

STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS BERBASIS AKAD RAHN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PT. BPRS AL-MA'SOEM RANCAEKEK BANDUNG

Firyal Takila Madari¹, Mila Badriyah², Deni Kamaludin Yusup³, Dedi Suyandi⁴

¹ Prodi Manajemen Keuangan Syariah FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: firyalfila661@gmail.com

² Prodi Manajemen Keuangan Syariah FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: milabadriyah@uinsgd.ac.id

³ Prodi Manajemen Keuangan Syariah FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dkyusup@uinsgd.ac.id

⁴ Prodi Manajemen Keuangan Syariah FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dedisuyandi@uinsgd.ac.id

Abstrak

Peranan perbankan syariah dalam perekonomian relatif masih sangat kecil disebabkan oleh beberapa kendala dalam strategi pemasaran. Dari beberapa permasalahan tersebut, maka diperlukan strategi usaha yang fokus dengan suatu *core competence* tertentu sebagai daya saing serta memperkuat basis sistem operasional untuk memperluas sistem distribusi penyaluran kredit. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif. Sumber dan teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada karyawan PT. BPRS Al-Ma'soem untuk mendapatkan data dan informasi, serta didukung dengan studi kepustakaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa PT. BPRS Al-Ma'soem Bandung telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas produk dan pendapatannya, yang mana sejak bulan Maret 2005 hingga sekarang, PT. BPRS Al-Ma'soem Bandung menerapkan strategi pemasaran produk dengan menawarkan produk gadai emas. Melalui penawaran produk ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat dan juga meningkatkan kinerja keuangan bank.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Gadai Emas, Rahn, Bank Syariah.

Abstract

The role of Islamic banking in the economy is still relatively small due to several obstacles in marketing strategies. Based on these problems, a business strategy is needed that focuses on a certain core competency as a competitive edge and strengthens the operational system base to expand the credit distribution system. This research uses descriptive methods and a qualitative approach. The sources and data collection techniques were obtained from observations and interviews with the employees PT. BPRS Al-Ma'soem Bandung to obtain data and information, and supported by literature study. This research shows that PT. BPRS Al-Ma'soem Bandung has made various efforts to improve product quality and income, where since March 2005 until now, PT. BPRS Al-Ma'soem Bandung implements a product marketing strategy through offering gold pawning products. Through monitoring this product, it is hoped that it can meet the economic needs of the community and also improve the bank's financial performance.

Keywords: Strategy, Marketing, Gold Pawning, Rahn, Islamic Bank.

A. Pendahuluan

Di Indonesia, ekonomi Islam diakui eksistensinya ketika krisis moneter memukul rata setiap kehidupan bangsa. Hal ini yang kemudian menjadi keterkaitan banyak orang untuk beralih kepada sistem ekonomi yang berazaskan halalan thayyiban dan bersumber pada al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Hal ini ditandai dengan mulai berdirinya lembaga-lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berdasarkan prinsip syariah Islam. Salah satunya adalah lembaga

keuangan perbankan syariah yang mulai eksis sejak berlakunya UU Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992, yang kemudian diubah dengan UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dan diubah kembali menjadi UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Taga, Nawawi & Kosim, 2019).

Dalam menghadapi perkembangan ekonomi nasional yang mengalami perubahan secara cepat dan tantangan yang terlalu berat diperlukan perbankan nasional yang dapat melayani masyarakat golongan ekonomi lemah dan pengusaha kecil menengah secara optimal tentu diperlukan pemberdayaan perbankan Indonesia termasuk BPR yang melakukan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip Syariah (Suwarni, 2023).

Berdirinya BPRS di Indonesia selain didasari oleh tuntunan ber-muamalah secara Islam yang merupakan keinginan kuat dari sebagian besar umat Islam di Indonesia, juga sebagai langkah aktif dalam rangka restrukturisasi perekonomian Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijaksanaan keuangan, moneter dan perbankan secara umum. Secara khusus adalah mengisi peluang terhadap kebijaksanaan yang membebaskan bank dalam penetapan singkat suku bunga (*rate interest*), yang kemudian dikenal bank tanpa bunga (Irsyad, 2023).

Dalam rangka mensosialisasikan berbagai kegiatan usahanya tentunya bank syariah pada umumnya dan BPRS pada khususnya perlu mengkomunikasikan setiap produk-produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat membeli manfaat dari produk bank syariah yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, bank syariah harus melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan kinerja keuangannya (Khusna & Pratama, 2021).

Beberapa lembaga keuangan mungkin mempunyai tujuan yang sama akan tetapi strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut sudah tentu berbeda. Pada umumnya semua jajaran manajemen suatu lembaga keuangan akan selalu membuat rencana-rencana yang baik dan tepat (Handayani, Fasa & Suharto, 2023). Oleh karena itu penerapan strategi pemasaran pada suatu lembaga keuangan sangatlah penting sebab strategi tersebut merupakan penentuan tercapainya tujuan yang telah direncanakan (Mujib, 2016; Harmoko, 2017).

Suatu lembaga keuangan yang berorientasi terhadap perolehan laba (keuntungan) sudah pasti membutuhkan apa yang yang disebut Strategi Pemasaran bank, pengertian pemasaran bank itu sendiri yaitu suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Sedangkan pemasaran berpangkal pada kebutuhan pembeli yang belum terpenuhi dalam hal produk, kualitas, harga dan sebagainya. Produk juga bukan satu-satunya penjamin kepuasan konsumen, akan tetapi ada beberapa variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni harga produk, lokasi dan distribusi (Adeyani & Anggraini, 2021).

PT. BPRS al-Ma'soem merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang berada di Jl. Raya Rancaekek No. 1 Bandung. BPRS al- Ma'soem melayani jasa keuangan berupa simpanan dan pembiayaan yang berdasarkan prinsip syariah. Sumber dana yang dikelola BPRS al-Ma'soem berasal dari dana sendiri serta dana pihak ketiga. Kebutuhan akan pemasaran tidak dapat dielakan karena perkembangan pasar dan persaingan yang semakin berat. Pemasaran dibutuhkan tidak hanya oleh perusahaan-perusahaan akan tetapi digunakan pula oleh lembaga keuangan misalnya lembaga keuangan mikro syariah pada BPRS al-Ma'soem dalam pengembangan produk-produknya khususnya produk Gadai Emas (Rahn). Produk gadai emas pada BPRS Al-Ma'soem memberikan fasilitas pinjaman kepada masyarakat dengan jaminan berupa emas dengan menggunakan pinsip gadai yang sesuai dengan syariah. tercantum dalam Fatwa DSN-MUI Nomor: 26/DSN-MUI/III/2002.

B. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan penelitian kualitatif. Bagian ini ditulis lebih ringkas cukup dalam satu paragraph saja yang berisikan metode dan pendekatan, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati; pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistic. Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen dimana penyelidik tertarik. Sedangkan sampel adalah kelompok atau unsur yang diambil dari populasi yang benar-benar representatif (mewakili), agar apa yang akan dipelajari dari sampel tersebut kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah bank syariah yang ada di Indonesia, sedangkan sampel penelitian adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah studi kepustakaan, dan dokumentasi. Sedangkan untuk metode analisis datanya peneliti menggunakan metode triangulasi. Triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Jika peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data (Sugiono, 2013).

C. Hasil dan Pembahasan

1. Profil Singkat PT. BPRS Al-Ma'soem

PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Al-Ma'soem atau disingkat PT. BPRS Al-Ma'soem didirikan pada tanggal 30 September 1993 dengan akta No. 23 Notaris Gina Riswara, SH, di Bandung serta mendapat pengesahan Departemen Kehakiman tertanggal 3 Nopember 1993 No C2-11751. HT. 01. th 1993 dan mendapat izin usaha dari Departemen Keuangan Republik Indonesia No. Kep/130/km.17/1994, tertanggal 30 Mei 1994

Ruang lingkup oprasional PT. BPRS al-Ma'soem bermula hanya meliputi pembiayaan dan penerimaan simpanan dana pihak ketiga berupa tabungan dan deposito, dengan tata letak ruangan di sebagian lantai II gedung PT BPRS al- Ma'soem serta dalam pengadministrasian masih dilakukan secara manual. Dalam kurun waktu tiga tahun bank terus menunjukkan kinerja yang membaik terbukti dengan pembenahan dan pelayanan kepada nasabah yang berbasis komputer, terjalinya kerjasama dengan PT. Telkom yaitu dalam hal penerimaan pembayaran telepon, serta kerjasama pembayaran gaji seluruh karyawan perusahaan Al-Ma'soem Group.

Sejalan dengan perubahan dan perkembangan, pada tahun 2000 PT. BPRS Al-Ma'soem berhasil menarik seluruh investor untuk menanamkan modalnya dalam bentuk penyertaan yaitu Permodalan Nasional Madani (PNM) persero dan PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tbk. Dengan adanya penyertaan tersebut maka berdasarkan akta berita acara Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tertanggal 26 Februari 2001, nama perseroan diubah menjadi PT. Bank Perkeriditan Rakyat Syariah al-Ma'soem yang kemudian diaktakan dengan akta No. 7 tertanggal 24 Juli 2002. Notaris Heni Rohimah, SH. Persetujuan akta perubahan anggaran dasar perusahaan telah mendapat pengesahaan dari Departemen Kehakiman Republik Indonesia No. C-22635. HT. 01. 04. th 2002. Berdirinya PT. BPRS Al-Ma'soem diharapkan mampu meningkatkan kualitas kehidupan ekonomi umat dalam berbagai hal khususnya tarap hidup yang lebih layak, sehingga akan mengurangi kesenjangan sosial, pemererat serta memperluas tali silaturahmi kepada masyarakat dengan cara meningkatkan hubungan kerjasama dalam bidang usaha untuk kemaslahatan bersama.

Semua jenis transaksi perbankan baik tabungan maupun pembiayaan, dirancang tanpa unsur bunga akan tetapi prinsip kerjasama didasarkan pada bagi hasil dan jual beli. Dengan sistem seperti ini maka praktek bunga yang selama ini tetap menjadi perbedaan pendapat dikalangan kaum muslimin dapat dihindari tanpa meninggalkan prinsip selang menguntungkan.

PT. BPRS al-ma'soem menjalankan muamalatnya dalam perbankan berdasarkan syariah Islam. Dengan sistem yang bebas riba, namun tetap menguntungkan serta memberikan kenyamanan, keamanan dan keadilan kepada penyimpan maupun pengguna dana. Selain itu, keberadaan PT. BPRS Al-Ma'soem diharapkan mampu meningkatkan kualitas kehidupan ekonomi umat sehingga akan mengurangi kesenjangan sosial, pemerataan serta memperluas tali silaturahmi dengan cara menciptakan dan meningkatkan hubungan kerja sama dalam bidang usaha untuk kemaslahatan Bersama.

Adapun tujuan didirikannya BPRS al-Ma'soem yaitu:

- a. Membantu dan membina umat, khususnya pengusaha muslim, melalui berbagai jenis pembiayaan.
- b. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok muslim, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju tercapainya kemandirian umat.
- c. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara Islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis usaha yang mengandung unsur gharar.
- d. Mengelola dana umat yang ingin terbebas dari riba sesuai syariah Islam.
- e. Membina dan meningkatkan semangat ukhuwah Islamiyah dalam pemberdayaan ekonomi.
- f. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non- syariah.

2. Strategi Pemasaran Produk Keuangan di PT. BPRS Al-Ma'soem

Dalam dunia usaha strategi pemasaran merupakan aspek yang sangat penting untuk diperhatikan. Menjalankan strategi pemasaran yang berlandaskan prinsip-prinsip syariat Islam merupakan salah satu tujuan terbesar yang ingin diwujudkan oleh BPRS Al Ma'soem. Dalam menerapkan strategi pemasaran tersebut, BPRS Al Ma'soem juga memiliki salah satu produk yang diunggulkan dan diminati oleh banyak nasabah. Salah satu produk yang dihasilkan oleh BPRS Al-Masoem ialah Produk Gadai (emas) syariah. Pada konter layanan gadai BPRS Al Masoem hanya emas saja yang dapat dijadikan jaminan. Dalam memasarkan produk tersebut, BPRS Al Masoem menggunakan beberapa strategi, yakni sebar brosur, sosialisasi, info dari teman ke teman, spanduk tentang produk gadai diperbanyak, menayangkan iklan Tv lokal, dll. Dalam memasarkan produk gadai syariah tersebut ada tim khusus yang bertugas yakni: kolektif atau tim khusus (marketing gadai) dan tim umum yakni yang bekerja dalam BPRS Al Masoem tersebut atau yang menangani tentang produk gadai.

Dalam praktiknya di PT. BPRS Al Masoem, yang dapat menjadi nasabah atau yang dapat mengambil produk gadai tersebut ialah perorangan dan semua kalangan. Intinya produk gadai diberikan kepada siapa saja nasabah yang telah memiliki SIM/KTP, dan keuntungan yang diperoleh yakni: (1) Modal yang diperoleh untuk usaha nasabah yang diberikan oleh bank tersebut; (2) Nasabah dapat memperoleh uang tunai secara cepat.

Dengan strategi yang telah digunakan oleh BPRS Al Masoem yang terdiri dari 4P, yakni: (a) strategi harga (*price*), dilakukan dengan cara menawarkan harga atau biaya titip yang murah yakni 1,55%. (b) strategi promosi (*promotions*), dilakukan dengan cara menayangkan iklan di TV lokal, menyebarkan brosur, memasang spanduk, dll; (c) strategi tempat (*place*), dilakukan

dengan cara memilih lokasi yang strategis, yang mudah dijangkau oleh kendaraan yang beroda empat maupun beroda dua; dan (d) strategi produk (*product*), dengan cara memperkenalkan produk unggulan yang ada di bank tersebut yakni produk gadai emas syariah (*rahn*) atau investasi emas (*emas invest*). Dengan ke-4 strategi pemasaran yang diterapkan oleh BPRS Al Masoem tersebut, ternyata mempunyai pengaruh yang besar dalam peningkatan jumlah nasabah. Tetapi, tidak semua strategi tersebut diterima dengan baik dikalangan masyarakat. Ada kendala yang harus dihadapi oleh bank, seperti tidak meresponnya masyarakat terhadap spanduk yang telah dipasang dan brosur yang telah disebar. masyarakat akan lebih mengenal secara baik produk yang ditawarkan kepada masyarakat serta semakin tinggi pula minat nasabah untuk mengetahui dan menggunakan produk tersebut. Dengan logo dan motto yang bagus, dengan label yang menarik dan kemasan yang baik ini akan lebih cepat membuat masyarakat perhatian terhadap produk yang ditawarkan.

Strategi promosi yang dilakukan oleh BPRS Al-Masoem bertujuan untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Dalam memasarkan produk gadai tersebut, ada tim khusus yang menanganinya, yakni tim khusus atau biasa disebut dengan marketing gadai dan tim umum yakni yang bekerja dalam bank tersebut terkhusus yang menangani penjualan produk gadai. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Salah satu yang termasuk dalam strategi promosi yakni penyebaran brosur atau iklan. Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank tersebut.

Dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan diraih. Strategi lokasi seringkali dianggap hal yang sepele, namun ternyata dapat berdampak signifikan terhadap kelangsungan bank. Apabila lokasi sudah ditentukan, maka perlu pula disertai dengan perencanaan ruangan, tata ruang serta interior bangunan, perpakiran dan keamanan. Tujuan penentuan lokasi dan ruangan untuk mendukung keunggulan sumber daya manusia serta sistem yang dimiliki oleh perbankan. Bagi perusahaan nonbank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang, sedangkan penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

PT. BPRS Al-Ma'soem merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang berada di Jl. Raya Rancaekek No. 1 Bandung berada di daerah yang cukup strategis yang berada di pusat perkotaan yang berada di samping Pasar Dangdeur dan mudah dijangkau oleh masyarakat atau nasabah sehingga hal ini merupakan salah satu pendukung atau kekuatan untuk BPRS Al-Ma'soem dengan mudah memasarkan produk-produknya, karena BPRS Al Ma'soem berada di tempat yang padat akan penduduk.

Untuk merebut calon nasabah, maka bank harus berusaha keras. Nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian, sehingga berminat untuk membeli dan menggunakan produk bank. Produk adalah objek yang sangat vital yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendatangkan tingkat keuntungan atau laba yang akan dicapai atau yang telah ditargetkan dan tetap menjaga stabilitas kesehatan keuangan dalam bank tersebut. Melalui produk, produsen atau pihak bank dapat memanjakan konsumen (nasabah), karena dari segi produk tersebut akan diketahui seberapa besar minat nasabah untuk

menggunakan produk tersebut dan seberapa besar kepuasan nasabah menggunakan produk itu sendiri dalam kehidupannya.

Salah satu produk PT. BPRS Al-Masoem yang unggul ialah produk gadai emas, serta investasi emas (emas invest). Yang paling utama menarik perhatian dan minat nasabah adalah keunggulan produk yang dimiliki. Keunggulan ini harus dimiliki jika dibandingkan dengan produk lain dan untuk memberikan keunggulan, maka bank perlu melakukan strategi produk. Produk gadai emas yang dimiliki oleh BPRS Al Masoem termasuk dalam kategori pembiayaan. Gadai syariah yang ada di PT. BPRS Al Masoem memiliki salah satu tujuan yakni membantu masyarakat yang membutuhkan dana secara cepat atau dalam waktu yang singkat dengan hanya menjaminkan barang berupa emas sebagai agunan.

2. Pelaksanaan Gadai Emas pada PT. BPRS Al-Masoem

BPRS Al-Ma'soem adalah bank komersil yang menggunakan prinsip syariah. Sebagai bank komersil, BPRS Al-Ma'soem memiliki berbagai produk yang bertujuan untuk mencari keuntungan dalam kegiatan usahanya. Untuk memperoleh keuntungan tersebut, selain memiliki produk yang bersifat penghimpunan dana (funding) dan produk yang berupa penyaluran dana (landing), BPRS Al-Ma'soem memiliki produk pelengkap yang tujuannya untuk memperoleh keuntungan.

Salah satu produk pelengkap tersebut adalah Gadai (rahn). Produk gadai yang diterapkan di BPRS Al-Ma'soem berupa gadai emas, dimana bank memberikan fasilitas pinjaman kepada nasabah dengan jaminan berupa barang atau harta nasabah (emas) yang bersangkutan dengan mengikuti prinsip gadai.

a. Sistem Operasional Prosedur

Rangkaian alur kerja dari transaksi gadai yang terdiri dari :

1) Transaksi pencairan pembiayaan:

- Nasabah.
- Appraisal/spesialis atau pegawai Rahn.
- Back Office atau administrasi atau pembukuan.
- Komite pembiayaan.
- Teller/kasir.
- Custodian.

2) Transaksi pelunasan pembiayaan:

- Nasabah.
- Appraisal/spesialis atau pegawai Rahn.
- Back Office atau administrasi atau pembukuan.
- Komite pembiayaan.
- Teller/kasir.
- Custodian.

3) Transaksi penjualan/Eksekusi/Lelang Jaminan Panitia penjualan jaminan.

b. Ketentuan dan karakteristik produk

1) Akad yang digunakan yaitu akad ijarah (sewa).

2) Agunan atau barang jaminan.

- Barang yang bisa dijadikan agunan atau jaminan gadai yaitu emas berupa perhiasan emas, koin emas (uang emas), dan emas batangan kadar emas murni minimal 17 karat.
- Jenis warna emas meliputi emas merah, emas kuning dan emas putih.

3) Besarnya pinjaman

Besaran pinjaman yang diberikan oleh pihak penerima gadai (*murtahin*) kepada pemberi gadai (*rahin*) dengan batasan *flapond* tertentu berbanding nilai jaminan (*marhun*). Penentuan batas maksimal pembiayaan (dalam prosentase tertentu) berbanding nilai jaminan, dengan memperhatikan :

- Maksimal pinjaman yang diberikan sebesar 80% dari nilai taksiran agunan emas sesuai harga pasar.
- Minimal pinjaman setara agunan emas seberat 2 gram.
- Kondisi harga jual setempat.
- Kondisi dan ketahanan fisik jaminan terhadap iklim dan cuaca.
- Nilai penyusutan jaminan.

4) Jangka waktu pembiayaan

Waktu yang ditentukan oleh pihak bank/lembaga keuangan kepada nasabah untuk melunasi hutangnya, dengan memperhatikan:

- Jangka dalam beberapa kelompok, yaitu berdasarkan hari, mingguan ataupun bulanan. Yaitu maksimal 2 bulan dan minimal 15 hari.
- Besaran pembiayaan terhadap nilai jaminan berpengaruh terhadap penetapan jangka waktu, hal ini sehubungan dengan harga pasar nilai jaminan pada saat jatuh tempo.
- Masa tenggang atau masa leluasa yaitu 3 hari sejak tanggal jatuh tempo.
- Dilakukan penilaian ulang saat perpanjangan jangka waktu pembiayaan.
- Besaran biaya penitipan, sehingga pada saat jatuh tempo tidak akan mengganggu likuiditas nasabah.

5) Biaya yang Harus Dibayar

Ketentuan bank yang harus dibayar oleh nasabah dalam biaya pemeliharaan dan biaya lainnya yang telah disepakati di akad, yaitu sebagai berikut:

- Biaya sewa atas penitipan barang dan asuransi dalam setiap satu gram per bulan yang harus dibayar yaitu sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:
 - 15 hari = 0,9% x nilai taksiran.
 - 30 hari = 1,7% x nilai taksiran.
 - 60 hari = 3,4% x nilai taksiran.
- Biaya masa tenggang yang ditentukan sesuai dengan besaran barang jaminan, yaitu sebagai berikut:
 - 1/15 hari x biaya penitipan.
 - 1/30 hari x biaya penitipan.
 - 1/60 hari x biaya penitipan.
- Biaya materai sesuai besarnya nilai taksiran (> Rp.5.000.000,-).

6) Aspek teknis

Persyaratan pengajuan permohonan pembiayaan gadai syariah antara lain:

- Perorangan (WNI) dan badan hukum Indonesia.
- Cakap hukum indentitas diri (KTP/SIM/Passport).
- Bukti kepemilikan untuk barang yang akan jadi jaminan.
- Menyampaikan NPWP untuk pinjaman yang memiliki nilai plafon tertentu sesuai ketentuan yang berlaku.

c. Realisasi Pembiayaan Gadai

Syarat administratif pengajuan baku bagi nasabah dalam pengajuan permohonan pembiayaan atau pinjaman meliputi:

- 1) Pengisian formulir permohonan pembiayaan gadai syariah.
- 2) Penaksiran pembiayaan gadai.

Tabel 1
Proses Nilai Persetujuan Pembiayaan Gadai Emas

No	Wewenang	Nilai Persetujuan
1	Penaksir.	Rp. 200.000 s/d Rp.14.000.000
2	Penaksir, Dir. Oprasional	Rp. 15.000.000 s/d Rp. 24.000.000
3	Penaksir, Dir. Oprasional, Dir. Marketing	Rp. 25.000.000 s/d Rp. 100.000.000
4	Penaksir, Dir. Oprasional,Dir. Marketing,Dirut, Komisaris	>Rp. 100.000.000,-

3) Menyerahkan kepada penaksir:

- Formulir permohonan gadai syariah yang telah dilengkapi dan ditandatangani.
- Fotokopi bukti indentitas diri.
- Barang jaminan yang akan ditaksir dan bukti pendukungnya (bila diperlukan).

4) Penerimaan bukti penyerahan barang jaminan dan penaksir.

5) Penandatanganan surat akad gadai syariah yang diserahkan oleh penaksir.

6) Menerima pinjaman (pencairan dana) secara tunai atau melalui pemindah bukuan.

d. Penyimpanan Barang Gadai

1) Nomerisasi barang jaminan yaitu untuk mempermudah dalam hal penyimpanan dan pengambilan, proses kontrol atau pengaksesan administrasi. Ketentuannya sebagai berikut:

- Tempat penyimpanan disesuaikan dengan jenis, bentuk ukuran, dan sifat fisik jaminan serta faktor keamanan (misalnya penyimpanan emas dalam brankas khusus).
- Jaminan dikemas, dibungkus dan disegel, diberi nomor urut dalam kode nomerisasi barang jaminan, sehingga tidak tertukar atau ditukar.

e. Barang Jaminan Bermasalah

- 1) Merupakan barang jaminan yang pada saat, dalam waktu atau pada akhir periode dianggap atau dikategorikan bermasalah secara finansial maupun secara legal.
- 2) Barang dalam perkara sengketa/barang bukti/barang polisi.
- 3) Barang jaminan palsu atau salah dalam penilaian (under estimate).
- 4) Barang jaminan sisa penjualan yang tidak laku dijual akibat adanya penurunan harga (penurunan harga, gejolak ekonomi dan penyusutan)

f. Perpanjangan Gadai

Nasabah dapat saja diberikan kesempatan untuk memperpanjang kembali jangka waktu pinjaman setelah jatuh tempo. Berkaitan dengan hasil penaksiran (harga taksir) didalam permohonan gadai syariah, maka hal-hal yang perlu menjadi perhatian antara lain:

- 1) Penilaian ulang jaminan yang di-update sesuai dengan harga pasar pada saat waktu perpanjangan pembiayaan.
- 2) Perpanjangan dapat saja ditolak apabila ternyata dari hasil penilaian ulang, nilai jaminan mengalami penurunan nilai secara signifikan sehingga tidak layak untuk dilakukan perpanjangan jangka waktu, atau nasabah menambah atau membayar selisih penurunan nilai jaminan tersebut.

g. Cara Perhitungan Produk Gadai Emas

- 1) Contoh Kasus 1: nasabah menggadaikan emas 24 karat sebesar 10 gram kepada BPRS PNM al-Ma'soem untuk mengajukan sejumlah pinjaman

Perhitungannya yaitu:

- Barang agunan berupa emas sebesar 10 gram.
- Asumsi harga yang berlaku dipasaran yaitu Rp. 250.000/gram.
- Jumlah pinjaman yang dapat diterima oleh nasabah dihitung dengan cara: (Nilai emas x harga taksiran emas x 80%).

$$\underline{10 \text{ gram} \times 24 \times \text{Rp. } 250.000 \times 80\% = \text{Rp. } 2.000.000,-}$$

24

Jadi jumlah pinjaman dana yang dapat diterima oleh nasabah sebesar Rp.2.000.000.

- Jangka waktu pinjaman yaitu 2 bulan.
- Penentuan biaya sewa selama 2 bulan yaitu 3,4% X nilai taksiran 3,4% x Rp. 2.000.000,- = Rp. 68.000,-.

Dengan demikian keuntungan yang diperoleh pihak BPRS PNM al-Ma'soem dalam bentuk biaya sewa yaitu: Rp. 68.000,-.

- 2) Contoh kasus 2: Nasabah menggadaikan emas 17 karat sebesar 52 gram kepada BPRS PNM al-Ma'soem untuk mengajukan sejumlah pinjaman.

Perhitungannya yaitu:

- Barang agunan berupa emas sebesar 52 gram.
- Asumsi harga emas yang berlaku dipasaran yaitu Rp. 200.000,-.
- Jumlah pinjaman yang dapat diterima oleh nasabah dihitung dengan cara: Nilai emas x harga taksiran emas x 80%.

$$\underline{52 \text{ gram} \times 17 \times \text{Rp. } 200.000 \times 80\% = \text{Rp. } 5.893.000,-}$$

24

- Jangka waktu pinjaman 1 bulan,
- Biaya sewa dapat dihitung dengan cara:
1 bulan = 1,7% X nilai taksiran + biaya materai.

$$1,7 \times \text{Rp. } 5.893.000 + 6000 = \text{Rp. } 106.200,-$$

Jadi biaya sewa yang harus dibayar oleh nasabah yaitu sebesar Rp. 106.200,-

- Jumlah keuntungan yang diperoleh oleh pihak bank dalam bentuk biaya sewa yaitu sebesar Rp. 106.200,-

D. Kesimpulan

Pada bagian akhir ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa untuk mencapai sasaran dan tujuannya, PT. BPRS Al-Ma'soem menerapkan strategi *segmenting*, *tergeting* dan *positioning* dengan mengembangkan marketing mix terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan promosi. Strategi produk yang telah dilakukan oleh PT. BPRS Al-Ma'soem adalah dengan memberikan ketentuan kepada nasabah dengan menyerahkan dokumen seperti KTP/SIM/Kartu pelajar, pencairan dana hanya butuh waktu lima menit dan khusus produk gadai emas di buka pelayanan transaksi pada hari sabtu. Selain itu juga BPRS PNM Al-Ma'soem menerapkan bauran pemasaran atau marketing mix dalam mengembangkan produk gadai emas. Pembiayaan Gadai Emas (*rahn*) merupakan produk perbankan syariah yang ditawarkan oleh PT. BPRS Al-Ma'soem dengan menggunakan akad ijarah. Pihak bank akan menaksir suatu barang jaminan berupa emas dengan harga standar yang berlaku dipasaran, dengan nilai taksiran itu bank bisa memberikan pembiayaan sebesar 80% dari nilai taksiran agunan. Dengan sistem pembiayaan jangka pendek yaitu maksimal 2 bulan dan minimal 15 hari, maka Keuntungan dari usaha ini pihak bank akan memperoleh dari biaya penyimpanan dan pemeliharaan yang disesuaikan dengan jumlah jaminan dan lama waktu pembiayaan, dengan cara perhitungan yang telah disesuaikan dengan kebijakan pihak bank.

Referensi

- Adeyani, I., & Anggraini, T. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(2), 47-66.
- Handayani, R. N., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(01), 1-10.
- Harmoko, I. (2017). Strategi pemasaran produk bank syariah dalam persaingan bisnis perbankan nasional. *Waidah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1).
- Irsyad, M. (2023). Perbandingan perbankan konvensional dan syariah (studi mengenai perbedaan). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 4(2), 65-71.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Khusna, N., & Pratama, V. Y. (2021). Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 310-322.
- Mujib, A. (2016). Manajemen strategi promosi produk pembiayaan perbankan syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarni, I. (2023). Aturan Hukum Islam Dan Undang Undang Perbankan Terhadap Pertumbuhan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Dunia Ilmu Hukum (JURDIKUM)*, 1(1), 14-19.
- Taga, A., Nawawi, K. L., & Kosim, A. M. (2019). Perkembangan perbankan syariah sebelum dan sesudah spin-off. *Tafaquh*, 4(1), 78-110.
- Tim Penyusun. (2007). Profil Singkat PT. BPRS Al-Ma'soem Bandung.