

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan disebut juga sebagai lembaga intermediasi keuangan. Maksudnya yaitu proses penyerapan dana dari unit perekonomian seperti sektor usaha, lembaga pemerintah, rumah tangga atau individu untuk menyediakan dana bagi unit ekonomi yang lain. intermediasi keuangan merupakan kegiatan pengalihan dana dari unit surplus ke unit ekonomi defisit (nonie afryanti, 2016)

Lembaga keuangan berperan penting dalam kegiatan perekonomian dan juga perdagangan, lembaga keuangan juga merupakan perantara antara pihak yang mempunyai dana lebih dan pihak yang membutuhkan atau kekurangan dana. Selain lembaga keuangan umum terdapat juga lembaga keuangan syariah, dimana lembaga keuangan syariah selalu menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap penggunaannya.

Di Indonesia lembaga keuangan di kelompokkan menjadi dua bagian yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank, diantaranya leasing, pasar modal, asuransi, koperasi, dana pensiun dan pegadaian. Sama halnya dengan lembaga keuangan syariah atau LKS yang identik disebut dengan bank syariah, terdapat juga lembaga keuangan syariah non bank diantaranya pasar modal syariah, asuransi syariah, baitul maal dan pegadaian syariah. Keduanya sama – sama menghimpun dana dari masyarakat.

Seperti yang diungkapkan Jefry Tarantang dalam buku Implementasi dan Regulasi Pegadaian di Indonesia “negara Indonesia dianggap sebagai motor penggerak pertumbuhan bisnis syariah di dunia bersama negara lainnya seperti Turki, Malaysia dan Qatar, bahkan saat ini Indonesia di lirik oleh negara lain sebagai pusat pembelajaran pengembangan industry syariah” (Tarantang, 2019). Bukan hanya industri keuangan syariah saja yang berkembang di Indonesia industry lainnya seperti kuliner, kosmetik, hiburan, farmasi dan pariwisata berbasis prinsip syariah sudah mulai berkembang cukup pesat. Ini menunjukkan adanya potensi yang besar bagi pelaku usaha di Indonesia untuk memperbaiki perekonomian Indonesia.

Indonesia sebagai negara yang penduduknya mayoritas muslim, maka masyarakat justru akan memilih produk - produk yang berlandaskan prinsip syariah, karena dengan menggunakan produk yang sejalan dengan prinsip yang mereka yakini akan menambah kepercayaan dan rasa aman, apalagi mengenai sektor keuangan yang tentunya dirasa sangat sensitif. Maka dari itu sangat penting sebuah lembaga apalagi lembaga keuangan harus menerapkan prinsip amanah agar para nasabah yang menggunakan produk – produk keuangan merasa yakin dan aman. Lembaga keuangan yang diminati banyak nasabah bukan hanya lembaga keuangan bank saja tetapi lembaga keuangan non bank juga.

Islam adalah agama yang mulia mengajarkan umat nya untuk saling membantu dan tolong menolong. Membantu juga bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk contohnya mengenai sosial ekonomi, masyarakat kerap

mengemukakan kondisi mengenai hartanya, salah satu yang menjadi pilihan transaksi yang digunakan masyarakat adalah menggadaikan barang-barang yang berharga untuk ditukar dengan uang sesuai dengan jumlah yang diinginkan. Maka dari itu haruslah ada lembaga keuangan yang menaungi sistem gadai.

Gadai di dalam fiqh disebut rahn yang menurut bahasa ialah tetap, kekal, dan menahan suatu barang sebagai pengikat dari hutang. Sedangkan menurut syara ialah menanggihkan sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, tetapi dapat diambil kembali sebagai tebusan. Di Indonesia sudah hadir lembaga keuangan yang mengatur sistem gadai yaitu PT Pegadaian (Persero).

Pegadaian adalah nama dari sebuah industri atau usaha yang bergerak dalam bisnis gadai, dan pegadaian adalah *brand* (merek) milik PT Pegadaian (persero) salah satu perusahaan BUMN yang melakukan usaha dalam bisnis yang sama (pegadaian, 2020). R. Swasono. Amoeng Widodo mengatakan “pegadaian merupakan nama *brand* (merek) PT Pegadaian (persero), perusahaan Badan Milik Negara (BUMN) yang berstatus perusahaan perseroan yang melakukan bisnis sebagaimana diatur dalam peraturan otoritas jasa keuangan (POJK) No 31/POJK.05/2016 Bahkan nama dan logo pegadaian telah tercatat sebagai hak atas karya intelektual PT Pegadaian (persero) sejak tahun 2009 dan telah diperpanjang pada tahun 2019 untuk 10 tahun kedepan.

PT Pegadaian (persero) pada Agustus 2020 telah mempunyai outlet sebanyak 4.100 yang telah tersebar di Indonesia. Produk nya yang banyak dan layanan sudah bisa diakses di lebih 11.000 agen. Pegadaian sering di manfaatkan banyak masyarakat, pengusaha kecil dan menengah sebagai jalan *alternative* bantuan berupa dana selain bank. Gadai menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) adalah suatu hak yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang di jelaskan di serahkan kepadanya oleh seorang berutang atau oleh seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang-orang berpiutang lainnya ; dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan (yuridis, 2021).

Perusahaan umum pegadaian merupakan satu-satunya badan usaha di Indonesia yang sudah resmi dan memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kepada masyarakat sesuai dengan hukum undang-undang perdata pasal 1150 yaitu gadai merupakan hak yang diperoleh seorang yang mempunyai piutang terhadap suatu barang bergerak. Biasanya masyarakat menggadaikan barang mereka ketika berada dalam keadaan mendesak, keperluan mendadak, membutuhkan dana atau uang cepat. Masyarakat berpikir dari pada harus berhutang, mereka lebih memilih menggadaikan barang-barang nya untuk ditukar dengan uang. Barang yang digadainya beragam pula dimulai dari

kendaraan, surat berharga, perhiasan, perabot rumah tangga, alat elektronik, dan lain sebagainya yang mempunyai nilai tukar.

Tugas pokoknya ialah memberi pinjaman kepada masyarakat sesuai dengan hukum gadai agar masyarakat tidak di rugikan oleh lembaga keuangan informal yang mengarah pada pemanfaatan kebutuhan dana mendesak dari masyarakat. Dan pada nyatanya konsep pegadaian masih banyak yang belum terarah dengan baik. Tidak sedikit pula masyarakat yang menerima banyak kerugian akibat menggadaikan barangnya. Hal demikian biasanya terjadi karena pihak dari pegadaian ingin mendapatkan laba atau keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan konsumen. Pegadaian konvensional menggunakan sistem riba atau meminta biaya tambahan terhadap dana yang dipinjamkan. Sedangkan sistem tersebut tidak ada dalam pegadaian syariah.

Berdirinya pegadaian syariah di Indonesia dilatar belakangi oleh impian masyarakat islam yang menghendaki adanya lembaga pegadaian yang melaksanakan prinsip-prinsip syariah. Pegadaian syariah memiliki produk jasa maupun pembiayaan yang mampu memberi solusi kepada masyarakat atas kebutuhan. Perkembangan syariah di Indonesia dalam dasawarsa 2000-an semakin pesat, hal ini ditunjukkan dengan semakin bertambahnya nasabah, jenis produk dan jumlah kantor unit pegadaian syariah yang tersebar di kabupaten dan kota.

Selama tahun 2008, pegadaian syariah menjadi salah satu lembaga keuangan yang cukup di minati masyarakat karena sistem kemudahan dalam pencairan pembiayaan. Hal ini di tunjukan dengan melonjaknya pembiayaan

dan terdapat selisih rasio sebesar 38,68% dibandingkan dengan perbankan syariah sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 1
Perbandingan Nilai Penyaluran Pembiayaan antara Perbankan Syariah dengan Pegadaian Syariah selama tahun 2007-2008 (dalam jutaan rupiah)

No	LKS	2007	2008	Pertumbuhan (%)
1	Perbankan Syariah	25.663.000	33.026.000	28,69%
2	Pegadaian Syariah	964.065	1.613.520	67,37%

Sumber: Bank Indonesia dan Perum Pegadaian Laporan

Tabel diatas memperlihatkan bahwa secara angka (nilai) absolut, penyaluran pembiayaan di perbankan syariah lebih besar dari pada Pegadaian Syariah, tetapi bisa di lihat juga diatas secara pertumbuhan penyaluran pegadaian syariah lebih besar (67,37% : 28,69%) dan secara rasio pegadaian syariah terhadap perbankan syariah mencapai dua kali lipat, itu artinya pegadaian syariah memiliki prospek lebih besar, walaupun dari segi nilai penyaluran lebih kecil, karena pada umumnya nasabah pegadaian syariah berasal dari kalangan yang berpendapatan relatif kecil (berpenghasilan rendah) (Mulazid, 2012).

Maka dari itu, Dewan Syariah Nasional- Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) memandang perlu untuk meterbitkan fatwa mengenai gadai syariah. Salah satu fatwa nya adalah DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn, Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas.

Unit Pegadain Syariah Cinunuk menyediakan produk tabungan emas pada tahun 2016 . Tabungan emas merupakan layanan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas dan juga produk tabungan

emas memungkinkan untuk melakukan investasi emas secara mudah, aman, murah dan terpercaya (pegadaian, 2016). Dengan tujuan diluncurkan produk tabungan emas ini adalah mempermudah masyarakat yang ingin memiliki emas dengan cara menabung. Tabungan emas ini bersifat *fleksible* yaitu solusi bagi masyarakat yang tertarik dalam investasi emas tanpa harus memiliki dana yang besar karena sistem dari tabungan emas ini dengan sistem cicil atau menabung yang pada akhirnya memudahkan masyarakat untuk memiliki emas. Dikarenakan harga emas yang naik dari tahun ke tahun membuat masyarakat tertarik untuk berinvestasi dalam bentuk emas. Investasi dalam bentuk emas merupakan investasi jangka panjang yang resiko kerugiannya sedikit, dibandingkan dengan investai berupa saham atau kripto (mata uang digital) yang mana keuntungan dan kerugiannya juga bisa untung besar dan rugi besar. Berikut adalah harga emas dari tahun ke tahun.



Sumber : goldprice.org

Gambar 1. 1

Harga Emas

Dari gambar tersebut bisa di lihat harga emas dari tahun 2012-2021 mengalami kenaikan, adapun di tahun-tahun tertentu mengalami penurunan tetapi jika investasi dalam jangka panjang akan tetap mendapatkan keuntungan.

Untuk menabung emas di pegadaian syariah biasanya dimulai dari 0,01 gram atau sama dengan nominal kurang lebih Rp 10.000. dan nasabah yang sudah mempunyai tabungan emas bisa membawa simpanannya dalam bentuk emas ataupun uang tunai.

Emas adalah barang yang tergolong mewah dan termasuk kepada golongan kebutuhan *tersier*, kebutubutahn tersier yaitu kebutuhan tingkat ketiga setelah kebutuhan primer dan sekunder. Kebutuhan tersier pada umumnya mengarah pada kebutuhan terhadap barang-barang mewah yang tujuannya untuk menunjukkan kemapanan dan status sosial seorang dimata masyarakat umum, contohnya rumah, mobil, motor, emas dan lain-lain (ilmu ekonomi id, 2018). tetapi dengan hadirnya produk tabungan emas di pegadaian syariah bukan hanya golongan status sosial atas saja yang bisa memiliki emas tetapi golongan status sosial menengah dan kebawah juga bisa memiliki emas.

Banyaknya lembaga keuangan maka persaingan antar perusahaan tidak dapat di hindarkan, oleh karena itu setiap perusahaan harus mengetahui kondisi pasar yang selalu berubah-ubah. Tentunya perusahaan harus memiliki strategi-strategi agar bisa tercapainya tujuan-tujuan yang telah direncanakan. Begitu juga dengan tabungan emas. Banyak lembaga keuangan yang di dalam

nya terdapat produk tabungan emas seperti lembaga keuangan bank ataupun situs jual beli online (Dana, Shopee, toko pedia) dan lain-lain.

Dengan meningkatkan kinerja dan strategi yang lebih baik membuat PT Pegadaian mampu bersaing dengan lembaga keuangan dan situs jual beli online yang mempunyai produk tabungan emas. Suatu perusahaan yang beroperasi di bidang apapun memerlukan strategi yang disebut “strategi pemasaran” untuk memajukan produk-produk nya agar banyak di minati oleh masyarakat. Strategi yaitu rencana komperhensif untuk mencapai tujuan organisasi, tidak hanya sekedar sampai pada tujuan tetapi mempertahankan keberlangsungan organisasi (ritonga, fikri, siregar, & agustih, 218). Pemasaran yaitu suatu rancangan, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang mempunyai nilai bagi pelanggan dan masyarakat umum. Fungsi utama kegiatan pemasaran salah satunya untuk memberikan informasi tentang produk yang dijual di perusahaan. Mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menciptakan nilai ekonomis (Daryanti, 2011).

Dalam melakukan pemasaran perusahaan harus mempertahankan unsur bauran pemasaran (*markeing mix*), yang terdiri dari harga (*price*), tempat (*place*), produk (*product*), promosi (*promotion*) dan penyaluran (*distribution*). Promosi merupakan salah satu komponen yang menjadi prioritas pada kegiatan pemasaran. Dalam menyampaikan sebuah informasi hendaknya memperhatikan : periklanan, promosi yang dilakukan secara pribadi, promosi penjualan, publisitas.

Saat ini Pegadaian Syariah sudah beroperasi di wilayah-wilayah Indonesia termasuk di kota Bandung. Salah satunya Unit Pegadaian Syariah cinunuk, yang terletak di Jl. Raya Cibiru, Cinunuk, Cilenyi, Bandung, Jawa Barat. Banyak sekali cara untuk memasarkan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cinunuk yaitu dengan cara brosur, media cetak dan lainnya. Pemasaran yang dilakukan oleh Unit Pegadaian Syariah Cinunuk sudah efektif. Karena Unit Pegadaian Cinunuk ini berada ditempat yang strategis dekat dengan salah satu universitas islam di Bandung, dekat dengan pondok pesantren, dan dekat dengan tempat pembelanjaan. Efektivitas adalah unsur pokok untuk mencapai tujuan atau target yang telah ditentukan oleh setiap perusahaan, baik dalam kegiatan atau program apapun. Di Unit Pegadaian Syariah Cinunuk jumlah nasabah tabungan emas setiap tahunnya mengalami kenaikan. Ini di buktikan oleh tabel di bawah ini:

Tabel 1. 2

Jumlah nasabah yang membuka rekening tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Cinunuk.

Tahun	Jumlah nasabah
2016	10
2017	45
2018	130
2019	201
2020	258
2021	336

Sumber data: data dari PT. Pegadaian Syariah Cinunuk

Seperti yang dapat dilihat bahwa Unit Pegadaian Syariah Cinunuk menunjukkan perkembangan yang cukup baik dalam produk tabungan emas, meskipun pada tahun 2019 sampai tahun 2021 terjadi wabah di seluruh dunia

yaitu adanya virus covid 19 yang mengakibatkan banyaknya korban jiwa yang meninggal dunia, begitu juga dengan negara kita yaitu Indonesia tak sedikit masyarakat yang meninggal dunia akibat virus ini, tak sedikit pula masyarakat yang terdampak mulai dari pekerjaannya yang mengakibatkan terganggu perekonomiannya. Akan tetapi melihat data di atas meskipun sedang mengalami pandemi covid 19 tabungan emas di Unit Pegadaian syariah tetap mengalami kenaikan, sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh Unit Pegadaian Syariah Cinunuk atas produk tabungan emas.

Berdasarkan pengamatan di lapangan produk tabungan emas dalam pengembangan, oleh karena itu pentingnya strategi pemasaran dalam pengembangan produk tabungan emas di pegadaian syariah. Strategi pemasaran yang diterapkan dalam Unit Pegadaian Syariah Cinunuk yaitu dengan sosialisasi, menyebar brosur dan menunggu arahan strategi pemasaran dari pegadaian pusat.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Unit Pegadaian Syariah Cinunuk dengan judul “*Efektivitas Penerapan Strategi Pemasaran Tabungan Emas Di Pt Pegadaian Syariah Unit Cinunuk Bandung*”

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, dimana produk tabungan emas ini yang *relative* baru tetapi nasabahnya dari tahun ke tahun mengalami

kenaikan meskipun di Indonesia terjadi serangan wabah covid 19, adanya strategi yang berperan atas produk tabungan emas ini.

Sesuai dengan identifikasi masalah tersebut, maka masalah ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa strategi Pemasaran yang digunakan pada produk tabungan emas di Unit Pegadaian Syariah Cinunuk Bandung ?
2. Bagaimana penerapan strategi pemasaran yang digunakan pada produk tabungan emas di Unit Pegadaian Syariah Cinunuk Bandung
3. Se jauh mana tingkat efektivitas pemasaran pada produk tabungan emas di Unit Pegadaian Syariah Cinunuk Bandung

C. Tujuan Penelitian

Berdaskan rumusan masalah penelitian diatas. Tujuan masalah ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan pada produk tabungan emas di Unit Pegadaian Syariah Cinunuk Bandung .
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi yang di gunakan pada produk tabungan emas di Unit Pegadaian Syariah Cinunuk Bandung.
3. Untuk mengetahui sejauh mana efektivitas pemasaran produk tabungan emas di Unit Pegadaian Syariah Cinunuk Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak, yaitu antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi literatur bagi peneliti setelahnya untuk memudahkan penelitiannya, dan berharap dengan adanya penelitian ini bisa bermanfaat secara teori dan aplikasi dalam memperluas ilmu pengetahuan mengenai efektivitas penerapan strategi pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah.

2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada :

- a. Unit Pegadaian Syariah Cinunuk Bandung, yaitu sebagai acuan mengimplementasikan strategi yang baik pada produk tabungan emas.
- b. Peneliti, menambah wawasan keilmuan dan pemahaman mengenai lembaga keuangan syariah khususnya PT.Pegadaian (Persero) Syariah juga salah satu produknya yaitu tabungan emas.
- c. Masyarakat, mengetahui mengenai produk tabungan emas, dan bisa memberikan pemahaman mengenai investasi emas dengan dana yang terbatas yaitu dengan sistem nabung emas.