

PELAKSANAAN PROMOSI PRODUK ARRUM DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG KOTA BENGKULU



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Perbankan (S.E.I)

OLEH:

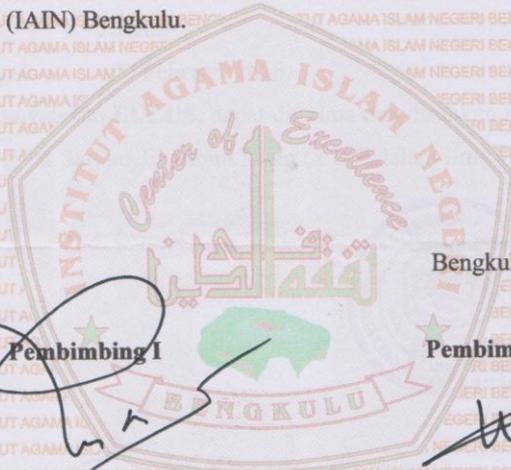
REDUAN AZARI
NIM 2113137324

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
2016 M/ 1437 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama Reduan Azari NIM: 2113137324, dengan judul **"Pelaksanaan Promosi Produk ARRUM di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu"**. Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II.

Maka skripsi ini telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.



Bengkulu, 12 Januari 2016

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Nurul Hak, M.A
NIP.196606161995031002

Khairiah Elwardah, M.Ag
NIP. 197808072005012008



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama: Reduan Azari NIM: 2113137324 yang berjudul

“Pelaksanaan Promosi Produk ARRUM di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu”. Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam. Telah uji

dan dipertahankan di depan tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Senin

Tanggal : 22 Februari 2016

Dan dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Bengkulu, 22 Februari 2016

Dekan

Dr. Asnaini, M.A

NIP.197304121998032003

SIDANG MUNAQASYAH

Ketua

Drs. Nurul Hak, M.A
NIP. 196606161995031002

Penguji I

Dr. Toha Andiko, M.Ag
NIP. 1975082722000031001

Sekretaris

Khairiah Elwardah, M.Ag
NIP. 197808072005012008

Penguji II

Rini Elvira, S.E M.Si
NIP. 197708152011012007

MOTTO

... وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya :

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (Q.S Al-Maidah:2)

Majulah Tanpa Menyingkirkan Orang Lain, Dan Naiklah Tinggi Tanpa Menjatuhkan Orang Lain.

“IF YOU NEVER TRY YOU’LL NEVER KNOW”

Karena kalau Kamu lakukan sesuatu, akan ada 2 kemungkinan yang akan kamu dapatkan yaitu KESUKSESAN atau kegagalan, sedangkan kalau kamu tidak lakukan sesuatu, hanya ada 1 kemungkinan yang didapat yaitu GAGAL

Reduan Azari

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia yang telah diberikan kepada saya sehingga saya dapat berdiri tegar dan menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Studi Tentang Promosi Produk ARRUM di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu”. Sholawat beriring salam selalu saya lantunkan untuk baginda Rasul Muhammad SAW.

Karya ini ku persembahkan untuk mereka yang kusayangi, yang telah membuat hidupku memiliki arti :

- 1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai. Bapak SO'AN.R dan Ibu NAJASIA. Berjuta rasa terima kasih saya sampaikan untuk dua orang terhebat dalam hidup saya yang tak pernah lelah mencurahkan kasih sayangnya dan selalu memberikan dukungannya kepada saya hingga detik ini. Tanpa kalian aku hanyalah sebuah benang yang tak berarti yang tidak bisa dirajut menjadi kain yang indah. Tentu ini pintu awal yang kalian bukakan agar aku bisa berjuang untuk mewujudkan harapan besar ku. “My parents you are my everything in my life”*
- 2. Kakak-kakak/Saudari-Saudari saya: Sorna Yulia Fitri & Enudi Johyan, Reza Gustiana & Eris Darusi, serta ponakan - ponakan saya: Aldhi Noviansyah, Afifah Erza Qaireen, dan Alfinayah terima kasih telah menjadi penyemangat dalam penyelesaian Skripsi ini.*
- 3. Dosen pembimbing Skripsi saya, Ibu Khairiah Elwardah, M.Ag dan Bapak Drs. Nurul Hak, M.A yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran, petuah dan nasihat kepada saya selama penyusunan skripsi ini.*
- 4. Sahabat-sahabat terbaik ku:Wayu Septi Jesasta (Capres), Ayu Anjuani (Celeteq), Lusi Oktaviani (Chy bou-bou), Siti Nurjanah (Annabele), Masyuni (Dimas Wilson), Anggi Novita Sari, Memen Suharja (Bang Memen), Twin Fittersya, Faisal (Njank), Ahmad Ali Saputra, Rachmat Santoso, Hendra Asep Sumantri, Rozieman, Helvan Setiabudi, Yogi*

ABSTRAK
SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul **“Pelaksanaan Promosi Produk ARRUM di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu”**. Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 17 Desember 2015

Mahasiswa yang menyatakan



Reduan Azari
NIM.2113137324

ABSTRAK

REDUAN AZARI, NIM 2113137324, 2016. “*Pelaksanaan Promosi Produk ARRUM di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu*”. Perbankan Syariah. Program Strata satu. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Penelitian ini mengkaji mengenai *promosi produk ARRUM* pada *Pegadaian Syariah* Cabang Kota Bengkulu. *ARRUM* merupakan produk pembiayaan dengan sistem angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem jaminan BPKB kendaraan bermotor. Berdasarkan observasi awal dan wawancara langsung penulis pada pegadaian syariah cabang kota Bengkulu, diketahui bahwa peningkatan jumlah nasabah yang menggunakan produk *ARRUM* dari tahun ke tahun belum sesuai dengan yang ditargetkan sebelumnya yaitu minimal 100 nasabah, namun pada tahun 2015 nasabah produk *ARRUM* hanya 80 nasabah. Maka dari itu, penulis meneliti Tentang *Pelaksanaan Promosi Produk ARRUM di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan promosi produk *ARRUM* pada pegadaian syariah cabang kota Bengkulu.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, adapun lokasi penelitian di Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu (Simpang Sekip). Data penelitian ini terdiri dari data primer melalui wawancara kepada pihak pegadaian yaitu pimpinan cabang PT. Pegadaian Syariah bapak Irfan Effendi, S.E, pegawai atau penaksir cabang, Zulkifli SH, dan wawancara dengan 8 orang nasabah pegadaian syariah cabang kota Bengkulu yang menggunakan produk *ARRUM*, serta data sekunder melalui studi kepustakaan meliputi: buku, laporan penelitian, data elektronik dan lain sebagainya yang berkaitan dengan permasalahan yang di teliti.

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan promosi produk *ARRUM* di pegadaian syariah cabang kota Bengkulu telah dilakukan melalui media massa atau cetak, kunjungan ke pasar, kunjungan ke sekolah-sekolah, dan promosi langsung dari karyawan pegadaian syariah kepada masyarakat dengan cara memberikan brosur ketika sedang melakukan pembayaran listrik, pulsa, dan transaksi lainnya yang dilakukan di kantor pegadaian syariah cabang (simpang sekip) kota Bengkulu. Namun dalam pelaksanaan promosi produk *ARRUM* di pegadaian syariah cabang kota Bengkulu tersebut mengalami beberapa kendala yaitu terbatasnya jumlah atau sumber daya karyawan terutama tidak adanya karyawan yang menangani khusus dibidang promosi produk *ARRUM* dan terbatasnya waktu yang dimiliki oleh pegadaian syariah cabang kota Bengkulu untuk melakukan promosi.

Kata Kunci : Promosi , *Produk ARRUM*, *Brosur* Pegadaian Syariah.

KATAPENGANTAR

Atas berkat Allah SWT Penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul **“Pelaksanaan Promosi Produk ARRUM di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu”**. *Shalawat* dan *Salam* juga tak henti penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam *jahiliyah* menuju alam yang maju dan modern.

Penyusunan skripsi bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Skripsi ini membahas materi sesuai dengan judul terperinci dan bersifat ilmiah melalui penelitian yang telah dilakukan. Dengan penyampaian skripsi ini digunakan bahasa yang mudah untuk dicerna dan informasi akurat diurai secara terperinci guna materi yang dibahas dapat bermanfaat bagi pengguna.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag., M.H selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
3. Desi Isnaini, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.
4. Drs. H. Khairudin Wahid, M.Ag selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, nasihat dan motivasi kepada penulis semasa kuliah.
5. Drs. Nurul Hak, M.A selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Khairiah Elwardah, M.Ag selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan, arahan, semangat dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan ibu dosen IAIN Bengkulu yang telah mengajar, memberikan banyak ilmu dan bimbingan moral kepada penulis semasa kuliah.
8. Bapak dan ibu dosen penguji pada sidang *munaqasyah* Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

9. Khairiah Elwardah, M.Ag, Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M. Rini Elvira, S.E., M.Si, Idwal B, MA, Desi isnaini, MA, Dr. Toha Andiko, M.Ag, Dra. Fatimah Yunus, MA, Dr. Asnaini, MA selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan bantuan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
10. Bapak / Ibu Pimpinan dan segenap Staf karyawan/ti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pustekinfo, LPTQ, LPM, LPPM, *Ma'had al Jami'ah*, PPB, dan Perpustakaan di IAIN Bengkulu.
11. Penulis menyadari dalam penyajian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih.

Demikian terimakasih

Bengkulu, 12 Januari 2016
Mahasiswa Yang Menyatakan

Reduan Azari
NIM. 2113137324

DAFTAR ISI

	HAL
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu	9
F. Metode Penelitian.....	11
G. Sistematika Penulisan	17
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Pengertian Promosi	19
B. Jenis-Jenis Promosi	21
1. Periklanan (<i>advertising</i>).....	22
2. Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>)	23
3. Publisitas (<i>publicity</i>)	24
4. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	24

C. Promosi Produk.....	27
1. Pengertian Produk	27
2. Klasifikasi Produk.....	28
3. Promosi Produk.....	29
D. Promosi Menurut Pandangan Islam	31

BAB III GAMBARAN UMUM PEGADAIAN SYARIAH CABANG KOTA BENGKULU

A. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu	35
B. Visi dan Misi Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu.....	38
C. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu	39
D. Produk-Produk Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu	40
E. Produk ARRUM di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. <i>Pelaksanaan Promosi produk Arrum</i> di Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu	51
B. Analisis terhadap Pelaksanaan Promosi Produk Arrum di Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu.....	59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Ilustrasi Angsuran Pembayaran Arrum dengan ijaroh 1% Per-Bulan...50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penulis Tentang Promosi Produk.....	34
C. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah cabang (simpang Sekip) kota Bengkulu.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Data Informan
- Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara Penulis
- Lampiran 4 : Surat Penunjukan
- Lampiran 5 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 8 : Catatan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9 : Contoh Brosur Produk ARRUM Pegadaian Syariah
Cabang Kota Bengkulu
- Lampiran 10 : Identitas Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan yang menjadi pilihan masyarakat. Perum pegadaian sampai saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Secara umum pengertian usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai.¹

Gadai merupakan salah satu dari kategori dari perjanjian hutang-piutang, sebagai jaminan kepercayaan kepada orang yang berpiutang maka orang yang berhutang menggadaikan barangnya. Barang jaminan tetap milik dari orang yang menggadaikan (orang yang berhutang) tetapi dikuasai oleh orang yang menerima gadai (orang yang berpiutang). Gadai mempunyai nilai sosial yang tinggi dan dilakukan sukarela atas dasar tolong menolong.

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta:Raja Grafindo, 2007), h. 246

Firman Allah dalam QS. Al-baqarah ayat: 283.²

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَتَىٰ
بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا
تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا
تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

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 Barang siapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Praktik seperti ini sudah terjadi sejak zaman Rasulullah SAW, dan Rasulullah SAW sendiri pernah melakukannya sebagaimana dalam hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari Aisyah r.a.³ :

حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَاحِدِ حَدَّثَنَا الْأَعْمَشُ قَالَ تَذَاكَرْنَا عِنْدَ
إِبْرَاهِيمَ الرَّهْنِ وَالْقَبِيلِ فِي السَّلْفِ فَقَالَ إِبْرَاهِيمُ حَدَّثَنَا الْأَسْوَدُ عَنْ
عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى مِنْ
يَهُودِيٍّ طَعَامًا إِلَىٰ أَجْلِ وَرَهْنَهُ دِرْعَهُ

² Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahan*, (Bandung : CV Diponegoro,2010) h.

³ Lidwa Pusaka I-Software, *Kitab Sembilan Imam (kumpulan hadis Bukhari dan Muslim)*

Artinya : *Telah menceritakan kepada kami Musaddad telah menceritakan kepada kami 'Abdul Wahid telah menceritakan kepada kami Al A'masy berkata; kami menceritakan di hadapan Ibrahim tentang masalah gadai dan pembayaran tunda dalam jual beli. Maka Ibrahim berkata; telah menceritakan kepada kami Al Aswad dari 'Aisyah radliallahu 'anha bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wasallam pernah membeli makanan dari orang Yahudi dengan pembayaran tunda sampai waktu yang ditentukan, yang ia gadaikan (jaminkan) baju besi nya."*⁴

Dari hadis yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim tersebut diatas dapat dikatakan bahwa *rahn* adalah bentuk perjanjian yang dilakukan secara tidak tunai atau dalam bentuk utang piutang dengan menggunakan benda sebagai jaminan atas utang itu dan jika dalam waktu jatuh tempo yang telah ditentukan utang tersebut belum terbayar, maka jaminan dapat dijual untuk melunasi utang.⁵

Pada saat ini pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang efektif bagi masyarakat, karena pegadaian tidak memerlukan persyaratan yang rumit atau yang dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman. Cukup membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya, baik secara produktif maupun konsumtif. Disamping itu pencairan dana terbilang cepat dan mudah. Belakangan, bersamaan dengan perkembangan produk-produk berbasis syariah yang kian marak di Indonesia, sektor pegadaian juga mengalaminya. Pegadaian syariah hadir di Indonesia dalam bentuk kerja sama bank syariah dengan perum pegadaian membentuk unit

⁴ Imam Muslim, *Al-Jami'us Shahih*, Muhammad Ali Shubaih, Mesir: t.t, h. 201

⁵ Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta : Kencana, 2015), h. 201

layanan gadai syariah di beberapa kota di Indonesia. disamping itu, ada pula bank syariah yang menjalankan pegadaian syariah sendiri.⁶

Payung hukum gadai syariah dalam hal pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegang pada Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 juni 2002 tentang *rahn* yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan, dan Fatwa DSN MUI No: 26/DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas, sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap menginduk kepada peraturan Pemerintah No. 10 tahun 1990 tanggal 10 April 1990.⁷

Hadirnya pegadaian syariah sebagai sebuah lembaga keuangan formal yang berbentuk unit dari perum pegadaian syariah di Indonesia, dan bertugas menyalurkan pembiayaan dalam bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan berdasarkan prinsip-prinsip syariah merupakan suatu hal yang perlu mendapatkan sambutan yang positif. Dalam pegadaian syariah yang terpenting adalah dapat memberikan kemaslahatan yang sesuai dengan yang diharapkan masyarakat dan menjauhkan diri dari praktek riba, *qimar* (spekulasi), maupun *gharar* yang berakibat terjadinya ketidakadilan dan kedzaliman pada masyarakat. Secara umum, operasional pegadaian syariah mirip dengan pegadaian konvensional, yaitu menggadaikan barang untuk memperoleh jaminan uang dengan jumlah tertentu.

388 ⁶ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.

⁷ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga....*h. 389

Sebagai penerima gadai atau disebut dengan *Murtahim*, Pegadaian akan mendapatkan Surat Bukti Rahn (gadai) berikut dengan pinjam-meminjam yang disebut Akad Gadai Syariah dan Akad Sewa Tempat (*Ijarah*). Dalam akad gadai syariah disebutkan bila jangka waktu akad tidak diperpanjang maka penggadai menyetujui agunan (*Marhun*) miliknya dijual oleh *murtahin* guna melunasi pinjaman. Sedangkan akad Sewa Tempat (*Ijarah*) merupakan kesepakatan antara penggadai dengan penerima gadai untuk menyewa tempat untuk penyimpanan dan penerima gadai akan mengenakan jasa simpan.⁸

Pada penelitian ini penulis memilih Pegadaian Syariah Cabang Bengkulu sebagai objek penelitian yang beralamat di Jalan S.Parman No. 21 C RT. 09 RW. 03 Kelurahan Kebun Kenanga. Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu adalah pegadaian yang berlandaskan atas prinsip syariah. Hal yang membedakan Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu dengan pegadaian lain adalah jenis produk yang sesuai dengan syariat Islam. Adapun jenis-jenis produk Pegadaian syariah yaitu : 1. Rahn (Gadai Syariah), Rahn adalah pinjaman dengan sistem gadai syariah yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan produktif maupun kebutuhan konsumtif. Dengan jaminan berupa emas perhiasan atau batangan, alat elektronik, dan kendaraan bermotor. 2. Mulia (Pilihan tepat investasi abadi) , yaitu layanan yang memfasilitasi kepemilikan emas batangan bersertifikat Antam secara tuna, angsuran, dan arisan. 3. Amanah (Pembiayaan Pembelian

⁸ Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi 2, (Jakarta: Salemba Empat,2006), h. 223

Kendaraan), adalah pembiayaan pembelian kendaraan bermotor untuk para pegawai negeri sipil (PNS), karyawan tetap dan pengusaha mikro. Fasilitas pembiayaan yang ditawarkan dengan biaya bersaing, lebih murah, lebih mudah. 4. Arrum (Gadai BPKB/Emas), adalah pembiayaan dengan sistem angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem jaminan BPKB kendaraan bermotor.⁹

Produk Arrum merupakan jenis produk Pegadaian Syariah yang maenjadi pokok bahasan pada penelitian ini, Arrum yang merupakan skema pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil dengan sistem pengembalian secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil atau motor yang dimilikinya dan bisa juga emas. Keunggulan yang ditawarkan dalam produk ini: 1. Proses Cepat dan Mudah, 2. Biaya ijarah murah 1%, 3. Jangka waktu fleksibel :12 bulan, 18 bulan, 24 bulan, dan 36 bulan, 4. Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon, 5. Saat lunas BPKB langsung diterima, dan Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari.¹⁰

Mengingat telah banyak lembaga keuangan yang menyediakan jasa layanan gadai dan bisa menjadi pesaing seperti Pegadaian Konvensional, NSC Finance, FIF , ADIRA Finance, WOM, Bank Sinarmas, serta masih banyak lagi yang lainnya dan mengancam keberadaan Pegadaian Syariah. Berdasarkan observasi awal oleh penulis melakukan wawancara langsung

⁹ Brosur Pegadaian Syariah

¹⁰ Website Pegadaian diakses <http://www.pegadaian.co.id>. (akses tanggal 9 september 2015 pukul 11:00 WIB)

dengan salah satu karyawan yang bernama Zulkifli S.H mengatakan bahwa, produk Arrum mulai beroperasi bersamaan dengan beroperasinya Pegadaian Syariah cabang Bengkulu pada tahun 2009, diutamakan bagi nasabah yang mengajukan pembiayaan produk Arrum adalah orang-orang yang memang sebelumnya telah memiliki usaha atau penghasilan tetap dan ingin mengembangkan usahanya, dicontohkan seperti pedagang atau toko manisan, pegawai atau karyawan negeri maupun swasta, dan dari wawancara tersebut dikatakan bahwa jumlah nasabah produk Arrum pada tahun 2009 berkisaran 10 orang, tahun 2010 kisaran 20 nasabah, pada tahun 2011 kurang lebih 40 orang nasabah, pada tahun 2012 kurang lebih 50 nasabah, pada tahun 2013 kurang lebih 60 nasabah, pada tahun 2014 kurang lebih 60 orang nasabah, dan pada tahun 2015 jumlah kisaran 80 orang nasabah. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa hal tersebut dinilai belum sesuai dengan apa yang ditargetkan atau diharapkan, sebelumnya dari pegadaian syariah telah menetapkan target minimal 100 orang nasabah per- tahunnya, sebagaimana juga dikatakannya pada pegadaian syariah juga telah melakukan promosi produk Arrum dan menurutnya produk Arrum juga memiliki keunggulan tersendiri dari pada pegadaian – pegadaian yang lain diantaranya biaya ijarah murah, proses relatif mudah, dan jangka waktu pembayaran yang fleksibel.¹¹

Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa per-tahun jumlah nasabah mengalami sedikit peningkatan. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut

¹¹ *Wawancara langsung dengan Zulkifli , Karyawan pegadaian syari'ah cabang Bengkulu, dilaksanakan pada hari kamis 10 September 2015, pukul 15:00 WIB*

penulis memilih judul dalam penelitian ini yaitu : **“Pelaksanaan Promosi Produk Arrum di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan dan agar dalam memahami skripsi ini tidak menyimpang dan menjaga supaya pembahasan skripsi tidak meluas, maka dirumuskan permasalahan Bagaimana Pelaksanaan Promosi Produk Arrum di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari dilakukanya penelitian ini Untuk mengetahui bagaimana Promosi Produk Arrum di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian mengenai *Pelaksanaan promosi produk Arrum di Pegadaian syariah* cabang kota Bengkulu ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis :
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif bagi pengembangan bidang promosi terutama pelaksanaan promosi produk Arrum pada Pegadaian Syariah.
 - b. Untuk memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam mengenai pelaksanaan promosi produk Arrum pada Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu

2. Secara praktis :

- a. Untuk memberikan informasi kepada masyarakat ataupun mahasiswa mengenai pelaksanaan promosi produk Arrum di Pegadaian syariah.
- b. Sebagai bahan pertimbangan bagi para pengambil kebijakan dalam mengeluarkan kebijakan atau peraturan tentang pelaksanaan *promosi produk Arrum di Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu.*

E. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung pembahasan yang lebih mendalam mengenai pembahasan di atas, maka penulis berusaha melakukan kajian pustaka ataupun karya-karya yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan dikaji. Adapun penelitian yang terkait terhadap penelitian ini adalah : Penelitian yang dilakukan oleh Faridatun Sa'adah, yang berjudul *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syariah Cabang Dewi Sartika.* Menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian syari'ah cabang dewi sartika adalah sebagai berikut :

1. Strategi Produk
2. Strategi Harga
3. Strategi Distribusi
4. Strategi Promosi

Implementasi Strategi Pemasaran yang dilakukan Pegadaian Syariah cabang Dewi Sartika ternyata mampu mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah, ini terbukti dengan pencapaian target dan pencapaian omset dari usaha syariah serta Pertumbuhan jumlah nasabah dari tahun ke tahun yang semakin meningkat.¹²

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rosadiaman, yang berjudul *Strategi Marketing MIX AR-RAHN UMK(Usaha Mikro Kecil) Pada pegadaian syariah cabang Cinere*. Menyimpulkan dari hasil penelitiannya Bahwa Ada faktor utama yang mempengaruhi strategi marketing MIX Ar-Rahn UMK (Usaha Mikro Kecil) pada pegadaian syariah cabang Cinere yaitu dilihat dari segi harga , pegadaian syariah menetapkan pembiayaan atau tarif ijarah/angsuran dengan biaya murah yaitu 1% perbulan berbeda dengan perbankan yang menetapkan angsuran skitar 1,5% per bulan, jadi rendahnya biaya angsuran/ tarif ijarah di pegadaian yang mempengaruhi nasabah tetap memilih pegadaian syariah untuk melakukan transaksi bisnis. Sedangkan kendala utama yang ditemukan dalam mengembangkan produk pembiayaan Ar-Rahn UMK (Usaha Mikro Kecil) pada pegadaian cabang Cinere yaitu dari nasabah yang mengajukan pembiayaan pada umumnya kurang melengkapi dengan persyaratan administratif usahanya. Mayoritas UMK (Usaha Mikro Kecil) menjalankan usahanya secara tradisional tanpa dilengkapi

¹² Faridatun Sa'adah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syari'aah Cabang Dewi Sartika*, Skripsi, (Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah, 2008)

dengan catatan administratif yang memadai, sehingga menyulitkan bagi pegadaian syari'ah dalam menilai kelayakan Usaha.¹³

Sedangkan Penelitian berikutnya dilakukan oleh Ahmad Ali Saputra, yang berjudul *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Murabahah Pada Koperasi Amf Syariah Kota Bengkulu*. Hasil penelitaian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dalam menggunakan produk mubahahah pada Koperasi AMF Syariah Kota Bengkulu $\alpha = 5 \%$ atau confidence interval sebesar 95 %. Promosi mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk murabahah sebesar 0.391 atau sebesar 39.1 % sedangkan 69.9 % dipengaruhi oleh variabel lain.¹⁴

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan yang memakai metode yang sesuai dengan kajian penelitian yang ingin dilakukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif dengan Pendekatan Kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan intrepentasikan objek apa adanya.¹⁵ Ciri-ciri penelitian kualitatif mewarnai sifat dan bentuk laporannya yang disusun

¹³ Rosadiaman, *Strategi Marketing MIX AR-RAHN UMK(Usaha Mikro Kecil) Pada pegadaian syari'ah cabang Cinere*, Skripsi, (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2011)

¹⁴ Ahmad Ali Saputra, *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Murabahah Pada Koperasi Amf Syariah Kota Bengkulu*, (Bengkulu, IAIN Bengkulu, 2015)

¹⁵ Mamang Sangadji etta, Sopiah, *Metodelogi Penelitian*, (Yogyakrta : Andi Yogyakarta, 2010) h. 24

dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam. Sehubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah pelaksanaan promosi produk Arrum di Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu. Maka agar diperoleh pemahaman yang integral dipergunakan penelitian hukum non doktrinal atau sosiologis yang bersifat deskriptif kualitatif dengan bentuk penelitian evaluatif yaitu suatu penelitian yang dilakukan apabila seseorang ingin menilai program-program yang dijalankan, sedangkan menurut jenisnya adalah merupakan penelitian kualitatif.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan sejak penulis melakukan observasi awal yaitu pada bulan September sampai dengan bulan Desember tahun 2015 atau dilakukan dalam kurun waktu 4 Bulan, dan Pada penelitian ini lokasi penelitian yang di lakukan Penulis yaitu Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu (Simpang Sekip) yang beralamat di Jalan S.Parman No 21 C RT. 09 RW. 03 Kelurahan Kebun Kenanga. Adapun alasan penulis memilih Pegadaian syariah sebagai lokasi atau objek penelitian, karena berdasarkan observasi awal yang dilakukan, penulis mendapatkan informasi dari salah satu karyawan (penaksir cabang) Bapak Zulkifli, S.H, mengatakan jumlah nasabah Pegadaian, khususnya nasabah produk Arrum di Pegadaian syariah peningkatan per- tahunnya tahunnya belum sesuai harapan (target). Dari latarbelakang tersebut penulis tertarik meneliti tentang pelaksanaan promosi yang dilakukan di Pegadaian syariah.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Instrumen pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Instrumen sebagai alat bantu dalam menggunakan metode pengumpulan data merupakan sarana yang dapat diwujudkan dalam benda.¹⁶ Pada penelitian ini yang menjadi instrumen penelitian penulis yaitu pedoman wawancara, dalam pedoman wawancara tersebut terdiri dari 13 pertanyaan untuk lembaga (Pegadaian syariah) dan 5 pertanyaan untuk nasabah Pegadaian syariah.

4. Informan (Responden)

Responden atau informan ialah orang atau pihak yang dimintai keterangan atas informasi suatu fakta atau pendapat baik secara tulisan maupun secara lisan. Dalam penelitian ini ada 10 orang informan, diantaranya 2 orang dari Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu yaitu Bapak Irfan Effendi, SE (pimpinan cabang), dan Bapak Zulkifli (penaksir cabang), serta 10% dari 80 atau 8 orang nasabah produk Arrum di Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu.

5. Jenis dan Sumber data

a. Data Primer

¹⁶ Afiid Burhanudin, "*Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*" <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/teknik-pengumpulan-data-dan-instrumen-penelitian/>. (akses pada 22 Februari 2016)

Data primer merupakan sumber data yang langsung diperoleh dari sumber aslinya (tidak melalui media perantara)¹⁷, data diperoleh dari wawancara langsung dengan pihak-pihak yang dipandang mengetahui objek yang diteliti. Dalam hal ini adalah pimpinan cabang pegadaian syariah cabang Bengkulu bapak Irfan Efendi, SE, karyawan atau pegawai (Penaksir cabang) bapak Zulkifli, SH, dan ke 8 nasabah yang berhasil diwawancarai penulis, serta arsip pegadaian syariah yang berkaitan langsung dengan penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang di peroleh oleh suatu organisasi atau perorangan alam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi (pihak lain yang mengumpulkan data dan mengolahnya). Dalam hal ini data yang diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan seperti buku-buku, majalah, internet, serta sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.¹⁸ Dalam hal ini penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan sumber referensi lainnya yang berkaitan dengan promosi produk Arrum pada Pegadaian Syariah.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang di lakukan secara sistematis. Observasi ini di lakukan untuk mencari data

¹⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, Edisi Baru . cetakan 6, h. 42

¹⁸ Husein Umar, *Metode penelitian*.....h. 42

yang berhubungan dengan hasil-hasil kinerja perusahaan secara riil di lapangan. Dalam penelitian ini dilakukan observasi terlebih dahulu. Observasi merupakan proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda), atau kejadian-kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.¹⁹ Observasi awal telah penulis lakukan di pegadaian syariah cabang Bengkulu pada hari Kamis tanggal 10 September 2015. Informasi didapat dari pegawai pegadaian yang bernama Zulkifli S.H.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.²⁰ Dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam (*in depth interview*) yaitu wawancara yang dilaksanakan secara intensif, terbuka dan mendalam terhadap para informan dengan suatu perencanaan, persiapan dan berpedoman pada wawancara yang tidak terstruktur, agar tidak kaku dalam memperoleh informasi dan dapat diperoleh data apa adanya. Artinya, responden atau informan mendapat kesempatan untuk menyampaikan buah pikiran, pandangan dan

¹⁹ Mamang Sangadji etta, Sopiah, *Metodelogi Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2010), h. 172-173

²⁰ Moleong. *Metode penelitian kualitatif*. Bamdung, Pt. Remaja Rosdakarya, 2007, h. 135

perasaannya secara lebih luas dan mendalam tanpa diatur secara ketat oleh peneliti.²¹

Penulis telah melakukan wawancara dengan pimpinan pegadaian syariah cabang Bengkulu Irfan Effendi S.E, dan petugas administrasi pelayanan penaksiran pegadian syariah cabang Zulkifli S.H, serta para nasabah yang berjumlah 8 orang yang berhasil diwawancarai penulis di pegadaian syariah yang dianggap berkompeten dan representatif dengan masalah untuk memperoleh informasi mengenai pelaksanaan promosi produk Arrum di Pegadaian syariah.

c. **Penelitian Kepustakaan**

Teknik penelitian Kepustakaan ini digunakan dalam rangka memperoleh data sekunder, yaitu dengan cara membaca, mengkaji dan mempelajari berbagai dokumen serta bahan-bahan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan mempelajari data-data yang ada, yang berkaitan dengan penelitian ini melalui buku-buku, artikel, brosur, majalah, surat kabar, internet dan media lainnya.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang

²¹Andi Prastowo, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta : Diva Press, 2010) ,h. 145

penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat disajikan kepada orang lain. Sesuai dengan pendekatan yang digunakan, maka analisis data dilakukan dengan teknik sebagai berikut :

- a. Reduksi data (*data reduction*). Reduksi data adalah proses berupa membuat singkatan, *coding*, memusatkan tema, dan membuat batas-batas permasalahan. Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang mempertegas, memperpendek dan membuat fokus sehingga kesimpulan akhir dapat dilakukan.
- b. Penyajian data (*data display*). Penyajian data (*data display*) adalah suatu rakitan organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Dengan melihat Penyajian data (*data display*), peneliti akan mengerti apa yang terjadi dalam bentuk yang utuh.
- c. Penarikan kesimpulan (*conclusi data*). Dari awal pengumpulan data, peneliti harus sudah mengerti apa arti dari hal-hal yang ia temui dengan melakukan pencatatan-pencatatan data. Data yang telah terkumpul dianalisis secara kualitatif untuk ditarik suatu kesimpulan.²²

G. Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I : Menguraikan tentang pendahuluan yang secara ilmiah merupakan pondasi dari setiap karya tulis yang terdiri latar belakang, rumusan

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung : Alfabeta, 2012), h.. 339-343

masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori mengurai teori yang membahas permasalahan terkait dengan substansi penelitian. yang terdiri dari pengertian promosi, promosi menurut pandangan Islam, pengertian produk, promosi produk.

Bab III : Gambaran Umum Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu yang terdiri dari : Sejarah berdirinya Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu, Visi dan Misi Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu, Struktur organisasi, Produk-produk Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu, produk ARRUM di Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu.

Bab IV : Hasil penelitian dan Pembahasan, yang terdiri dari sub-sub yaitu Promosi produk Arrum pada pegadaian syariah cabang Bengkulu, Analisis terhadap pelaksanaan promosi produk Arrum pada Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu.

Bab V : Berisi Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

Berdasarkan permasalahan yang hendak dipecahkan dalam penelitian ini, pada Bab II ini penulis mengurai teori yang membahas permasalahan terkait dengan substansi penelitian.

A. Pengertian Promosi

Tingkat persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk lebih dapat menggugulkan segala kemampuannya dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Setiap kegiatan tersebut memerlukan sebuah konsep pemasaran yang mendasar agar efektif dan efisien sesuai dengan orientasi perusahaan terhadap pasar.²³ Pemasaran modern menuntut lebih dari sekedar produk yang baik, harga yang menarik dan mudah diperoleh, tetapi perusahaan (lembaga keuangan) harus berkomunikasi dengan pelanggan.²⁴ Promosi merupakan bagian dari upaya komunikasi pemasaran dengan pelanggan yang efektif. Menurut Tjiptono, yang mengatakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya produk, bila konsumen belum pernah mendengarkan dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

²³ Buchari Alma & Donni J Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 247.

²⁴ Nembah F. Hartimbun Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2012), h. 190

Promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran terhadap suatu produk maupun perusahaan.²⁵ *Promotion* (Promosi) merupakan elemen atau bagian dari kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat).²⁶

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan pembentukan produk, harga, dan lokasi. Setiap perusahaan atau lembaga keuangan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal perusahaan maupun produk yang ditawarkannya,²⁷ Salah satu tujuan promosi Lembaga keuangan adalah meninformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra lembaga keuangan (Pegadaian syariah) dimata nasabahnya.²⁸ Dari uraian tersebut dapat dirumuskan definisi dari promosi yaitu kegiatan bidang *marketing* yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada nasabah atau masyarakat yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk nasabah atau masyarakat, segala kegiatan

²⁵ Yevis Marty Oesman, *Sukses mengelola marketing MIX, CRM, Customer Value, dan Customer Dependenscy*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.117

²⁶ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h. 5

²⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 169

²⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 115-156.

itu bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan menarik minat masyarakat dalam mengambil keputusan membeli atau menggunakan jasa dari perusahaan (pegadaian syariah) tersebut.

Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya di perusahaan. Promosi merupakan penyampaian informasi dari pihak perusahaan kepada masyarakat untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku dalam rangka menciptakan kenyamanan bagi para pengguna jasa pegadaian syariah, sehingga tujuan untuk meningkatkan kuantitas investasi dari pengguna jasa pegadaian syariah diharapkan dapat terealisasi. Menurut Saladin yang dikutip oleh Kasmir dalam bukunya *Kewirausahaan*, bahwa: promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk konsumen tentang produk perusahaan²⁹. Jadi promosi bisa penulis artikan bahwa bagaimana cara ataupun usaha yang dilakukan perusahaan ataupun lembaga keuangan untuk menjual ataupun memperkenalkan produk-produknya dalam upaya menarik minat nasabah ataupun meningkatkan jumlah nasabah yang ada.

B. Jenis - Jenis Promosi

Secara garis besar ada beberapa cara yang dilakukan lembaga keuangan untuk menarik ataupun meningkatkan jumlah nasabahnya, adalah melalui³⁰ :

²⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*. (Yogyakarta:Raja Grafindo Persada, 2013), h. 198.

³⁰ Kasmir, *kewirausahaan...* h. 202.

1. Periklanan (*advertising*).

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh lembaga keuangan guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh lembaga tersebut. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya.

Penggunaan promosi dengan Iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat :

- a. Pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis.
- b. Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- c. Melalui koran.
- d. Melalui majalah.
- e. Melalui televisi.
- f. Melalui Brosur.
- g. Dan menggunakan media lainnya.

Agar iklan yang dijalankan efektif dan efisien, maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. dalam praktiknya program periklanan yang harus dilalui sebagai berikut :

- 1). Identifikasi pasar sasaran dan motif pembeli.
- 2). Tentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
- 3). Anggaran iklan yang ditetapkan.

- 4). Merancang pesan yang akan disampaikan.
- 5). Memilih media yang akan digunakan.
- 6). Mengukur dampak dari iklan.

2. Promosi penjualan (*sales promotion*).

Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya bisa dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk. Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan 3 manfaat bagi promosi penjualan, yaitu³¹ :

- a. Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik perhatian nasabah untuk membeli.
- b. Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
- c. Invitasi mengharapkan nasabah segera merealisasikan pembelian.

Sama seperti halnya dengan iklan, promosi juga memiliki program tersendiri. Dalam praktiknya program promosi penjualan memiliki tiga macam cara, yaitu :

³¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Jakarta:Erlangga,2008), h.116.

- a. Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah, atau bentuk undian.
- b. Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau insentif.
- c. Promosi wiraniaga, melalui kontes penjualan.

3. Publisitas (*publicity*).

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor lembaga keuangan di mata para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi.

Tujuannya adalah agar nasabah bisa lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat lembaga keuangan tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui:

- a. Ikut pameran.
- b. Ikut kegiatan amal.
- c. Ikut bakti sosial.
- d. *Sponsorship* kegiatan³².

4. *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Kegiatan promosi berikutnya adalah penjualan pribadi atau *personal selling*, dalam dunia lembaga keuangan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai atau karyawan perusahaan (lembaga keuangan), mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai dengan pejabat

³² M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 185.

perusahaan. Secara khusus kegiatan *personal selling* dapat diwakili oleh *account officer* atau *financial advisor*. Namun *personal selling* juga dapat dilakukan dengan merekrut tenaga-tenaga wiraniaga (*salesman* atau *salesgirl*) untuk melakukan promosi atau pemasaran.³³

Dalam penelitian yang akan penulis bahas adalah mengenai promosi brosur, dimana brosur sendiri adalah terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Halamannya sering dijadikan satu (antara lain dengan stapler, benang, atau kawat), biasanya memiliki sampul, tapi tidak menggunakan jilid keras. Biasanya dalam penyeberan brosur dapat dilakukan ditempat-tempat seperti pusat pembelanjaan seperti mall, pasar tradisional, swalayan, kemudian perkantoran dan pada suatu event atau acara tertentu³⁴.

Ada beberapa cara agar promosi brosur dapat berjalan secara efektif. Berikut ini adalah cara agar memaksimalkan promosi melalui brosur :

1. Brosur harus menarik.

Poin ini penting karena waktu yang digunakan untuk membaca brosur sangatlah singkat sehingga pilihan warna yang menarik, tata letak dan yang paling penting adalah penawaran disertai dengan keuntungan bagi orang yang mengambil tindakan lebih cepat.

2. Tetapkan target pasar.

Meskipun biaya pembuatan brosur tergolong murah jika dibandingkan media promosi lainnya, namun jika tidak tepat pada sasaran

³³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran...* h. 180.

³⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*. (Yogyakarta:Raja Grafindo Persada, 2013), h. 198.

akan sama halnya dengan membuang duit secara percuma. Jadi sebelum melakukan penyebaran brosur kepada orang, pastikan bahwa lembaga keuangan syariah memiliki daftar target market beserta dengan ciri-cirinya.

3. Sebarkan ketarget pasar yang tepat.

Lakukan penyebaran brosur pada target market yang tepat, misalnya dalam seminar, pameran, atau sebar brosur di kompleks perumahan yang sesuai dengan target market lembaga keuangan syariah. Sisipan ke dalam surat kabar/tabloid juga efektif.

4. Selalu lakukan uji dan ukur

Ini adalah poin penting untuk kesuksesan penyebaran brosur lembaga keuangan. Selalu lakukan pengujian sebelum melakukan penyebaran secara masif baik pengujian pada materi brosur, target market dan metode penyebarannya. Cara pengujian cukup sederhana, karyawan lembaga keuangan harus memilih dulu target pasar untuk melihat dan mengomentari brosur yang dibuat pada lembaga keuangan syariah. Jika mereka tertarik dengan brosur yang dibuat dan mau melakukan pembelian saat itu juga, maka bersiaplah untuk menyebarkannya secara masif. Setelah penyebaran dilakukan selalu ukur tingkat keberhasilan penyebaran brosur Anda. Jika ada yang kurang maka harus dilakukan pembenahan agar tidak mengulang kesalahan yang sama³⁵.

³⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlanga, 2008), h. 261

C. Promosi Produk

1. Pengertian Produk

Suatu Perusahaan ada karena menghasilkan produk untuk ditawarkan kepada konsumen (nasabah) yang akan dipertukarkan, umumnya dengan uang. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai bentuk mulai dari barang yang dapat dilihat secara fisik atau jasa dan bahkan orang (seperti, kandidat politik).³⁶ Menurut Kotler & Armstrong mendefinisikan *Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, akuisi, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan*. Produk lebih dari sekedar barang yang dapat diukur. Dalam arti luas produk mencakup barang fisik, jasa, orang, organisasi, gagasan atau gabungan dari semua itu. Jasa adalah produk yang terdiri atas aktivitas, manfaat yang ditawarkan untuk dijual.³⁷

Produk pada dasarnya adalah segala hal yang dapat dipasarkan yang dapat memuaskan konsumennya ketika dipakai atau digunakan. Suatu produk tidak saja merupakan objek-objek yang dapat dilihat namun merupakan suatu gabungan dari berbagai manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen (nasabah) yang tidak saja bersifat fungsional namun juga kebutuhan sosial dan psikologis.³⁸ Dari beberapa definisi tersebut penulis merumuskan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dihasilkan

³⁶ Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 75.

³⁷ Nembah F. Hartimbun Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2012), h. 90.

³⁸ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h.. 75.

oleh perusahaan maupun perorangan yang dapat ditawarkan ke pasar tertentu guna memenuhi kebutuhan ataupun memuaskan keinginan penggunanya, baik berupa barang, jasa, dan sebagainya.

2. Klasifikasi Produk

Dalam mengembangkan strategi pemasaran produk dan jasanya, pemasar haruslah membuat rancangan klasifikasi produk dan jasa yang akan ditawarkan itu, dalam dua kelas yakni: produk konsumen dan industrial.³⁹

a. Produk konsumen

Produk konsumen adalah produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi perorangan. Pemasar membagi lebih lanjut produk ini atas dasar bagaimana konsumen membelinya. Produk konsumen meliputi: produk konvinien, produk belanjaan, produk spesial, dan produk tak dicari.

1). Produk konvinien adalah produk dan jasa yang biasanya sering dibeli oleh konsumen, secara langsung, dengan pembandingan dan upaya yang minimum.

2). Produk belanjaan adalah produk konsumen yang kurang peminatnya, dimana pelanggan membandingkan kenyamanan, mutu, harga, dan gaya. Bila membeli/ menggunakan produk belanja, konsumen memerlukan banyak waktu dan upaya mencari informasi dan sangat membanding-bandingkan.

³⁹ Nembah F. Hartimbun Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2012), h. 92

3). Produk spesial adalah produk konsumen dengan ciri unik atau identitas merek untuk mana sekelompok pembeli tertentu bersedia untuk melakukan upaya khusus, karena memiliki kelebihan dan pertimbangan tersendiri untuk mendapatkannya

4). Produk tak dicari adalah produk yang tidak dikenal atau walaupun dikenal biasanya orang tidak berpikir untuk membeli atau menggunakannya.

b. Produk industrial

Produk industrial adalah produk yang dibeli untuk proses lebih lanjut atau digunakan untuk menyelenggarakan bisnis. Jadi, perbedaan produk konsumen dan produk industrial adalah atas dasar untuk apa produk itu dibeli atau digunakan.⁴⁰

3. Promosi Produk

Manajemen promosi (*promotional management*) mencakup kegiatan mengkoordinasikan elemen-elemen bauran promosi sehingga dapat mengembangkan program komunikasi pemasaran yang terpadu, terkontrol, dan efektif. Praktisi pemasaran harus mempertimbangkan instrumen promosi mana yang akan digunakan dan bagaimana

⁴⁰ Nembah F. Hartimbun Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2012), h. 93-94.

mengkombinasikan berbagai instrumen promosi tersebut sehingga dapat mencapai tujuan pemasaran dan promosi yang sudah ditetapkan.⁴¹

Perencanaan promosi mencakup beberapa hal seperti: menetapkan tujuan yang hendak dicapai, mempertimbangkan alternatif, menilai resiko dan manfaat dari masing-masing alternatif, memutuskan arah dan tindakan, menetapkan anggaran serta mendapatkan persetujuan dan dukungan yang dibutuhkan dari manajemen perusahaan. Sebelum menentukan rencana promosi, praktisi pemasaran harus memahami terlebih dahulu dimana posisi perusahaan sebelumnya, di mana posisi posisinya saat ini, ke mana arah yang hendak dituju, dan apa yang telah direncanakan perusahaan untuk mencapai sasaran itu. Sebagian besar informasi itu sudah harus termuat dalam perencanaan pemasaran (*marketing plan*), yaitu suatu dokumen tertulis yang menjelaskan keseluruhan strategi pemasaran dan program yang dirancang bagi suatu perusahaan atau merek.⁴²

Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor sebelum melaksanakan bauran promosi termasuk diantaranya: jenis produk yang dihasilkan, pasar yang dituju, tahapan atau siklus produk, saluran distribusi yang tersedia, serta bagaimana konsumen memutuskan pembelian. Tenaga pemasaran memberikan kontribusi penting pada upaya pemasaran, misalnya mendapatkan saluran distribusi baru bagi produk perusahaan,

⁴¹ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h. 34-35

⁴² Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu...* h. 36

menjaga ketersediaan tempat bagi produk di lokasi penjualan, menginformasikan kepada nasabah mengenai iklan atau promosi yang dilakukan perusahaan, serta mendorong para nasabah untuk lebih mempromosikan produk disekitar lokasi (*outlate*) penjualan.

Promosi produk melibatkan berbagai aspek keputusan tidak saja mengenai produk itu sendiri namun juga berbagai aspek lain yang terlibat, seperti pelayanan, keunggulan atau garansi produk yang ditawarkan, nama produk, dan juga kemasan. Nasabah tidak saja melihat suatu produk dari fisiknya semata namun juga hal-hal yang berada diluar itu sebagaimana dikemukakan *Belch & Belch* yang dikutip oleh Morissan dalam Bukunya Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu, bahwa : *consumers look beyond the reality of the product and its ingredients*. Dengan demikian, nasabah juga akan mempertimbangkan aspek-aspek, seperti kualitas, merek, kemasan, dan bahkan perusahaan atau lembaga keuangan yang berada dibelakang suatu produk yang kesemuanya membentuk persepsi ataupun minat nasabah terhadap produk bersangkutan.⁴³

D. Promosi Menurut Pandangan Islam

Berberapa promosi di atas jika dikaitkan dengan Islam bahwa promosi pada dasarnya sama seperti pada umumnya, akan tetapi di dalam Islam haruslah berpedoman atau mengikuti syariah yang ditentukan seperti tidak boleh melakukan kebohongan terhadap konsumen seperti mengiming-imingi

⁴³ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h.76

hadiah ataupun bersumpah dan berjanji tentang produk yang ditawarkan tersebut, karena tidak akan membawa keberkahan di dunia dan di akhirat.

Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al- Imron ayat : 77

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ

لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا

يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٧٧﴾

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.*

Allah berfirman bahwa orang-orang yang menukar janji mereka kepada Allah untuk mengikuti Muhammad saw., menyebutkan sifatnya kepada manusia, dan menjelaskan ihwalnya, serta menukar sumpah-sumpah dusta mereka yang keji dengan harga yang murah dan sedikit, berupa kesenangan yang fana di dunia ini, maka: *ulaa-ika laa khalaqa laHum fil aakhirati* (“Mereka tidak mendapatkan bagian pahala di akhirat”) maksudnya mereka tidak akan mendapatkan bagian pahala di akhirat kelak.⁴⁴

⁴⁴ Khat rasmul utsmani, *Al Quran dan Terjemah*, (Bandung: Yayasan At- Tartil), h. 59

Kemudian dalam hadis yang diriwayatkan, (HR. Bukhari dan Muslim)⁴⁵

الْحَلْفُ مُنْفَقَةٌ لِلسَّلْعَةِ مُمَحِّقَةٌ لِلْبِرْكَاتِ

Artinya: “Sumpah itu akan menjadikan barang dagangan menjadi laris manis, (akan tetapi) menghapuskan keberkahan.” (HR. Bukhari)

Hadis di atas menjelaskan bahwa lembaga keuangan bank dan non bank dalam melakukan promosi haruslah berlandaskan syariat Islam seperti jujur, tidak bohong dan apa adanya, jangan sampai berpromosi menggunakan hal-hal yang dilarang oleh Islam karena justru akan menghilangkan keberkahan.⁴⁶

Pada prinsipnya, dalam Islam mempromosikan suatu barang diperbolehkan. Hanya saja dalam promosi tersebut mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Disamping metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariat Islam. Didalam Islam pemasaran harus berdasarkan etika dan moral begitu pula jika melakukan promosi harus dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

a. Kejujuran.

Prinsip etika atas sikap kejujuran yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis merupakan prinsip penting. Bahkan prinsip ini merupakan modal utama bagi pelaku bisnis manakala diinginkan bisnisnya mendapat

⁴⁵ Lidwa Pusaka I-Software, *Kitab Sembilan Imam (kumpulan hadis Bukhari , No 2087 dan Muslim , No.1606)*

⁴⁶ Muhammad yusuf, “*promosi dan iklan modal sumpah,*” diakses dari <http://majalah.pengusahamuslim.com/promosi-dan-iklan-obral-sumpah/> (pada tanggal 30 Oktober 2015).

kepercayaan dari partner dan masyarakat. Misalnya dalam perjanjian kontrak kerja, penawaran barang dan jasa, hubungan kerja sama dengan *stake holders*, jujur pada semua mitra kerja perlu dijaga dengan baik.

b. Niat baik dan tidak berniat jahat.

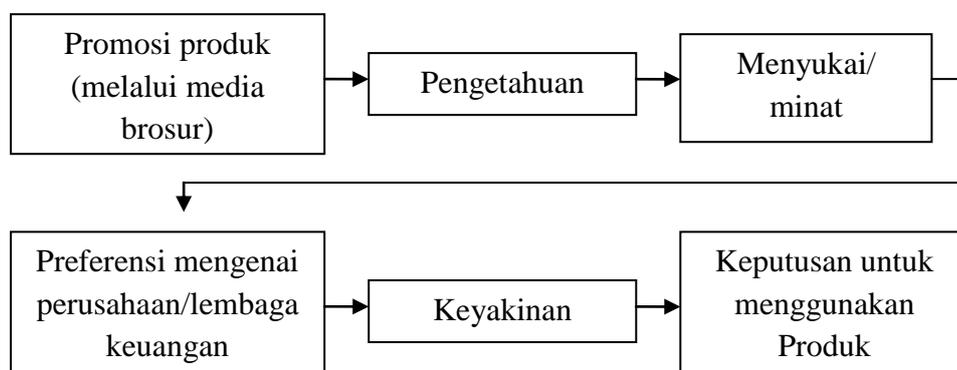
Niatan dari suatu tujuan terlihat pada cukup transparanya misi, visi dan tujuan yang dirumuskan akan menjadi bahan ukur bagi masyarakat untuk menilai niatan yang dipaparkan ddalamnya dilaksanakan atau tidak.

c. Adil.

Prinsip ini merupakan prinsip yang cukup sentral bagi kegiatan bisnis. Hampir disegala aspek kegiatan bisnis bermuara pada tuntutan untuk bersikap dan berperilaku adil terhadap semua pihak yang terlibat. Sedikitpun sikap dan perilaku yang dilakukan jangan mengandung ketidakadilan. Sebab ketidakadilan merupakan sumber kegagalan yang akan dialami perusahaan atau pelaku bisnis⁴⁷

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Penulis Tentang Promosi Produk



⁴⁷ Muslich, *etika bisnis islami* (yogyakarta: ekonisia, 2004), h. 18-19.

BAB III

GAMBARAN UMUM PEGADAIAN SYARIAH CABANG KOTA BENGKULU

A. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu

Gadai dalam Islam berasal dari kata Arab *al-Rahn* yang berarti tetap. Disebut tetap karena barang gadai ada pada pemberi pinjaman hingga utang dibayar.⁴⁸ Gadai juga berarti jaminan utang, gadaian, barang yang digadaikan, hipotek, atau *al-habs* (penahanan), yaitu menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.⁴⁹ Dapat dikatakan bahwa *rahn* adalah bentuk perjanjian yang dilakukan secara tidak tunai atau dalam bentuk utang piutang dengan menggunakan benda sebagai jaminan atas utang itu dan jika dalam waktu jatuh tempo yang telah ditentukan utang tersebut belum terbayar, maka jaminan dapat dijual untuk melunasi utang.⁵⁰

Terbitnya PP No. Tanggal 1 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan pegadaian, satu hal yang perlu dicermati bahwa PP/1990 menegaskan misi yang harus diemban oleh pegadaian untuk mencegah praktik riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP No. 103 Tahun 2000 yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian sampai sekarang. Banyak Pihak berpendapat bahwa

⁴⁸ Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta : Kencana, 2015), h. 197.

⁴⁹ Muhammad syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Depok : Gema Insani, 2001), h. 128

⁵⁰ Idri, *Hadis Ekonomi*... h. 201

operasionalisasi pegadaian pra fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang bunga bank, telah sesuai dengan konsep syariah meskipun harus diakui belakangan bahwa terdapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu. Berkat rahmat Allah SWT dan setelah memalui kajian panjang. Akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit Layanan Gadai Syariah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.⁵¹

Konsep operasi Pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu azas rasionalitas, efisiensi dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai Islam. Fungsi operasi Pegadaian Syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor Cabang Pegadaian Syariah/ Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai satu unit organisasi di bawah binaan Divisi Usaha Lain Perum Pegadaian. ULGS ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai konvensional. Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Masih di tahun yang sama pula, 4 Kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah. ULGS Batam berada dalam lingkup koordinasi Kantor Wilayah II Padang bersama dengan 50 kantor Cabang lainnya yang tersebar di

⁵¹ Abdul G Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia: Konsep, Implementasi, dan Institusionalisasi*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011), h. 140

provinsi Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Lampung, Bangka Belitung, Bengkulu, Jambi dan Riau.⁵²

Sedangkan untuk di daerah Bengkulu sendiri Cabang pegadaian Syariah (CPS) kota Bengkulu berdiri pada tanggal 29 april 2009, hingga sekarang dan telah memiliki 3 Kantor Unit Layanan Gadai Syariah/ Unit Pegadaian syariah (UPS) yang ada di kota Bengkulu diantaranya : UPS Penurunan, UPS Semangka, UPS Timur Indah. Kegiatan operasional/ jam kerja pada Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu, buka pada pukul 07.30 WIB dan tutup pada pukul 15.00 WIB untuk hari Senin s/d Jum'at, sedangkan untuk hari Sabtu buka pada pukul 07.30 WIB s/d pukul 12.30 WIB.⁵³

Dengan berdirinya pegadaian syariah di kota Bengkulu ini diharapkan dapat :

- a. Mencegah praktek Ijon, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil
- c. Mendukung program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional.

⁵² Nurul Huda & Muhamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2010), h. 276

⁵³ Wawancara, Zulkifli Karyawan pada Pegadaian cabang PT. Pegadaian Syariah, Tanggal 10 September 2015

B. Visi dan Misi Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu

1. Visi : sebagai solusi terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia serta selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.⁵⁴
2. Misi :
 - a. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
 - b. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
 - c. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.⁵⁵

⁵⁴ Akses pada <http://www.pegadaian.co.id> (Tanggal 10 Oktober 2015)

⁵⁵ <http://www.pegadaian.co.id> (akses Tanggal 10 Oktober 2015)

C. struktur

D. Produk-Produk Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu

1. Program Mulia

Program MULIA adalah Layanan penjualan logam mulia kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses cepat dan dalam jangka waktu yang fleksibel logam mulia bisa menjadi alternative pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa mendatang seperti menunaikan Ibadah Haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.⁵⁶

a. Keunggulan

- 1) Proses mudah dengan layanan professional
- 2) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio asset
- 3) Sebagai asset sangat likuid untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak
- 4) Tersedia pilihan logam mulia dengan berat mulai dari 1 gram,5 gram sampai 1 kilogram.⁵⁷

b. Prosedur

- 1) Untuk pembelian secara tunai, nasabah cukup datang ke outlet pegadaian dengan membayar nilai logam mulia yang akan dibeli.
- 2) Untuk pembelian secara angsuran, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai dengan keinginan. Membayar uang muka yang besarnya sekitar 20% sampai 90% dari nilai

⁵⁶ Website Pegadaian, akses di <http://www.pegadaian.co.id> (akses tanggal 10 Oktober 2015)

⁵⁷ Brosur pegadaian syariah

logam mulia yang dibeli dan ditentukan berdasarkan berapa lama jangka waktu angsuran yang diambil.

- 3) Untuk pembelian secara On-line dapat mengunjungi situs www.pegadaian.co.id, nasabah dapat melakukan pendaftaran secara online, memilih logam mulia yang diinginkan, menentukan tempat pengambilan barang dan melakukan pembayaran secara on-line. Pengambilan barang dapat dilakukan di outlet-outlet Pegadaian Galeri 24 yang dituju.⁵⁸

c. Syarat-syarat pembiayaan mulia :

- a. Fotocopy KTP
- b. Mengisi formulir
- c. Membayar uang muka mulai dari 20 %.
- d. Menanda tangani Akad Mulia⁵⁹

2. Rahn

Rahn adalah skema pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan sistem gadai sesuai syariah. Pembiayaan *rahn* dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan produktif maupun kebutuhan konsumtif. Dengan jaminan berupa Emas perhiasan/ Batangan, dan alat elektronik⁶⁰

⁵⁸ Website Pegadaian diakses pada <http://www.Pegadaian.co.id> Tanggal 10 Oktober 2015

⁵⁹ Brosur Pegadaian Syariah

⁶⁰ Brosur Pegadaian Syariah

Adapun yang menjadi landasannya adalah fatwa DSN-MUI no. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn*, fatwa DSN-MUI no. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn* emas.⁶¹

a. Keunggulan

- 1) Layanan *rahn* tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia
- 2) Prosedur pengajuannya sangat mudah. Calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya ke outlet Pegadaian
- 3) Proses pinjaman sangat cepat, hanya butuh 15 menit
- 4) Pinjaman (*Marhun Bih*) mulai dari 50 ribu rupiah sampai 200 juta rupiah atau lebih
- 5) Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan cara membayar *ijaroh* saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman
- 6) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu
- 7) Tanpa perlu buka rekening. dengan perhitungan sewa modal selama masa pinjaman
- 8) Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai.⁶²

b. Persyaratan

- 1) Fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya

⁶¹ Website Pegadaian diakses pada <http://www.pegadaian.co.id> Tanggal 10 Oktober 2015

⁶² <http://www.pegadaian.co.id> (akses tanggal 11 Oktober 2015)

- 2) Menyerahkan barang jaminan
- 3) Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK Asli
- 4) Nasabah menandatangani Surat Bukti *Rahn* (SBR)⁶³

3. *Arrum*

Arrum adalah skema pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil dengan sistem pengembalian secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil atau motor yang dimilikinya dan bias juga emas. Jangka waktu fleksibel, Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari.⁶⁴

a. Keunggulan

- 1) Prosedur pengajuan *Marhun bih* sangat cepat dan mudah.
- 2) Agunan cukup BPKB kendaraan bermotor
- 3) Proses *Marhun bih* hanya butuh 3 hari, dan dana dapat segera cair
- 4) *Ijaroh* relatif murah dengan angsuran tetap per bulan
- 5) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu
- 6) ARRUM dapat diperoleh di seluruh outlet Pegadaian Syariah di Indonesia⁶⁵

⁶³ *Brosur Pegadaian Syariah*

⁶⁴ Website Pegadaian diakses pada <http://www.pegadaian.co.id> (akses tanggal 11 Oktober 2015)

⁶⁵ Website Pegadaian diakses pada <http://www.pegadaian.co.id> (akses Tanggal 11 Oktober 2015)

b. Persyaratan

- 1) Memiliki usaha yang memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 (satu) tahun
- 2) Fotocopy KTP dan kartu keluarga
- 3) Menyerahkan dokumen yang sah
- 4) Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB asli, fotocopy STNK dan Faktur Pembelian)⁶⁶

4. Amanah

Pembiayaan Amanah adalah Pembiayaan berprinsip syariah kepada pegawai negeri sipil (PNS), karyawan tetap swasta, dan pengusaha mikro. untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.⁶⁷

a. Keunggulan

- 1) Layanan AMANAH tersedia di outlet Pegadaian Syariah di Seluruh Indonesia.
- 2) Prosedur pengajuan cepat dan mudah
- 3) Uang muka terjangkau
- 4) Biaya administrasi murah dan angsuran tetap
- 5) Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan
- 6) Transaksi sesuai prinsip syariah yang adil dan menenteramkan.⁶⁸

⁶⁶ Website Pegadaian diakses pada <http://www.pegadaian.co.id> (akses tanggal 1 November 2015)

⁶⁷ *Brosur Pegadaian Syariah*

b. Persyaratan

- 1) Pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun.
- 2) Melampirkan kelengkapan:
 - a) Fotokopi KTP (suami/isteri)
 - b) Fotokopi Kartu Keluarga
 - c) Fotokopi SK pengangkatan sebagai pegawai / karyawan tetap Rekomendasi atasan langsung
 - d) Slip gaji 2 bulan terakhir
- 3) Mengisi dan menandatangani form aplikasi AMANAH
- 4) Membayar uang muka yang disepakati (minimal 20%)
- 5) Menandatangani akad AMANAH.⁶⁹

5. Remittance

Remittance (kirim uang tanpa rekening) dengan memanfaatkan fasilitas transfer (kirim dan terima) uang dalam dan luar negeri tanpa perlu membuka rekening, lebih mudah dengan pegadaian syariah.

6. Multi Payment Online

Multi Payment Online (Pembayaran atau pembelian pulsa dan pulsa Listrik).

⁶⁸ Website Pegadaian diakses pada <http://www.pegadaian.co.id> (akses tanggal 01 November 2015)

⁶⁹ Website Pegadaian diakses pada <http://www.pegadaian.co.id> (akses tanggal 01 November 2015)

E. Produk ARRUM di Pegadaian Syariah cabang Kota Bengkulu

1. Produk ARRUM

Pegadaian Syariah terus berkomitmen mengembangkan produk-produk jasa keuangan yang dibutuhkan masyarakat. Salah satunya adalah produk Ar-Rahn Usaha Mikro, atau biasa disebut Arrum. Arrum adalah skema pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil dengan sistem pengembalian secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil atau motor yang dimilikinya dan bisa juga emas. Jangka waktu fleksibel, Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari.⁷⁰

Adapun Beberapa yang menjadi keunggulan Produk Arrum pada pegadaian syariah

2. Keunggulan

- a. Prosedur pengajuan *Marhun bih* sangat cepat dan mudah.
- b. Agunan cukup BPKB kendaraan bermotor.
- c. Proses *Marhun bih* hanya butuh 3 hari, dan dana dapat segera cair.
- d. *Ijaroh* relatif murah dengan angsuran tetap per bulan yaitu 1%.
- e. Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu.

⁷⁰ Website Pegadaian diakses pada <http://www.pegadaian.co.id> (akses tanggal 30 oktober 2015) pukul. 09:45 WIB

f. ARRUM dapat diperoleh di seluruh outlet Pegadaian Syariah di Indonesia⁷¹

3. Persyaratan Pembiayaan

a. Persyaratan kendaraan

- 1) Memiliki usaha yang memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 (satu) tahun. (Survey)
- 2) Nomor Polisi POLDA/POLRES Bengkulu
- 3) Kondisi kendaraan 80% standart (belum modif)
- 4) Kepemilikan BPKB atas nama sendiri
- 5) Pajak kendaraan masih aktif
- 6) Usia kendaraan - Roda 2 (5 Thn terakhir)
- Roda 4 (10 Thn terakhir)

b. Persyaratan Administrasi

- 1) Fotocopy KTP Suami Istri (2 Lembar).
- 2) Fotocopy Kartu Keluarga (2 Lembar).
- 3) Fotocopy Buku Nikah (2 Lembar).
- 4) PBB/ Rekening Listrik/ PDAM (3 Bulan terakhir/ 1 Berkas)
- 5) Surat keterangan usaha asli dari Lurah setempat/ copy SIUP/ copy SITU/ copy TDP/ Surat Keterangan lainnya.
- 6) Fotocopy BPKB & STNK (2 Lembar).
- 7) Fotocopy buku tabungan 3 bulan terakhir dari Bank.
- 8) Pas Fhoto Suami Isteri (1 Lembar).

⁷¹ Website Pegadaian diakses pada <http://www.pegadaian.co.id> (30 Oktober 2015)

9) Surat Keterangan Domisili dari Lurah jika alamat sekarang berbeda dengan KTP (1 Lembar Asli).

10) Dokumen Lainnya jika diperlukan.⁷²

4. Jangka Waktu Pembiayaan dan Ijarah

Jangka waktu pembiayaan yang ditetapkan oleh perusahaan minimal 12 bulan dan maksimal 36 bulan dengan pengembalian pembiayaan dilakukan dengan cara angsuran tiap bulannya, sedangkan akad yang digunakan pada Ar-Rum ini adalah Ijarah. Menurut Sutardi, *Ijarah* berarti sewa, jasa atau imbalan, yaitu akad yang dilakukan atas dasar suatu manfaat dengan imbalan jasa.⁷³

Akad Ijarah yaitu akad pemindahan hak guna atas barang dan/ atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi pegadaian untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad.⁷⁴

Pemilik dapat meminta penyewa untuk menyerahkan jaminan atas ijarah untuk menghindari risiko kerugian. Jumlah, ukuran, dan jenis obyek ijarah harus jelas diketahui dan tercantum dalam akad. Keunggulan lain dari Ar-Rum yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah yaitu dengan adanya produk Ar-Rum masyarakat ingin mendapatkan dana pembiayaan tidak

⁷² Brosur *Pegadaian Syariah*

⁷³ <http://ettaserang.blogspot.co.id/2012/03/gadai-ar-rum-ar-rahn-untuk-usaha-miko.html> (diakses pada 30 oktober 2015) Pukul: 14.30 WIB

⁷⁴ Nurul Huda & Muhamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2010), h.279

serta merta menitipkan kendaraan bermotor berupa motor atau mobil yang dititipkan kepegadaian, melainkan surat BPKB kendaraan saja sudah bisa dijadikan jaminan. Pelayanan ini untuk meringankan masyarakat yang ingin menggunakan kendaraan bermotornya sebagai alat bantu usahanya. Melalui studi kelayakan yang dilakukan oleh staf Pegadaian Syariah, dapat dilihat apakah usaha yang dilakukan layak mendapatkan pinjaman, studi kelayakan dilakukan guna meminimalisir risiko dalam pembiayaan kepada masyarakat nantinya.

Tabel 3.1**Ilustrasi Angsuran Pembiayaan ARRUM dengan Ijaroh 1 % perbulan**

No	Pinjaman	Angsuran		
		12 Bulan	18 Bulan	24 Bulan
1	2.000.000	186.700	131.200	103.400
2	3.000.000	280.000	196.700	155.000
3	3.500.000	326.000	229.500	180.000
4	4.000.000	373.400	262.300	206.700
5	4.500.000	420.000	295.000	232.500
6	5.000.000	466.700	327.800	258.400
7	5.500.000	513.400	360.600	284.200
8	6.000.000	560.000	393.400	310.000
9	6.500.000	606.700	426.200	335.900
10	7.000.000	653.400	458.900	361.700
11	7.500.000	700.000	491.700	387.500
12	8.000.000	746.700	524.500	413.400
13	9.000.000	840.000	590.000	465.000
14	10.000.000	933.400	655.600	516.700
15	15.000.000	1.400.000	983.400	775.000
16	20.000.000	1.866.700	1.311.200	1.033.400
17	25.000.000	2.333.400	1.638.900	1.291.700
18	50.000.000	4.666.700	3.277.800	2.583.400
19	75.000.000	7.000.000	4.916.700	3.875.000
20	100.000.000	9.333.400	6.555.600	5.166.700

Sumber: Brosur Pegadaian Syariah

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Promosi Produk Arrum di Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pimpinan cabang pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu yaitu dengan Bapak Irfan Effendi, S.E, mengatakan bahwa Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu telah melakukan promosi produk Arrum maupun produk - produk lainnya dengan cara penyebaran brosur, melalui media masa/cetak, kunjungan pasar, kunjungan ke sekolah-sekolah, dan promosi langsung dari karyawan pegadaian syariah cabang (simpang sekip) kepada masyarakat dengan cara memberikan brosur ketika sedang melakukan pembayaran listrik, pulsa, dan transaksi lainnya yang dilakukan di kantor pegadaian syariah cabang (simpang Sekip) kota Bengkulu. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa pada perkembangannya pegadaian syariah di Bengkulu dapat dikatakan kurang baik, dikarenakan masyarakat belum begitu mengenal gadai syariah sebagai suatu lembaga keuangan mandiri, dan produk Arrum yang merupakan salah satu produk yang dimiliki pegadaian syariah cabang kota Bengkulu. Hal ini disebabkan oleh keberadaan komponen-komponen pendukung produk Arrum pada pegadaian syariah cabang kota Bengkulu yang terbatas, seperti terbatasnya jumlah dan sumber daya karyawan untuk melakukan promosi, terbatasnya waktu yang

digunakan untuk promosi sehingga harus mengatur jadwal terlebih dahulu, alat ataupun media promosi yang dilakukan belum mampu menarik minat nasabah, tidak adanya karyawan yang khusus menangani menangani promosi produk Arrum, namun seluruh karyawan pegadaian syariah merupakan *marketing/Sales* dari seluruh produk yang ada di pegadaian syariah cabang kota Bengkulu, dan wilayah promosi masih terbilang sempit, karena jarak promosi yang diterapkan hanya 15 KM dari kantor (*Outlet*) Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu. Sedangkan Solusi yang dilakukan yang dilakukan oleh pegadaian syariah untuk mengatasi kendala-kendala dalam promosi produk Arrum tersebut yaitu :

1. Meminta bantuan dari kantor wilayah untuk melakukan promosi lanjutan.
2. Mengatur jadwal pertemuan dengan instansi-instansi agar dapat melakukan promosi seefektif mungkin.

Namun di lain pihak realitas menunjukkan bahwa pegadaian mampu memberikan kontribusi aktif dalam membantu masyarakat khususnya masyarakat kalangan menengah kebawah dalam upaya mengembangkan usaha yang dimilikinya sebagaimana motto dari pegadaian "*Mengatasi masalah tanpa masalah*".⁷⁵

⁷⁵ Wawancara, dengan Irfan Effendi, Pimpinan Pegadaian syariah cabang simpang Sekip Kota Bengkulu, Tanggal 20 November 2015 (Pukul 11.00 WIB)

Untuk produk yang paling banyak jumlah nasabah adalah Produk Gadai atau Rahn, dikarenakan produk tersebut diberikan untuk semua golongan nasabah dan prosesnya cukup mudah, sedangkan untuk produk Arrum sendiri jumlah nasabah yang menggunakan produk tersebut masih terbilang sedikit dan belum sesuai target yang diharapkan. Perkembangan Arrum sebagai produk dari pegadaian syariah belum begitu baik, hal tersebut terbukti dari hasil wawancara penulis dengan Zulkifli, SH (Penaksir cabang pada pegadaian syariah cabang kota Bengkulu). Mengatakan bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk Arrum (Gadai BPKB) pada tahun 2015 berjumlah hanya sekitar 80 orang nasabah.⁷⁶

Produk Arrum pada pegadaian syariah merupakan salah satu produk unggulan yang diharapkan mampu bersaing dengan produk – produk pegadaian konvensional, karena produk Arrum memiliki keunggulan - keunggulan tersendiri dari pada produk pegadaian konvensional, seperti biaya ijarah pada produk Arrum pegadaian syariah yang relatif ringan hanya 1%, selain itu produk Arrum merupakan produk yang dapat membebaskan para nasabah dari praktik ijon, rentenir atau lintah darat. Namun pada realitanya produk Arrum pada pegadaian syariah masih kurang peminat, setiap tahunnya nasabah dari produk Arrum

⁷⁶ Wawancara, dengan Zulkifli Karyawan (Penaksir cabang) pada PT. Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu, Tanggal 20 November 2015

mengalami sedikit peningkatan, dan belum sesuai dengan target yang diharapkan.

Untuk itu dalam upaya meningkatkan jumlah nasabahnya, mempertahankan nasabahnya dan menambah nasabah baru, pegadaian syariah cabang kota Bengkulu dituntut harus meningkatkan promosi yang lebih baik dan efektif dalam mencari solusi dan strategi dalam rangka untuk mempertahankan persaingan dengan lembaga-lembaga keuangan lainnya. Untuk melihat dan mengetahui hal tersebut penulis telah melakukan wawancara kepada 8 orang nasabah pegadaian syariah yang dianggap representatif dengan permasalahan tersebut. Adapun hasil wawancara penulis dengan nasabah pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu :

1. Ibu Weli

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan ibu Weli yang beralamat di Kebun Bler RT. 05 , dengan pekerjaan ibu rumah tangga, awal mulanya ia mengetahui pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu dari saudaranya. Pendapat ibu Weli tentang produk Arrum di pegadaian syariah cabang kota Bengkulu cukup membantu masyarakat, sedangkan promosi produk Arrum melalui brosur yang dilakukan pegadaian syariah cabang kota Bengkulu cukup baik, namun perlu disosialisasikan/ promosikan lagi, karena masih banyak

masyarakat belum mengetahui sepenuhnya tentang produk Arrum.

2. Bapak Junaidi

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bapak Junaidi yang beralamat di Tanah patah, dengan pekerjaan Pedagang, ia mengatakan awal mulanya mengenal atau mengetahui pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu dari temannya, pendapatnya tentang produk Arrum sangat membantu masyarakat karena dapat membantu masyarakat kecil untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya, sedangkan pendapatnya tentang promosi produk Arrum melalui media brosur yaitu kurang baik, karena brosur produk Arrum yang digunakan pegadaian syariah cabang kota Bengkulu tidak menguraikan keseluruhan persyaratan secara jelas yang diperlukan sebagai syarat mengajukan pembiayaan.

3. Ibu YUSDIANA

Berdasarkan wawancara penulis dengan ibu YUSDIANA yang beralamat di Tanah patah, dengan pekerjaan pegawai swasta, ia mengetahui pegadaian syariah cabang kota Bengkulu dari Pegawai pegadaian syariah, pendapatnya tentang produk Arrum cukup baik dan sangat membantu, namun proses dari produk Arrum (Gadai BPKB) terlalu lama, karena membutuhkan waktu 7 hari (satu minggu) untuk mendapatkan

produk pembiayaan Arrum tersebut. Sedangkan promosi produk Arrum melalui brosur dinilai cukup baik.

4. Bapak Suryono

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bapak Suryono yang beralamat di Sawah Lebar, dengan pekerjaan pedagang manisan, ia mengetahui pegadaian syariah dari saudaranya, pendapatnya tentang produk Arrum yaitu sangat membantu, namun jarak nasabah yang dapat menggunakan produk Arrum masih terbilang sempit, karena hanya 15 KM dari kantor atau *Outlet* pegadaian, untuk promosi produk Arrum melalui brosur masih kurang baik, karena pegawai pegadaian syariah hanya memberikan brosur tanpa memberikan penjelasan yang lebih detail tentang persyaratan dan kelebihan produk Arrum kepada masyarakat/ calon nasabah.

5. Ibu Armayeni

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Ibu Armayeni, yang beralamat di Tengah Padang, yang bekerja sebagai Ibu rumah tangga, ia pertamakali mengetahui pegadaian syariah dari saudaranya, dan pendapat tentang produk Arrum sudah cukup baik, namun proses untuk mendapatkan pembiayaan Arrum terlalu lama karena membutuhkan waktu 7 hari padahal terkadang masyarakat membutuhkan pendanaan/ pembiayaan yang cepat untuk menjalankan usaha yang dijalankannya,

menurutnya hal tersebut berbeda dengan pegadaian lain yang menjajikan proses yang lebih mudah hanya 3 hari bahkan dalam hitungan jam (3 jam langsung cair), tentang promosi produk Arrum melalui media brosur ia mengatakan cukup baik, namun dalam brosur perlu dipejelas persyaratan- persyaratan yang perlu dipenuhi calon nasabah.

6. Ibu Handayani

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan ibu Handayani, yang beralamat di Padang Jati, dengan pekerjaan penjual gorengan, ia mengatakan pertama kali mengetahui pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu dari brosur, produk yang digunakan yaitu produk Arrum, ia menggunakan produk tersebut untuk menambah modal usaha yang dijalakannya, pendapat tentang produk Arrum, menurutnya produk Arrum pada pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu dengan adanya produk tersebut sangat membantu masyarakat dalam menambah modal usaha, sedangkan promosi produk Arrum melalui media brosur dinilai sudah cukup baik.

7. Bapak Gunadi Sanjaya

Berdasarkan wawancara penulis dengan bapak Gunadi Sanjaya, yang beralamat di Sawah Lebar, dengan pekerjaan pedagang manisan, ia menggunakan produk Arrum (Gadai BPKB), sejak

tahun 2014, awal mula mengenal pegadaian syariah yaitu dari temannya, ia menggunakan produk Arrum tersebut untuk tambahan modal usaha dagang yang dijalankan, pendapatnya tentang produk Arrum cukup membantu, karena dengan menggunakan produk tersebut ia dapat menambah kuantitas barang dagang yang diperjual belikannya, namun diakui olehnya proses pembiayaan produk Arrum yang digunakan masih terbilang cukup lama, karena harus menunggu sampai waktu 7 hari (1 minggu) untuk mendapatkan modal/ pembiayaan tersebut. Mengenai promosi produk Arrum melalui media brosur, ia mengatakan seharusnya promosi produk Arrum lebih dioptimalkan lagi, keberadaan produk semacam Arrum masih sangat diperlukan terutama di kota Bengkulu, karena banyaknya usaha-usaha kecil yang masih membutuhkan tambahan modal untuk mengembangkan usaha secara lebih luas lagi.

8. Bapak Jauhari

Berdasarkan wawancara penulis dengan bapak Jauhari, yang beralamat di Padang Jati, dengan pekerjaan pemilik kost-kostan/ kontrakan, awal mulanya ia mengetahui pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu dari saudaranya, ia menggunakan produk Arrum pegadaian syariah guna mengembangkan usaha yang dijalanannya. Pendapatnya

tentang produk Arrum cukup membantu, tapi prosesnya masih cukup rumit, karena membutuhkan waktu satu minggu untuk bisa mendapatkan pembiayaan Arrum tersebut, selain itu kendaraan atau objek yang digadaikan harus berumur maksimal 5 tahun terakhir. Sedangkan untuk promosi produk Arrum melalui media brosur yang dilakukan pegadaian syariah, ia berpendapat cukup baik, namun perlu dilakukan peningkatan.

B. Analisis terhadap Pelaksanaan Promosi Produk Arrum Pada Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu

Dari ke 8 orang nasabah pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu yang berhasil diwawancarai penulis, kebanyakan nasabah awal mula mengetahui pegadaian syariah cabang kota Bengkulu berasal dari teman atau saudaranya yang sebelumnya pernah melakukan gadai di pegadaian syariah, dari keterangan tersebut dapat diketahui bahwa pelaksanaan promosi dan promosi produk Arrum melalui media brosur dari pegadaian syariah belum maksimal, hal tersebut telah diakui sebelumnya oleh bapak Irfan Effendi, S.E selaku pimpinan cabang PT. Pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu dan Zulkifli, S.H selaku penaksir cabang, karena terbatasnya jumlah dan sumber daya karyawan pegadaian syariah kota Bengkulu, tidak adanya karyawan yang khusus menangani promosi produk terutama produk Arrum, serta terbatasnya waktu yang dimiliki sehingga untuk melakukan promosi harus mengatur waktu se efektif mungkin. Mengenai proses pembiayaan produk Arrum

yang membutuhkan waktu satu minggu pegadaian syariah cabang kota Bengkulu memiliki alasan tersendiri, dikatakan hal tersebut juga disebabkan terbatasnya jumlah karyawan, sedangkan untuk melakukan pembiayaan tersebut membutuhkan tim survey untuk mengetahui/ studi kelayakan bisnis atas usaha yang dijalankan seorang calon nasabah tersebut dan membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Untuk penetapan jarak nasabah yang diambil hanya 15 KM dari *Outlet* dan penetapan objek gadai atau kendaraan maksimal 5 tahun terakhir untuk roda 2 dan 10 tahun terakhir untuk roda 4, alasannya karena untuk memaksimalkan pembiayaan usaha bagi masyarakat sekitar dan meminimalisir resiko kerugian, namun demikian bukan tidak mungkin pegadaian syariah akan lebih mengembangkan lingkup dengan cara menambah *outlet* atau unit pegadaian syariah pembantu guna memperluas jaringan nasabahnya.⁷⁷

Dalam teori yang dikemukakan Jaslim Saladin dan Yevis Marty yang penulis akses melalui internet mengatakan bahwa *semakin tinggi promosi yang dilakukan perusahaan baik barang maupun jasa, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa tersebut, karena konsumen akan tahu produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga menarik minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut.*⁷⁸

⁷⁷ Wawancara, dengan Zulkifli (Penaksir cabang), PT Pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu (pada tanggal 20 November 2015)

⁷⁸ Elib Unikom, "Promosi Menurut Para Ahli," diakses dari <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/448/jbptunikompp-gdl-didinbasir-22387-3-babii.pdf> (pada tanggal 1 november 2015).

Tetapi disini penulis meneliti apakah antara teori dan praktek di lapangan sudah sesuai atau belum dengan teorinya, maka dari itu penulis melakukan penelitian mengenai promosi tersebut, dan mencari tahu tentang bagaimana pelaksanaan promosi produk Arrrum yang dilakukan di Pegadaian syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu, mengenai pelaksanaan promosi produk Arrrum melalui media brosur atau upaya tersebut dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Setiap kegiatan promosi yang dilakukan pegadaian syariah harus dilakukan pengawasan dan evaluasi atas sejauhmana kemampuan perusahaan (pegadaian syariah) untuk mendesain dan menjalankan suatu program promosi, menilai struktur organisasi, dan juga melihat kembali keberhasilan ataupun kegagalan program promosi yang telah dilakukan pegadaian syariah sebelumnya. Hal tersebut penting guna menilai atau menentukan seberapa baik program promosi yang dijalankan telah memenuhi sasaran komunikasi yang ditetapkan dalam upaya membantu perusahaan mencapai target pemasaran secara keseluruhan. Mereka yang terlibat dalam perencanaan promosi tentu saja ingin mengetahui tidak saja seberapa baik program promosi telah dijalankan namun juga mengapa, jika media brosur yang digunakan dinilai belum berhasil, maka masalah yang muncul dapat disebabkan bentuk atau sifat pesan yang disampaikan tidak tepat atau salah dalam memilih media sehingga pesan tidak mencapai nasabah sasaran dengan efektif, sehingga penelitian ini dapat memberikan umpan balik (*feedback*) kepada manajemen perusahaan (pegadaian

syariah) terkait dengan efektivitas program promosi yang telah dilakukan, dan sebagai masukan untuk proses perencanaan manajemen promosi yang baik kedepan.

Pada prinsipnya, mempromosikan suatu produk ataupun jasa dalam Islam diperbolehkan, tetapi harus sesuai dengan syariat Islam yang bersumber dari Alquran dan Hadis. Promosi yang dilakukan tersebut harus lebih mengedepankan faktor kejujuran dan keadilan. Berdasarkan analisis data dan informasi terhadap pelaksanaan promosi produk Arrum ini, dapat dipahami bahwa promosi melalui media brosur yang dilakukan Pegadaian syariah cabang (simpang sekip) kota Bengkulu telah cukup baik hanya saja dalam promosi tersebut belum dilaksanakan dengan maksimal dan belum sepenuhnya sesuai dengan syariat Islam, seperti dalam brosurnya Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu menjanjikan keunggulan dengan proses yang cepat dan mudah, namun pada realitanya membutuhkan waktu paling cepat tujuh hari (1 minggu) untuk mendapatkan pembiayaan tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu : pelaksanaan promosi produk Arrum pada pegadaian syariah telah dilakukan melalui media massa atau cetak, kunjungan ke pasar, kunjungan ke sekolah-sekolah, dan promosi langsung dari karyawan pegadaian syariah kepada masyarakat ketika sedang melakukan pembayaran listrik, pulsa, dan transaksi lainnya yang dilakukan di kantor pegadaian syariah cabang simpang sekip kota Bengkulu. Namun dalam usaha pelaksanaan promosi produk Arrum di pegadaian syariah cabang kota Bengkulu tersebut mengalami beberapa kendala yaitu terbatasnya jumlah atau sumber daya karyawan terutama tidak adanya karyawan yang menangani khusus dibidang promosi produk Arrum, dan terbatasnya waktu yang dimiliki oleh pegadaian syariah cabang kota Bengkulu untuk melakukan promosi.

B. Saran

Dari kesimpulan tersebut penulis menyarankan agar pegadaian syariah cabang kota Bengkulu dapat mengoptimalkan atau meningkatkan promosinya yaitu dengan cara sebagai berikut:

1. Meningkatkan jumlah karyawan dengan cara merekrut karyawan/ pegawai baru yang lebih berkompeten terutama dibidang promosi (*marketing*), maupun melakukan pelatihan mengenai promosi (*marketing*) pada pegawai atau karyawan yang lama agar promosi produk Arrum dan produk-produk lainnya di pegadaian syariah dapat berjalan dengan baik dalam upaya menarik minat nasabah.
2. Promosi produk Arrum melalui media brosur harus lebih ditingkatkan lagi, dan brosur produk Arrum yang dipergunakan untuk alat atau media promosi tersebut harusnya memuat persyaratan secara detil, serta tampilan brosur yang dipergunakan harusnya dibuat semenarik mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

- Sumitro, Adi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009
- Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007
- Budisantoso, Totok, dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat, 2006
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: Alfa Beta, 2010
- Mamang Sangadji etta, Sopiah, *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta : Andi Yogyakarta, 2010
- Moh. Nazir, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005
- Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007
- Prastowo, Andi, *Menguasai Teknik- Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Diva Press, 2010
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*, Edisi baru, Cet. 6
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung : Alfabeta, 2012
- Alma, Buchari & Donni J Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009
- Nembah F Hartimbun Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Yrama Widya, 2012
- Yevis Marty Oesman, *Sukses Mengelola Marketing MIX, CRM Cotumer Value, dan Costumer Dependenscy*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Terpadu*, Jakarta: Prenada Media Group, 2012
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Media Group, 2008
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2013
- Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip- Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008
- Muslich, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004

- Irma Sari, *Lembaga Keuangan*, Yogyakarta: Intan Sejati Klaten, 2010
- Neni Sri Imanyati, *Perbankan Syari'ah Dalam Perspektif Ekonomi*, Jakarta: Mandar Maju, 2013
- Idri, *Hadis Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2015
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Depok: Gema Insani, 2001
- Abdul G. Anshori, *Gadai Syariah Di Indonesia: Konsep, Implementasi, Dan Institusionalisasi*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011
- Nurul Huda & Muhamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis Dan Praktis*, Jakarta: Kencana Media Group, 2010
- Muhammad Bin Ismail, *Sulubus Salam*, Jilid 2, Beirut: Darul Kutub, 2002
- Wahbah Az Zuhaili, *Fiqh Islam Wa adillahu*, Jilid 6, Jakarta: Gema Insani, 2012
- Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahannya*, Bandung: CV Diponegoro, 2010
- Imam Muslim, *Al Jamius Shahih*, Muhammad Ali Shubaih, Mesir, tt
- Dimyaudin djuwani, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- Khat rasmul utsmani, *Al Quran dan Terjemah*, Bandung: Yayasan At- Tartil
- Lidwa Pusaka I-Software, *Kitab Sembilan Imam (kumpulan Kitab hadis 9 Imam)*
www.Lidwapusaka.com
- Brosur Pegadaian Syariah*
- Sa'adah, Faridatun, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syari'aah Cabang Dewi Sartika*, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2008
- Rosadiaman, *Strategi Marketing MIX AR-RAHN UMK(Usaha Mikro Kecil) Pada pegadaian syari'ah cabang Cinere*, Skripsi, Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah, 2011
- Ali Saputra, Ahmad, *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Murabahah Pada Koperasi Amf Syariah Kota Bengkulu*, Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2015
- Wawancara langsung dengan Irfan Effendi, S.E Pimpinan cabang PT Pegadaian syariah cabang Simpang Sekip kota Bengkulu, Pada tanggal 20 November 2015

Wawancara langsung dengan Zulkifli S.H Pegawai (Penaksir) Pegadaian Syariah cabang simpang Sekip kota Bengkulu, Pada hari Kamis 10 September 2015. Pukul 15:00 WIB.

Website: Pegadaian. <http://www.pegadaian.co.id> (Askses pada 10 september 2015)

Blog: Burhanudin, Afiid "*Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*" <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/teknik-pengumpulan-data-dan-instrumen-penelitian/>. (akses pada pada 22 Pebruari 2016)

Blog: Muhammad yusuf,"*promosi dan iklan modal sumpah,*" diakses dari <http://majalah.pengusahamuslim.com/promosi-dan-iklan-obral-sumpah/> (Akses pada tanggal 30 Oktober 2015)

Blog: https://id.wikipedia.org/wiki/PT._Pegadaian (Akses pada tanggal 30 Oktober 2015)

Blog: <http://ettaserang.blogspot.co.id/2012/03/gadai-ar-rum-ar-rahn-untuk-usaha-miko.html> (Diakses pada 30 Oktober 2015)

Blog: Elib Unikom,"*Promosi Menurut Para Ahli,*" diakses dari <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/448/jbptunikompp-gdl-didinbasir-22387-3-babii.pdf> (Akses pada tanggal 1 november 2015).

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Studi Tentang Promosi Produk ARRUM di Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu.

Peneliti : Reduan Azari

Jurusan/ Prodi : Ekonomi Islam/ Perbankan Syariah

Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Pertanyaan- pertanyaan ini dibuat sebagai pedoman wawancara dalam penelitian untuk penulisan skripsi.

A. Pertanyaan Untuk Lembaga Pegadaian Syariah :

1. Bagaimana sejarah perkembangan Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu ?
2. Bagaimana Visi dan Misi Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu ?
3. Bagaimana Kegiatan Operasional Pegadaian cabang kota Bengkulu ?
4. Apa saja produk yang dikeluarkan pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu ?
5. Jenis produk apa yang paling diminati nasabah pegadaian syariah cabang kota Bengkulu ?
6. Apa yang menjadi keunggulan dari produk ARRUM di Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu ?

7. Berapa Jumlah Nasabah Produk ARRUM pada tahun 2015, dan Bagaimana Peningkatan Jumlah Nasabah Produk ARRUM Per-tahun nya ?
8. Bagaimana mekanisme promosi produk ARRUM di Pegadaian Syariah cabang Kota Bengkulu ?
9. Apa yang menjadi kendala dalam pelaksanaan promosi produk ARRUM, dan jika ada, apa solusi yang dilakukan dari Pegadaian Syariah ?
10. Adakah Karyawan/ Pegawai khusus menangani bagian promosi (*marketing/ sales*) Produk ARRUM di Pegadaian syariah cabang Kota Bengkulu ?
11. Bagaimana respon masyarakat setelah dilakukannya promosi pada Produk ARRUM di Pegadaian Syariah cabang Kota Bengkulu ?
12. Apa alasan nasabah memilih menggunakan produk pembiayaan ARRUM, dan Biasanya pembiayaan produk ARRUM pada nasabah digunakan untuk hal apa ?
13. Sampai saat ini bagaimana perkembangan atau prospek produk pembiayaan ARRUM di Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu ini ?

Dr. Nani Hak, M.A.
NIP. 196506181993031002

Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu
NIP. 197808012043012003

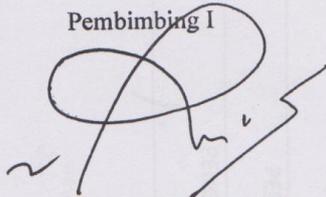
B. Pertanyaan Untuk Nasabah Pegadaian Syariah :

1. Bagaimana awal mula nya anda mengenal/ mengetahui tentang Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu ?
2. Produk Apa yang anda gunakan/pilih pada Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu ?
3. Apa alasan anda memilih untuk menggunakan produk tersebut ?
4. Apa pendapat Anda tentang produk ARRUM pada pegadaian syariah cabang kota Bengkulu ?
5. Bagaimana pendapat anda tentang promosi produk ARRUM yang dilakukan Pegadaian Syariah cabang kota Bengkulu ?

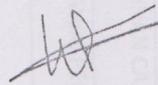
Bengkulu, November 2015

Pembimbing II

Pembimbing I



Drs. Nurul Hak, M.A
NIP. 196606161995031002



Khairiah ElWardah, M. Ag
NIP. 197808072005012008

DATA INFORMAN

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	UMUR	ALAMAT	PEKERJAAN
1	IRFAN EFFENDI, S.E	LAKI-LAKI	45 TAHUN	SAWAH LEBAR	PIMPINAN CABANG PT PEGADAIAN SYARIAH KOTA BENGKULU
2	ZULKIFLI, S.H	LAKI-LAKI	36 TAHUN	SUKAMERINDU	PEGAWAI PEGADAIAN SYARIAH (Penaksir cabang) KOTA BENGKULU
3	WELI	PEREMPUAN	27 TAHUN	KEBUN BELER	IBU RUMAH TANGGA
4	JUNAIDI	LAKI-LAKI	46 TAHUN	TANAH PATAH	PEDAGANG
5	YUSDIANA	PEREMPUAN	35 TAHUN	TANAH PATAH	PEGAWAI SWASTA
6	SURYONO	LAKI-LAKI	44 TAHUN	SAWAH LEBAR	PEDAGANG MANISAN
7	ARMAYENI	PEREMPUAN	39 TAHUN	TENGAH PADANG	IBU RUMAH TANGGA
8	HANDAYANI	PEREMPUAN	37 TAHUN	PADANG JATI	PENJUAL GORENGAN
9	GUNADI SANJAYA	LAKI-LAKI	49 TAHUN	SAWAH LEBAR	PEDAGANG MANISAN
10	JAUHARI	LAKI-LAKI	47 TAHUN	PADANG JATI	PENGUSAHA KONTRAKAN

Dokumentasi Penulis



Photo bersama penulis dengan bapak Zulkifli, S.H, Selaku Pegawai (Penaksir Cabang) mewakili pimpinan cabang PT Pegadaian syariah cabang kota Bengkulu, setelah melakukan wawancara dan memberikan surat balasan telah melakukan penelitian.



Dokumentasi Penulis



Photo ketika penulis melakukan wawancara kepada ibu Weli salah satu nasabah pegadian syariah cabang kota Bengkulu.



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

SURAT PENUNJUKAN

Nomor : In.16/ F.II/PP.00.9/0628c/2015

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Drs. Nurul Hak, MA
NIP. : 196606161995031002
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Khairiah Elwardah, M.Ag
NIP. : 197808072005012008
Tugas : Pembimbing II

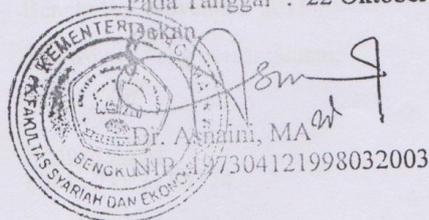
Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

- N A M A : Reduan Azari
NIM. : 2113137324
JURUSAN : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **STUDI TERHADAP PROMOSI PRODUK ARRUM PADA**

PEGADAIAN SYARIAH CABANG KOTA BENGKULU.

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 22 Oktober 2015



Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

Perihal : Permohonan Surat Izin Penelitian

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu

Di

Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reduan Azari

NIM : 211 313 7324

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah

Tempat Penelitian : Pegadaian Syariah Cabang Bengkulu. Yang beralamat di jalan S.Parman No. 21 C Kel. Kebun Kenanga, Kec. Ratu Agung, Simpang Sekip Kota Bengkulu.

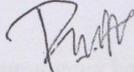
Memohon kepada ibu untuk kiranya dapat mengeluarkan surat izin dari pihak Fakultas sebagai dasar hukum untuk saya melakukan penelitian ditempat yang akan saya lakukan penelitian yang mana hal tersebut juga merupakan aspek penunjang dari skripsi saya yang berjudul "*Studi Tentang Promosi Produk ARRUM di Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu*".

Demikian surat permohonan ini saya buat, besar harapan saya ibu dapat membantu dalam hal tersebut di atas. Atas perhatian dan bantuan ibu saya ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Bengkulu, November 2015

Mahasiswa yang bersangkutan,



Reduan Azari

NIM : 211 313 7324



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pager Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

Nomor : In.16/F.II/PP.00.9/ /2015
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Bengkulu, 25 November 2015

Kepada Yth,

1. Kepala Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KP2T) Propinsi Bengkulu.
2. Pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Bengkulu Simpang Skip Bengkulu.

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2015/2016 atas nama :

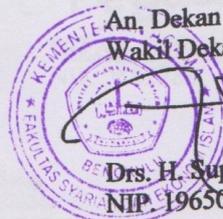
Nama : Reduan Azari
NIM : 2113137324
Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam/Perbankan Syariah

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : "STUDI TENTANG PROMOSI PRODUK ARRUM DI PEGADAIAN SYARIAH KOTA BENGKULU"

Tempat penelitian : Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu Simpang Skip Kota Bengkulu.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih

Wassalam
An, Dekan
Wakil Dekan I



Drs. H. Supardi, M.Ag
NIP. 19650410 199303 1 007

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

NOMOR : 0590 /033400/2015

Berdasarkan Surat Izin Penelitian dari Dekan Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negari (IAIN) Bengkulu tentang Surat Izin Penelitian, maka yang bertanda tangan dibawah ini Pimpinan Cabang PT Pegadaian (Persero) Simpang Sekip Kota Bengkulu menerangkan :

Nama : Reduan Azari
NIM : 211.313.7324
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Telah melakukan penelitian pada tanggal 01 November 2015 s/d 02 Desember 2015 di PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu dengan judul penelitian "Studi Tentang Promosi Produk Arrum Di PT.Pegadaian Syariah Simpang Sekip Kota Bengkulu."

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 02 Desember 2015

Pimpinan Cabang
PT Pegadaian (Persero) Syariah
Cabang Simpang Sekip Bengkulu


Pegadaian
Syariah
IRFAN EFFENDISE
NIK .P.82288

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi ini berjudul "*Studi Terhadap Promosi Produk Arrum Pada Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu*" yang disusun oleh :

Nama : Reduan Azari

NIM : 2113137324

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah

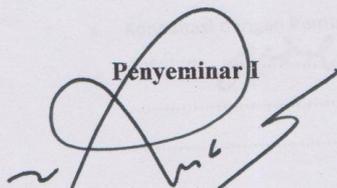
Telah diseminarkan oleh tim penyeminaran Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 22 September 2015

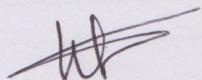
Dan proposal tersebut telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminaran. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan penetapan surat keputusan (SK) pembimbing Skripsi.

Bengkulu, 08 Oktober 2015


Penyeminar I

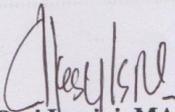
Drs. Nurul Hak, M.A.
NIP.196606161995031002

Penyeminar II



Khairiah Elwardah, M.Ag.
NIP. 197808072005012008

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Desi Isnaini, MA
NIP. 197412022006042001



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

I. IDENTITAS MAHASISWA

Nama : REDUAN AZARI
NIM : 2113137329
Prodi : PERBANKAN SYARIAH
Semester : VIII

Judul Proposal yang diusulkan :

1. Mekanisme Promosi Produk ARUM dalam usaha Meningkatkan Volume nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu
2. Analisis Perbandingan tingkat kepuasan nasabah ^{atas} ~~terhadap~~ kualitas pelayanan Pada Pegadaian Syariah dan Pegadaian konvensional cabang kota Bengkulu.
- 3.

II. PROSES KONSULTASI

a. Konsultasi dengan Pembimbingan Akademik

Catatan: judul no. 2 lebih realistis.

PA

DRS. H. HAIRUDIN WAHID, M.Ag

b. Konsultasi dengan Dosen Bidang Ilmu

Catatan: Judul nomor 2 disempurnakan dan dapat dilanjutkan dengan catatan mengganti metode penelitian dengan kuantitatif.

Dosen

Romi Adetios

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pembimbing Akademik dan Dosen Bidang Ilmu, maka judul yang saya usulkan adalah : Mekanisme Promosi Produk ARUM Pada Pegadaian Syariah Cabang Kota Bengkulu.

Bengkulu, 11 September 2015
Mahasiswa

Mengetahui,
Kajur/Sekjur

Pesri Isnaini, MA

Reduan Azari

CATATAN PERBAIKAN BIMBINGAN SKRIPSI

MAHASISWA

: REDUAN AZARI

NO. PUSAKA

: 211 313 7324

JUDUL SKRIPSI

: SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM / PERBANKAN SYARIAH
STUDI TERHADAP PROMOSI PRODUK ARRLIM
PADA PEGADAIAN SYARIAH CABANG Kota Bengkulu

DOSEN PEMBIMBING I

: Drs. NURUL HAK, MA

: 1966 0616 1995 031002

Tanggal	PERMASALAHAN	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
01/10 2015	Latar Belakang, dan Rumusan Masalah	- Perbaiki Sesuai saran	R
08/10 2015	Kutipan / Footnote, Referensi	- Disesuaikan dengan Sumber Aslinya	R
15/10 2015	BAB II	- Perbaiki Sesuai saran dan, lanjutkan BAB III	R
20/11 2015	BAB III	- Perbaiki Halaman 19, dan lanjutkan	R
29/01 2016	BAB IV dan BAB V	- Perbaiki Sesuai saran dan Lanjutkan Perbaiki Kesimpulan	R
07/01 2016			R
19/01 16	ace.	—	R
21/1 16	ace Ujra	-	R.

CATATAN PERBAIKAN BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA
 NIM
 JURUSAN
 JUDUL SKRIPSI

: REDUAN AZARI
 : 211 3137324
 : SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM / PERBANKAN SYARIAH
 : STUDI TERHADAP PROMOSI PRODUK ARRUM PADA
 : PEGADAIAN SYARIAH CABANG KOTA BENGKULU
 : HAIRIAH ELWARDAH, M.Ag
 : 197808072005012008

NAMA DOSEN PEMBIMBING II
 NIP.

No	Tanggal	PERMASALAHAN	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	30/9-2015	Latar Belakang.	perbaiki sesuai saran	tt
2.	2/10-2015	Daftar Is	ubah judul Bab II & Bab IV sesuai saran.	tt
3.	15/10-2015	BAB II	perbaiki penulisan dan Is di ubah sedikit	tt
4.	1/11-2015	BAB III	kitab hadis utk ngiklan hadis, penulisan perbaiki	tt
5.	13/11-2015	BAB III	ACC BAB III & lanjut ke Bab IV	tt
6.	7/12-2015	BAB IV	perhatikan penulisan spt kata beliau, dll	tt
7.	14/12-2015	BAB IV-I	penulisan msh ad yg kurang tepat	tt
8.	21/12-2015	Abstrak & Kesimpulan	perbaiki sesuai saran	tt
9.	12/01-2016		ACC ke pemb. I	tt

Pegadaian

Jl. S. Parman No. 21 C Kel. Kebun Kenanga Telp: 0736-347767

**Kembangkan Usaha dengan Angunan BPKB
Kendaraan Anda...!!**

**ARRUM dengan Ijarah 1 %
perbulan.**

PERSYARATAN KREDIT			
Persyaratan Kendaraan			Survey
1	Usaha tetap dan telah berjalan lebih dari 1 tahun		
2	Nomor Polisi POLDA/POLRES Bengkulu		
3	Kondisi kendaraan 80% standart (belum modifikasi)		
4	Kepemilikan BPKB atas nama sendiri		
5	Pajak Kendaraan Masih Aktif		Tahun 2010
6	Usia Kendaraan	Roda 2	5 th terakhir
		Roda 4	10 th terakhir
Persyaratan Administrasi			2 Lbr Copy
1	Fotocopy KTP suami istri *		2 Lbr Copy
2	Kartu Keluarga *		2 Lbr Copy
3	Buku Nikah *		1 Berkas
4	PBB / Rekening Listrik / PDAM (3 Bulan Terakhir) *		1 Berkas
5	Surat keterangan usaha asli dari Lurah setempat / copy SIUP / copy SITU / copy TDP / Surat Keterangan Lainnya *		2 Lbr Copy
6	BPKB & STNK*		1 Copy
7	Fotocopy buku tabungan 3 (tiga) bulan terakhir dari Bank		1 Lbr
8	Pas Foto Suami-Istri		1 Lbr Asli
9	Surat keterangan domisili dari Lurah jika alamat sekarang berbeda dengan KTP		1 Lbr Asli
10	Dokumen lainnya jika diperlukan		

NO	PINJAMAN	ANGSURAN		
		12 BULAN	18 BULAN	24 BULAN
1	2,000,000	186,700	131,200	103,400
2	3,000,000	280,000	196,700	155,000
3	3,500,000	326,700	229,500	180,900
4	4,000,000	373,400	262,300	206,700
5	4,500,000	420,000	295,000	232,500
6	5,000,000	466,700	327,800	258,400
7	5,500,000	513,400	360,600	284,200
8	6,000,000	560,000	393,400	310,000
9	6,500,000	606,700	426,200	335,900
10	7,000,000	653,400	459,000	361,700
11	7,500,000	700,000	491,700	387,500
12	8,000,000	746,700	524,500	413,400
13	8,500,000	793,400	557,300	439,200
14	9,000,000	840,000	590,000	465,000
15	9,500,000	886,700	622,800	490,800
16	10,000,000	933,400	655,600	516,600
17	10,500,000	980,000	688,400	542,400
18	11,000,000	1,026,700	721,200	568,200
19	11,500,000	1,073,400	754,000	594,000
20	12,000,000	1,120,000	786,800	619,800
21	12,500,000	1,166,700	819,600	645,600
22	13,000,000	1,213,400	852,400	671,400
23	13,500,000	1,260,000	885,200	697,200
24	14,000,000	1,306,700	918,000	723,000
25	14,500,000	1,353,400	950,800	748,800
26	15,000,000	1,400,000	983,600	774,600
27	15,500,000	1,446,700	1,016,400	800,400
28	16,000,000	1,493,400	1,049,200	826,200
29	16,500,000	1,540,000	1,082,000	852,000
30	17,000,000	1,586,700	1,114,800	877,800
31	17,500,000	1,633,400	1,147,600	903,600
32	18,000,000	1,680,000	1,180,400	929,400
33	18,500,000	1,726,700	1,213,200	955,200
34	19,000,000	1,773,400	1,246,000	981,000
35	19,500,000	1,820,000	1,278,800	1,006,800
36	20,000,000	1,866,700	1,311,600	1,032,600
37	20,500,000	1,913,400	1,344,400	1,058,400
38	21,000,000	1,960,000	1,377,200	1,084,200
39	21,500,000	2,006,700	1,410,000	1,110,000
40	22,000,000	2,053,400	1,442,800	1,135,800
41	22,500,000	2,100,000	1,475,600	1,161,600
42	23,000,000	2,146,700	1,508,400	1,187,400
43	23,500,000	2,193,400	1,541,200	1,213,200
44	24,000,000	2,240,000	1,574,000	1,239,000
45	24,500,000	2,286,700	1,606,800	1,264,800
46	25,000,000	2,333,400	1,639,600	1,290,600
47	25,500,000	2,380,000	1,672,400	1,316,400
48	26,000,000	2,426,700	1,705,200	1,342,200
49	26,500,000	2,473,400	1,738,000	1,368,000
50	27,000,000	2,520,000	1,770,800	1,393,800
51	27,500,000	2,566,700	1,803,600	1,419,600
52	28,000,000	2,613,400	1,836,400	1,445,400
53	28,500,000	2,660,000	1,869,200	1,471,200
54	29,000,000	2,706,700	1,902,000	1,497,000
55	29,500,000	2,753,400	1,934,800	1,522,800
56	30,000,000	2,800,000	1,967,600	1,548,600
57	30,500,000	2,846,700	1,999,900	1,574,400
58	31,000,000	2,893,400	2,032,700	1,600,200
59	31,500,000	2,940,000	2,065,500	1,626,000
60	32,000,000	2,986,700	2,098,300	1,651,800
61	32,500,000	3,033,400	2,131,100	1,677,600
62	33,000,000	3,080,000	2,163,900	1,703,400
63	33,500,000	3,126,700	2,196,700	1,729,200
64	34,000,000	3,173,400	2,229,500	1,755,000
65	34,500,000	3,220,000	2,262,300	1,780,800
66	35,000,000	3,266,700	2,295,100	1,806,600
67	35,500,000	3,313,400	2,327,900	1,832,400
68	36,000,000	3,360,000	2,360,700	1,858,200
69	36,500,000	3,406,700	2,393,500	1,884,000
70	37,000,000	3,453,400	2,426,300	1,909,800
71	37,500,000	3,500,000	2,459,100	1,935,600
72	38,000,000	3,546,700	2,491,900	1,961,400
73	38,500,000	3,593,400	2,524,700	1,987,200
74	39,000,000	3,640,000	2,557,500	2,013,000
75	39,500,000	3,686,700	2,590,300	2,038,800
76	40,000,000	3,733,400	2,623,100	2,064,600
77	40,500,000	3,780,000	2,655,900	2,090,400
78	41,000,000	3,826,700	2,688,700	2,116,200
79	41,500,000	3,873,400	2,721,500	2,142,000
80	42,000,000	3,920,000	2,754,300	2,167,800
81	42,500,000	3,966,700	2,787,100	2,193,600
82	43,000,000	4,013,400	2,819,900	2,219,400
83	43,500,000	4,060,000	2,852,700	2,245,200
84	44,000,000	4,106,700	2,885,500	2,271,000
85	44,500,000	4,153,400	2,918,300	2,296,800
86	45,000,000	4,200,000	2,951,100	2,322,600
87	45,500,000	4,246,700	2,983,900	2,348,400
88	46,000,000	4,293,400	3,016,700	2,374,200
89	46,500,000	4,340,000	3,049,500	2,400,000
90	47,000,000	4,386,700	3,082,300	2,425,800
91	47,500,000	4,433,400	3,115,100	2,451,600
92	48,000,000	4,480,000	3,147,900	2,477,400
93	48,500,000	4,526,700	3,180,700	2,503,200
94	49,000,000	4,573,400	3,213,500	2,529,000
95	49,500,000	4,620,000	3,246,300	2,554,800
96	50,000,000	4,666,700	3,279,100	2,580,600
97	50,500,000	4,713,400	3,311,900	2,606,400
98	51,000,000	4,760,000	3,344,700	2,632,200
99	51,500,000	4,806,700	3,377,500	2,658,000
100	52,000,000	4,853,400	3,410,300	2,683,800

Kami Berhak Menolak Setiap Permohonan Kredit Yang Tidak Memenuhi Persyaratan Tanpa Memberikan Alasan

ARRUM (Gadai BPKB/Emas)

Adalah pembiayaan dengan sistem angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Mikro, Kecil & Menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem jaminan BPKB kendaraan bermotor.

KEUNGGULAN

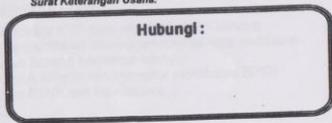
- Cepat dan Mudah
- Pinjaman Mulai dari 2 juta hingga 150 juta
- Proses kredit sekitar 3 hari, dan dana dapat segera cair
- Ujrah (sewa titip) relatif murah dengan angsuran flat (tetap) tiap bulannya
- Jangka waktu fleksibel : 12 bulan, 18 bulan, 24 bulan, atau 36 bulan
- Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon
- Saat lunas BPKB langsung diterima

PERSYARATAN

- Memiliki usaha yang memenuhi kriteria kelayakan
- Fotokopi KTP Suami / Istri
- Fotokopi Kartu Keluarga
- Surat Keterangan Usaha Lurah/SITU/SIUP/TDP/NPWP
- PBB, Rekening Listrik/tepon
- Fotokopi BPKB
- Fotokopi STNK
- Pasfoto terbaru

Catatan: Untuk jaminan emas tidak perlu melengkapi Surat Keterangan Usaha.

Hubungi :



ILUSTRASI ANGSURAN ARRUM

**Jika pinjaman maksimal*

NO	PINJAMAN	ANGSURAN		
		12 BULAN	18 BULAN	24 BULAN
1	2,000,000	187,000	132,000	104,000
2	3,000,000	280,000	197,000	155,000
3	3,500,000	327,000	230,000	181,000
4	4,000,000	374,000	263,000	207,000
5	4,500,000	420,000	295,000	233,000
6	5,000,000	467,000	328,000	259,000
7	5,500,000	514,000	361,000	285,000
8	6,000,000	560,000	394,000	310,000
9	6,500,000	607,000	427,000	336,000
10	7,000,000	654,000	459,000	362,000
11	7,500,000	700,000	492,000	388,000
12	8,000,000	747,000	525,000	414,000
13	9,000,000	840,000	590,000	465,000
14	10,000,000	934,000	656,000	517,000
15	15,000,000	1,400,000	984,000	775,000
16	20,000,000	1,867,000	1,312,000	1,034,000
17	25,000,000	2,334,000	1,639,000	1,292,000
18	30,000,000	2,801,000	1,966,000	1,550,000
19	35,000,000	3,268,000	2,293,000	1,808,000
20	40,000,000	3,735,000	2,620,000	2,066,000

Catatan: Besar angsuran dapat berubah sesuai taksiran barang jaminan.

Murah.....
Ujrah setara ± 1% per bulan

AMANAH

Pembiayaan Pembelian Kendaraan

Adalah pembiayaan pembelian kendaraan bermotor untuk Anda para Pegawai negeri Sipil (PNS), karyawan tetap dan pengusaha mikro. Nikmati fasilitas pembiayaan dengan biaya bersaing, lebih murah, dan lebih mudah.

KEUNGGULAN

- Proses Cepat dan Mudah
- Biaya murah setara ± 1%
- Jangka waktu fleksibel : 12 bulan, 18 bulan, 24 bulan, atau 36 bulan
- Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon
- Saat lunas BPKB langsung diterima

PERSYARATAN

- Fotokopi SK Pengangkatan
- Fotokopi KTP Suami / Istri
- Fotokopi Kartu Keluarga
- Surat Keterangan dari Atasan
- PBB, Rekening Listrik/tepon
- Pasfoto terbaru
- Untuk UMKM, mempunya usaha minimal 1 tahun jalan.



REMITTANCE

KIRIM UANG TANPA REKENING

Manfaatkan fasilitas transfer (kirim dan terima) uang dalam dan luar negeri tanpa perlu membuka rekening, lebih mudah dengan Pegadaian Syariah.



RAHN

(Gadai Syariah)



Pinjaman dengan sistem gadai syariah yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan produktif maupun kebutuhan konsumtif, dengan jaminan berupa emas perhiasan / batangan, alat elektronik, dan kendaraan bermotor.

KEUNGGULAN

- Prosedur mudah, cukup bawa barang berharga beserta KTP atau identitas resmi lainnya
- Proses pinjaman cepat
- Pinjaman mulai 20 ribu sampai 500 juta
- Jangka waktu pinjaman maksimum 4 bulan atau 120 hari, dapat diperpanjang dengan cara membayar sewa titip atau mengangsur sebagian pinjaman
- Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu
- Tidak perlu buka Rekening, Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai
- Barang jaminan diasuransikan
- Tarif ujrah (sewa titip) kompetitif per 10 hari
- Pengembalian hasil kelebihan lelang

PERSYARATAN

- Fotokopi KTP atau identitas resmi lainnya
- Menyerahkan barang jaminan berupa perhiasan atau barang berharga lainnya
- Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli kendaraan.

MULIA

PILIHAN TEPAT INVESTASI ABADI



Adalah layanan yang memfasilitasi kepemilikan emas batangan bersertifikat Antam secara tunai, angsuran, dan arisan.

Keuntungan Investasi Logam Mulia

- Pembelian emas dengan cara tunai/angsuran/arisan
- Investasi emas yang sangat menguntungkan melalui perusahaan resmi, berpengalaman, dan terpercaya
- Emas bersertifikat dari PT Antam Tbk
- Jangka waktu angsuran hingga 3 tahun
- Mudah diuangkan dengan cara digadaikan atau dijual kembali
- Tersedia aneka pilihan Logam Mulia dengan berat: 5 gr, 10 gr, 25 gr, 100 gr, 250 gr dan 1 Kg
- Bila nasabah menginginkan dan keamanan, logam mulia bisa dititipkan kembali di Pegadaian Syariah untuk disimpan

Persyaratan Umum

- Menyerahkan copy KTP / Identitas resmi lainnya
- Mengisi Formulir Aplikasi Mulia
- Menyerahkan uang muka
- Menandatangani Akad Mulia

SIMULASI HARGA CASH / KREDIT LOGAM MULIA

Jumlah Logam Mulia	Tempo 2 bulan		Tempo 3 bulan		Tempo 6 bulan		Tempo 12 bulan	
	Angsuran per Bulan							
5 gram	318,000	318,000	318,000	318,000	318,000	318,000	318,000	
10 gram	636,000	636,000	636,000	636,000	636,000	636,000	636,000	
25 gram	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000	1,590,000	
50 gram	3,180,000	3,180,000	3,180,000	3,180,000	3,180,000	3,180,000	3,180,000	
100 gram	6,360,000	6,360,000	6,360,000	6,360,000	6,360,000	6,360,000	6,360,000	
250 gram	15,900,000	15,900,000	15,900,000	15,900,000	15,900,000	15,900,000	15,900,000	
500 gram	31,800,000	31,800,000	31,800,000	31,800,000	31,800,000	31,800,000	31,800,000	
1000 gram	63,600,000	63,600,000	63,600,000	63,600,000	63,600,000	63,600,000	63,600,000	

Ujrah per bulan Logam Mulia minimal setara tiga bulan atau dua tahun @ 10% (untuk pembelian tunai/angsuran/arisan) dan 12% (untuk pembelian kredit).
*Logam Mulia kadar 999,9 (99,99% emas murni) bersertifikat dari PT. Antam Tbk (Antam).
*Uang muka minimal 25% dari total pinjaman.
*Batas maksimal pinjaman maksimal 100% dari nilai jaminan.
*Batas maksimal pinjaman maksimal 100% dari nilai jaminan.
*Batas maksimal pinjaman maksimal 100% dari nilai jaminan.
*Batas maksimal pinjaman maksimal 100% dari nilai jaminan.



Pegadaian Syariah

SIMULASI ANGSURAN LOGAM MULIA (LM) / EMAS BATANGAN

Tanggal 10-Sep-2015

1 GRAM	
569,900	
Uang Muka 20%	Angsuran per Bulan
111,200	171,432
111,200	88,206
111,200	46,668
111,200	32,882
111,200	26,037
111,200	19,282

5 GRAM		
2,700,875		
Beli Tunai	Uang Muka 20%	Angsuran per Bulan
Secara Kredit	527,000	747,675
3 bulan	527,000	747,675
6 bulan	527,000	384,699
12 bulan	527,000	203,535
18 bulan	527,000	143,411
24 bulan	527,000	113,556
36 bulan	527,000	84,096

10 GRAM		
5,350,500		
Beli Tunai	Uang Muka 20%	Angsuran per Bulan
Secara Kredit	1,044,000	1,464,168
3 bulan	1,044,000	1,464,168
6 bulan	1,044,000	753,355
12 bulan	1,044,000	398,582
18 bulan	1,044,000	280,841
24 bulan	1,044,000	222,376
36 bulan	1,044,000	164,685

25 GRAM	
13,299,375	
Uang Muka 20%	Angsuran per Bulan
2,595,000	3,613,647
2,595,000	1,859,321
2,595,000	983,723
2,595,000	693,131
2,595,000	548,835
2,595,000	406,451

50 GRAM		
26,547,500		
Beli Tunai	Uang Muka 20%	Angsuran per Bulan
Secara Kredit	5,180,000	7,196,113
3 bulan	5,180,000	7,196,113
6 bulan	5,180,000	3,702,599
12 bulan	5,180,000	1,958,957
18 bulan	5,180,000	1,380,282
24 bulan	5,180,000	1,092,935
36 bulan	5,180,000	809,395

100 GRAM		
53,043,750		
Beli Tunai	Uang Muka 20%	Angsuran per Bulan
Secara Kredit	10,350,000	14,361,043
3 bulan	10,350,000	14,361,043
6 bulan	10,350,000	7,389,153
12 bulan	10,350,000	3,909,426
18 bulan	10,350,000	2,754,583
24 bulan	10,350,000	2,181,134
36 bulan	10,350,000	1,615,283

LAS GADAI EMAS (ARRAHN)

Pinjaman	Ijarah Per 10 hari*	Biaya Adm
2,000,000	2,500	2,000
3,000,000	7,800	8,000
4,000,000	19,300	15,000
5,000,000	38,600	25,000
6,000,000	77,174	40,000
7,000,000	115,800	60,000
8,000,000	154,348	80,000
9,000,000	168,500	100,000
10,000,000	337,000	100,000

Pegadaian Syariah

PT. Pegadaian (Persero) Cabang
Syariah Simpang Sekip Bengkulu

Jalan S. Parman No. 21 C RT. 09 RW. 03
Telp/Faks. 0736-347767
HP. 0852-6754-4123 (ZUL)
HP. 0821-8049-7096 (RIA)
HP. 0852-6755-0469 (MIKA)
suratsekip@yahoo.co.id
<http://www.pegadaian.co.id>

SIMULASI GADAI BPKB (ARRUM)

Pinjaman	Angsuran (12 bulan)	Angsuran (24 bulan)
3,000,000	280,000	155,000
4,000,000	373,400	206,700
5,000,000	466,700	258,400
7,500,000	700,000	387,500
10,000,000	933,400	516,700
20,000,000	1,866,700	1,033,400
25,000,000	2,333,400	1,291,700
50,000,000	4,666,700	2,583,400
100,000,000	9,333,400	5,166,700

Syarat & Ketentuan :

- Memiliki usaha yg telah berjalan minimal 1 tahun
- Plat nomor BENGKULU & pajak msh berlaku
- Motor usia maks 5 thn, Mobil maks 10 thn (prod Jepang)
- Fotokopi KTP suami-istri, KK, SKU, BPKB, & STNK
- Proses maksimal 3 hari setelah disurvei

AYO MENABUNG EMAS



Mengapa anda perlu berinvestasi emas ?

Emas mudah diuangkan dimanapun & kapanpun
Nilai Emas tidak tergerus oleh inflasi & krisis moneter
Harga Emas relatif stabil, bahkan cenderung naik (15-25% per thn)
Emas merupakan pelindung asset & portofolio perusahaan Anda
Emas dapat membantu mewujudkan niat mulia Anda seperti:
umrah, naik haji, pendidikan anak, menikah, memiliki rumah/
kendaraan, mengembangkan usaha, persiapan pensiun, dsb.

Syarat & Ketentuan :

- Fotokopi KTP KK & Materai
- UM 20% s/d 90%
- Fisik emas diserahkan setelah angsuran lunas
- Kadar Emas 24K/99.99%
- Harga sewaktu-waktu berubah

layani Transaksi Pembayaran dan Pembelian Pulsa.

IDENTITAS PENULIS



Nama : Reduan Azari

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam

Alamat : Desa Padang Lebar, Kecamatan Pino, Kabupaten
Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu

Nama Orang Tua

Ayah : So'an. R

Ibu : Najasia

Pembimbing I : Drs. Nurul Hak, M.A.

Pembimbing II : Khairiah Elwardah, M.Ag

Judul Skripsi : Studi Tentang Promosi Produk Arrum di Pegadaian
Syariah Cabang Kota Bengkulu.