

## STRATEGI PEMASARAN PEGADAIAN SYARIAH DI KOTA JAMBI

Nurlaila<sup>1)</sup>, Habriyanto<sup>2)</sup>, Ayub Mursalin<sup>3)</sup>, Wildan Nur Hidayat<sup>4)</sup>

<sup>1)</sup>Program Pascasarjana Magister Ekonomi Syariah, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: [nurlaila574@gmail.com](mailto:nurlaila574@gmail.com)

<sup>2)</sup> Program Pascasarjana Magister Ekonomi Syariah, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: [habriyanto@uinjambi.ac.id](mailto:habriyanto@uinjambi.ac.id)

<sup>3)</sup> Program Pascasarjana Magister Ekonomi Syariah, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: [ayubmursalin@uinjambi.ac.id](mailto:ayubmursalin@uinjambi.ac.id)

<sup>4)</sup>Program Pascasarjana Magister Pendidikan Agama Islam, UIN Salatiga, Salatiga

Email: [andariwaniiwildan@gmail.com](mailto:andariwaniiwildan@gmail.com)

### Abstract

*This thesis aims to: (1) Know the marketing strategy that has been carried out by Islamic Pawnshops in the city of Jambi, (2) Know the obstacles faced by Islamic Pawnshops in the city of Jambi in carrying out the marketing strategy, (3) Know the solutions of Islamic Pawnshops in the city of Jambi in executing a marketing strategy. This study uses a qualitative method. The method used to collect data in this study is through interviews, observation and documentation. The results of this study are (1) The marketing strategies that have been carried out by Islamic Pawnshops in the city of Jambi, namely: Strategies in the fields of product, price, distribution, and promotion, (2) The obstacles encountered occur due to internal and external factors. The internal factors of employees who concurrently serve as human resources at the Jambi City Sharia Pawnshop fully understand Sharia principles, have not yet optimized technology and social media. While external factors are business competition with other financial institutions, the lack of public understanding of Pegadaian Syariah, (3) Solutions in implementing marketing strategies by recruiting HR with more expertise, providing training and coaching to employees and activating social media and launching attractive products for the community. The marketing strategy that has been implemented by Pegadaian Syariah in the city of Jambi has been carried out well, although there are still improvements and improvements in marketing being carried out.*

**Keywords:** Marketing Strategy, Sharia Pawnshop, Jambi City

**JEL Classification :** (A11, D40, G29)

### 1. PENDAHULUAN

Kebutuhan akan uang tunai menjadi hal yang mutlak di tengah masyarakat. Bahkan pada waktu tertentu, diperlukannya uang tunai sering kali menjadi hal mendesak yang harus disegerakan untuk memenuhi kebutuhan. Apabila seseorang ingin meminjam sejumlah uang tunai di lembaga keuangan seperti bank, maka prosedur yang harus dipenuhi cukup kompleks dan rumit. Selain harus menyiapkan dokumen yang lengkap, jaminan

tertentu yang cukup dan menunggu beberapa waktu untuk memberikan kesempatan pada bank untuk menganalisis pembiayaan yang diberikan. Di saat seperti inilah pegadaian hadir sebagai alternatif bagi orang yang membutuhkan uang tunai secara mendesak. (Nasrullah, N. & Figriyanti, 2022)

Di Indonesia terdapat dua jenis lembaga keuangan, yaitu lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional. Pembangunan

ekonomi untuk mewujudkan masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera tentunya tidak lepas dari peran pegadaian syariah yang perlu lebih ditingkatkan lagi, tidak hanya berpihak pada kalangan atas tetapi juga memperhatikan masyarakat kelas menengah ke bawah dengan memberikan fasilitas. bagi mereka yang mengambil bagian dalam gadai. Akad rahn adalah salah satu kategori dari perjanjian utang piutang, yang mana untuk suatu kepercayaan dari orang yang berpiutang, maka orang yang berutang menggadaikan barangnya sebagai jaminan terhadap utangnya itu. (Surepno, 2018)

Pegadaian (*pawnshop*) adalah lembaga keuangan *non-bank* yang menawarkan produk unggulan utamanya yaitu dapat meminjamkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dalam waktu cepat. Dana tersebut biasanya digunakan untuk keperluan tertentu bersifat mendesak atau penting. Seperti biaya pendidikan anak di tahun ajaran baru, biaya pulang kampung untuk menjenguk keluarga terdekat atau orang tua yang mengalami musibah, biaya berobat anggota keluarga yang sakit, biaya menyambut hari raya Idul Fitri dan kebutuhan lainnya. (Mardani, 2015)

Untuk memberikan kemaslahatan bagi umat manusia, maka dalam Islam diajarkan tentang sikap saling membantu. Sikap saling membantu ini bisa berupa pemberian tanpa pengembalian, seperti: zakat, infaq, shadaqah, ataupun berupa pinjaman yang harus di kembalikan seperti: sewa-menyewa dan gadai (*rahn*). Dalam bentuk pinjaman hukum Islam sengaja menjaga kepentingan kreditur, jangan sampai ia dirugikan. Kreditur boleh meminta barang dari debitur sebagai jaminan utangnya, sehingga bila debitur tidak mampu melunasi utangnya setelah jatuh tempo, maka barang jaminan boleh dijual oleh kreditur. Konsep ini biasa dikenal dengan istilah gadai (*rahn*).

Pegadaian merupakan lembaga pembiayaan *non bank* atau kredit yang menggunakan sistem gadai. Pegadaian merupakan satu-satunya lembaga formal yang diizinkan oleh undang-undang di Indonesia untuk melakukan pembiayaan dalam bentuk penyaluran kredit dengan dasar sistem hukum gadai (Soemitra, 2009). Masyarakat tidak perlu takut memilih

pegadaian sebagai sarana menggadaikan barangnya untuk mendapatkan pinjaman. Barang-barang berharga yang digadaikan akan diukur dan dihitung agar mendapatkan jumlah uang pinjaman sesuai dengan barang yang dijaminkan. (Kasmir, 2012)

Perusahaan pegadaian merupakan sarana pendanaan yang alternatif dan sudah ada sejak lama dan sangat efektif serta sudah banyak di kenal oleh masyarakat Indonesia, karena dalam pencairan dana dari penyedia pembiayaan jangka waktunya pendek dan juga syaratnya relatif mudah dan tidak bertele-tele, cukup dengan membawa agunan, seseorang telah dapat pinjaman yang sesuai dengan nilai barang tersebut, sehingga sangat praktis bagi mereka yang membutuhkan dana cepat dan mudah, sesuai dengan motto pegadaian, yaitu “mengatasi masalah tanpa masalah”, Indonesia merupakan masyarakat yang mayoritas muslim dan di dalam perkembangan yang pesat pada pegadaian tersebut maka tentu saja masyarakat muslim akan lebih mantap kiranya jika bermuamalah dengan yang ada kaitannya dengan syariat-syariat Islam, termasuk mempergunakan jasa gadai dengan prinsip-prinsip syariah, dan karena hal tersebut merupakan kebutuhan dari umat Islam, maka mulai bermuculanlah Gadai Syariah, untuk mengatasi masalah perekonomian (Aminuddin, 2010).

Menyusul perkembangan lembaga keuangan bank yang kini telah menerapkan prinsip-prinsip syariah di beberapa bank yang telah berdiri di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah (Indriasari, 2014). Pegadaian syariah dahulunya bernama ULGS (Unit Layanan Gadai Syariah) yang berdiri di Jakarta pada bulan Januari tahun 2003. kemudian mulai berdiri di kota-kota besar di Indonesia seperti Makasar, Surakarta, Semarang, Surabaya dan Yogyakarta (Purnamasari, 2018).

Hukum bolehnya transaksi gadai di dalam Al-Qur'an disebutkan:

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka

hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Q.S Al-Baqarah: 283). (Depag RI, 1999)

Islam sebagai agama yang komprehensif dan juga universal telah mengatur urusan manusia, baik urusan duniawi maupun urusan akhirat, dalam hal ini tidak hanya di terima oleh kalangan umat Islam saja, namun juga di terima oleh kalangan non muslim. Setiap manusia dianugerahkan kemampuan untuk berusaha dan juga bekerja untuk memenuhi kebutuhan. Manusia dalam hidupnya senantiasa memerlukan manusia lain dalam hal apapun karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk social. Dalam kehidupan manusia sehari-hari senantiasa membutuhkan manusia lain untuk saling tolong menolong antara yang satu dengan yang lainnya. Dalam persoalan ekonomi khususnya yang berprinsip syariah terdapat macam-macam di antara jenis kerjasama dan juga tolong-menolong yang telah membudaya dikalangan masyarakat, salah satu di antaranya adalah pinjam meminjam dan jugautang-piutang, bentuk dari kerjasama tersebut banyak diwujudkan melalui lembaga keuangan baik di dunia perbankan maupun di lembaga keuangan non bank.

Gadai dalam bahasa arab di sebut *rahn*, yang berarti tetap, kekal, dan jaminan, Secara syara' Akad *rahn* bertujuan agar pemberi pinjaman tersebut lebih bisa mempercayai pihak yang berhutang, barang yang telah di serahkan kepada pihak lembaga syariah menjadi tanggungjawabnya untuk menjaga dan memelihara barang tersebut, Biaya perawatan dan sewa tempat di pegadaian dalam sistem gadai syariah biasa di sebut dengan biaya *ijarah*, biaya ini biasanya di hitung per 10 hari. Untuk biaya administrasi dan *ijarah* tidak boleh di tentukan berdasarkan jumlah pinjaman tetapi berdasarkan taksiran harga barang yang digadaikan.

Sedangkan besarnya jumlah pinjaman itu sendiri tergantung dari nilai jaminan yang diberikan, semakin besar nilai barang maka semakin besar pula jumlah pinjaman yang diperoleh nasabah (Kasmir, 2012).

Pegadaian syariah dalam kegiatan menjalankan sistem operasionalnya merujuk kepada hukum Islam dan prinsip syariah. Hukum gadai syariah berpegangan pada fatwa DSN-MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* (gadai) bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan hutang dalam bentuk *rahn* dengan ketentuan sebagai berikut (MUI, 2014):

1. *Murtahin* mempunyai hak untuk menahan marhun.
2. *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi rahin. Pada prinsipnya, marhun tidak boleh dimanfaatkan oleh murtahin kecuali atas seizin rahin.
3. Pemeliharaan dan penyimpanan marhun pada dasarnya menjadi kewajiban rahin, namun dapat juga di lakukan oleh murtahin, sedangkan biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun tetap menjadi tanggung jawab rahin.
4. Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun tidak boleh ditentukan oleh berdasarkan jumlah pinjaman.

Berdasarkan fatwa dewan syariah nasional no.26/DSN –MUI/III/2002 tentang *RAHN* EMAS dan juga beberapa ketentuan yang diatur dalam fatwa ini, antar lain sebagai berikut:

1. *Rahn* emas di bolehkan berdasarkan prinsip *rahn*.
2. Ongkos dan biaya penyimpanan barang (marhun) di tanggung oleh penggadai (*rahin*)
3. Ongkos sebagaimana yang di maksud di ayat 2 di atas besarnya di dasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata di perlukan.
4. Biaya penyimpanan (*marhun*) di lakukan berdasarkan akad *ijarah*.

PT. Pegadaian (Persero) Syariah Jelutung kota Jambi merupakan pusat Pegadaian Syariah di kota Jambi. Berdiri sejak tahun 2009 Pegadaian Syariah Jelutung kota Jambi menawarkan berbagai macam produk seperti

produk Arrum BPKB, Arrum Haji, Amanah, Rahn (gadai syariah), Multi Pembayaran Online (MPO), Konsinyasi Emas, Tabungan Emas, dan Mulia. Dengan adanya beberapa penawaran produk diharapkan mampu menarik lebih banyak minat menjadi nasabah di pegadaian syariah Jelutung kota Jambi. Namun fakta dilapangan cenderung terjadi penurunan terhadap nasabah yang ada di pegadaian syariah Jelutung kota Jambi.

Pegadaian Syariah sebagai solusi untuk mendapatkan pinjaman secara cepat dan mudah menjadi sasaran utama di masyarakat pada masa

Covid-19. Di tengah ketidakpastian dan penurunan ekonomi yang terus menerus terjadi di masyarakat ketika pandemi, hal ini menjadi alasan masyarakat untuk menggadaikan barang-barang berharganya kepada pihak Pegadaian Syariah kota Jambi. Barang-barang yang digadaikan urutan pertama adalah perhiasan emas, barang ini menjadi barang yang paling banyak digadaikan pada masa pandemi. Selanjutnya barang yang banyak digadaikan adalah kendaraan, setelah itu barang-barang elektronik. Dapat dilihat pada tabel .1 berikut ini:

**Tabel 1**

**Data Jumlah Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Syariah Jelutung kota Jambi Tahun 2016-2020**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2016	1.382
2	2017	1.479
3	2018	1.502
4	2019	1.425
5	2020	1.529
6	2021	1.411
<b>Jumlah</b>		<b>8.728</b>

Pada masa Covid-19 Pegadaian Syariah kota Jambi di tahun 2020 mengalami peningkatan nasabah yang lebih tinggi dari sebelumnya. Namun setelah selesai masa Covid-19 dan sebelum masa Covid-19, cenderung terjadi penurunan dan fluktuatif dari tahun ketahun. Penurunan yang terjadi ini tidak sejalan dengan fenomena yang ada pada masyarakat. Masyarakat Jambi dengan mayoritasnya merupakan umat muslim seharusnya dapat menjadi peluang yang mampu dimanfaatkan untuk menarik minat menjadi nasabah. Selain itu, penawaran produk Pegadaian Syariah yang sudah banyak jenisnya, bisa dijadikan sebagai keunggulan dari Pegadaian Syariah itu sendiri. Seperti, jika nasabah membutuhkan uang dalam waktu cepat dan memiliki barang yang ingin digadaikan sebagai jaminan bisa segera membawanya ke Pegadaian Syariah, selain itu pembiayaan untuk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), Haji, bahkan tabungan emas pun bisa dilakukan transaksinya dalam satu lembaga saja yaitu Pegadaian Syariah.

Dalam penelitiannya, Sari mengatakan bahwa faktor yang melatarbelakangi rendahnya minat masyarakat terhadap jasa pegadaian dikatakan salah satunya adalah kurangnya masyarakat dalam mendapatkan informasi tentang produk-produk pegadaian dan tidak dilakukan promosi yang gencar oleh pihak pegadaian. Apabila promosi yang dilakukan secara masif kepada masyarakat, maka perkembangan Pegadaian Syariah dapat berkembang pesat. Jika Pegadaian Syariah tidak disosialisasikan dengan baik, maka hal ini dapat menjadi kontraproduktif terhadap hasil yang diharapkan. Pada prinsipnya untuk menjual suatu produk khususnya produk Pegadaian Syariah, pihak Pegadaian Syariah harus mensosialisasikan produknya secara masif kepada masyarakat, karena masyarakat membutuhkan pengetahuan dan informasi tentang produk Pegadaian Syariah sebagai bahan pertimbangan dalam memilih menjadi nasabah di dalamnya (Sari, 2013).

Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki tujuan untuk dapat terus berkembang dan maju

dengan prinsip mempertahankan kepercayaan konsumen dan meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan jasanya hanya dapat dicapai jika strategi pemasaran perusahaan dilakukan dengan baik dan secara berkala. Kegiatan pemasaran ini dilakukan agar dapat menarik perhatian konsumen, sehingga hadirnya perusahaan ditengah masyarakat kedudukannya dapat dipertahankan dan ditingkatkan (Assauri, 2014).

Sofian Assauri mendefinisikan strategi pemasaran adalah sebuah rencana keseluruhan yang terorganisir dan erat hubungannya dengan bidang pemasaran. Bidang pemasaran memiliki fungsi untuk memberikan petunjuk dalam kegiatan promosi yang dilakukan. Tujuan pemasaran adalah untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada konsumen, meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan produknya, serta meningkatkan penjualan perusahaan lewat kegiatan promosi, penjualan dan pendistribusian (Assauri, 2014).

Kasmir menyatakan “Perusahaan yang melakukan strategi pemasaran biasanya sering menggunakan strategi bauran pemasaran atau yang sering disebut dengan *marketing mix strategy*. Terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan strategi promosi” (Kasmir, 2012).

Sementara Madura dalam Kinasih dan Suhermin menyatakan produk dapat dikenal oleh masyarakat apabila dilakukan kegiatan pemasaran dengan promosi secara terus menerus. Promosi dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang suatu produk atau merek tertentu yang sedang ditawarkan. Dengan adanya kegiatan promosi yang terus menerus dilakukan, harapannya suatu produk dapat dikenal dan menarik minat konsumen. Pada kegiatan promosi, memilih media dan cara promosi yang sesuai dan tepat adalah hal yang penting untuk dilakukan. Karena dapat mempengaruhi pola pikir konsumen terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Sehingga *out-put* yang diharapkan oleh perusahaan untuk mempertahankan konsumen lama dan mendapatkan konsumen baru dapat tercapai dengan baik (Kinasih et al, 2015).

Dengan demikian, dalam sebuah perusahaan strategi pemasaran adalah kegiatan yang penting

untuk dilakukan dan dikaji dengan baik. Karena strategi pemasaran ini akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih produk yang ditawarkan perusahaan. Strategi pemasaran ini juga merupakan salah satu bagian yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan dan laba yang diterima oleh perusahaan.

Strategi pemasaran Pegadaian Syariah yang baik untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah di kota Jambi penting untuk diteliti. Karena kehadirannya yang sudah berdiri sejak lama diharapkan mampu meningkatkan jumlah nasabahnya. Dari ulasan di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat judul: **Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi.**

## 2. METODE PENELITIAN

Teknik penelitian ini menggunakan penelitian yang berbentuk kualitatif deskriptif dimana dalam kualitatif deskriptif ini peneliti menjelaskan, dan menggambarkan kondisi keberadaan subjek atau objek penelitian (orang, lembaga dan masyarakat) yang dapat dilihat sesuai dengan kebenarannya. *Setting* penelitian terdapat di Pegadaian Syariah di kota Jambi. Pengambilan subjek penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan teknik tersebut, peneliti memutuskan untuk mewawancarai pimpinan, staff dan nasabah pegadaian syariah. Hal ini dipilih karena peneliti meyakini bahwa individu yang bersangkutan banyak mengetahui tentang subjek penelitian, selain itu jawaban yang diberikan tentunya juga bisa dipertanggung jawabkan.

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi yang dianalisis menggunakan model analisis data mengalir. Padal prinsipnya kegiatan analisis data ini dilakukan sepanjang kegiatan penelitian (during data collection), dan kegiatan yang paling inti mencakup pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta penarikan data atau verifikasi (*conclusion drawing data verification*) (Moleong, 2008). Uji kepercayaan data (*trustworthnes*) menggunakan teknik perpanjangan keikutsertaan, ketekunan

pengamatan dan triangulasi sumber data (Emzir, 2011).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menyusun rencana pemasaran produk gadai syariah, pegadaian syariah kota Jambi menempatkan pengenalan produk terhadap calon nasabah pada urutan pertama guna memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah tersebut. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan *marketing office* dan seluruh staf pegadaian syariah di kota Jambi dapat diambil diklasifikasikan dan terbagi sebagai berikut:

#### 3.1. Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi

##### a. Strategi dalam bidang produk

Produk-produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah kota Jambi memiliki banyak jenis. Namun diantara sekian banyak jenis produk yang ditawarkan beberapa produk yang menjadi unggulan dan banyak diminati masyarakat menjadikan celah untuk dapat menjadi strategi pemasaran dalam bidang produk, yaitu:

##### 1) *Rahn* (Gadai)

*Rahn* merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah. *Rahn* adalah produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, di mana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan *ijarah* (biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan).

Pegadaian syariah menjawab kebutuhan transaksi gadai syariah, untuk solusi pendanaan yang cepat, praktis dan menentramkan. Hanya dengan 15 menit kebutuhan dana nasabah akan segera terpenuhi. Tidak perlu prosedur yang memberatkan. Apabila sudah jatuh tempo, tetapi nasabah belum bisa melunasinya, maka bisa diperpanjang dan hanya dengan membayar sewa simpan dan pemeliharaan serta biaya administrasi.

##### 2) *Arrum BPKB*

*Arrum* merupakan hasil pengembangan produk (*Ar-Rahn* untuk Usaha Mikro Kecil). *Arrum* adalah skim pembiayaan berprinsip syariah Islam bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsur tiap bulan dengan jumlah tetap, namun pelunasan sekaligus juga dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon *ijarah* dan jaminan atau agunan berupa BPKB kendaraan bermotor (mobil atau motor). Tujuan *Arrum* selain diversifikasi dari Pegadaian Syariah juga dengan maksud untuk pengembangan usaha mikro dan kecil yang membutuhkan pembiayaan modal kerja atau investasi secara syariah.

##### 3) *Mulia*

Logam *Mulia* atau Emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia di samping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid dan aman secara riil. *MULIA* adalah penjualan Logam *Mulia* oleh Pegadaian kepada masyarakat secara tunai, dan agunan dengan jangka *Fleksibel*. Akad *murabahah* Logam *Mulia* untuk Investasi Abadi adalah persetujuan atau kesepakatan yang dibuat bersama antara pegadaian dengan nasabah atas sejumlah pembelian Logam *Mulia* disertai keuntungan dan biaya-biaya yang disepakati. Berinvestasi melalui Logam *Mulia* merupakan jembatan nasabah untuk dapat menunaikan Ibadah Haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak di masa yang akan datang, dan untuk dapat memiliki tempat tinggal dan kendaraan (wawancara CRO, 2022).

##### b. Strategi dalam bidang harga

Strategi dalam bidang harga yang diterapkan oleh pegadaian syariah kota Jambi adalah memberikan biaya *Ijarah*

yang murah serta uang pinjaman yang relative besar. Selanjutnya tariff *mu'nah* dihitung per 10 hari. Sedangkan Pegadaian Konvensional dihitung per 15 hari.

Sebagaimana yang disampaikan oleh pak Gunawan selaku kasir di pegadaian syariah mengatakan bahwa dalam menetapkan harga di Pegadaian Syariah, kami menggunakan perhitungan jasa per 10 hari, *mu'nah* diperhitungkan dari taksiran bukan pinjaman nasabah. Nasabah hanya akan membayar administrasi dan *mu'nah* saja. Pegadaian Syariah tidak memberikan bunga, hal ini karena dapat bertentangan dengan syariat Islam. Berbeda dengan Pegadaian konvensional yang menggunakan sistem bunga, dan sewa modal yang dihitung berdasarkan uang pinjaman (Wawancara Kasir, 2022)

Penetapan harga ini dilakukan agar mampu menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah. Harapannya nasabah tidak terbebani dengan biaya *mu'nah* dan administrasi yang mahal yang akan dibayarkan oleh nasabah jika ingin menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

#### **c. Strategi dalam bidang distribusi**

Pegadaian Syariah menyadari bahwa sarana distribusi merupakan sebagai penunjang utaman dalam menarik minat nasabah, karena dengan banyaknya unit Pegadaian Syariah ini dapat memudahkan masyarakat dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Strategi dalam bidang distribusi yang dilakukan oleh pegadaian syariah di kota Jambi adalah dengan adanya UPC (Unit Pelayanan Cabang) yang tersebar di berbagai tempat di Jambi, sehingga memudahkan masyarakat dalam menjangkaunya. Pegadaian Syariah di kota Jambi sendiri memiliki beberapa unit yaitu; unit Kebun Jeruk, Unit Simpang Mayang, unit Pasar

Angso Duo, unit Aston Villa, unit Pal Merah, unit UIN STS Jambi (Wawancara Marketing Eksekutif, 2022).

#### **d. Strategi dalam bidang promosi**

Promosi adalah hal yang paling penting dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi. Hasil wawancara dengan marketing eksekutif pegadaian Syariah di kota Jambi bahwa kegiatan promosi yang dilakukan meliputi:

##### **1) Literasi dan Sosialisasi**

Hal utama yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah adalah Literasi dan Sosialisasi mengenai produk-produk yang ditawarkan kepada calon nasabah. Kegiatan ini harapannya mampu membuat masyarakat yang tidak mengetahui tentang Pegadaian Syariah menjadi tahu adanya Pegadaian Syariah serta produk-produk apa saja yang ditawarkan. Biasanya Literasi dan Sosialisasi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah menyentuh berbagai elemen masyarakat. Dimulai dari masyarakat yang masih awam dengan Pegadaian Syariah, kepada Instansi Pemerintahan maupun Swasta dan ke perguruan tinggi yang ada di kota Jambi. Literasi dan Sosialisasi yang dilakukan dapat berupa online maupun offline.

##### **2) Publikasi**

Publikasi melalui sosial media yang dimiliki pegadaian syariah. Yaitu, instagram, facebook, maupun whatsapp. Namun memang dalam kegiatan ini masih banyak yang perlu diperbaiki salah satunya mengaktifkan konten postingan di sosial media yang dimiliki.

##### **3) Brosur**

Brosur merupakan langkah penting melakukan promosi, karena

dapat menghemat waktu serta tenaga di jam-jam tertentu namun informasi tetap dapat tersampaikan kepada konsumen. (wawancara Marketing Eksekutif). Penyebaran brosur juga diperhatikan oleh pegadaian syariah kota Jambi, yaitu dengan memperhatikan waktu dan tempatnya, sering kali brosur dibagikan dalam suatu even atau seminar-seminar yang dilakukan Pegadaian sendiri, hal ini bertujuan agar brosur yang dibagikan dapat tersalurkan kepada target dan tidak terbuang percuma dan brosur yang dibagikan pun bisa dibagikan dalam jumlah banyak karena diharapkan semakin banyak brosur yang dibagikan maka akan semakin besar pula peluang masyarakat menjadi konsumen dan tentunya hal ini juga meringankan beban tenaga pemasar yang tidak perlu mendatangi calon konsumen satu persatu.

#### 4) *Personal Selling*

Personal selling merupakan penggunaan model face to face communication diantara penjual dan pembeli, dengan demikian personal selling merupakan sebuah proses dimana terjadinya komunikasi antara penjual dan pembeli dengan tatap muka, para pelanggan diberi informasi dan mereka dipengaruhi untuk membeli produk-produk melalui komunikasi secara personal dalam situasi pertukaran.

Di pegadaian syariah kota Jambi dahulunya memiliki bagian *Sales Profesional* (Fronting) di Pegadaian. Namun, seiring berjalannya waktu bagian ini ditiadakan karena tidak adanya besaran gaji pokok. Saat ini sistemnya lebih kepada apabila mendapatkan nasabah baru maka petugas yang bersangkutan mendapatkan *fee* dari kantor

(wawancara dengan Marketing Office)

#### 5) Spanduk

Pegadaian Syariah kota Jambi juga melakukan promosi dengan menggunakan spanduk, promosi dengan spanduk ini dianggap cukup efektif karena bisa dibaca langsung oleh masyarakat tanpa beriteraksi langsung dengan pihak pegadaian serta biaya yang dikeluarkan bank pun tidak terlalu tinggi. Pemilihan tempat sangat mempengaruhi keefektifan promosi melalui spanduk ini, agar penggunaan spanduk iklan benar-benar efektif, sebelum pemasangan spanduk iklan, perusahaan terlebih dahulu melakukan survey lokasi yang akan digunakan. Survey tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah tempat tersebut termasuk dalam kategori strategis seperti persimpangan jalan, area perkantoran serta di tengah kota.

### 3.2. **Kendala Pegadaian Syariah di Kota Jambi dalam Menerapkan Strategi Pemasaran**

Dalam melakukan suatu perencanaan atau kegiatan, tentu tidak terlepas dari kendala yang akan dihadapi oleh suatu perusahaan, kendala yang dihadapi ini dapat menjadi bahan evaluasi oleh perusahaan tersebut agar kedepan mampu dalam menjalankan perencanaan atau kegiatan dengan lebih baik lagi. Begitu pula yang dihadapi oleh pegadaian syariah di kota Jambi yang tidak terlepas dari kendala yang dihadapi dalam melaksanakan strategi pemasaran. Kendala tersebut berasal dari berbagai pihak, baik internal maupun eksternal sebagai berikut:

#### **a. Faktor Internal**

##### 1) Karyawan merangkap tugas

Pegadaian syariah di kota Jambi memiliki sumber daya manusia (SDM) atau karyawan yang tidak terlalu banyak, sehingga membuat karyawan merangkap beberapa tugas untuk pekerjaan yang

dilakukan di kantor. Perangkapan tugas ini membuat hasil pekerjaan menjadi kurang maksimal. Seperti yang peneliti amati dan dari hasil wawancara di lapangan, banyak karyawan yang bukan bagian marketing juga turut membantu pihak marketing dalam mempromosikan produk-produk dari pegadaian. Sementara dari tim marketing sendiri juga kekurangan SDM tercatat hanya ada 3 orang di posisi marketing, padahal tim marketing merupakan salah satu tim yang krusial di sebuah perusahaan. Tim inilah yang bertugas untuk menjalankan strategi pemasaran sehingga dapat mengajak berbagai pihak untuk menggunakan jasa pegadaian Syariah (Wawancara Marketing Eksekutif, 2022).

- 2) Tidak semua sumber daya manusia (SDM) memahami sepenuhnya tentang Prinsip Syariah

Pemahaman setiap karyawan dari pegadaian syariah merupakan salah satu penunjang pemasaran yang dilakukan. Namun hal ini menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh pegadaian syariah di kota Jambi. Tidak semua petugas menguasai secara penuh tentang praktik dari ekonomi berbasis syariah. Hal ini terjadi karena karyawan yang bekerja di kantor pegadaian syariah tidak berlatar belakang pendidikan kampus yang berbasis Islam. Pemahaman tentang prinsip syariah ini sangat diperlukan untuk peningkatan kapasitas serta keilmuan karyawan itu sendiri, terutama untuk tim marketing yang terjun langsung dalam menarik minat calon nasabah. Tim marketing harus meningkatkan kapasitas keilmuan yang mereka punya tentang prinsip syariah seperti apa yang diterapkan di pegadaian syariah, apa perbedaan pegadaian konvensional dan

pegadaian syariah, serta selain keuntungan yang didapatkan oleh nasabah yang memilih melakukan transaksi di pegadaian syariah, keuntungan unggul lain apa yang mereka dapatkan dalam memilih pegadaian syariah yang menerapkan prinsip-prinsip syariah di dalamnya. (Wawancara Marketing Eksekutif, 2022).

- 3) Belum mengoptimalkan teknologi dan media sosial

Pegadaian syariah di kota Jambi tetapi masih memiliki kendala dalam penggunaan teknologi dan sosial media ini. Dijelaskan kepada peneliti, bahwa media sosial yang digunakan untuk sarana pemasaran yang digunakan pegadaian syariah hanya Instagram. Selebihnya pegadaian syariah tidak memiliki media sosial lain. Biasanya penggunaan media sosial hanya menggunakan media sosial pribadi masing-masing anggota tim dari strategi pemasaran, seperti facebook, tiktok, whatsapp, twitter. Hal ini membuat masih sedikitnya jangkauan pemasaran yang dilakukan jika lewat sosial media. (Wawancara Marketing Eksekutif, 2022).

#### **b. Faktor Eksternal**

- 1) Persaingan bisnis dengan lembaga keuangan lain

Pegadaian Syariah di kota Jambi harus melakukan ekstra promosi dalam kegiatan pemasarannya, karena yang mereka hadapi adalah perbankan dan lembaga keuangan syariah yang sudah lama berdiri jauh sebelum pegadaian syariah berdiri di kota Jambi. Selain persaingan umur tahun berdirinya sebuah lembaga, pegadaian syariah juga bersaing dalam produk-produk

yang ditawarkan. Produk pegadaian syariah bisa dibilang tidak sebanyak lembaga keuangan lainnya, juga dalam peminjaman hanya diberikan batasan sampai 200 juta saja. Oleh karena itu, hal ini menjadi acuan untuk pegadaian syariah kedepannya untuk memperbanyak produk yang ditawarkan dan menambah nilai pinjaman yang akan didapatkan nasabah apabila melakukan pinjaman di pegadaian syariah (wawancara CRO, 2022).

Selain bersaing dengan perbankan dan lembaga keuangan syariah, pegadaian syariah juga bersaing dengan perbankan dan lembaga keuangan konvensional. Persaingan yang dihadapi ini tentu menjadi cukup berat bagi pegadaian syariah, karena perbankan dan lembaga keuangan konvensional tentunya menawarkan produk yang lebih beragam dengan keuntungan yang banyak yang bisa didapatkan oleh calon nasabah.

- 2) Kurangnya pemahaman masyarakat tentang Pegadaian Syariah

Kebanyakan masyarakat hanya mengetahui pegadaian sekedar pegadaian konvensional saja dengan motto yang sudah tidak asing lagi di masyarakat yaitu “Mengatasi Masalah tanpa Masalah”. Pegadaian syariah relatif baru hadir di masyarakat, kehadirannya yang genap baru menginjak umur 1 dekade ini seperti ibarat umur manusia yang baru mulai beranjak menjadi remaja. Tentu membutuhkan banyak perbaikan serta pengetahuan yang harus dimiliki yang akan membuat kesempurnaan sebuah lembaga yang dapat dikenal oleh masyarakat. Masyarakat yang

kurang familiar dengan produk *Rahn* (Gadai) yang ada di lembaga keuangan syariah ini menjadi tolak ukur bahwa sebagaimana masyarakat hanya mengenal sistem gadai bukan *Rahn* yang ada di pegadaian syariah di kota Jambi. (wawancara CRO, 2022)

### **3.3. Solusi Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam Menerapkan Strategi Pemasaran**

Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam beberapa hal memang menghadapi kendala, namun kendala yang ada harus menjadi bahan acuan dan pembelajaran guna meningkatkan efektivitas dari strategi pemasaran yang dihasilkan lagi. Pembelajaran serta perbaikan yang harus dilakukan oleh Pegadaian Syariah di kota Jambi tentunya menyentuh sisi internal maupun eksternal. Adapun solusi yang dijalankan Pegadaian Syariah di kota Jambi dalam menerapkan Strategi Pemasaran adalah:

#### **a. Solusi Internal**

- 1) Merekrut SDM (Sumber Daya Manusia) yang memiliki keahlian yang lebih banyak

Pegadaian Syariah di kota Jambi memiliki kendala banyaknya karyawan yang merangkap tugas, ini disebabkan terbatasnya rekrutmen karyawan yang bekerja di pegadaian Syariah di kota Jambi. Keterbatasan ini dapat di atasi agar hasil yang di dapat tetap maksimal meskipun dengan karyawan yang terbatas. (wawancara Marketing Eksekutif, 2022)

Cara yang paling tepat untuk memaksimalkannya dengan cara *recruitmen* calon karyawan menyeleksi kompetensi khusus bidang ekonomi syariah, mampu bekerja secara *multi tasking* adalah hal yang patut dipertimbangkan. Diiringi dengan loyalitas yang harus dimiliki untuk mengabdikan dan bekerja demi kemajuan pegadaian syariah di kota Jambi. Persyaratan tersebut dibuat untuk

nantinya dapat menambah sumber daya manusia yang memiliki kinerja yang baik bagi perusahaan.

2) Memberikan pelatihan dan pembinaan kepada karyawan

Untuk dapat meningkatkan kualitas keilmuan karyawan yang bekerja di pegadaian syariah di kota Jambi adalah dengan memberikan pelatihan dan pembinaan secara berkala, kegiatan ini dibuat harus secara maksimal, misalnya mengadakan pelatihan yang mendatangkan narasumber terpercaya di bidang ekonomi syariah, lalu mengadakan *forum group discussion* yang membuat karyawan bisa saling bertukar pikiran. Selain itu untuk tim marketing dibuatkan diklat khusus tentang strategi pemasaran yang mampu menarik banyak minat nasabah yang akan melakukan transaksi di pegadaian syariah di kota Jambi. Pelatihan dan pembinaan ini dilakukan akan dapat mencapai *Out-Put* peningkatan kualitas keilmuan karyawan yang ada di pegadaian syariah di kota Jambi. (wawancara Marketing Eksekutif, 2022)

3) Mengaktifkan Sosial Media

Penggunaan media sosial yang belum maksimal oleh pegadaian syariah di kota Jambi yang menjadi salah satu kendala ini harus segera diperbaiki. Para karyawan khususnya tim marketing wajib membuat berbagai akun media sosial Pegadaian Syariah di kota Jambi, dalam hal ini facebook, twitter, tiktok, dan instagram yang diaktifkan. Setelah dibuatnya akun-akun media sosial tersebut, tim marketing juga wajib menyusun jadwal postingan dan materi menarik tentang ekonomi Islam umumnya dan pegadaian syariah khususnya sebagai selingan postingan utama yaitu menawarkan produk-produk pegadaian syariah. Karena jika hanya membuat akun media sosial saja dan setelah itu jarang memposting hal-hal menarik dan informatif tentang pegadaian syariah, maka hasil yang didapatkan akan sama

saja seperti tidak memiliki media sosial. (wawancara Marketing Eksekutif, 2022)

#### **b. Solusi Eksternal**

1) Meluncurkan produk yang menarik untuk masyarakat

Persaingan antar lembaga keuangan yang dihadapi oleh pegadaian syariah di kota Jambi menjadi suatu tantangan tersendiri, selain ini merupakan kendala eksternal yang sulit di kontrol, hal ini juga merupakan pekerjaan rumah yang cukup berat untuk tim marketing. Solusi dalam mengatasi kendala ini adalah, Pegadaian Syariah harus meluncurkan produk yang menarik di masyarakat dan yang dapat memudahkan masyarakat dalam menggunakan produk tersebut. Tentunya juga diiringin dengan didapatnya kebermanfaatn dan keuntungan yang menarik bagi calon nasabah. (wawancara CRO,2022)

2) Melakukan promosi yang intensif kepada masyarakat

Promosi adalah kegiatan vital dari segala bentuk yang dapat meningkatkan pendapatan dalam sebuah perusahaan, karena itulah promosi menjadi kegiatan utama yang harus sering dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mencapai sebuah target pendapatan yang telah ditetapkan. Pemahaman yang minim oleh masyarakat tentang Pegadaian Syariah menjadikan minat menjadi calon nasabah di Pegadaian Syariah belum sebanyak di bank atau lembaga keuangan lainnya yang melakukan promosi secara intensif. (wawancara CRO,2022)(Nasrullah, N., & Figriyanti, 2022)

#### **4. KESIMPULAN**

Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh pegadaian syariah di kota Jambi dilakukan dengan berbagai macam kegiatan dan bagian, meliputi: 1) Strategi dalam

bidang produk; 2) strategi dalam bidang harga; 3) strategi dalam bidang distribusi; 4) strategi dalam bidang promosi. Kendala yang dihadapi oleh pegadaian syariah di kota Jambi dalam menjalankan strategi pemasaran terbagi menjadi dua bagian, yaitu kendala internal 1) karyawan merangkap tugas; 2) tidak semua sumber daya manusia memahami sepenuhnya tentang prinsip syariah; 3) Belum optimalnya teknologi dan media sosial. Sedangkan kendala eksternal yang dihadapi antara lain persaingan bisnis dengan lembaga keuangan lain dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang pegadaian syariah. Solusi yang ditawarkan dalam internal yaitu merekrut sumber daya manusia yang memiliki keahlian yang lebih banyak, memberikan pelatihan dan pembinaan kepada karyawan, mengaktifkan sosial media. Selanjutnya untuk solusi eksternal adalah meluncurkan produk yang menarik untuk masyarakat serta melakukan promosi yang intensif kepada masyarakat.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji hanyalah milik bagi Allah Swt. Tuhan yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat terus tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW. Karena kemurahan-Nya sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik. Ucapan terimakasih dan penghargaan kami berikan kepada editor, reviewer, yang telah menelaah dan mereview serta mempublikasikan pada *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)* dan tak lupa pula terkhusus narasumber penelitian yang telah memberikan waktu luangnya kut berpartisipasi dalam penyelesaian penelitian ini.

## REFERENSI

- Aminuddin, A. (2010). Posisi Pegadaian Syariah di Indonesia Berdasarkan Fatwa Dsn-mui Nomor 25 dan 26 Tahun 2002. *Al-Mawarid Journal of Islamic Law*, 11(1).
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Departemen Agama RI. (1999). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. PT Toha Putra.
- Emzir. (2011). *Analisis Data*. PT Raja Grafindo

Persada,.

- Indriasari, I. (2014). Gadai Syariah di Indonesia. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2(2), 61–72.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT Raja Grafindo Persada,.
- Kinasih et al. (2015). Pengaruh Produk, Promosi dan Store Atmosphere terhadap minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Matahari Departemen Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
- Mardani. (2015). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Kencana.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Khusus*. Remaja Rosdakarya.
- MUI, Dewan Syariah. (2014). *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI*. Erlangga.
- Nasrullah, N., & Figriyanti, F. (2022). Analysis Of Customer's Interest In Selecting Paid Products In PT. Hasanuddin Gowa Branch Syariah Pegadaian. *Jurnal Ar-Ribh*, 5(2).
- Purnamasari, S. (2018). Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Produk (Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin). *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 9(1), 25–37.
- Sari, et al. (2013). Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(2), 22.
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana.
- Surepno. (2018). Studi Implementasi Akad Rahn (Gadai Syariah) Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal of Sharia Economic Law*, 1(2).
- Wawancara dengan pak Gunawan selaku kasir di pegadaian syariah kota Jambi, 01 Oktober 2022, Pukul 09.45 WIB
- Wawancara dengan mbak Olly selaku marketing eksekutif di pegadaian syariah kota Jambi,

04 November 2022, Pukul 13.00 WIB

Wawancara dengan mbak Ririn selaku CRO  
(customer realition officer) di pegadaian

syariah kota Jambi, 04 November 2022,  
Pukul 15.00 WIB