

**STRATEGI PEGADAIAN SYARIAH UNTUK MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI DALAM PERSAINGAN USAHA SIMPAN PINJAM
PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH SURABAYA
(Kegiatan Pengabdian Masyarakat)**

Achmad Daengs GS¹, Deviana Amanda Putri²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas 45 Surabaya

^{1,2}Email : adaengsgs@univ45sby.ac.id

Abstrak

Melalui PT. Pegadaian Syariah ini merupakan salah satu cara mudah untuk mendapatkan pinjaman dana yang kita butuhkan. Dana tersebut bisa dimulai dari pinjaman rendah dengan agunan seperti emas dan dana besar seperti sertifikat tanah. Sedangkan kebutuhan masyarakat tidak hanya berupa uang. Tetapi banyak hal yang mereka butuhkan seperti pemenuhan beribadah Haji, untuk tabungan emas, kredit motor serta pemenuhan kebutuhan yang lain seperti untuk pembayaran-pembayaran ke instansi yang lain. Seperti BPJS, Listrik, Pulsa, dan lain-lain. Sebenarnya hampir semua badan usaha diatas bisa melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen, akan tetapi saya lebih tertarik pada badan usaha yang berbentuk konvensional tersebut yang telah lama berdiri dan bertahan dalam persaingan bisnis simpan pinjam yaitu pada PT. Pegadaian Syariah. Karena didorong rasa penasaran yang sangat besar bagaimana cara bertahan PT. Pegadaian Syariah dalam persaingan usaha simpan pinjam inilah yang akhirnya membawa saya masuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Strategi, Mempertahankan, Eksistensi, Persaingan*

Abstract

Through PT. Pegadaian Syariah as an easy way to get fund loan that we need. The fund can be started from low loan with warranty like gold and big fund such as land certificate. While people's need not only money. But there are numerous things that they needed like Hajj Pilgrim, gold saving, motorcycle credit and other necessary fulfillments such as payments to other institution. Like Social Security, electricity fee, internet quota and many more. In point of act almost all business entities above mention can be done to fulfill consumer need, however I more interested in conventional business entities which had founded for long time and sustained under money lending competition that is PT. Pegadaian Syariah. Because of driven my big curiosity how PT. Pegadaian Syariah withstand undergoing this fund lending competition that finally bring me come into this research.

Keywords: *Strategic, Depend, Existence, Competitive*

PENDAHULUAN

Dengan adanya mata kuliah kegiatan Pengabdian Masyarakat seperti ini, dosen dan mahasiswa diharapkan mendapat pengalaman baru dalam mengenal dunia kerja dan memahami lingkungan kerja yang baik. (Suzan Fhelda, Daengs, 2017:14).

Kebutuhan masyarakat yang beragam menjadikan uang sebagai salah satu hal yang selalu dibutuhkan keberadaannya sebagai alat tukar resmi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal yang menjadi kendala utama di masyarakat apabila kebutuhan yang ingin dibeli atau ingin dipenuhi tidak didukung oleh

ketersediaan dana yang dimiliki masyarakat tersebut. Maka dibutuhkan suatu cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut, ada banyak solusi yang tersedia saat ini seperti dana pinjaman online atau konvensional serta perbankan. Sedangkan untuk pinjaman online bersifat lebih fleksibel tanpa adanya agunan akan tetapi dengan dana yang minim untuk di salurkan, dengan jangka waktu yang terbatas. Untuk bentuk badan usaha konvensional penyaluran dana salah satunya seperti yang telah lama dikenal oleh masyarakat yaitu PT. Pegadaian Syariah. Yang mana dalam penyaluran dananya bisa dalam jumlah kecil dengan jangka waktu yang pendek dan bisa juga dalam jumlah besar dengan jangka waktu yang di sesuaikan. Sedangkan untuk perbankan dalam kegiatan penyaluran dana kepada pihak lain bisa menyalurkan dana paling besar dalam bentuk kredit yang panjang dengan agunan yang di sesuaikan. Untuk yang lebih mudah dan biasa digunakan oleh masyarakat biasanya melalui badan konvensional seperti PT. Pegadaian Syariah.

Melalui PT. Pegadaian Syariah ini merupakan salah satu cara mudah untuk mendapatkan pinjaman dana yang kita butuhkan. Dana tersebut bisa dimulai dari pinjaman rendah dengan agunan seperti emas dan dana yang besar seperti sertifikat tanah.

Sedangkan kebutuhan masyarakat tidak hanya berupa uang. Tetapi banyak hal yang mereka butuhkan seperti pemenuhan beribadah Haji, untuk tabungan emas, kredit motor serta pemenuhan kebutuhan yang lain seperti untuk pembayaran-pembayaran ke instansi yang lain. Seperti BPJS, Listrik, Pulsa, dan lain-lain.

Sebenarnya hampir semua badan usaha diatas bisa melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen, akan tetapi saya lebih tertarik pada badan usaha yang berbentuk konvensional tersebut yang telah lama berdiri dan bertahan dalam persaingan bisnis simpan pinjam yaitu pada PT. Pegadaian Syariah. Karena didorong rasa penasaran yang sangat besar bagaimana cara bertahan PT. Pegadaian Syariah dalam

persaingan usaha simpan pinjam inilah yang akhirnya membawa saya masuk dalam penelitian ini.

Manfaat Laporan

Manfaat penelitian dapat dicapai setelah tujuan penelitian terpenuhi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yang berkepentingan diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi PT. Pegadaian Syariah
 - a. Menjalin hubungan yang teratur, sehat, dan dinamis antara PT. Pegadaian Syariah dengan lembaga pendidikan tinggi.
 - b. Menjalin kerja sama yang saling menguntungkan dan bermanfaat untuk PT. Pegadaian Syariah dan lembaga pendidikan tinggi.
2. Bagi Peserta Pengabdian Masyarakat
 - a. Melatih keterampilan praktikan sesuai dengan pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di lembaga pendidikan tinggi.
 - b. Peserta mampu memadukan dan menerapkan antara pendidikan perkuliahan dengan kenyataan kerja yang ada.
 - c. Memperdalam dan meningkatkan keterampilan serta aktivitas peserta.
 - d. Memenuhi kewajiban dalam memenuhi mata kuliah Pengabdian Masyarakat .
 - e. Belajar mengenal dinamika dan kondisi nyata dunia kerja pada unit-unit kerja pada Strategi Penjualan dan Operasional di PT. Pegadaian Syariah.
 - f. Mengembangkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan mencoba menemukan sesuatu yang baru yang belum diperoleh dari pendidikan formal.
3. Bagi Lembaga Pendidikan Tinggi
 - a. Sebagai sarana pengenalan, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya fakultas ekonomi jurusan manajemen dan sebagai pertimbangan dalam

- menyusun program pendidikan di lembaga pendidikan tinggi.
- Menjalin jaringan yang baik dan saling menguntungkan antara lembaga pendidikan tinggi dengan instansi tempat peserta Pengabdian Masyarakat bekerja.
 - Menjadikan program Pengabdian Masyarakat sebagai wadah pembelajaran yang efektif.
 - Mengetahui kurikulum pembelajaran yang *up-to-date* untuk diterapkan di lembaga.
 - Memberikan pengalaman kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi untuk merasakan dunia kerja secara langsung.

Tempat Pengabdian Masyarakat

Nama Perusahaan : PT. Pegadaian Syariah
 Sub Bagian : Strategi Pegadaian Syariah Dalam Persaingan Usaha Simpan Pinjam Pada PT. Pegadaian Surabaya
 Alamat : Jl. Kranggan No.80c, Sawahan, Kec.Sawahan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60251
 Telepon : 031-99246656
 Home Page : www.pegadaian.co.id
 Bidang Usaha : Jasa Kredit Gadai

Jadwal Waktu Pengabdian Masyarakat

Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh praktikan berlangsung selama dua minggu, yakni terhitung mulai tanggal 23 April 2019 sampai dengan 3 Mei 2019. Dalam rangka pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu :

1. Tahap Persiapan

Praktikan mencari informasi mengenai perusahaan atau dinas pemerintah yang dapat menerima kegiatan Pengabdian Masyarakat . Setelah mengetahui bahwa di PT. Pegadaian Syariah bisa melakukan kegiatan pengabdian masyarakat , maka praktikan membuat surat permohonan izin pengabdian masyarakat ke bagian akademik Lembaga Pendidikan Tinggi Surabaya dan diteruskan ke bagian BAAK. Dibutuhkan waktu paling lambat tiga hari untuk membuat surat permohonan izin dari universitas. Pada tanggal 2 April 2019 akhirnya surat permohonan izin Pengabdian Masyarakat dikeluarkan oleh BAAK dengan Nomor: **350/016/FE/III/2019**, surat tersebut dikirim ke PT. Pegadaian Syariah pada Divisi PINCA (Pimpinan Cabang). Kemudian Divisi PINCA melimpahkan surat pengabdian masyarakat ke Divisi DEPUTI. Pihak PINCA menghubungi praktikan dan memberitahukan untuk melakukan wawancara di Kantor PT. Pegadaian Syariah pada tanggal 4 April 2019. Praktikan membawa surat persetujuan pengabdian masyarakat ke DEPUTI yang menginformasikan bahwa praktikan dapat melaksanakan pengabdian masyarakat yang bertempat di PT. Pegadaian Syariah.

2. Tahap Pelaksanaan

Praktikan melakukan kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung selama dua minggu, yakni terhitung mulai dari tanggal 23 April 2019 sampai dengan 3 Mei 2019. Waktu tersebut merupakan waktu yang efektif bagi praktikan untuk melaksanakan Pengabdian Masyarakat karena pada saat ini praktikan telah menyelesaikan program pembelajaran semester enam.

Hari	Jam Kerja (WIB)	Keterangan
Senin s.d Jumat	13.00 – 15.00	
Sabtu	11.00 – 13.00	
Minggu		Libur

Tabel 1. Jadwal Pengabdian Masyarakat
 Sumber : Data diolah oleh Praktikan

Pada tanggal 22 April 2019, Pihak dari PT. Pegadaian Syariah mengeluarkan surat keterangan yang menyatakan bahwa praktikan telah benar melakukan Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada PT. Pegadaian Syariah selama dua minggu terhitung 23 April 2019 s.d 3 Mei 2019.

3. Tahap Pelaporan

Setelah melaksanakan pengabdian masyarakat selama dua minggu praktikan memiliki kewajiban untuk membuat laporan tertulis yang berisi kegiatan observasi dan kegiatan tugas selama melakukan pengabdian masyarakat kepada universitas. Laporan tertulis tersebut merupakan syarat untuk kelulusan bagi praktikan sebagai mahasiswa Ekonomi Manajemen.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan laporan pengabdian masyarakat ini tingkat akurasi laporan diperlukan dukungan data yang memadai sesuai dengan obyeknya, oleh karena itu untuk memperoleh data yang dimaksud diperlukan teknik pengumpulan data sebagaimana terinci pada paparan berikut :

1. Pengamatan lapangan merupakan suatu metode pengumpulan data melalui peninjauan langsung ke perusahaan untuk memperoleh data yang diperlukan dengan cara :
 - a. Wawancara langsung dengan Pimpinan dan Karyawan perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan penelitian, dengan cara memberikan kuisioner ataupun secara lisan.
 - b. Meninjau perusahaan secara langsung khusus untuk penelitian.
2. Penelitian Kepustakaan merupakan suatu metode pengumpulan data teoritis yang memberikan dukungan pengetahuan kepada penulis. Hal ini dilakukan penulis dengan cara

mencari buku-buku yang relevan dengan pokok persoalan diatas.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Pengertian Strategi Pemasaran PT. Pegadaian Syariah

Strategi dalam kamus Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat perang, siasat atau akal untuk mencapai sesuatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan.

Istilah strategi berasal dari kata Yunani, *strategeta* (stratos = militer, dan ag = memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seseorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagi dua pengguna kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Strategi adalah komprehensif atau orientasi tindakan jangka pengalokasian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi ini menunjukkan arah tujuan jangka panjang organisasi dan cara pencapaiannya serta cara pengalokasiannya sumber daya. Atau lebih singkatnya strategi adalah rencana jangka panjang suatu perusahaan untuk mencapai tujuan.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. William J. Stanton (2012) mendefinisikan pemasaran dalam dua pengertian dasar yaitu:

- 1) Dalam arti kemasyarakatan, pemasaran adalah setiap kegiatan tukar menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia.

- 2) Dalam arti bisnis, pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan, dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.

Konsep pemasaran berdasarkan definisi dari Kotler (2009:270) adalah suatu proses social dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk-produk yang bernilai dengan pihak lain. Di dalamnya terdapat konsep yang ditawarkan seperti kebutuhan, keinginan dan permintaan, produk-produk (barang-barang, layanan, dan ide), value atau nilai, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan pasar dan para pemasar, serta prospek.

Kepuasan pelanggan bersifat abstrak dan tidak mudah untuk dimengerti oleh pihak perusahaan. (Thomas, Daengs, Agus, 2015:6).

Menurut Kotler (2009:270), dasar pemikiran pemasaran bermula dari kebutuhan dan keinginan manusia. Kebutuhan manusia adalah ketidakadaan beberapa kepuasan dasar. Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Permintaan adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan ketersediaan untuk membelinya.

Orang memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dengan produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk atau penawaran dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu barang fisik, jasa, dan gagasan.

Konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan produk dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing.

Jadi, pemasaran adalah suatu kegiatan ekonomi antara suatu pihak dengan pihak lain yang di dalamnya terjadi proses penciptaan, penawaran, dan pertukaran suatu produk demi memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

M. Syakir Sula mendefinisikan pemasaran syari'ah sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam.

Sehingga menurut Syakir, kata kunci dalam definisi pemasaran syariah adalah bahwa dalam seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah tidak akan terjadi, maka bentuk transaksi apa pun dalam bisnis dibolehkan dalam syariat islam. Karena itu Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan yang zalim dalam bisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.

Jadi strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang dilaksanakan dengan harapan bahwa unit bisnis akan mencapai sasaran pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari strategi spesifik untuk pasar sasaran, penentuan posisi produk, bauran pemasaran, dan tingkat pengeluaran pemasaran. Atau dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses penciptaan, penawaran, perubahan nilai, dan pertukaran produk antara suatu pihak dengan pihak yang lainnya.

Business sphere has a significant effect on business performance (Zuhroh, Diana, et al. 2019:1159).

Segmenting, Targeting, Positioning PT. Pegadaian Syariah

Segmentasi Pasar (Segmenting)

Segmentasi pasar adalah membagi pasara menjadi kelompok pembeli yang terbedakan dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran terpisah.

Dalam praktiknya segmentsi pasar terdiri dari segmentasi pasar konsumen dan segmentasi pasar industrial. Setiap segmen memiliki variabel tertentu, namun pada dasarnya variabel yang digunakan tidak jauh berbeda.

Variabel utama yang mungkin dipergunakan dalam segmentasi pasar konsumen adalah: Segmentasi Geografik, yaitu membagi pasar menjadi beberapa unit secara geografik atau membagi pasar berdasarkan wilayah tertentu, seperti Negara, regional, kota, kabupaten, kecamatan, atau lainnya. Segmentasi demografik, yaitu membagi pasar berdasarkan kependudukan secara umum seperti: umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, pendapatan, pekerjaan, agama, ras, dan kebangsaan. Segmentasi Psikografik, yaitu membagi pasar menjadi kelompok berbeda berdasarkan pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup, atau kepribadian. Segmentasi Tingkah Laku, yaitu mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, atau reaksi mereka terhadap suatu produk. Segmentasi Manfaat, yaitu membagi pasar menjadi kelompok menurut beraneka manfaat berbeda yang dicari konsumen dari produk.

Menentukan Sasaran Pasar (Targeting)

Setelah perusahaan selesai melakukan segmentasi pasar, maka

langkah selanjutnya adalah menentukan sasaran pasar. Menentukan sasaran pasar artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang di inginkan.

Kegiatan menetapkan pasar sasaran adalah :

1. Evaluasi Segmen Pasar, meliputi: ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data tentang usia nasabah, pendapatan, jenis kelamin, atau gaya hidup dari setiap segmen. Struktual segmen yang menarik dilihat dari segi.
2. profitabilitas. Kurang menarik jika terdapat pesaing yang kuat dan agresif. Perhatikan juga ancaman dari produk pengganti (substitusi) misalnya dari lembaga keuangan lainnya, untuk pinjaman seperti Bank, kantor pos dan giro, leasing atau money changer. Sasaran dan sumber daya perusahaan yaitu ketersediaan sumber daya manusia termasuk keterampilan yang dimilikinya.
3. Memilih Segmen, memilih segmen adalah menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan. Kemudian menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani. Pemilihan segmen dapat dilakukan dengan cara membagi pemasaran menjadi: pemasaran tanpa pembedaan, melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan. Mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen. Biasanya untuk produk massal seperti tabungan untuk semua orang, baik usia, pendapatan, maupun wilayah. Keuntungan pemasaran tanpa pembedaan adalah hemat biaya.

Menentukan Posisi Pasar (Positioning)

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki dengan cara menentukan dimana posisi yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.

Memilih dan melaksanakan strategi penentuan posisi pasar perlu dilakukan dengan berbagai tahap agar hasil yang diharapkan optimal. Tahapan dalam memilih dan melaksanakan strategi penentuan posisi pasar sebagai berikut :

Pertama, identifikasi keunggulan kompetitif. Di dalam suatu produk terdapat berbagai keunggulan jika dibandingkan dengan produk pesaing. Tujuan manajemen mengidentifikasi keunggulan tersebut sebanyak dan selengkap mungkin. Identifikasi keunggulan kompetitif yang mungkin memberikan nilai yang terbesar dengan cara mengadakan pembedaan yaitu:

- Diferensiasi Jasa
Beberapa perusahaan memperoleh keunggulan bersaing lewat penyerahan yang cepat, nyaman, atau cermat. Contohnya, Bank One telah membuka cabang di toserba dengan pelayanan lengkap untuk menyediakan lokasi yang mudah dijangkau dihari sabtu, minggu, dan di sore hari pada hari kerja.
- Diferensiasi Personil
Perusahaan dapat meraih keunggulan yang sangat bersaing lewat mempekerjakan dan melatih orang yang lebih baik ketimbang yang bekerja di perusahaan pesaing. Contohnya, Singapore Airlines menikmati reputasi luar biasa karena keramahan pramugari dan pramugara.
- Diferensiasi Citra

Ketika pesaing menawarkan bentuk yang serupa, pembeli mungkin menganggap berbeda berdasarkan pada citra perusahaan atau merk. Contohnya, lengkung emas Mc. Donalds

Kedua, Memilih keunggulan kompetitif yang tepat. Setelah diidentifikasi keunggulan-keunggulan yang kompetitif, lalu langkah selanjutnya adalah dipilih yang paling memberikan keunggulan yang paling banyak. Pertimbangan pemilihan keunggulan kompetitif adalah berapa banyak perbedaan yang dipromosikan. Banyak pemasar berpendapat bahwa perusahaan harus secara agresif mempromosikan hanya satu manfaat kepada pasar sasaran. Tokoh periklanan Rosser Reeves, misalnya, mengatakan sebuah perusahaan harus mengembangkan Unique Setting Proposition (USP, Proposisi penjualan yang unik) untuk setiap merk dan tetap berpegang pada proposisi itu. Setiap merk harus mengambil satu atribut dan menyatakan dirinya sebagai “nomor satu” pada atribut tersebut.

Market Mix PT. Pegadaian Syariah

Dalam dunia pemasaran selalu terkait dengan yang dinamakan marketing mix (bauran pemasaran). Marketing mix adalah deskripsi dari suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan.

Kotler dan Armstrong mendefinisikan bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan yang banyak itu dapat digolongkan menjadi empat kelompok variabel yang dikenal sebagai “empat P”: Product, Price, Place, dan Promotion (Produk,

Harga, distribusi, dan Promosi). Empat P dalam marketing mix yaitu :

Product (Produk)

Menurut Philip Kotler “Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan, atau untuk dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Dalam definisi secara luas produk meliputi objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran dari semua bentuk-bentuk tadi.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya.

Dalam perspektif syariah produksi merupakan sesuatu yang penting. Al-Qur'an menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang sangat luas. Tekanan Al-Qur'an diarahkan pada manfaat dari barang yang diproduksi. Memproduksi suatu barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Berarti barang itu harus diproduksi untuk kebutuhan manusia, bukan untuk memproduksi barang-barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia.

Islam juga mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas (gharar) bagi pembeli. Pasalnya disini berpotensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak.

Selain keberadaan suatu produk, islam juga memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk. Barang yang dijual harus terang dan jelas

kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah member penilaian.

Dari uraian diatas dapat penulis simpulkan bahwa produk dalam perspektif syariah (fiqh muamalah) harus memenuhi standarisasi mutu dan keberadaan barang. Fiqh muamalah tegas mengharamkan praktik jual beli yang menipu dengan ketidakjelasan mutu dan keberadaan barang.

Price (Harga)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk. Dalam konsep Islam, penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Dan pertemuan antara permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela. Ini bermakna tidak ada yang menganiaya dan dizalimi.

Dalam praktek Fiqh muamalah, harga mengambil posisi tengah, tidak berlebih-lebihan, tidak pula merendahkan. Ini berarti bahwa dalam praktik Fiqh muamalah harga mestinya harus proporsional.

Tujuan penentuan harga secara umum adalah :

1. Untuk bertahan hidup. Artinya, dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi. Dalam hal ini perusahaan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang dipasarkan laku dipasaran.
2. Untuk memaksimalkan laba. Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.
3. Untuk memperbesar Market Share. Penentuan harga ini dengan harga yang murah, sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4. Mutu Produk. Tujuan dalam hal ini mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin.
5. Karena Pesaing. Dalam hal ini, penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

Place (Distribusi)

Dalam sektor jasa, distribusi didefinisikan sebagai setiap sarana yang meningkatkan keberadaan atau kenikmatan suatu jasa yang menambah penggunaannya atau pendapatan dari penggunaannya, baik dengan mempertahankan pemakaian yang ada, meningkatkan nilai kegunaannya diantara pemakai yang ada ataupun menarik pemakai baru. Sarana-sarana tersebut dapat berupa kantor pusat, kantor cabang, dan lain-lain yang dapat memudahkan nasabah untuk memperoleh manfaat dari jasa perusahaan tersebut.

Distribusi termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran. Setiap perusahaan haruslah memiliki pandangan saluran distribusi keseluruhan terhadap masalah distribusi dari produknya ke pemakai akhir. Dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat.

Dalam kegiatan distribusinya perusahaan dapat memperhatikan:

1. Kantor pusat pemasaran yaitu departemen ekspornya atau divisi yang membuat keputusan mengenai saluran distribusi dan elemen-elemen bauran pemasaran lainnya.
2. Mengenai jenis-jenis perantaranya yaitu agen, perusahaan perdagangan

dalam hal ini adalah kantor cabang. Letak kantor-kantor cabang yang mudah dijangkau oleh masyarakat dapat mempermudah pendistribusian produk yang ditawarkan kepada nasabah.

Promotion (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang terakhir. Promosi berarti aktivitas yang menkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Dalam Islam mempromosikan suatu barang diperbolehkan. Hanya saja dalam berpromosi tersebut mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Disamping itu, metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariah Islam.

Secara garis besar ada tiga macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan, yaitu :

- Pertama, Periklanan (Advertising). Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, Koran, majalah, televisi, atau radio.
- Kedua, Publisitas (Publicity). Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan didepan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial.
- Ketiga, Penjualan Pribadi. Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan setempat dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

Gadai Syariah

Pengertian Gadai Syariah (Rahn)

Gadai dalam bahasa Arab disebut Rahn. Rahn menurut bahasa

adalah jaminan hutang, gadaian, seperti juga dinamai Al-Habsu, artinya: penahanan.

Ar-rahn adalah menahan salah satu harta milik si penjamin sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. 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.

Sebagaimana kita ketahui dalam kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150 yang menyatakan bahwa : Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara di dahulukan dari pada orang-orang untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus di dahulukan.

Gadai adalah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan utang, dengan adanya benda yang menjadi tanggungan itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.

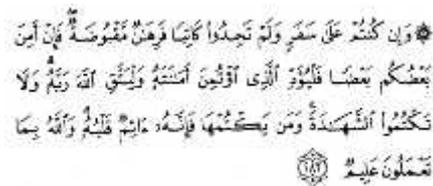
Sedang menurut Hasbi Ash Shiddieqy rahn adalah akad yang objeknya menahan harga terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna darinya.

Jadi kesimpulannya bahwa rahn adalah menahan barang jaminan milik si peminjam (rahin), baik yang bersifat materi atau manfaat tertentu, sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang diterima tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan (murtahin) memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian hutangnya dari barang gadai

tersebut apabila pihak yang menggadaikan tidak dapat membayar hutang tepat pada waktunya.

Landasan Hukum Gadai Syariah

a. Al Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 283



Wa ing kuntum 'al safariw wa lam tajid k tiban fa rih num maqb ah, fa in amina ba' ukum ba' an falyu'addilla i'tumina am natah walyattaqill ha rabbah, wa l taktumusy-syah dah, wa may yaktum-h fa innah imung qalbu, wall hu bim ta'mal na 'al m

Artinya :

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

b. Ijtihad Ulama

Para ulama semuanya sependapat, bahwa perjanjian gadai hukumnya mubah (boleh). Namun ada yang berpegang kepada zahir ayat, yaitu gadai hanya diperbolehkan dalam keadaan

berpergian saja, seperti paham yang dianut oleh Mazbah Zahiri, Mujahid dan Al-Dhahak. Sedangkan jumbuh (kebanyakan ulama) membolehkan gadai, baik dalam keadaan bepergian maupun tidak, seperti yang pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW di Madinah. Jadi secara umum Rahn boleh dilakukan, karena kegiatan tersebut pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW.

Rukun Rahn Gadai Syariah

Dalam menjalankan pegadaian syariah, pegadaian harus memenuhi rukun gadai syariah. Rukun rahn tersebut antara lain :

Aqid, adalah pihak-pihak yang melakukan perjanjian (shigat). Aqid terdiri dari dua pihak yaitu :

1. Rahin (yang menggadaikan), yaitu orang yang telah dewasa, berakal, bias dipercaya, dan memiliki barang yang akan digadaikan.
2. Murtahin (yang menerima gadai), yaitu orang, bank, atau lembaga yang dipercaya oleh rahin untuk mendapatkan modal dengan jaminan barang (gadai).
3. Marhun (barang yang digadaikan), yaitu barang yang digunakan rahin untuk dijadikan jaminan dalam mendapatkan uang.
4. Marhun Bih (utang), yaitu sejumlah dana yang diberikan murtahin kepada rahin atas dasar besarnya tafsiran marhun.
5. Sighat (ijab dan Qabul), yaitu kesepakatan antara rahin dan murtahin dalam melakukan transaksi gadai.

Syarat Rahn Gadai Syariah

Dalam menjalankan transaksi rahn harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

Syarat Aqid, baik rahin dan murtahin adalah harus ahli tabarru' yaitu orang yang berakal, tidak boleh anak kecil, gila, bodoh, dan orang yang terpaksa. Serta tidak boleh seorang wali. Marhun Bih (utang) syaratnya adalah

jumlah atas marhun bih tersebut harus berdasarkan kesepakatan aqid. Marhun (barang) syaratnya adalah harus mendatangkan manfaat bagi murtahin dan bukan barang pinjaman. Shigat (ijab dan qabul) syaratnya adalah shigat tidak boleh diselingi dengan ucapan yang lain selain ijab dan qabul dan diam terlalu lama pada waktu transaksi. Serta tidak boleh terikat oleh waktu.

Persamaan dan Perbedaan Antara PT. Pegadaian Cab Syariah dan PT. Pegadaian Konvensional

Persamaan antara gadai syariah dan gadai konvensional adalah jangka waktu jatuh tempo yaitu sama-sama 120 hari. Jika setelah 120 hari si peminjam tidak dapat membayar hutangnya, maka barang jaminan akan dijual atau dilelang. Tetapi nasabah diberi waktu tambahan dengan mengajukan tunda lelang, paling lama 15 hari. Sebelum dilelang dibuat dahulu panitia lelang. Pada saat hari pelelangan, nasabah masih diberi kesempatan jika ingin menebus barang jaminannya. Jika tidak ditebus maka barang jaminan tersebut dilelang. Uang pelelangan tersebut digunakan untuk membayar hutang rahin. Jika hasil lelang tersebut mengalami kelebihan akan dikembalikan kepada nasabah, tetapi apabila uang kelebihan tersebut tidak diambil dalam waktu satu tahun, maka uang kelebihan tersebut akan kadaluarsa dan dimasukkan ke dalam (DKU) Dana Kebajikan Umat pegadaian syariah yang merupakan Shodaqoh tersebut untuk disalurkan lagi ke masyarakat seperti korban bencana gempa, kegiatan sosial, terumata anak yatim piatu. Sedangkan pada pegadaian konvensional uang kelebihan yang tidak diambil akan dimasukkan dana CSR atau DKS (Dana Kesejahteraan Semesta). Dan apabila dari hasil lelang tersebut ternyata kurang untuk membayar hutang, maka nasabah diharuskan membayar sisa hutangnya. Dan persamaan mendasar antara pegadaian syariah maupun konvensional juga sama-sama milik pemerintah

dibawah Kementerian BUMN, jangka waktu pinjaman paling lambat 120 hari

untuk produk Rahn atau Gadai.

PT. Pegadaian Syariah	PT. Pegadaian Konvensional
1. Mu'nah yaitu jasa pemeliharaan atau atas dasar lain sesuai dengan kesepakatan dan sesuai prinsip syariah.	1. Sewa Modal yaitu imbalan jasa yang diberikan oleh nasabah kepada pegadaian selama barang miliknya masih dalam gadai (kredit) di kantor Pegadaian.
2. Dihitung dari taksiran marhun atau Jaminan	2. Di hitung dari uang pinjaman
3. Akad yang digunakan Rahn dari penitipan barang	3. Perjanjian utang piutang dengan sistem gadai
4. Modal yang digunakan dari Bank Syariah	4. Modal yang digunakan dari penjualan obligasi Bank non syariah
5. Ada diskon mu'nah	5. Tidak ada diskon sewa modal
6. Produk harus ada fatwa MUI, sertifikasi halal	6. Produk tidak melalui fatwa MUI
7. Tarif mu'nah per 10 hari	7. Tarif sewa modal per 15 hari

Tabel 2. Perbedaan PT. Pegadaian Syariah dan PT. Pegadaian Konvensional
Sumber : Data diolah oleh PT. Pegadaian

PEMBAHASAN

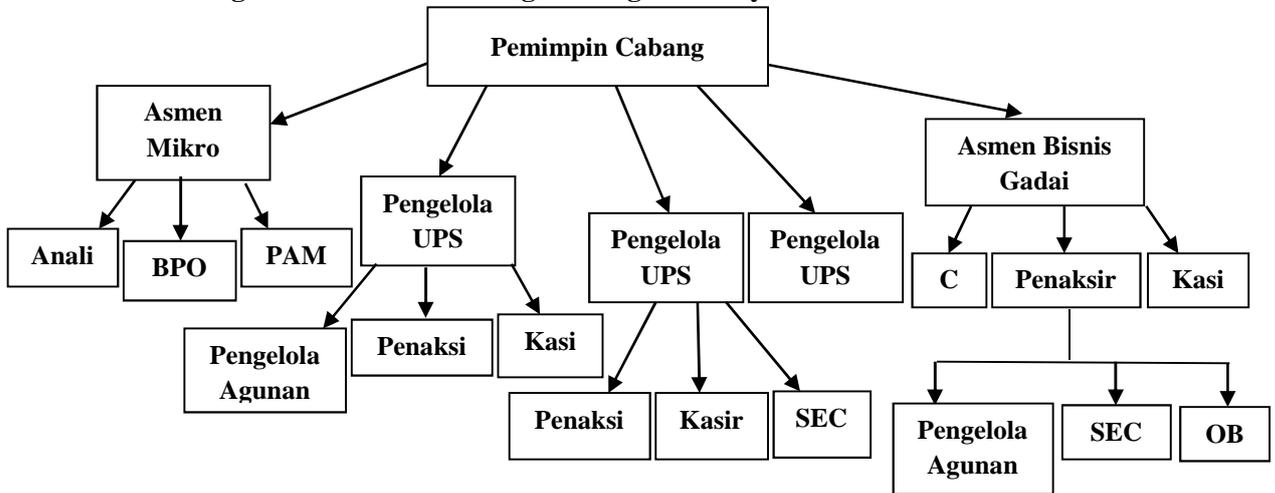
Visi Misi dan Motto PT. Pegadaian

VISI	MISI	MOTTO
Menjadi <i>The Most Valuable Financial Company</i> di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti. 2. Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan. 3. Memberikan <i>service excellence</i> dengan focus nasabah melalui : <ul style="list-style-type: none"> - Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital - Teknologi informasi yang handal dan mutakhir - Praktek manajemen risiko yang kokoh - SDM yang profesional berbudaya kinerja baik 	Mengatasi masalah tanpa masalah

Tabel 3. Visi Misi dan Motto PT. Pegadaian

Sumber : Data diolah oleh PT. Pegadaian

Struktur Organisasi Kantor Cabang PT. Pegadaian Syariah:



Gambar 1. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah
 Sumber: PT. Pegadaian Syariah

Uraian tugas pokok dan fungsi jabatan PT. Pegadaian Syariah :

Pemimpin Cabang

Fungsi Pimpinan Cabang adalah merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan kegiatan operasional, administrasi dan keuangan usaha gadai dan usaha lain Kantor Cabang serta Unit Pelayanan Syariah (UPS). Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut, pemimpin cabang mempunyai tugas :

- 1) Menyusun rencana kerja anggaran Kantor Cabang dan UPS berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.
- 2) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan operasional usaha gadai dan usaha lain.
- 3) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan operasional UPS.
- 4) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan penatausahaan barang jaminan bermasalah.

- 5) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan pengelolaan modal kerja.
- 6) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan pengelolaan administrasi serta pembuatan laporan kegiatan operasional kantor cabang.
- 7) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan kebutuhan dan penggunaan sarana prasarana, serta kebersihan dan ketertiban kantor cabang dan UPS.
- 8) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan pemasaran dan pelayanan konsumen.
- 9) Mewakili kepentingan perusahaan baik kedalam maupun keluar berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh atasan.

Asisten Manajer Bisnis Gadai

Fungsi Asisten Manajer Bisnis Gadai adalah merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan

mengawasi penetapan harga taksiran, penetapan kelayakan kredit, penetapan besaran uang pinjaman, administrasi, keuangan, serta pembuatan laporan kegiatan operasional usaha gadai dan usaha lain pada kantor cabang. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut, Manajer Operasional mempunyai tugas :

- 1) Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan operasional usaha gadai dan usaha lain.
- 2) Menangani barang jaminan bermasalah (taksiran tinggi, rusak, palsu, dan barang potensi), barang jaminan lewat jatuh tempo, kredit macet serta asuransi kredit.
- 3) Melaksanakan pengawasan secara uji petik dan terprogram, terhadap barang jaminan yang masuk, serta pengawasan survey secara berkala dan terprogram.
- 4) Mengkoordinasi, melaksanakan, dan mengawasi administrasi, keuangan, sarana dan prasarana keamanan, serta pembuatan laporan kegiatan operasional kantor cabang.
- 5) Merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi penerimaan dan pembayaran serta pengelolaan modal kerja.

Pengelola UPS

Fungsi Pengelola UPS adalah Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional, mengawasi administrasi, keuangan, keamanan, ketertiban, dan kebersihan serta pembuatan laporan kegiatan UPS. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut, pengelola UPS mempunyai tugas :

- 1) Mengkoordinasikan, melaksanakan mengawasi kegiatan operasional UPS.
- 2) Menangani barang jaminan bermasalah dan barang jaminan lewat jatuh tempo.
- 3) Melakukan pengawasan secara uji petik dan terprogram

terhadap barang jaminan yang masuk.

- 4) Mengkoordinasikan, melakukan dan mengawasi administrasi, keuangan, sarana dan prasarana, keamanan ketertiban dan kebersihan serta pembuatan laporan kegiatan operasional Unit Pelayanan Syariah (UPS).

Penaksir

Fungsi Penaksir adalah Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut, penaksir mempunyai tugas :

- 1) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk mengetahui mutu dari nilai barang serta bukti kepemilikannya dalam rangka menentukan dan menetapkan golongan taksiran dan uang pinjaman.
- 2) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang, untuk mengetahui mutu dari nilai, dalam menentukan harga dasar barang yang akan dilelang.
- 3) Merencanakan dan menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan agar terjamin keamanannya.

Pengelola Agunan

Fungsi penyimpanan adalah mengurus gudang barang jaminan emas dan dokumen kredit dengan cara menerima, menyimpan, merawat dan mengeluarkan serta mengadministrasikan barang jaminan dan dokumen sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan barang jaminan dan dokumen kredit. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut, penyimpan mempunyai tugas :

- 1) Secara berkala melakukan pemeriksaan keadaan gudang penyimpanan barang jaminan emas,

agar tercipta keamanan dan keutuhan barang jaminan untuk serah terima jabatan.\

- 2) Menerima barang jaminan emas dan perhiasan dari Penaksir atau AMBG atau Pemimpin Cabang.
- 3) Mengeluarkan barang jaminan emas dan perhiasan untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain.
- 4) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan, agar barang jaminan dalam keadaan baik dan aman.
- 5) Melakukan pencatatan mutasi penerimaan atau pengeluaran barang jaminan yang menjadi tanggung jawabnya.
- 6) Melakukan penghitungan barang jaminan yang menjadi tanggung jawabnya secara terprogram sehingga keakuratan saldo buku gudang dapat dipertanggung jawabkan.
- 7) Melakukan penyimpanan dokumen kredit usaha lain.

Kasir

Fungsi Kasir adalah Melakukan tugas penerimaan, penyimpanan dan pembayaran uang sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang dan UPC. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut, kasir mempunyai tugas :

- 1) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Menerima uang dari hasil penjualan barang jaminan yang dilelang.
- 3) Membayarkan uang pinjaman kredit kepada nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Melakukan pembayaran segala pengelompokan yang terjadi di kantor cabang dan UPC.

Petugas Mikro

Petugas Mikro terdiri dari Asisten Manajer, Analis Kredit, PAM (Pegadaian Administrasi Mikro), BPO

(Bisnis Proses Officer) adalah Merencanakan, mengkoordinasikan dan menyelenggarakan kegiatan operasional mikro atau non rahn yang berada di kantor cabang. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut, petugas fungsional usaha lain terdiri dari :

- 1) Analis Kredit, menerima berkas dan melakukan pemeriksaan administrasi terhadap pengajuan kredit oleh calon nasabah, menyusun dan membuat laporan hasil analisis kelayakan kredit serta menyampaikannya kepada atasan untuk keputusan disetujui atau tidaknya kredit yang diajukan calon nasabah, melakukan analisa kelayakan kredit dan pemeriksaan barang yang dijadikan agunan sesuai dengan prosedur yang berlaku, menyusun laporan pertanggung jawaban pelaksanaan tugas pekerjaan.
- 2) PAM (Pegadaian Administrasi Mikro), merencanakan, menyelenggarakan, mengadministrasikan, mengevaluasi, dan melaporkan kegiatan penagihan kepada nasabah dan kegiatan administrasi lain yang terkait dengan bisnis Mikro pada Asisten Manajer Mikro.
- 3) BPO (Bisnis Proses Officer) meliputi :
 - a. Sales bertugas aktif mencari target, merekap data hasil penjualan, menjamin kepuasan pelanggan, mencari mitra kerja, menyusun strategi lanjutan.
 - b. Survey bertugas mencatat dan mengembalikan hasil pengukuran yang dilakukan dapat meminimalisir kesalahan dan melakukan tindak koreksi
 - c. Penagih bertugas melakukan penagihan kepada debitur yang memiliki kredit macet dengan jaminan yang dapat dipertanggung jawabkan.

Petugas Customer Service

Fungsi Petugas Customer Service adalah memberikan informasi dan saran kepada nasabah terhadap segala kegiatan operasional kantor cabang, membangun hubungan baik dengan nasabah, melayani nasabah dalam hal penyampaian produk-produk yang ada beserta penjelasan dan memberikan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Produk-Produk Yang Dihasilkan PT. Pegadaian Syariah

1. Ar-Rahn (Gadai Syariah)

Usaha pokok dari kegiatan Pegadaian Syariah adalah menyalurkan Marhun bih dalam jumlah skala kecil dengan jaminan harta bergerak maupun tidak bergerak atas dasar hukum gadai Islam. Hal ini sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn, tanggal 26 Juni 2002, dan No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas, tanggal 28 Maret 2002. Dimana Rahin menyerahkan harta bergerak/tidak bergerak sebagai jaminan sekaligus memberi kuasa kepada pegadaian syariah untuk menjual/melelang (secara syariah) jika setelah jatuh tempo rahin tidak mampu/bersedia melunasinya. Hasil lelang digunakan untuk melunasi pinjaman pokok ditambah jasa simpan dan biaya lelang. Kelebihannya diserahkan kepada rahin, sedangkan kalau kurang masih menjadi kewajiban rahin untuk membayar seperti yang dicantumkan di SBR :

- Rahn adalah penguasaan barang milik peminjam oleh pemberi pinjaman sebagai jaminan. Jangka waktu pinjaman maksimal 120 hari. Pinjaman ini dapat diperpanjang dengan cara membayar mu'nah saja atau dengan cara membayar mu'nah dan mengangsur sebagian uang pinjaman.

- Rahn Fleksi adalah fitur layanan kredit cepat dan aman untuk solusi pinjaman dana kepada konsumen. Gadai fleksi ini menggunakan perhitungan sewa modal secara harian dengan jangka waktu paling lama 60 hari (2 bulan), dan untuk jangka waktu gadai juga bisa pilih 10 sampai 60 hari.
- Rahn Hasan adalah produk pegadaian yang bisa menjangkau mahasiswa dan masyarakat menengah ke bawah yang selama ini belum tersentuh layanan perbankan, layanan ini bisa membantu mereka dan juga meningkatkan rasio inklusi keuangan di Indonesia. Dan kurang lebih 1 juta tidak di kenakan mu'nah
- Rahn Tasjily Tanah adalah jaminan dalam bentuk barang atas pinjaman tetapi barang jaminan tersebut (marhun) tetap berada dalam penguasaan (pemanfaatan) Rahin dan bukti kepemilikannya diserahkan kepada murtahin.

Gadai Syariah merupakan produk dengan menggunakan sistem penyaluran pinjaman secara gadai yang didasarkan pada penerapan sistem syariah Islam. Nasabah tidak dikenai bunga pinjaman ataupun sewa modal atas pinjaman yang diberikan. Nasabah dikenakan biaya administrasi dan jasa simpan yang dipungut dengan alasan agunan yang diserahkan nasabah wajib disimpan, dirawat, dan diasuransikan. Dan barang juga seperti emas atau perhiasan, mobil, motor, laptop, handphone, penyelesaian pinjaman bisa juga perpanjangan atau ulang, pelunasan, angsuran atau mencicil.

2. Arrum (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro Kecil)

Pegadaian Syariah merupakan suatu institusi yang mengelola usaha

gadai, tetapi lebih luas dari itu menjadi institusi yang mengelola usaha pembiayaan mikro kecil berbasis sistem syariah. Sebagai langkah awal untuk mengimplementasikan gagasan ini, maka skim pembiayaan dengan sistem Ar-Rahn, kini mulai dicoba untuk dikembangkan dengan konsep pelunasan pinjaman secara angsuran baik dengan cara gadai (menahan agunan) maupun fidusia (hanya dokumen kepemilikan barang yang ditahan).

Berikut dibawah ini penjelasan mengenai jenis-jenis Arrum Pegadaian Syariah :

1. Arrum Emas yaitu layanan pembelian dan penjualan emas dari pegadaian syariah dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Pembiayaan dengan jangka waktu angsuran flat perbulan mulai 3, 6, 12, 18, 24, sampai dengan 36 bulan.
 2. Arrum BPKB yaitu layanan untuk memudahkan para pengusaha kecil dengan pembiayaan angsuran bulanan untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor, dari pegadaian syariah. Kendaraan yang diagungkan tetap pada pemilikinya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Sedangkan BPKB Asli akan dipegang oleh pihak PT. Pegadaian.
 3. Amanah yaitu pembiayaan berprinsip syariah kepada karyawan tetap maupun pengusaha mikro agar dapat memiliki motor ataupun mobil dengan cara angsuran.
 4. Arrum Haji yaitu produk dari pegadaian syariah yang memungkinkan anda untuk mendapatkan nomor porsi haji dengan jaminan emas. Emas dan dokumen haji akan di simpan oleh pihak pegadaian, dan jaminan emas dapat dipergunakan untuk pelunasan biaya haji pada saat lunas.
3. Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi)
Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran atau dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Produk Mulia ini dapat dijadikan pilihan alternatif untuk investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, menyiapkan biaya pendidikan anak, menyediakan rumah idaman dan kendaraan pribadi. Emas batangan pada produk mulia ini bisa dibeli mulai dari 5 gram hingga 1 kilogram. Selain bisa dibeli tunai, emas batangan juga bisa dibeli secara angsuran. Untuk pembelian dengan angsuran, pegadaian memberikan pilihan uang muka pembelian mulai dari 10 persen hingga 90 persen dari nilai emas. Sementara jangka waktu cicilan mulai dari 3 bulan hingga 36 bulan.
 4. Amanah (Murabahah untuk Kepemilikan Kendaraan Bermotor)
Pembiayaan Amanah adalah Produk pegadaian syariah dalam memberikan pinjaman untuk kepemilikan kendaraan bermotor dan pembiayaan berprinsip syariah dengan akad Murabahah, yaitu untuk melayani nasabah berprofesi pegawai negeri sipil atau karyawan swasta yang ingin memiliki kendaraan bermotor baru atau bekas baik mobil maupun sepeda motor dan pembiayaan dilakukan dengan cara angsuran.
 5. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian, penjualan, dan pencetakan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

Strategi Pemasaran PT. Pegadaian Syariah

Ekstensifikasi PT. Pegadaian Syariah merupakan strategi pegadaian syariah dalam pemasaran produk menggunakan strategi 4P : Price, Promotion, Place, Product (Marketing Mix) pemasaran tersebut sudah diatur dalam Pedoman operasional gadai syariah yang berlaku secara umum. Strategi dalam bidang produk dengan membuat solusi pendanaan yang cepat dan praktis aman dan sesuai syariah. Hal ini telah dilakukan dengan adanya :

1. Perluasan Outlet PT. Pegadaian Syariah terdiri dari total 671 outlet
CPS (Cabang Pegadaian Syariah) 102 Outlet
UPS (Unit Pelayanan Syariah) 569 Outlet
2. Produk-produk yang di tawarkan PT. Pegadaian Syariah
 - Rahn atau Gadai Syariah
 - Arrum untuk usaha Mikro
3. Agen Pegadaian merupakan perpanjangan tangan untuk memasarkan produk-produk pegadaian. Agen pegadaian bisa baik secara perseorangan maupun kelompok usaha dengan memenuhi syarat-syarat tertentu.

Intensifikasi PT. Pegadaian Syariah merupakan strategi pegadaian syariah yang di kembangkan dari peningkatan kinerja karyawan.

1. Customer Service (call center) adalah setiap kegiatan diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima

keluhan atau masalah yang sedang dihadapi. Seorang customer service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh tamunya.

2. Pegadaian Digital Service (PDS) adalah perubahan dengan peluncuran untuk memperbesar target pasar hingga ke generasi milenial. Pegadaian digital service juga merupakan layanan digital dari Pegadaian dalam bentuk aplikasi yang berbasis Web dan Mobile. Pegadaian digital service akan melayani nasabah dan calon nasabah yang ingin mendapatkan informasi produk-produk pegadaian. Keunggulan dari Pegadaian Digital Service ini adalah dari segi kecepatannya nasabah mendapatkan pelayanan setara dengan yang diberikan oleh pelayanan di Outlet Pegadaian Syariah. Nantinya nasabah pegadaian cukup meluangkan beberapa menit saja untuk mengisi informasi di PDS dan mereka bisa melakukan pengajuan gadai atau pengajuan kredit mikro, sesuai dengan kebutuhan nasabah. Selain itu, PDS juga melayani nasabah yang ingin membuka tabungan emas, membayar angsuran, melakukan top-up tabungan emas, hingga melayani masyarakat yang ingin bergabung menjadi agen pegadaian. Kehadiran PDS diharapkan semakin menguatkan minat generasi milenial untuk bisa lebih dekat dengan produk-produk pegadaian.
3. Promo atau Cashback yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Syariah
Meliputi :
 - Gempar (Gempita Ramadhan), PT. Pegadaian Syariah menawarkan promo spesial menyambut Idul Fitri tahun ini melalui program bertajuk Gempita Lebaran (Gempar). Promo ini menawarkan

cashback mulai 2 juta hingga 5 juta dari setiap transaksi empat produk pegadaian yakni pembiayaan porsi haji (Arrum Haji), Pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor (Amanah), pinjaman modal usaha dengan jaminan BPKB dan Investasi emas.

- Fitur Kreasi Multiguna adalah fitur pegadaian kerja sama antara PT. Pegadaian dengan Grab Indonesia yang memberikan kemudahan layanan kredit sampai dengan 50 juta dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor untuk keperluan konsumtif. Mitra pengemudi Grab dapat langsung menikmati cashback sebesar 1% dengan nilai maksimum 500 ribu dari plafon pinjaman yang diberikan hanya dengan membawa BPKB dan KTP, serta halaman profil mitra di dalam aplikasi Driver Grab. Sementara itu, tabungan emas menawarkan dua jenis kemudahan bagi mitra pengemudi Grab yang ingin melakukan investasi emas untuk mempersiapkan kebutuhan pada masa depan. Untuk mitra pengemudi Grab yang baru membuka Tabungan Emas akan menikmati gratis biaya administrasi pembukaan Tabungan Emas senilai 56 ribu yang termasuk biaya pemeliharaan, materai, dan saldo awal. Sedangkan bagi mitra pengemudi Grab yang telah memiliki Tabungan emas, mereka dapat menikmati saldo gratis 25% dengan nilai maksimum 30 ribu untuk setiap top-up tabungan emas yang dilakukan oleh mitra tanpa adanya jumlah top-up minimum.

Kegiatan menebar Kebaikan PT. Pegadaian Syariah Cab Blauran

- Open table atau grebek pasar dilaksanakan setiap 1 minggu sekali
- Canvassing dilaksanakan setiap 1 minggu per Outlet
- Green and Clean to Mosque dilaksanakan setiap 1 bulan sekali hari Jum'at pada minggu terakhir
- Literasi Komunitas dilaksanakan setiap 1 minggu per Outlet
- Mitra dakwah khusus ulama atau ustad atau kyai

Balance sheet is one of the main parts, of financial statement prepared systematically (Daengs GS, Zuhro, 2018:399).

Kesimpulan

1. PT. Pegadaian Syariah adalah perusahaan yang menghasilkan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah berdasarkan prinsip syariah. PT. Pegadaian Syariah juga bekerja sama dengan beberapa instansi yang lain untuk memaksimalkan distribusi produk karena dengan distribusi yang rapat maka secara otomatis dapat meningkatkan kegiatan usaha simpan pinjam di PT. Pegadaian Syariah dan memperkecil ruang gerak produk kompetitor.
2. PT. Pegadaian Syariah melakukan strategi pemasaran dengan Ekstensifikasi dan Intensifikasi.
 - a. Ekstensifikasi pada PT. Pegadaian Syariah adalah memperluas outlet untuk jangkauan ke nasabah dan memperbanyak produk seperti Rahn dan Arrum serta Amanah.
 - Rahn adalah sistem gadai syariah meliputi : Rahn Fleksi, Rahn Hasan, dan Rahn Tasjily Tanah.
 - Arrum adalah pembiayaan untuk usaha Mikro meliputi : Arrum Haji, Arrum BPKB, Arrum Emas, dan Amanah, dll

- b. Intensifikasi pada PT. Pegadaian Syariah adalah meningkatkan kinerja karyawan.

Saran

1. Untuk mempermudah nasabah dalam proses pembayaran di PT. Pegadaian Syariah disarankan untuk adanya mesin EDC yang juga merupakan bentuk kerja sama dengan instansi lain (dengan bank-bank yang terkait).
2. Untuk mengisi waktu ketika nasabah menunggu antrian alangkah baiknya diisi dengan promosi atau pengenalan produk dari perusahaan atau instansi lain-lain. Sehingga nasabah merasakan ada waktu yang tidak terbuang percuma.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatimah. 2004. *Perusahaan dan Organisasi*, Bandung: Aksara Utama
- Febrina, Suzan Fhelda, Daengs GS, Achmad. 2017. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Alat Kesehatan di UD. Putra Pratama Surabaya. Jurnal Pengabdian Masyarakat JPM 17, LPPM Untag, Vol. 2 No. 2, Page : 14-23.
- Flippo, Edwin B. 1995. *Manajemen Personalialia*, Jakarta: PT. Erlangga, [Index.php/malياهو/article/download/367/317/](http://index.php/malياهو/article/download/367/317/), tanggal 17 Juni 2017. Indonesia Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Kasus di Kranggan Prajurit Kulon Mojokerto). Jurnal Malياهو, Vol 05, No. 01 (2015). Diakses melalui situs: <http://jurnalfsh.uinsby.ac.id/>
- Kaihatu, Thomas S, Daengs GS, Achmad, Tinus, Agoes. 2015. Manajemen Komplain, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, Hal. 1-156.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, PT. Index Jakarta.
- Nur Kartika Sari, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Arisan Bersyarat (Studi pegadaian-arrum.php, tanggal 15 Agustus 2017. Perbankan Syari'ah, Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- PT. Pegadaian (Persero). 2014. *Laporan Tahunan: Tumbuh dan Berkembang Bersama Rakyat*, Jakarta: Pegadaian
- Rizal Yahya, Aji Erlangga Martawireja dan Ahim Abdurahim, Akuntansi
- Simanjutak, Payaman J. 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*,
- Syafrianto. 2000. *Pengertian Stres dan Emosi*, Bandung: Graha Perkasa www.pegadaian.co.id, Arrum, Diakses melalui situs: <http://www.pegadaian.co.id/>
- Stanton, William J. 2012. Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa : Johannes Lamarto, Penerbit : Airlangga, Jakarta.
- Zuhroh, Diana, Daengs GS, Achmad. 2018. Performance of Active Customers Number PT. Pegadaian Indonesia Periode 2011 - 2016, Jurnal MIMBAR Universita Islam Bandung, Vol. 34 No. 2, Hal. 397-405.
- Zuhroh, Diana, Daengs GS, Achmad, et al. 2019. The Effect of Business Sphere on Competitive Advantage and Business Performance of SMEs, Management Science Letters Vol. 9 No. 8 Growing Science Canada, Page : 1153-1160.