

**STRATEGI PROMOSI *PAWNING OFFICER* BANK SYARIAH MANDIRI AREA
MALANG DALAM MENINGKATKAN PRODUK PEMBIAYAAN GADAI EMAS**

SKRIPSI

Oleh :

ROSA FAMILA

NIM : G74214064



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SURABAYA**

2018

**STRATEGI PROMOSI *PAWNING OFFICER* BANK SYARIAH MANDIRI
AREA MALANG DALAM MENINGKATKAN PRODUK PEMBIAYAAN
GADAI EMAS**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu

Ekonomi Syariah

Oleh :

ROSA FAMILA

NIM : G74214064

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi Ekonomi Syariah

Surabaya

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rosa Famila

NIM : G74214064

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi Strategi Promosi Pawning Officer Bank Syariah Mandiri Area Malang Dalam Meningkatkan Produk Pembiayaan Gadai Emas

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 18 Januari 2018

Saya yang menyatakan,



Rosa Famila

NIM: G74214064

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Rosa Famila NIM. G74214064 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 18 Januari 2018
Pembimbing,



Dr. Iskandar Ritonga, M. Ag
NIP. 196506151991021001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Rosa Famila NIM. G74214064 ini telah dipertahankan didepan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis tanggal 25 Januari 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I



Dr. Iskandar Ritonga, M. Ag
NIP. 196506151991021001

Penguji II

[Handwritten signature]

Dr. H. Hammis Syafaq, M. Fil. I
NIP. 197511032005011005

Penguji III

John Henry

Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI
NUP. 201603311

Penguji IV



Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si
NIP. 198209052015031002

Surabaya, 25 Januari 2018

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan.



Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad, Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031002

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi *Pawning Officer* Bank Syariah Mandiri Area Malang dalam Meningkatkan Produk Pembiayaan Gadai Emas”** ini membahas mengenai strategi promosi yang ditetapkan oleh *Pawning Officer* dengan tujuan untuk meningkatkan produk pembiayaan pada gadai emas Bank Syariah Mandiri Area Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan agar gadai emas Bank Syariah Mandiri Area Malang meningkat dan mencapai target.

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode wawancara. Penulis mewawancarai sebanyak tiga pegawai pada Bank Syariah Mandiri Area Malang yaitu *pawning officer, general support staff, dan operator* yang akan dijadikan narasumber yang dapat mendukung hasil yang diperoleh dalam penelitian yang sedang dijalankan.

Hasil penelitian menyatakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Area Malang telah melakukan beberapa strategi promosi yang diterapkan gadai emas Bank Syariah Mandiri Area Malang. Strategi yang digunakan oleh *pawning officer* adalah strategi *door to door* yang diterapkan pada ibu-ibu PKK dengan memberikan bonus cuci emas gratis untuk ibu-ibu PKK, strategi *brand awareness* yang dilakukan dengan cara membuat pola pikir masyarakat selalu tertuju pada produk pembiayaan gadai emas, strategi *direct marketing* yang dilakukan melalui website dari gadai emas Bank Syariah Mandiri Area Malang dan dengan membuka gerai pada *car free day* yang menyediakan jasa cuci emas gratis.

Dari hasil penelitian di atas, diharapkan *pawning officer* Bank Syariah Mandiri Area Malang dapat menambah sumber daya insani untuk melakukan strategi promosi. Agar semakin meningkat produk pembiayaan dan dapat mencapai target atau bahkan melebihi target yang telah direncanakan.

Kata kunci : Strategi Promosi, *Pawning Officer*, Gadai Emas

DAFTAR ISI

Halaman	
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TRANSLITERASI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Kajian Pustaka	9
E. Tujuan Penelitian	14
F. Kegunaan Hasil Penelitian	14
G. Definisi Operasional	15
H. Metode Penelitian	17
1. Data yang Dikumpulkan	17
2. Sumber Data	17
3. Teknik Pengumpulan Data	18
4. Teknik Pengolahan Data	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Skema <i>Rahn</i>	36
Gambar 2 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Area Malang	49

⁴ Sutan Remy Sjahdeini. *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta : PT. Utama Grafiti, 1999), 76.

Selama itu pula sampai saat ini Bank Syariah Mandiri bersaing dengan bank yang menganut sistem berbasis syariah dalam mempromosikan produknya, khususnya produk unggulannya yaitu Pembiayaan Gadai Emas.

Gadai Emas Bank Syariah Mandiri mempunyai beberapa keunggulan yang akan didapat, yaitu :

- PT Bank Mandiri Syariah (BSM) mencatat pembiayaan gadai dan cicil emas pada Desember 2016 Rp 2,1 triliun. Angka tersebut naik 24% dari tahun 2015 periode yang sama Rp 1,7 triliun. Di tahun 2017 ini perhitungan hingga bulan September, BSM masih mencapai target pembiayaan gadai dan cicil emas sebesar 25% dari 2,1 triliun menjadi Rp 2,65 triliun.⁵

⁵ Yulida Medistira, “Gadai dan Cicil Emas Bank Syariah Tembus 2,1 T”, <https://m.detik.com/finance/moneter/3429263/gadai-dan-cicil-emas-bank-syariah-mandiri-tembus-rp-21-t>, diakses pada, 2 November 2017

Strategi *pawning officer* tidak lepas dari strategi *marketing* yang senantiasa memperhatikan strategi promosi, diikuti dengan pengembangan sarana dan hasil yang mana secara langsung berhubungan dengan pembelian dan penjualan.

⁶ Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat : Prinsip, Kasus, dan Masalah*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1987), 86.

Beberapa strategi promosi telah dilakukan oleh *pawning officer* demi meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan gadai emas. Namun, dalam praktiknya pembiayaan gadai emas Bank Syariah Mandiri belum menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan. Terlihat dari pencapaian target yang hanya meningkat 1% dari tahun 2016 ke tahun 2017 sebesar 0,55 triliun. Hal tersebut merupakan bukti bahwa terdapat keganjalan antara harapan dan kenyataan. Seharusnya, jika promosi sudah dijalankan dengan baik maka target yang diharapkan dapat berjalan dengan maksimal. Dengan demikian, menjadi hal menarik untuk diteliti mengenai hal-hal yang dilakukan oleh *pawning officer* berkenaan dengan strategi promosi dan operasionalnya dalam mempromosikan

digilib.uinsby.ac.id

⁹ Ahmad Zaki, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank BNI Syariah Cabang Fatmawati” (Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

Perbedaannya yaitu terletak pada obyek yang diteliti, jika pada penelitian ini lebih menekankan pada produk simpanan idul fitri. Sedangkan penelitian sekarang berfokus pada produk pembiayaan gadai emas. Dan perbedaannya juga terletak pada tempat obyek yang diteliti, pada penelitian ini pada BMT Al-Fath IKMI Pamulang sedangkan pada penelitian sekarang pada Bank Syariah Mandiri.

3. Penelitian Denny Sarwani¹¹, yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang”. Penelitian ini menggunakan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang. Hasil

¹¹ Denny Sarwani, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang” (Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, 2015).

4. Penelitian Lila Nurhayati¹², yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Produk BSM Tabungan Investa Cendekia Pada Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga”. Penelitian ini menggunakan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berfokus pada strategi bauran pemasaran. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat kelebihan yang diperoleh saat menjadi nasabah BSM Tabungan Investa Cendekia yaitu BSM Tabungan Investa Cendekia dapat memudahkan nasabah dalam perencanaan keuntungan masa depan, khususnya pendidikan putra putrinya.

[illegible]

5. Penelitian Nadhirotul Ulbab¹³, yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang)”. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang ternyata mampu meningkatkan jumlah nasabah. Ini terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah.

Perbedaannya yaitu terletak pada tujuan dari penelitian. Jika pada penelitian ini, ditujukan pada peningkatan nasabah dari pegadaian syariah cabang Majapahit Semarang. Sedangkan pada penelitian sekarang lebih fokus tertuju pada peningkatan dari produk pembiayaan gadai emas.

[digilib.uinsby.ac.id](#)

E. Tujuan Penelitian

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan Islam, dan diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan yang terkait dengan ekonomi Islam. Dan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai strategi promosi *pawning officer* Bank Syariah Mandiri Area Malang dalam meningkatkan pembiayaan gadai emas.

2. Secara Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah yang berhubungan tentang strategi promosi *pawning officer*

b. Bagi Bank Syariah Mandiri Area Malang

c. Bagi Pembaca

G. Definisi Operasional

¹⁴ Tim Penyusun, *Teknis Penulisan Skripsi* (Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2014), 9.

kesalah pahaman pembaca dalam memahami judul skripsi ini, maka penulis perlu menjelaskan variabel dalam judul proposal ini, yaitu:

1. Strategi Menurut J L Thompson merupakan sebuah cara untuk mencapai sebuah hasil akhir yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.¹⁵
2. Promosi menurut William J. Stanton merupakan sebuah usaha menyampaikan pesan kepada khalayak umum terutama konsumen sasaran mengenai produk dipasar.¹⁶
3. *Pawning officer* disini bertugas untuk mempromosikan produk pembiayaan pada gadai emas.
4. Pembiayaan adalah penyaluran dana yang dihimpun dalam bentuk pinjaman.¹⁷
5. Gadai emas secara umum merupakan kegiatan menjaminkan barang berupa emas baik perhiasan maupun lantakan kepada pihak tertentu guna memperoleh sejumlah uang.¹⁸

Sedangkan gadai emas syariah menurut istilah yaitu menjadikan suatu benda yang berupa emas yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syariat sebagai jaminan pinjaman, sehingga nasabah boleh mengambil uang pinjaman.¹⁹

¹⁵ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (Jakarta : Erlangga, 2007), 2.

¹⁶ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 1986), 147.

¹⁷ Darsono et al, *Perbankan Syariah di Indonesia Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan ke Depan*. (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2017). 65.

¹⁸ Ahmad Rodoni, *Asuransi & Pegadaian Syariah*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2015), 58

¹⁹ Ibid., 59

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dan jenis data yang diperlukan maka, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti berusaha mengumpulkan data yang akurat dengan cara observasi dan wawancara.

Data yang peneliti peroleh adalah data dari strategi promosi *pawning officer* berupa strategi yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri Area Malang.

Sumber data dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer berasal dari kejadian-kejadian di lapangan atau yang dialami oleh obyek penelitian berupa wawancara atau observasi secara langsung. Sedangkan sumber data sekunder berasal dari literatur-literatur terkait kemudian dijadikan referensi untuk menyempurnakan penelitian.

1) Wawancara dengan beberapa karyawan Bank Syariah Mandiri Area Malang yang berada pada divisi tertentu. Dalam hal ini adalah pada *pawning officer*, *general support staff*, dan operator.

Sumber sekunder didapat melalui studi kepustakaan. Literatur didapat dari berbagai sumber, baik jurnal, situs-situs, buku, majalah dan media cetak yang berkaitan dengan penelitian.

Untuk memperoleh data yang diinginkan, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- [illegible]

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

Bab kedua, bab ini terdiri atas landasan teori skripsi, yaitu tentang strategi promosi *pawning officer*, pembiayaan gadai emas dan teori lainnya yang dibutuhkan dalam pembahasan.

Bab keempat, bab ini berisi analisis pembahasan, menganalisis dengan cara mencocokkan antara landasan teori dengan hasil penelitian. Yaitu dengan menganalisis tentang strategi promosi *pawning officer* Bank Syariah Mandiri Area Malang dalam meningkatkan produk pembiayaan gadai emas.

Bab kelima, penutup dalam penulisan skripsi ini terdiri atas kesimpulan hasil penelitian, saran-saran.

usaha yang bergerak di bidang perbankan, seperti dalam menjalankan operasionalnya tentu tidak terlepas dari ilmu marketing yang dapat digunakan, seperti halnya promosi. Promosi dilakukan dalam rangka meningkatkan penjualan produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, diharapkan masyarakat maupun konsumen yang menggunakan barang dan manfaatnya akan berkeinginan untuk membeli. Pada bab ini penulis akan memaparkan tentang *marketing officer*, pembiayaan, dan rahn emas atau ya emas.

usaha yang bergerak di bidang perbankan, seperti dalam menjalankan operasionalnya tentu tidak terlepas dari ilmu marketing yang dapat digunakan, seperti halnya promosi. Promosi dilakukan dalam rangka meningkatkan penjualan produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, diharapkan masyarakat maupun konsumen yang menggunakan barang dan manfaatnya akan berkeinginan untuk membeli. Pada bab ini penulis akan memaparkan tentang *marketing officer*, pembiayaan, dan rahn emas atau ya emas.

Christian Strategies

Strategi adalah hal yang sangat penting dalam operasional
 haan. Hampir semua perusahaan mempunyai strategi-strategi
 mengembangkan maupun mempertahankan perusahaannya.
 gi merupakan sarana bersama yang digunakan oleh suatu

perusahaan dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang yang akan dicapai.²⁰

Strategi dapat mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan. Maka dari itu, dalam perencanaan strategi perlu mempertimbangkan faktor eksternal maupun faktor eksternal yang dihadapi perusahaan.

2. Sarana untuk Mencapai Strategi

Ada berbagai hal yang dapat digunakan atau dilakukan untuk mencapai tujuan yang perusahaan inginkan.

a. Usaha Patungan atau Kemitraan²¹

Hal ini merupakan strategi yang sering digunakan saat dua atau lebih perusahaan membentuk sebuah kerjasama untuk mendapatkan peluang tertentu. Strategi ini sering dilakukan karena dapat memperbaiki komunikasi perusahaan dan meminimalkan risiko yang akan terjadi.

Ada beberapa peluang yang harus dimanfaatkan agar sarana kemitraan ini dapat menjadi sangat efektif, yakni :

- i. Ketika adanya kompetensi khusus dari dua atau lebih perusahaan yang dapat saling melengkapi dengan baik
- ii. Ketika proyek tertentu berpotensi menghasilkan laba yang besar namun membutuhkan sumber daya dan mempunyai risiko yang besar.

²⁰ Fred R. David, *Strategic Management*, (Jakarta : Salemba Empat, 2009), 18.

²¹ Ibid., 283.

- ### b. Merger atau Akuisisi

c. Pengalihkontrakan

Yang dimaksud pengalih kontrakan proses bisnis adalah sebuah bisnis baru yang sedang berkembang dengan pesat yang melibatkan tindakan suatu perusahaan untuk mengambil alih operasi fungsional, seperti sumber daya manusia, sistem informasi, penggajian, akuntansi, layanan konsumen, dan sebagainya.²³

B. Promosi

Promosi merupakan sebuah komponen penting dalam kegiatan pemasaran. Dengan dilakukannya sebuah promosi, maka konsumen dapat dengan mudah mengenali sebuah produk dan akan mempengaruhi proses pembelian.²⁴

²² Ibid., 286.

²³ Ibid., 294.

²⁴ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2012), 38.

Dalam lingkup promosi juga terdapat berbagai macam bentuk dari promosi, yaitu sebagai berikut :

a. Periklanan

Periklanan merupakan promosi yang dilakukan melalui media. Media yang digunakan adalah surat kabar, majalah, televisi, radio, dan lain-lain.

b. Penjualan Personal

Penjualan personal atau yang lebih dikenal dengan istilah *personal selling* merupakan sebuah promosi yang dilakukan dengan cara langsung bertatap muka yang akan membentuk pemahaman dari pelanggan terhadap produk.²⁶

c. Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan salah satu dari aktivitas pemasaran untuk mendapatkan nilai tambah dari suatu produk diluar dari nilai produk dalam jangka waktu tertentu dalam rangka mendorong pembelian konsumen dan efektivitas penjualan.²⁷

1) Karakteristik Promosi Penjualan

Promosi penjualan pada umumnya berlangsung dalam jangka pendek, menggunakan dorongan yang lebih rasional, mendorong penjualan segera, dan memiliki kontribusi tinggi untuk meraih keuntungan.

²⁶ Ibid., 105.

²⁷ Ibid., 126.

Bank Syariah Mandiri yang telah ditetapkan meliputi pembiayaan gadai dan *fee based income* gadai baik kuantitatif maupun kualitatif. Dan memastikan akurasi penaksiran barang jaminan. Yang terakhir adalah *pawning staff* yang bertugas memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai dan menindaklanjuti permohonan pembiayaan gadai sesuai ketentuan yang berlaku.²⁹

- Sedangkan syarat sah akad pembiayaan menurut Islam adalah perjanjian atau akad yang dilakukan harus sesuai dengan syariah, perjanjian yang dilakukan bukanlah perjanjian atas hal-hal yang bertentangan dengan hukum Islam. Isi dalam perjanjian juga harus jelas, hal ini dilakukan dengan tujuan agar suatu saat tidak terjadi adanya kesalahfahaman antara satu sama lain. Tidak adanya unsur paksaan saat melakukan perjanjian, perjanjian yang dilakukan harus berdasarkan atas dasar saling ikhlas dan rela.³⁶

³⁶ Rahmad Nauli Siregar, "Perbandingan Perjanjian Kredit Dalam Perspektif Perjanjian Islam dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata" (Tesis--Universitas Sumatera Utara, 2013)

- 32

Menurut Wangsawidjaja dalam melakukan kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan, bank syariah harus menerapkan prinsip kehati-hatian dan mengupayakan segala cara agar baik bank syariah maupun nasabah yang sudah merencanakan dananya tidak menanggung kerugian.

Ada beberapa jenis upaya yang dilakukan oleh bank syariah untuk meminimalisir adanya risiko pembiayaan.

- a. Upaya yang bersifat preventif.
 - i. Memelihara kesehatan dan meningkatkan daya tahan bank syariah.
 - ii. Kelayakan penyaluran dana. Dana yang diberikan harus sesuai dengan takaran kebutuhan, jangan sampai kurang ataupun kelebihan.
 - iii. Bank syariah wajib melakukan penilaian yang seksama terhadap 5C, yaitu *character* (watak dari nasabah), *collateral* (agunan yang diberikan nasabah), *capital* (modal nasabah), *capacity* (kemampuan nasabah), *condition* (kondisi usaha dan prospek kedepannya dari usaha tersebut).³⁹
- b. Upaya yang bersifat represif/kuratif

E. Rahn

Sejak tahun 2009, kegiatan gadai mulai berkembang tidak hanya pada pegadaian, namun juga ada pada bank-bank syariah.

⁴⁰ Ibid., 101.

Allah berfirman⁴²

“Dan apabila kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang. Tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertaqwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”⁴³ (QS. Al Baqarah 283)

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional dasar hukum dari *rahn* masuk pada Nomor 68/DSN-MUI/III/2008 tentang *Rahn Tasjily*.⁴⁴ *Rahn Tasjily* merupakan pemberian jaminan dalam bentuk barang atas utang, dengan

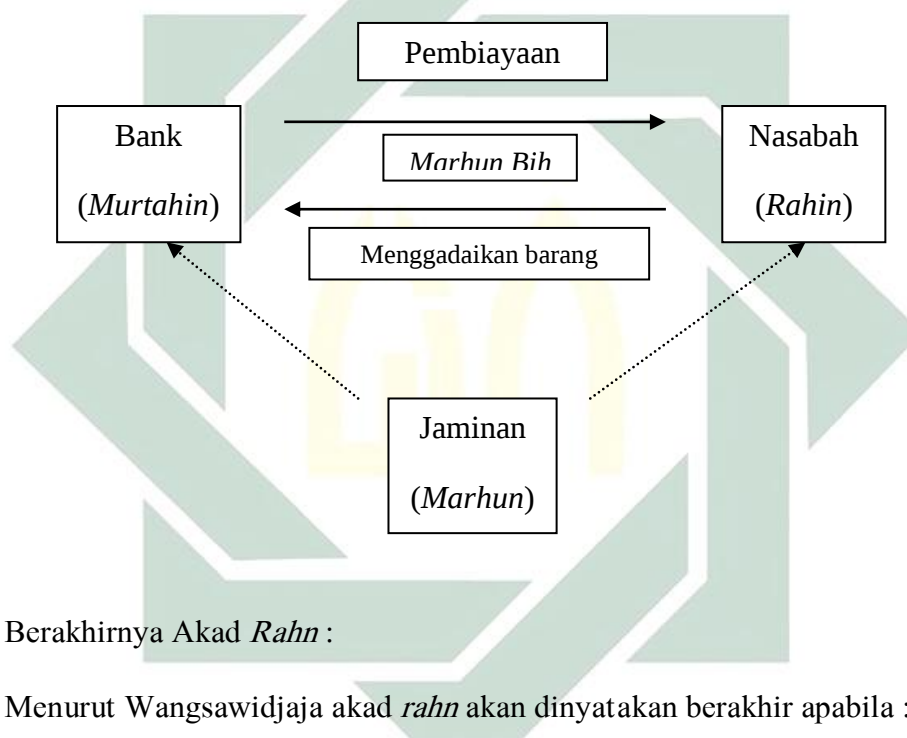
⁴⁴ Fatwa DSN Nomor 68/DSN-MUI/III/2008 tentang *Rahn Tasjily*.

- c. Adanya *marhun*.
- d. Adanya *marhun bih*

Seorang *rahin* wajib membayar *marhun bih* pada *murtahin* dan *marhun bih* harus jelas perhitungannya.⁴⁷

5. Skema *Rahn*

Gambar 1



6. Berakhirnya Akad *Rahn* :

Menurut Wangsawidjaja akad *rahn* akan dinyatakan berakhir apabila :

- a. Barang telah diserahkan kembali pada *rahin*.
- b. *Rahin* membayar dengan lunas pembiayaannya.
- c. Barang dijual paksa, yakni dijual berdasarkan dengan penetapan hakim atas permintaan *rahin*.
- d. Pembebasan utang dengan cara apapun, sekalipun dengan pemindahan oleh *murtahin*.

⁴⁷ A. Wangsawidjaja. Z, *Pembiayaan Bank Syariah...*, 310.

- e. Pembatalan sepihak yang dilakukan oleh *murtahin*.
- f. Rusaknya barang agunan oleh tindakan atau penggunaan *murtahin*.
- g. Menurut Malikiyah berakhirnya akad *rahn* ketika *rahin* meninggal, menurut Hanafiyah ketika *murtahin* meninggal. Sedangkan menurut Syafiiyah dan Hanabiyah, kematian para pihak tidak mengakhiri akad *rahn*.⁴⁸

7. Manfaat Rahn

Beberapa manfaat yang diperoleh dari adanya akad *rahn* ialah sebagai berikut :

- a. Menjaga kemungkinan nasabah untuk lalai atas fasilitas pembiayaan yang diperoleh dari bank.
- b. Memberikan keamanan bagi semua nasabah, khususnya nasabah tabungan dan nasabah deposit bahwa dananya tidak akan hilang begitu saja jika nasabah pembiayaan ingkar janji karena ada barang agunan yang dipegang oleh bank.⁴⁹

⁴⁸ Ibid., 315.

⁴⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek...*, 130.

**STRATEGI *PAWNING OFFICER* BANK SYARIAH MANDIRI AREA
MALANG DALAM MENINGKATKAN PRODUK PEMBIAYAAN GADAI
EMAS**

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri Area Malang

Seiring dengan berjalannya waktu, Bank Syariah Mandiri terus mengembangkan sayapnya pada kota-kota besar di Indonesia, termasuk pada kota Apel, yaitu Malang. Awal mula berdirinya Bank Syariah Mandiri Malang terhitung mulai hari Jum'at 1 Agustus 2002

38

Pada bulan Mei 2006, Bapak Didi Sunardi digantikan oleh Bapak Ramelan. Pada tahun 2008, Bapak Ramelan diganti oleh Bapak Dwi Puji Widodo hingga Oktober 2011, Bapak Dwi Puji Widodo digantikan oleh Bapak Adam Malik, kemudian Bapak Adam Malik digantikan oleh Bapak Edi Mulyono.⁵⁴ Pada tahun 2012 tepatnya

54 Ibid.

Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang ini membawahi 19 Kantor Cabang.⁵⁷ Kantor cabang yang dibawah ialah :

- Kantor Cabang Soekarno Hatta
- Kantor Cabang Batu
- Kantor Cabang Lawang
- Kantor Cabang Pasar Besar
- Kantor Cabang Kepanjen

⁵⁷ Petrin Nona Jayanti, Operator, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Area Malang, 28 Desember 2017.

Misi dari Bank Syariah Mandiri adalah

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk 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.⁵⁹

Setiap perusahaan dalam menjalankan operasionalnya tentu tidak dapat lepas dari beberapa prinsip yang menjadi panutan, begitu pula dengan Bank Syariah Mandiri. Beberapa prinsip yang digunakan Bank Syariah Mandiri dalam menjalankan operasionalnya adalah sebagai berikut⁶⁰ :

⁶⁰ Bank Syariah Mandiri, “Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah”, <https://www.syariahamandiri.co.id/news-update/edukasi-syariah/prinsip-dan-konsep-dasar-perbankan-syariah>, diakses pada, 10 November 2017.

a. Keadilan.

Penerapan prinsip keadilan ini dilakukan dengan cara memberikan bagi hasil kepada nasabah maupun kepada bank dan pengambilan margin keuntungan dalam porsi yang adil dan sesuai dengan kesepakatan bersama.

b. Kemitraan

Prinsip kemitraan ini diterapkan dengan memberikan tempat yang sama dan sejajar pada nasabah pembiayaan, nasabah penyimpan dana maupun bank sebagai mitra usaha. Dalam hal ini baik hak yang didapat, kewajiban yang ditanggung maupun resiko yang didapat diberikan sesuai dengan porsi masing-masing.

c. Keterbukaan

Prinsip keterbukaan dilakukan dengan adanya laporan keuangan bank yang terbuka dan berkesinambungan sehingga para nasabah tanpa ragu dapat mengetahui tingkat keamanan dana mereka dan kualitas dari manajemen bank

d. Universalitas

Bank Syariah Mandiri dalam menjalankan operasionalnya tidak pernah membedakan baik suku, agama, ras, maupun golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip ajaran Islam sebagai *rahmatan lil ‘alamin*.

a. BSM Implan

BSM Implan dapat memfasilitasi kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas.

- Untuk pembelian barang konsumen yang halal.
- Untuk pembelian/memperoleh manfaat atas jasa (contoh: untuk biaya dana pendidikan).

1. Bagi perusahaan:

2. Bagi Karyawan :

[illegible]

-

- Untuk pembelian barang digunakan akad *Wakalah wal Murabahah*.

- Untuk memperoleh manfaat atas jasa digunakan akad *Wakalah wal Ijarah*.

- Pemberian fasilitas pembiayaan konsumen dengan pola *channeling* kepada sejumlah karyawan (kolektif) dengan rekomendasi Perusahaan.

- Limit pembiayaan minimum sebesar Rp5 juta dan maksimum sebesar Rp250 juta per calon nasabah.
- Limit pembiayaan konsumen tanpa agunan per nasabah adalah maksimal Rp50 juta.
- Khusus untuk Pegawai Negeri Sipil/BUMN/TNI POLRI, limit pembiayaan konsumen tanpa agunan per nasabah adalah maksimal Rp100 juta.

- Untuk pembelian keperluan konsumen dengan limit pembiayaan hingga Rp50 juta (tanpa agunan), jangka waktu pembiayaan maksimal 3 (tiga) tahun.

- ### b. Pembiayaan Griya BSM

⁶² Bank Syariah Mandiri, “Pembiayaan Griya BSM”, <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/pembiayaan-konsumen/pembiayaan-griya-bsm>, diakses pada, 12 November 2017

Fitur pembiayaan yang akan diperoleh pada pembiayaan Mikro Umrah BSM, antara lain :

1. DP 0%
2. Jangka waktu hingga 5 tahun
3. Plafond :
Maksimal Rp. 40.000.000,00 per jamaah
Maksimal Rp. 200.000.000,00 per nasabah yang
diperuntukkan untuk paket keluarga (suami/istri/orang
tua/mertua/adik/kakak kandung maupun ipar dari
pemohon)
4. Untuk pegawai tetap dan wiraswasta

Persyaratan dokumen :

- ⁶³ Bank Syariah Mandiri, “BSM Implan”, <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/haji-umrah/pembiayaan-mikro-umrah>, diakses pada, 12 November 2017

- ### Manfaat yang didapat

- Dalam melaksanakan operasionalnya, Bank Syariah Mandiri sebagai bank yang berlandaskan Islam tentu mempunyai akad yang akan diterapkan pada setiap produknya, tidak terkecuali produk pembiayaan gadai emas ini. Akad yang digunakan pada pembiayaan gadai emas ini adalah akad *qardh* dalam rangka *rahn*. Maksud dari akad *qard* dalam rangka *rahn* ialah akad pemberian pinjaman dari bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas agar bank menjaga barang jaminan yang diserahkan. Sedangkan biaya pemeliharaan yang akan dilakukan oleh pihak bank menggunakan akad *ijarah*.

1. Kartu identitas nasabah.

- ### Karakteristik Produk Gadai Emas
1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *qardh* dalam angka *rahn* dan akad *ijarah*.
 2. Biaya administrasi dan asuransi barang jaminan dibayar pada saat pencairan.
 3. Biaya pemeliharaan dihitung per hari 15 dan dibayar pada saat pelunasan atau pada saat awal pencairan.

Untuk biaya Bank Syariah Mandiri memungut biaya administrasi (dipungut di depan) dan biaya pemeliharaan (dipungut di akhir atau diawal periode).

Sedangkan untuk jangka waktu yang diberikan dari pembiayaan gadai emas ini adalah selama empat bulan dan dapat digadai ulang diperpanjang maksimal 2 kali.

[illegible]

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI *PAWNING OFFICER* BANK SYARIAH
MANDIRI AREA MALANG DALAM MENINGKATKAN PRODUK
PEMBIAYAAN GADAI EMAS**

Dalam menjalankan operasional, lembaga perbankan bertumpu pada prinsip atau aturan yang disepakati bersama dalam skala nasional. Prinsip tersebut ialah inovasi seperti memunculkan produk yang tidak terdapat pada bank konvensional, efisiensi waktu dan produk, pelayanan yang baik dari semua pihak dan karyawan dari bank syariah, dan tanggung jawab. Dalam prakteknya, tidak hanya bank konvensional, namun bank syariah juga diwajibkan untuk berorientasi pada keempat prinsip diatas. Jika bank konvensional hanya berdasar pada prinsip diatas, berbeda dengan bank syariah yang orientasinya tidak hanya ditujukan pada keuntungan namun juga pada kepentingan akhirat. Jadi bank syariah harus mengikuti dasar syariah dalam melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan marketing yang pastinya berpedoman pada ajaran Islam. Dasar yang digunakan adalah *rabbaniyah*, *akhlaqiyyah*, *waqi'iyyah*, dan *insaniyyah*.⁶⁶

⁶⁶ Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung : Mizan, 2006), 28.

Strategi *door to door* ini dilakukan kurang lebih sebanyak 4 kali terhitung mulai bulan September-Desember 2017. Dalam melaksanakan strategi ini *pawning officer*, Bapak Siske Wahyu Ajisoko di bantu oleh dua staffnya, yaitu Ibu Elok dan Ibu Rini. Setelah adanya promosi yang dilakukan pada arisan itu, kurang lebih ada lima orang dalam setiap kelompok arisan yang tertarik dan menggadaikan emasnya pada Bank Syariah Mandiri Area Malang.⁷⁰

ke Wahyu Ajisoko, *Pawning Officer*, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Area M
nber 2017.

ke Wahyu Ajisoko, *Pawning Officer*, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Area M
ri 2018.

ke Wahyu Ajisoko, *Pawning Officer*, *Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Area M
nber 2017.

⁷¹ Siske Wahyu Ajisoko, *Pawning Officer*, Wawancara, Bank Syariah Mandiri Area Malang, 12 Desember 2017.

Selain beberapa strategi yang sudah dilakukan, masih ada salah satu strategi yang juga digunakan untuk menunjang peningkatan gadai emas. Strategi tersebut yaitu *direct marketing* atau yang biasa disebut dengan pemasaran langsung. Kegiatan ini dilakukan dengan cara memasarkan produk pembiayaan gadai emas melalui situs internet. Penggunaan media internet yang dapat mendukung adanya pemasaran langsung ini dilakukan dengan cara membuat situs khusus untuk menangani gadai emas dan cicil emas. Alamat dari situs tersebut yaitu <https://bsmemas.bsm.co.id>. Strategi yang digunakan yaitu dengan menggunakan domain yang mudah diingat, yaitu emas. Karena terkadang alamat *website* atau *domain* menjadi *keyword* utama di mesin pencari. Selain menggunakan *domain* yang mudah diingat, strategi yang dilakukan adalah membuat *website* yang fokus terhadap satu topik. Karena strategi yang sedang dijalankan itulah Bank Syariah Mandiri membuat *website* khusus untuk gadai emas. Dengan adanya situs khusus dari gadai emas

B. Implementasi Strategi Promosi *Pawning Officer* Bank Syariah Mandiri
Area Malang

Guna mensosialisasikan gadai emas agar lebih dikenal masyarakat maka *pawning officer* menerapkan beberapa metode atau pendekatan promosi seperti *personal selling*, *brand awareness*, publikasi berupa turut serta dalam setiap *event* atau pameran yang diselenggarakan di Malang.

Sasaran dari promosi ini adalah semua kalangan baik nasabah yang beragama Islam maupun nasabah non muslim. Juga nasabah yang memandang bahwa bank syariah merupakan sebuah solusi agar terhindar dari bahaya riba, baik berupa dosa yang akan dipertanggungjawabkan di

Implikasi akad dari gadai emas disini berbeda dengan teori yang ada. Karena pada teori dalam satu transaksi tidak diperkenankan adanya penggabungan akad *qardh* dan akad *ijarah*, karena hal ini bertentangan dengan hadis Rasulullah yang melarang adanya penggabungan antara akad jual beli yaitu *ijarah* dan akad pinjaman yaitu *qardh*. Namun pada prakteknya pembiayaan gadai emas ini menggunakan tiga akad, yaitu akad *qardh* dalam rangka *rahn* dan biaya pemeliharaan menggunakan akad *ijarah*. Hal ini dilakukan bukan dengan tujuan agar bank mendapat laba, namun lebih kepada keamanan penyimpanan emas yang sedang digadai.

C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Promosi Bank Syariah Mandiri Area Malang

1. Kurangnya Sumber Daya Insani⁷².

⁷² Siske Wahyu Ajisoko, *Pawning Officer, Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Arca Malang, 4 Januari 2018

Selain banyaknya kantor yang tersebar pada seluruh Indonesia, Bank Syariah Mandiri juga memberikan pilihan dalam membayar biaya pemeliharaan sebagai faktor pendukung adanya strategi promosi yang sedang dijalankan. Nasabah dapat memilih untuk membayar biaya pemeliharaan dari gadai emas ini pada saat awal pencairan atau pada akhir jatuh tempo gadai. Pembayaran biaya pemeliharaan pada saat awal pencairan dilakukan dengan cara langsung mengurangi jumlah pembiayaan yang akan dicairkan sesuai dengan jumlah biaya pemeliharaan. Sedangkan pembayaran biaya pemeliharaan pada akhir jatuh tempo dilakukan dengan membayar secara tunai biaya pemeliharaan yang telah ditentukan.⁷⁶

⁷⁶ Siske Wahyu Ajisoko, *Pawning Officer, Wawancara*, Bank Syariah Mandiri Area Malang, 15 Januari 2018.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan hasil yang diperoleh adalah

1. Strategi promosi yang telah dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Area Malang dalam meningkatkan pembiayaan gadai emas adalah :
 - a. Strategi *door to door*, strategi ini dilakukan dengan cara mendatangi suatu komunitas tertentu. Dalam hal ini diterapkan pada ibu-ibu arisan atau ibu-ibu PKK. *Door to door* disini dilakukan dengan memberikan jasa cuci emas gratis bagi ibu-ibu yang mau bertanya atau sekedar *sharing*.
 - b. Strategi membangun citra produk atau *brand awareness*. Dilakukan dengan mengikuti *car free day*, disana membuka stand dan menyediakan cuci emas gratis sebagai bentuk salah satu strategi promosi. Dan hal itu yang membekas di dalam benak masyarakat.
 - c. Strategi *direct marketing*. Kegiatan ini dilakukan dengan cara memasarkan produk pembiayaan gadai emas melalui situs internet. Alamat situs tersebut yaitu <https://bsmemas.bsm.co.id>. Strategi yang digunakan oleh *pawning officer* ialah menggunakan *domain* yang mudah diingat dan membuat *website* yang fokus

terhadap satu topik. Dalam situs ini memuat tentang segala macam hal dan informasi yang berkaitan dengan gadai dan cicil emas.

2. Gadai emas pada Bank Syariah Mandiri Area Malang dipercayakan pada divisi *pawning*. Pada divisi *pawning* terdiri dari *pawning manager*, *pawning officer*, dan *pawning staff*. Dalam prakteknya, proses promosi dalam divisi ini diberikan kepada *pawning officer*.

Sasaran dari promosi ini adalah semua kalangan baik nasabah muslim maupun nasabah non muslim. Juga nasabah yang berfikir agamis maupun nasabah yang berfikir rasional.

Implementasi akad dari gadai emas berbeda dengan teori. Karena pada teori dalam satu transaksi tidak diperkenankan adanya penggabungan akad *qardh* dan akad *ijarah*. Namun pada prakteknya pembiayaan gadai emas ini menggunakan tiga akad, yaitu akad *qardh* dalam rangka *rahn* dan biaya pemeliharaan menggunakan akad *ijarah*. Hal ini dilakukan bukan dengan tujuan agar bank mendapat laba, namun lebih kepada keamanan penyimpanan emas yang sedang digadai.

- ### 3. Faktor penghambat dan faktor pendukung dari strategi promosi

Faktor penghambat yang pertama adalah kurangnya sumber daya insani. Padahal sumber daya insani merupakan pihak yang memiliki peranan sangat penting dalam suatu perusahaan. Dalam praktiknya,

pawning officer disini dikelola oleh satu orang dan hal inilah yang menjadi hambatan dalam menjalankan strategi promosinya.

Yang kedua adalah bermunculannya pesaing dalam dunia perbankan syariah khususnya pada produk gadai syariah. Hal ini menjadikan pihak dari Bank Syariah Mandiri memutar otak untuk lebih inovatif dalam mengatur manajemen dan produk-produk yang ditawarkan.

Selain adanya faktor penghambat, ada pula faktor pendukung dari jalannya strategi promosi. Faktor pendukungnya adalah banyaknya kantor Bank Syariah Mandiri yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Hal ini dapat mempermudah masyarakat untuk mengakses berbagai produk dari Bank Syariah Mandiri khususnya produk pembiayaan gadai emas.

Selain itu yang menjadi faktor pendukung adalah adanya pilihan dalam membayar biaya pemeliharaan. Nasabah dapat memilih untuk membayar di saat awal pencairan atau pada saat akhir pelunasan.

B. Saran

Saran-saran disampaikan adalah :

Bagi Lembaga

Untuk Lembaga, sebaiknya menambah sumber daya insani untuk melakukan proses promosi agar hasil yang dicapai lebih maksimal dan dapat memenuhi target yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. Yazid. *Fiqh Muamalah dan Implementasi dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta : Logung Pustaka, 2009.
- Al Arief, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta, 2010.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani, 2001.
- Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Darsono et al. *Perbankan Syariah di Indonesia Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan ke Depan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- David, Fred R. *Strategic Management*. Jakarta : Salemba Empat, 2009.
- Furqon, Syafrizallyanal. "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Idul Fitri Pada BMT Al-Fath IKMI Pamulang". *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah. 2010.
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 2012.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2012.
- Maulana, Hasanudin. *Multi Akad Dalam Transaksi Syariah Kontemporer Pada Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. *Al Iqtishod* : Vol III No. 1. t.t.p. 2011.
- Moore, Frazier. *Hubungan Masyarakat : Prinsip, Kasus, dan Masalah*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1987.
- Nurhayati, Lila. "Strategi Bauran Pemasaran Produk BSM Tabungan Investa Cendekia Pada Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga". *Tugas Akhir*. IAIN Purwokero. 2015.

Tim Penyusun. *Teknis Penulisan Skripsi*. Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2014.

Wawancara Fatimah Al Hamid, General Support Staff Bank Syariah Mandiri Area Malang, 13 November 2017.

<https://m.detik.com/finance/moneter/3429263/gadai-dan-cicil-emas-bank-syariah-mandiri-tembus-rp-21-t>, diakses pada, 2 November 2017, pukul 08.00 WIB

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/visimisi>, diakses pada, 10 November 2017, pukul 11.00 WIB

<https://www.syariahmandiri.co.id/news-update/edukasi-syariah/prinsip-dan-konsep-dasar-perbankan-syariah>, diakses pada, 10 November 2017, pukul 11.15 WIB

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumerbanking/pembiayaan-konsumen/bsm-implan>, diakses pada, 12 November 2017, pukul 08.00WIB

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumerbanking/pembiayaan-konsumen/pembiayaan-griya-bsm>, diakses pada, 12 November 2017, pukul 08.05 WIB

