



PENGARUH STRATEGI PEMASARAN GADAI SYARIAH TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA PT. PENGADAIAN (PERSERO) CABANG SYARIAH MARTAPURA SUNGAI PARING KABUPATEN BANJAR

RINA*

IAI Darussalam Martapura, Kalimantan Selatan, Indonesia

rina@gmail.com

Abstrak

Hasil penelitian menunjukkan Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya, baik produktif maupun konsumtif. Di samping itu proses pencairan dana yang terbilang cepat dan mudah. Sedangkan operasional pegadaian pun juga menggunakan sistem bunga yang sangat dilarang dalam syariah Islam. Maka dari itu didirikan pegadaian syariah yang memang didirikan oleh perum pegadaian agar terhindar dari rentenir dan riba.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Gadai Syariah, Pengadaian

PENDAHULUAN

Islam merupakan suatu sistem dan jalan hidup yang utuh dan terpadu, Islam memberikan panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis dan transaksi keuangan. Berdirinya Lembaga Keuangan Syariah juga merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap prinsip-prinsip syariah dalam ekonomi Islam. Hal ini terlihat dengan menggunakan prinsip syariah, karena diharapkan dengan menggunakan prinsip syariah Islam dapat memberikan mashlahat bagi umat manusia dan salah satu kelebihan dari lembaga keuangan syariah adalah tidak meminta kelebihan dari pokok pinjaman, karena hal yang demikian itu termasuk riba. Sebagaimana kita ketahui riba dalam surah Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۚ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

"Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya."

Syaikh Muhammad Ali As-Syais berpendapat, bahwa ayat Alquran di atas adalah petunjuk untuk menerapkan prinsip kehati-hatian bila seseorang hendak melakukan transaksi utang-piutang

yang memakai jangka waktu dengan orang lain, dengan cara menjaminkan sebuah barang kepada orang berpiutang (*rahn*) (Fadhilah). Seiring perkembangan sistem perbankan syariah pada pertengahan tahun 1990-an di Indonesia, beberapa Lembaga Keuangan Syariah tumbuh dan berkembang dengan pesat di Indonesia. Namun hendaknya kita tidak mengabaikan salah satu lembaga lainnya ditengah perkembangan lembaga keuangan ini. Lembaga keuangan itu adalah Pegadaian. Perum Pegadaian merupakan salah satu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai (Sudarsono, 2003).

Dalam rangka pencapaian tujuan organisasi, telah umum diketahui bahwa istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan. Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya, karena dalam arti yang sesungguhnya, manajemen puncak memang terlibat dalam satu bentuk "peperangan" tertentu (Siagaan, 2008). Adapun pemasaran adalah kegiatan utama dari sebuah perusahaan dalam memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk dan jasanya kepada konsumen guna mencapai suatu tujuan. Sedangkan Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai logika pemasaran dengan unit usaha berharap dapat mencapai sasaran pemasarannya (Kotler dan Amstong). Sehingga dapat dipahami strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan (Assauri, 2007).

Pengertian Gadai dalam bahasa arab adalah disebut *Rahn*. *Rahn* menurut bahasa adalah jaminan hutang, gadaian (Munawir, 1997), seperti juga dinamai *Al-Habsu* artinya penahanan (Munawwir, 1997). Ar-Rahan adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomi, dengan demikian pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai (Sabiq, 1987).

Landasan Hukum Rahn

Sebagaimana halnya dengan jual-beli, gadai diperbolehkan, karena segala sesuatu yang boleh dijual boleh digadaikan. Dalil yang melandasi gadai telah ditetapkan dalam Al-qur'an dan Hadits.

1. Al-Qur'an

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

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۖ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Ayat ini dijadikan sebagai dalil yang menunjukkan bahwa jaminan harus merupakan sesuatu yang dapat dipegang. Sebagaimana yang menjadi pendapat imam syafi'i dan jumhur ulama. Dan ulama lain menjadikan ayat tersebut sebagai dalil bahwa barang jaminan itu harus berada ditangan orang yang memberikan gadai (Abdurrahman, 2012).

2. Hadist

Yang menjadi landasan hukum atau dasar daripada akad Gadai (*Rahn*) selain Al-Qur'an ialah beberapa hadits yang menjelaskan tentang akad Gadai sebagai berikut:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

3. Ijma'

Berkaitan dengan pembolehan perjanjian gadai ini, jumhur ulama juga berpendapat boleh dan mereka tidak pernah berselisih pendapat mengenai hal ini. Jumhur ulama berpendapat bahwa disyari'atkan pada waktu tidak epergian maupun pada waktu bepergian, berdasarkan kepada perbuatan Rasulullah Saw dalam hadits di atas.

Jenis produk Pembiayaan dari Pengadaian Syariah

Pengadaian merupakan adalah satu-satunya badan usaha milik negara (BUMN) yang memiliki izin izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai. Sebagai sebuah BUMN, Pengadaian bergerak pada tiga lini bisnis, yaitu pembiayaan, emas dan aneka jasa.

Dalam perkembangannya, Pengadaian Syariah tidak hanya menyediakan produk berbasis gadai, namun juga pembiayaan jenis lain yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Apa saja produk yang ditawarkan Pengadaian Syariah. Berikut delapan jenis produk pembiayaan yang ada di Pengadaian Syariah.

Pembiayaan Gadai Syariah (*Rahn*)

Pembiayaan gadai syariah bisa menjadi solusi untuk kebutuhan dana cepat karena lama proses gadai hanya sekitar 15 menit saja. Jaminan gadai syariah ini bisa berupa barang perhiasan, elektronik, atau kendaraan bermotor. Caranya, calon nasabah hanay perlu membawa barang jaminan ke outlet Pengadaian yang selanjutnya akan diproses dalam waktu singkat. Pinjaman gadai syariah ini bisa didapat dari taksiran nilai barang jaminan yang nilainya mulai dari Rp50.000 hingga Rp500.000.000 dengan lama waktu pinjaman sekitar 120 hari. Waktu pinjaman bisa diperpanjang dengan cara membayar mu'nah (biaya pemeliharaan jaminan) dan mengangsur sebagian pinjaman. Nasabah juga bisa melakukan pelunasan sewaktu-waktu, namun akan ada perhitungan ijarah, yaitu akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut.

METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan Field research dalam bentuk kuantitatif yang berlokasi pada PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar, sedangkan target waktu penelitian kurang lebih 2 bulan terhitung mulai bulan oktober s/d november 2020.

Subjek penelitian adalah seseorang yang terlibat dalam penelitian dan keberadaannya menjadi sumber data penelitian. Subjek penelitian ini memiliki kompetensi dan relevansi informasi dengan fokus masalah penelitian (Musfiqon, 2012). Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah satu orang pegawai di PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring dan 32 orang nasabah. Objek penelitian merupakan suatu hal yang akan diteliti dengan mendapatkan data

untuk tujuan tertentu dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini strategi pemasaran gadai syariah pada PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar.

Dalam usaha mengumpulkan data dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Angket/Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi, 1994). Adapun jenis angket yang digunakan oleh penulis adalah angket tertutup, yaitu angket yang menghendaki jawaban pendek atau jawabannya diberikan dengan membutuhkan tanda tertentu. Daftar pertanyaan disusun dengan disertai alternative jawabannya, responden diminta untuk memilih salah satu jawaban untuk mendapatkan data yang komprehensif, angket ini dibagikan kepada nasabah yang menjadi responden yang berisi pertanyaan tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar serta angket tentang nasabah yang memilih PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar sebagai tempat pengadaian barang.

2. Observasi

Observasi adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap objek, baik secara langsung maupun tidak langsung (Mahmud, 2011). Observasi ini digunakan untuk mengamati pengelola PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar dalam menjalankan pemasaran gadai syariah.

3. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk menggali data tentang lokasi penelitian yang dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian di PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar, maka dalam hal ini peneliti akan menyajikan beberapa data primer yang dibuat dalam bentuk narasi yang didapat dari hasil wawancara dengan pimpinan cabang yang ada di PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar, adapun hasil wawancara tersebut sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran gadai syariah pada PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar. Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang di PT Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar mengenai strategi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah ini ada empat cara yaitu sebagai berikut :

- a. Pemilihan Sebuah Produk

Untuk pemilihan sebuah produk ini menurut pimpinan cabang produk yang ditawarkan oleh PT Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar ada empat produk andalan yaitu gadai syariah (Ar-rah), Arrum, Logam mulia dan jasa titipan, dari empat produk inilah yang ditawarkan kepada para nasabah, produk ini dipilih

menurut pimpinan cabang di PT Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar menjelaskan bahwa memang produk-produk inilah yang sering diminati oleh para nasabah, sedangkan untuk menambah produk lain menurut pimpinan cabang belum ada lagi hanya empat produk ini saja yang ditawarkan kepada nasabah.

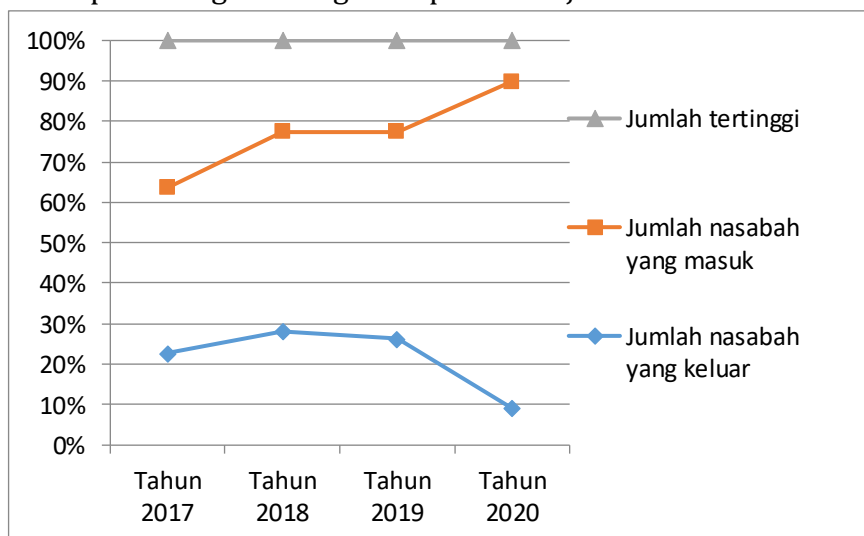
b. Penetapan Sebuah Harga Produk

Untuk penetapan harga sebuah produk menurut pimpinan cabang menyesuaikan dengan harga pasaran, hanya saja harga dibedakan sedikit daripada ditempat yang lainnya namun tidak meninggikan dari harga dilain atau menurunkannya terlalu drastis. Penetapan harga dari produk yang ditawarkan ini sudah disesuaikan dengan keuntungan masing-masing pihak, baik pihak pengadaian ataupun pihak nasabah.

2. Jumlah nasabah pada PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar, berupa catatan atau dokumentasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang di PT Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar mengenai peningkatan jumlah nasabah ini setiap tahunnya mengalami peningkatan dari tahun namun selain nasabah yang meningkat ada jua nasabah yang keluar namun tidak begitu banyak, untuk lebih jelasnya dapat penulis jabarkan dalam bentuk grafik dibawah ini:

Grafik. 1 Peningkatan Jumlah Nasabah yang ada di PT Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar



Sumber: Diolah

Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas yang digunakan yaitu analisis scale yang melihat tabel itemtotal statistic dan pada kolom corrected item-total correlation kemudian dibandingkan dengan r tabel (5%). Dikatakan valid jika nilai corrected item-Total Correlation > r tabel = 0,349.

Tabel 1. Uji Validitas Angket

Variabel	r hitung	r tabel (5%)	Keterangan	
Straetegi Pemasaran				
X	Indikator 1	0,490	0,349	Valid
	Indikator 2	0,400	0,349	Valid
	Indikator 3	0,429	0,349	Valid
	Indikator 4	0,402	0,349	Valid
	Indikator 5	0,601	0,349	Valid
	Indikator 6	0,601	0,349	Valid
	Indikator 7	0,352	0,349	Valid
Peningkatan Nasabah di lihat dari kepuasan nasabah				
Y	Indikator 8	0,359	0,349	Valid
	Indikator 9	0,371	0,349	Valid
	Indikator 10	0,601	0,349	Valid
	Indikator 11	0,602	0,349	Valid
	Indikator 12	0,601	0,349	Valid

Sumber: SPSS

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji validitas dapat diketahui jika r hitung lebih besar dari r tabel. Artinya valid dan instrumen bisa digunakan atau bisa digunakan atau bisa dianalisis.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen sejauh mana instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian dengan cronbach's Alpha yang digunakan untuk menguji tingkat kepercayaan masing-masing angket variabel.

Tabel. 2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	12

Sumber: SPSS

Dari tabel di atas nilai Cronbach's Alpha = 0,756 > 0,6 (r tabel), jadi instrumen tersebut bisa diandalkan atau dipercaya.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dari pengujian hipotesis dapat disimpulkan hasil uji r hitung lebih besar dari r tabel. artinya Ada pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan produk tabungan haji, dengan nilai regresi linier $Y' = 3,167 + 0,614X$ variabel strategi pemasaran (X1) meningkat sebesar 1% dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka peningkatan nasabah pada PT. Pengadaian (Persero) Cabang Martapura meningkat sebesar 0,614. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar berkontribusi positif bagi kepuasan nasabah dengan terjadinya peningkatan jumlah nasabah, sehingga semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pengadaian (Persero) Cabang Syariah Martapura Sungai Paring Kabupaten Banjar maka makin melambung pada peningkatan jumlah nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Abdurrahman. 2012. *Tafsir Ibnu Katsir*, Jakarta: Pustaka Imam Syafi'i
- A. W. Munawir. 1997. *Kamus Al-Minawir*, Surabaya: Pustaka Progressif.
- Fadhillah Asy-Syaikh Muhammad, *Tafsir Ayat Al-Ahkam*, ttp: tp, tt,
- Heri Sudarsono. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia
- Musfiqon. 2012. *Panduan Lengkap Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya
- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Sondang P. Siagaan. 2008. *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi aksara.
- Sayid Sabiq. 1987. *Fiqh Sunnah*. Beirut: Darul-Kitab al-aribi
- Suharsimi Arikunto. 1994. op.cit., h.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Philip Kotler dan G. Amstrong. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlanga