak lagi”.⁴⁵
 - b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Transaksi yang harus dihindari marketing syariah yaitu Gharar, Tadlis, menimbun barang, mematikan pedagang kecil, mengingkari perjanjian, bersifat memaksa, mempermainkan harga yang dampaknya dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain”.⁴⁶
 6. Kapan pembiayaan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara diluncurkan.?

⁴³*Ibid.*

⁴⁴*Ibid.*

⁴⁵*Ibid.*

⁴⁶*Ibid.*

- a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Pembiayaan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara diluncurkan tepatnya pada tanggal 30 Maret 2010”.⁴⁷
 - b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Pembiayaan gadai emas diluncurkan pada tanggal 30 Maret 2010 di cabang Aksara, kalau di cabanag mandiri umum secara nasional yaitu pada tahun 2000 di Jakarta”.⁴⁸
7. Faktor apa saja yang mendukung keberhasilan di program gadai emas.?
- a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Faktor yang mendukung keberhasilan program gadai emas yaitu kemauan, jika program yang sudah dikerjakan benar-benar dijalankan maka program itu berhasil. Produk gadai emas diperuntukan untuk perorangan sedangkan jaminan yang dapat diterima yaitu emas berupa perhiasan maupun batangan dengan kadar minimal 22 karat.”.⁴⁹
 - b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Faktor yang mendukung keberhasilan program gadai emas yaitu pada awal tahun mengadakan spesial promo yang terdapat pocer dan souvenir. Bank Syariah Mandiri juga membagikan sembako kepada nasabah menjelang ramadhan. Jika program gadai emas tercapai ada yang diberikan kepada nasabah sebagai ketertarikan nasabah untuk menggadai ataupun cicil emas di Bank Syariah Mandiri jadi meningkat. Untuk perhitungan taksiran untuk emas biasa yaitu 80% sedangkan untuk emas batangan yaitu 95%.”.⁵⁰
8. Bagaimana sistem pengambilan keuntungan dari transaksi pembiayaan gadai emas ini, apakah setiap jumlah pinjaman dari proses penaksiran memiliki jumlah pengambilan yang sama atau berbeda.?
- a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Pengambilan keuntungan dari transaksi pembiayaan gadai emas ini yaitu berbeda, dari setiap berapa

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ *Ibid.*

nasabah yang ingin menggadaikan yaitu ujah bagi hasil. Jadi tergantung nasabah berapa nominal besar yang ingin digadaikan.⁵¹

- b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Pengambilan keuntungannya yaitu berbeda. Ujah yaitu berbeda nasabah satu dengan nasabah yang lain, tergantung nasabah pinjamannya berapa. Semakin besar pinjaman nasabah maka semakin besar juga margin atau ujah yang nasabah dapat dari Bank. Jika semakin kecil nasabah menggadai ujahnyapun semakin kecil”.⁵²
9. Bagaimana kebijakan pinjaman yang ditentukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara terkait dengan transaksi pembiayaan gadai emas.?
 - a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Kebijakan pinjaman yang ditentukan oleh Bank Syariah Mandiri yaitu memperhitungkan besaran objek yang bisa diberikan dari gadai melalui karat, karat dari hasil isi emas itu sendiri. Dari jangka waktu yang ditentukan yaitu 4 bulan sudah bisa diperpanjang selama 3 kali. Kalau untuk emas yang bisa diterima yaitu 4 karat tetap, jika perhiasan yaitu minimal 22 karat”.⁵³
 - b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Kebijakan yang ditempokan yaitu 4 bulan, boleh diperpanjang sampai nasabah mempunyai dana atau rezeki. Taksiran untuk emas biasa yaitu 80% sedangkan untuk emas batangan yaitu 95%. Nasabah menggadaikan maksimal sampai dengan ratusan ribu”.⁵⁴
 10. Bagaimana proses penyelesaian masalah terkait nasabah yang melakukan gagal bayar pada saat tanggal jatuh tempo yang ditentukan.?
 - a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Proses penyelesaian masalah terkait nasabah yang melakukan gagal bayar yaitu dengan cara menawarkan

⁵¹*Ibid.*

⁵²*Ibid.*

⁵³*Ibid.*

⁵⁴*Ibid.*

perpanjangan, jika memang nasabah tidak ingin perpanjangan dan tidak mampu pelunasan maka akan dilelang”.⁵⁵

- b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Gagal bayar jatuh tempo istilahnya H+O. Nasabah yang melakukan gagal bayar maka akan mendapatkan surat peringatan dan disampaikan langsung ataupun via pos jika nasabah tidak ada di tempat dan nomor yang bisa dihubungi. Kemudian selanjutnya ketika surat peringatan sudah diterima atau sudah disampaikan kepada nasabah tidak mendapatkan respon seperti nasabah tidak peduli sama sekali, maka bank berhak untuk menjual emasnya yang digadaikan oleh nasabah ke toko emas rekanan”.⁵⁶

11. Bagaimana proses pelelangan tersebut dilakukan.?

- a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Lelang yaitu biasanya terbuka, tetapi jarang dilakukan. Jika nasabah tidak mampu menebus emas yang digadaikan maka bank mencari pembelinya atau menjual emas tersebut ke toko emas sehingga tidak terjadi pelelangan. Karna jika mengadakan pelelangan akan menghabiskan waktu”.⁵⁷
- b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “lelang yaitu sifatnya terbuka, tetapi lelang tidak pernah dilakukan karena bank akan mencari pembelinya ataupun menjual emas tersebut ke toko emas ataupun nasabah yang mempunyai kenalan tukang emas. kemudian berapa hasil dari penjualan tersebut bank akan menutupi atau melunasi pinjamannya, selebihnya menjadi hak kepada nasabah dan akan distorkan kerekening nasabah”.⁵⁸

12. Persyaratan apa yang harus dipenuhi dalam memperoleh gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara.?

- a. Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* menjawab sebagai berikut: “Persyaratannya yaitu membawa formulir permohonan gadai emas, membawa barang jaminan (emas)”.⁵⁹

⁵⁵*Ibid.*

⁵⁶*Ibid.*

⁵⁷*Ibid.*

⁵⁸*Ibid.*

⁵⁹*Ibid.*

- b. Jawaban Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* yaitu: “Persyaratan yang harus dipenuhi yaitu membawa formulir gadai emas, membawa barang jaminan (emas), minimal pembiayaan ratusan ribu”.⁶⁰

C. Pembahasan

Hasil penelitian di atas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti selama kurun waktu Februari 2019 dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian dari pengurusan surat izin penelitian mulai pada Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, hingga persetujuan Operasional Manager pada Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara Jl. Letda Sujono No.110, Kel. Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli serdang, Sumatera Utara sebagai informan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang, bagaimana penerapan strategi marketing dalam peningkatan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri.

Dari pertanyaan yang pertama dengan narasumber Bapak Yala Awlyya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir selaku *Pawning Staff* tentang Sistem marketing apakah yang digunakan di Bank Syariah Mandiri. Bahwasanya jawaban dari kedua belah pihak sama dengan hal tersebut sama dengan sistem marketing yang digunakan di bank syariah mandiri dengan buku dasar-dasar pemasaran yaitu bahwa pemasaran syariah juga berfungsi sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Peran pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan pada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai super, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif, serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip

⁶⁰*Ibid.*

kepuasan pelanggan. Sistem marketing merupakan suatu pola hubungan dari pelaku-pelaku kegiatan pemasaran (lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasar barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan) yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dan pasarnya, yang memiliki suatu tujuan transaksional.⁶¹

Dari pertanyaan ke dua dengan narasumber Bapak Yala Awlya Perkasa *Zen Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai penerapan strategi marketing dalam peningkatan gadai emas di Bank Syariah Mandiri. Jawaban dari ke dua belah pihak sama, yaitu hal tersebut sama dengan strategi marketing dalam peningkatan gadai emas di Bank Syariah Mandiri yang ada pada buku marketing syariah. Yaitu strategi marketing ialah setiap perusahaan selalu melakukan kegiatan pemasaran, yang merupakan ciri dari aktifitas usahanya. Tidak ada satu badan usahapun terlepas dari kegiatan pemasaran ini. Kegiatan pemasaran yang dilakukan setiap perusahaan perlu dikoordinasikan dan diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan umumnya dan tujuan bidang pemasaran khususnya. Bank Syariah Mandiri sendiri mempunyai tujuan atau sasaran dalam memasarkan produk gadai emas syariah yaitu semua kelompok komunitas tidak terkecuali nasabah yang ingin membuka rekening ditawarkan produk gadai emas. Agar dapat melaksanakan program yang telah direncanakan Bank Syariah Mandiri memaksimalkan pengembangan produk gadai emas syariah yaitu dengan membuka pameran-pameran, produk-produk Bank Syariah Mandiri disuatu tempat misalnya dimasjid-masjid, sekolah-sekolah, dan pasar maupun dilingkungan perumahan. Marketing syariah itu sendiri merupakan penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Marketing syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesional dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah. Seorang marketig syariah juga bersifat muhanistis yaitu dalam arti menjadi seorang marketer yang terkontrol, seimbang, tidak serakah dan tidak menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang besar, kepedulian sosial dengan berbagai kemudahan dalam melayani nasabah.⁶²

⁶¹ Harini. *Dasar-dasar Pemasaran*. (Surakarta:2008). h. 17

⁶²Nurul Huda. *Pemasaran Syariah*. (PT. Kharisma Putra Utama, Oktober 2017). h. 163.

Berdasarkan penelitian wawancara yang ke tiga kepada informan yaitu Bapak Yala Awlya Perkasa *Zen Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai hambatan dalam menjalankan marketing syariah. Mereka memiliki jawaban yang sama dengan jurnal konsep marketing syariah dan implementasi. Bisnis perbankan syariah masih belum bisa berkembang pesat di Indonesia. Hal itu disebabkan karena masih ada persoalan yang menghambat bisnis perbankan syariah tersebut. Seperti masih kurangnya pemahaman nasabah dalam memahami produk-produk perbankan syariah. Hingga saat ini aset industri perbankan syariah masih memiliki pangsa pasar di bawah 4%. Standarisasi ini diperlukan dengan alasan industri perbankan syariah memiliki perbedaan dengan bank konvensional. Apalagi, produk bank syariah tidak hanya diperuntukan bagi nasabah muslim, melainkan juga nasabah nonmuslim.⁶³

Berdasarkan penelitian wawancara yang ke empat kepada informan yaitu Bapak Yala Awlya Perkasa *Zen Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai Selama ini bentuk pemasaran apa yang paling efektif dalam menarik nasabah. Mereka memiliki jawaban yang sesuai dengan buku syariah marketing. Yang merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan ketika menjalankan sebuah usaha, baik usaha baru maupun usaha lama yang telah dirintis bertahun-tahun lamanya. Sebelum menjalankan marketing, pertama kali yang harus dilakukan adalah menentukan konsep marketing serta strategi pemasaran yang efektif dalam menjual produk. Strategi adalah dasar bagi kelanjutan kegiatan marketing yang telah direncanakan sebelumnya. Beberapa hal yang biasanya dibahas saat menyusun rencana strategi adalah siapa target pasar, bagaimana cara membidik pelanggan, serta bagaimana cara menjaga agar konsumen yang ada menjadi pelanggan tetap.⁶⁴

Dari pertanyaan ke lima dengan narasumber Bapak Yala Awlya Perkasa *Zen Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai transaksi apakah yang harus dihindari marketing syariah. Mereka memiliki jawaban yang sama hal tersebut sama dengan transaksi apa yang harus dihindari marketing syariah yang ada pada buku pemasaran syariah yaitu

⁶³ <http://digilib.uinsby.ac.id/11199/5/Bab2>. Diakses pada tanggal 08 Maret 2010

⁶⁴ Hermawan Kartajaya. Op. cit.

bertransaksi ada beberapa larangan yang harus dihindari oleh pelaku pasar agar dapat tetap bertumpu pada menjalankan bisnis yang beretik. Larang dalam transaksi syariah yaitu, gharar adalah sesuatu yang tidak jelas dan tidak dapat dijamin atau dipastikan kewujudannya secara matematis dan Rasional, baik itu menyangkut barang, harga, ataupun waktu penyerahan uang/penyerahan barang. Tadlis merupakan tindakan seseorang yang sengaja mencampur barang berkualitas baik dengan barang yang berkualitas buruk demi untuk memberatkan timbangan dan mendapatkan keuntungan lebih banyak. Ikrah (memaksa) yaitu segala bentuk tekanan dan pemaksaan dari salah satu pihak untuk melakukan suatu akad tertentu sehingga menghapus komponen persetujuan. Najasy yaitu penawaran palsu, dimana sekelompok orang bersepakat dan bertindak secara berpura-pura menawar barang di pasar dengan tujuan untuk menjebak orang lain agar ikut dalam proses tawar menawar tersebut, sehingga orang ketiga ini akhirnya membeli barang dengan harga jauh lebih mahal dari harga sebenarnya.⁶⁵

Dari pertanyaan ke enam dengan narasumber Bapak Yala Awlya Perkasa *Zen Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai kapan pembiayaan gadai emas bank syariah diluncurkan. Mereka memiliki jawaban yang sama hal tersebut sama dengan kapan pembiayaan gadai emas bank syariah diluncurkan yang ada pada jurnal sejarah gadai emas. Yaitu bank syariah mandiri adalah salah satu dari lembaga keuangan yang melihat peluang pasar tersebut di Indonesia sejak berapa tahun lalu. Pada tahun 2001, bank syariah mandiri meluncurkan produk gadai emas syariah. pada dasarnya gadai emas di bank syariah hampir sama dengan gadai konvensional. Perbedaannya adalah hanya pada bunga yang dibebankan pada pinjaman. Adapun di bank syariah menggunakan biaya administrasi seperti biaya penjagaan barang, pemeliharaan dan biaya penaksiran yang ditetapkan di awal. Salah satu cara berinvestasi baru dengan emas yang ada pada bank syariah mandiri adalah pembiayaan gadai emas. pembiayaan ini sudah dimulai sejak pertengahan tahun 2010 lalu, dimana nasabah yang ingin berinvestasi dengan membeli emas secara cicil dapat mengajukan pembiayaan kepada bank syariah mandiri. Tujuan bank syariah mandiri dengan tujuan memudahkan seluruh masyarakat yang berniat

⁶⁵ Nurul Huda. *Pemasaran Syariah. Op. cit.*

untuk berinvestasi dengan modal awal yang tidak terlalu besar serta relatif mudah dalam prosedurnya.⁶⁶

Dari pertanyaan ke tujuh dengan narasumber Bapak Yala Awlya Perkasa *Zen Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai faktor apa saja yang mendukung keberhasilan di program gadai emas. Mereka memiliki jawaban yang sama hal tersebut sama dengan faktor yang mendukung keberhasilan di program gadai emas yang ada pada pada buku hukum gadai syariah. Yang merupakan strategi jangka pendek yang berisi kegiatan setiap bidang yang berfungsi untuk mengimplementasikan strategi jangka panjang yang telah ditetapkan. Program jangka pendek Bank Syariah Mandiri adalah menawarkan kepada nasabah produk gadai emas tersebut dengan memberikan gift atau souvenir secara Cuma-Cuma kepada nasabah. Pelaksanaan program-program tersebut dapat berjalan dengan baik dan efektif apabila program yang telah dibuat benar-benar dilaksanakan sesuai dengan rencana dan ketentuan yang ada. Gadai emas di Bank Syariah Mandiri ialah memanfaatkan emas untuk membiayai keperluan dana jangka pendek dan tidak dimaksudkan untuk tujuan investasi. Produk gadai emas diperuntukan untuk perorangan sedangkan jaminan yang dapat diterima yaitu emas berupa perhiasan maupun batangan dengan kadar minimal 22 karat. Untuk perhitungan taksiran untuk emas biasa yaitu 80% sedangkan untuk emas batangan yaitu 95%.⁶⁷

Dari pertanyaan ke delapan narasumber Bapak Yala Awlya Perkasa *Zen Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai sistem pengambilan keuntungan dari transaksi pembiayaan gadai emas, setiap jumlah pinjaman dari proses penaksiran memiliki jumlah pengambilan yang sama atau berbeda. Mereka memiliki jawaban yang sama hal tersebut sama dengan sistem pengambilan keuntungan dari transaksi pembiayaan gadai emas, setiap jumlah pinjaman dari proses penaksiran memiliki jumlah pengambilan yang sama atau berbeda yang ada pada pada buku fiqh muamalah. Ujrah yaitu imbalan atau upah yang diberikan atas suatu pekerjaan yang telah dilakukan. Istilah ujrah selain ijarah, upah atau imbalan, ada juga jialah/jualah yang sama memiliki arti

⁶⁶<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bistream/123456789/4777/1/BUKHORI%20MUSLIM-FSH>. Diakses pada tanggal 08 Maret 2019.

⁶⁷ Zainnudin Ali. *Op. cit.*

dengan ujah yakni upah, tetapi upah dalam jialah/jualah sering diartikan seperti dalam bentuk pemberian hadiah atau upah dalam bentuk jasa pekerjaan. Arti jialah/jualah secara istilah yakni pemberian upah atas suatu jasa (manfaat) yang sudah diduga akan terwujud.⁶⁸

Dari pertanyaan ke sembilan narasumber Bapak Yala Awlya Perkasa Zen *Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai kebijakan pinjaman yang ditentukan oleh Bank Syariah Mandiri terkait dengan transaksi pembiayaan gadai emas. Mereka memiliki jawaban yang sama hal tersebut sama dengan kebijakan pinjaman yang ditentukan oleh Bank Syariah Mandiri terkait dengan transaksi pembiayaan gadai emas yang ada pada pada buku hukum gadai syariah. Qardh yaitu pinjaman yang diberikan kepada nasabah yang membutuhkan dana atau uang, oleh karena itu nasabah berkewajiban mengembalikan jumlah pokok yang diterima pada waktu yang telah disepakati. akad pinjaman dari bank kepada pihak tertentu yang wajib dikembalikan dengan jumlah yang sama sesuai pinjaman. Bank dapat meminta jaminan atas pinjaman kepada nasabah, pengembalian pinjaman dapat dilakukan secara angsuran ataupun sekaligus.⁶⁹

Dari pertanyaan ke sepuluh narasumber Bapak Yala Awlya Perkasa Zen *Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai proses penyelesaian masalah terkait nasabah yang melakukan gagal bayar pada saat tanggal jatuh tempo yang ditentukan. Mereka memiliki jawaban yang sama hal tersebut sama dengan proses penyelesaian masalah terkait nasabah yang melakukan gagal bayar pada saat tanggal jatuh tempo yang ditentukan yang ada pada pada buku hukum gadai syariah. Yaitu nasabah melunasi pinjaman secara sekaligus serta biaya sewa selama 4 bulan. Jika nasabah tidak melunasi pinjaman pada saat jatuh tempo maka diberikan tenggang waktu 4 hari sebelum kemudian akan dilakukan lelang atau penjualan barang jaminan. Dan jika saat tenggang waktu nasabah datang untuk melunasi pinjaman dan mengambil barang jaminan maka nasabah akan dibebankan biaya sewa tempat perhari keterlambatan

⁶⁸ Syafii Jafri. *Fiqh Muamalah*. (Pekanbaru: Suska Press,2008). h. 165

⁶⁹ Zainudin Ali. *Op. cit.*

berdasarkan tarif yang berlaku. Jika dengan berakhirnya masa tenggang 4 hari nasabah tidak melunasi pinjaman, maka barang akan dilelang atau dijual”.⁷⁰

Dari pertanyaan ke sebelas narasumber Bapak Yala Awlya Perkasa Zen *Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* mengenai proses proses pelelangan tersebut dilakukan. Mereka memiliki jawaban yang sama hal tersebut sama dengan proses proses pelelangan tersebut dilakukan. yang ada pada pada buku hukum gadai syariah. lelang emas merupakan program pegadaian dalam upaya pegadai melelang emas yang tidak ditebus pemiliknya. Lelang dilakukan agar dapat menarik nasabah baru melalui pembelian emas lelang. Pegadaian melakukan lelang emas karena nasabah tidak melakukan tebusan ataupun memperpanjang pinjaman saat jatuh tempo.⁷¹

Dari pertanyaan ke dua belas dengan narasumber Bapak Yala Awlya Perkasa Zen *Business Banking Relationship Manager* dan Bapak Munawir *Pawning Staff* tentang persyaratan yang harus dipenuhi dalam memperoleh gadai emas. Bahwasanya jawaban dari kedua belah pihak sama, yaitu hal tersebut sama dengan persyaratan yang ada pada buku lembaga perekonomian umat yaitu persyaratannya seperti membawa Ktp, membawa formulir gadai emas, membawa barang jaminan (emas).⁷²

Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian wawancara dengan teori yang telah disampaikan telah berkaitan. Karena dapat diketahui bahwa penerapan strategi marketing dalam peningkatan gadai emas pada Bank Syariah Mandiri dilakukan dengan cara ngefollow up ulang nasabah-nasabah yang sudah lunas, nasabah yang sudah pernah menggadai dilakukan penawaran ulang jika nasabah tersebut ingin menggadai kembali. Bank Syariah Mandiri juga berkunjung kepasar bertemu para pedagang untuk ditawarkan produk gadai emas ataupun cicil emas. Bank Syariah Mandiri juga membuka gerai, promosi dan sosialisasi.

⁷⁰ Zainudin Ali. *Op. cit.*

⁷¹ Adrian Sutemi. *Op. cit.*

⁷² A. Djajuli. *Lembaga Perekonomian Umat*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2006). h. 137.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam bab-bab terdahulu, dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Marketing syariah sendiri merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seorang produsen atau perusahaan atau perorangan kepada orang lain dan dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip bisnis dalam Islam. Program jangka pendek Bank Syariah Mandiri adalah menawarkan kepada nasabah produk gadai emas tersebut dengan memberikan gift atau souvenir secara Cuma-Cuma kepada nasabah. Pelaksanaan program-program tersebut dapat berjalan dengan baik dan efektif apabila program yang telah dibuat benar-benar dilaksanakan sesuai dengan rencana dan ketentuan yang ada. Karakteristik dari marketing syariah terdiri atas beberapa unsur yaitu, a) Theistis (Rabbaniyah) salah satu ciri khas marketing syariah adalah sifatnya yang religius, jiwa seorang syariah marketer menyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. b) Etis (Akhlaqiah) Marketing syariah sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya, artinya bahwa semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. c) Realistis (Al-Waqiiyyah) Artinya sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ada apalagi yang menjerumuskan kepada kebohongan. d) Humanistis (Al-Insaniyah) Artinya berperilaku kemanusiaan, hormat menghormati sesama, *marketing* berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik, tidak menjadi manusia yang serakah, mau menguasai segalanya, menindas dan merugikan orang lain.
2. Strategi marketing syariah dapat meningkatkan gadai emas. Karena pihak Bank Syariah Mandiri mampu memberikan fasilitas kepada nasabah agar

emasnya dicuci dikarenakan hal itu dapat menarik nasabah untuk menggadai di bank tersebut. Selain itu nasabah juga merasa nyaman, dengan keterbukaan informasi yang diberikan oleh bank terhadap masyarakat.

B. Saran

Setelah penulis mencermati dan menganalisis serta menarik kesimpulan, maka guna melengkapi hasil penelitian ini penulis memberikan saran dan masukan dengan data-data temuan penelitian sebagai berikut:

1. Hendaknya bank memberikan pilihan kepada nasabah untuk memilih cara pencairan pinjaman gadai emas syariah, yaitu secara tunai atau di masukkan ke dalam buku tabunga. Karena apabila nasabah harus membuka tabunga tersebut, nasabah merasa kerepotan dan memakan waktu yang terlalu lama. Hal ini bisa menjadi kerugian bagi bank apabila ada bank pesaing yang memberikan kemudahan dalam pencairan pinjaman.
2. Agar jumlah nasabah gadai emas syariah terus bertambah, hendaknya bank melakukan promosi melalui media cetak maupun media elektronik yang memperkenalkan produk gadai emas syariah ini kepada masyarakat sebagai alternatif pinjaman lain yang menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Ali, Zainuddin. *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Anwar, Muhammad. *Fiqh Islam*. Bandung: PT. Alma'arif, 1998.
- Arif, M. Nur Riant. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Azuar, Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2014.
- Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahannya*, Semarang: CV. Asy Syifa', 1998.
- Gunara, Thorik. *Marketing Muhammad SAW*. Bandung: CV Multi Trust Creative Service, 2007.
- Hamdan. *Bank Syariah*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Hari, Cecep Syamsul. *Ringkasan Shahih Al Bukhari*. Bandung: Mizan, 2007.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Kartajaya, Hermawan, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002.
- Rivai, Veithzal. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo, 2011.
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah. Prinsip dan Implementasi pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Sabiq, Sayid. *Fiqh Sunnah 11*. Bandung: PT. Alma'arif, 1987.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

- Suteni, Adrian, *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Syafe'i, Rachman. *Al-Hadis Aqidah, Akhlaq, Sosial dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Setia, 2000.
- Syarif Hidayat, "Akad-akad dalam Kegiatan Usaha Perbankan Syariah Terkait Layanan Gadai Emas", <https://syarifhidayatadipura.wordpress.com/2013/05/22/akad-akad-dalam-kegiatan-usaha-perbankan-syariah-terkait-layanan-gadai-emas/> diakses pada tanggal 23 November 2018.
- Umam, Khotibul dan Utomo, Setiawan Budi. *Perbankan Syariah. Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Umam, Khotibul. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajapersindo Persada, 2016 tentang Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008.
- Wangawidjaja. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia, 2012.
- <http://armandrachmandd.blogspot.co.id/2015/06/hadits-gadai.html>, diakses 12 Januari 2019.
- Rianto, M. Nur. *Dasar-dasar perbankan syariah*. Bandung: Alfabeta, Maret 2012.
- Huda, Nurul. *Pemasaran Syariah*. PT. Kharisma Putra Utama, Oktober 2017.
- Harini. *Dasar-dasar Pemasaran*. Surakarta, 2008.
- Jafri, Syafii. *Fiqh Muamalah*. Pekanbaru, 2008.
- Djajuli, A. *Lembaga Perekonomian Umat*. Jakarta: Rajawali Pers, 2006.
- Wawancara Bapak Yala Awlya Perkasa Zen selaku *Business Banking Relationship Manager*. PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. pada hari Rabu, 27 Februari 2019.
- Wawancara Bapak Munawir selaku *Pawning Staff*. PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara. pada hari Rabu, 27 Februari 2019.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400
 Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Wujud Cinta & Kepercayaan
 Kita membangun keadilan agar kesejahteraan
 Semua dan langgengnya



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada : Yth Dekan FAI UMSU
 Di
 Tempat

1 Rabiul Awal 1440 H
 09 November 2018 M

Dengan Hormat
 Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Ilvana Alpisari
 Npm : 1501270021
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,29
 Megajukan Judul sebagai berikut :



No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis Marketing Syariah Dalam Peningkatan Gadai Emas Di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara	<i>acc-13/11/2018</i>	<i>Riyani SE-Sy</i>	<i>15/11/18</i>
2	Pengaruh Kinerja Penghimpunan Dana Dalam Meningkatkan Penyaluran Pembiayaan Di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara			
3	Pelaksanaan Penagihan Warkat Pada Produk Jasa Kliring Dengan Prinsip Wakalah Di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara			

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat Saya

(Dewi Ilvana Alpisari)

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak



Unggul, Cerdas & Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Ilyana Alpisari
 NPM : 1501270021
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA
 Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI
 Judul Skripsi : Analisis Marketing Syariah Dalam Peningkatan Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
10-02-2019	perbaiki wawancara, seputaran dengan komponen/indikator penelitian.		
21-02-2019	BAB II - Brevit sejarah Bank syariah mandiri dan produknya. - Terapan penelitian market survey dengan pertanyaan.		
26-02-2019	BAB IV - pembahasan bandingilan dengan jawaban sub dan daa kranulan bandingilan dgn. Icon		
05-03-2019	BAB V - Kesimpulan brief atau menjawab dari rumusan masalah.		
09-03-2019	ACL Sidang mesra Hajar.		

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Medan, 09 Maret 2019

Diketahui/Disetujui:
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing

Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI



UMSU
Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian & Pengembangan

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : **06** /II.3/UMSU-01/F/2019
Lamp : -
Hal : Izin Riset

17 J. Akhir 1440 H
22 Februari 2019 M

Kepada Yth : **Pimpinan PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara**
Di

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan Skripsi Mahasiswa guna memperoleh Gelar Sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada Mahasiswa kami yang mengadakan Penelitian/Riset dan Pengumpulan Data dengan :

Nama : **Dewi Ilvana Alpisari**
NPM : **1501270021**
Semester : **VIII**
Fakultas : **Agama Islam**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Analisis Marketing Syariah Dalam Peningkatan Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara**

Demikianlah hal ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan

Wakil Dekan I

Zailani, S.Pd.I, MA

28 Februari 2019
No. 21/654-3/RO I

Kepada,
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas Agama Islam
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3
Medan

PT Bank Syariah Mandiri
Region I / Sumatera 1
Jl. A. Yani No.100 Lt.IV
Medan-20111
Telp. (061) 4534466 (Hunting)
Fax. (061) 4534456
www.syahiahmandiri.co.id

Up. Yth. Bapak Zailani, S.Pd.I,MA

Perihal: **PERSETUJUAN PENELITIAN (RISET)**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat walafiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa Bapak dapat dilaksanakan dengan keterangan sbb :

No	Nama	Universitas/ Jurusan	NIDN/NIM	Judul Penelitian	Tempat Riset
1	Dewi Ilyana Alpisari	UMSU	1501270021	Analisis Marketing Syariah dalam peningkatan gadai emas di PT Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara	KC Medan Aksara

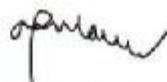
Kami sampaikan bahwa selama pelaksanaan penelitian tersebut agar memperhatikan dan mematuhi ketentuan sebagai berikut:

1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No 10 tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Mandiri yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta riset harus mematuhi SE No. 5/007/DSI tanggal 5 Agustus 2003 perihal Riset, Survey, Penelitian Ilmiah, Pengisian Kuisioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi; program studi S.1-S.2 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma.
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarkannya kepada pihak lain.
4. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin (*fotocopy*) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
5. Peserta melaksanakan riset selama \pm 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan, dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan.
6. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
7. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah *copy* hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Mandiri.
8. Peserta wajib menandatangani Surat Pernyataan bermaterai (terlampir).

Demikian kami sampaikan atas kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI
REGION I/SUMATERA 1



Ahmad Zailani
Regional Head



Mardianto
RBS Manager

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Dewi Ilvana Alpisari
Tempat / Tanggal Lahir : Serbelawan, 19 Agustus 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Agama Islam
Anak Ke : Satu (1) dari Dua (2) bersaudara
Ayah : Irwan Yuslianto
Ibu : Farida
Alamat : jl sidomulyo gg budi no6-b link 13
Status : Belum Menikah
No Hp : 081269018605

PENDIDIKAN:

1. SDN 116253 Lorong Sidodadi, Lulus tahun 2008.
2. SMPN 2 Kampung Rakyat, Lulus tahun 2011.
3. SMAN 1Dolok Batu Nanggar, Lulus tahun 2014.
4. Tercatat sebagai Mahasiswa Akhir Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara pada tahun 2019.

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini say perbuat dengan sebenar-benarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 09 Maret 2019

DEWI ILVANA ALPISARI
1501270021



Unggul Berprestasi & Berkeadilan

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir: Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S-1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan S.Ag, MA
 Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah, SE, Sy, MEI

Nama Mahasiswa : Dewi Ilyana Alpisari
 NPM : 1501270021
 Semester : VII (Tujuh)
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Marketing Syariah dalam Peningkatan Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
20-11-2018	- BAB 3 - Lihat Bab penduan urut - Sistem penulisan - Latar belakang masalah di pertajam - Rumusan masalah dan tipe penelitian harus singkatan.	pk	
11-12-2018	- BAB 4 - Landasan Teori sesuai pada - Riferensi sesuai dengan standar - Penelitian Terdahulu minimal 5	pk	
15-01-2019	- BAB 4 - Riferensi masih belum selesai pada - Cari penelitian yang berkaitan	pk	
29-01-2019	- BAB 5 - Populasi dan sampel baik - digunakan - Pengumpulan data dan teknik analisis data - Tampilan dan keabsahan data	pk	
09-02-2019	- All proposal	pk	

Medan, 04 Februari 2019

Diketahui/ Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Selamat Pohan S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

Riyan Pradesyah, SE, Sy, MEI



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH

Pada hari ini Sabtu 16 Februari 2019 telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Perbankan Syariah** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Dewi Ilvana Alpisari
Npm : 1501270021
Semester : VIII A Pagi
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Analisis Marketing Syariah Dalam Peningkatan Gadai Emas Di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	✓
Bab I	Taj. dan khusan di pembaiter kata-katanya. agar sempurna.
Bab II	Bab II. Teori Teori. / Gadai Emas → adalah 2 syarat Gadai Emas. sangat
Bab III	Sumber data puitik & jenis = gadai → adalah. Ditulislah dgn jelas.
Lainnya	
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

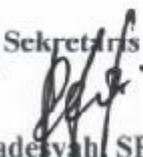
Medan, Sabtu 16 Februari 2019

Tim Seminar

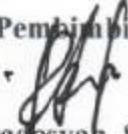
Ketua


Selamat Pohan, S.Ag, MA

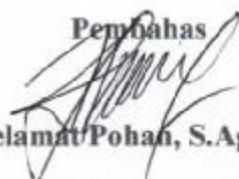
Sekretaris


Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Pembimbing


Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Pembahas


Selamat Pohan, S.Ag, MA



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Perbankan Syariah** yang diselenggarakan pada Hari Sabtu 16 Februari 2019 dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Dewi Ilvana Alpisari
Npm : 1501270021
Semester : VIII A Pagi
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Analisis Marketing Syariah Dalam Peningkatan Gadai Emas Di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, Sabtu 16 Februari 2019

Tim Seminar

Ketua

Salamat Pohan, S.Ag, MA

Sekretaris

Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Pembimbing

Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Pembahas

Salamat Pohan, S.Ag, MA

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I



Zailani, S.Pd.I, MA