BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan lalu lintas pembayaran dan pengalihan dana dalam roda perekonomian dan juga berperan sebagai lembaga intermediasi yang menghubungkan antara unit defisit dengan unit surplus.[1] Lembaga keuangan terdiri dari lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan non bank diantaranya asuransi syariah, pasar modal syariah, koperasi syariah, dan pegadaian syariah yang saat ini berkembang semakin pesat. Pegadaian Syariah merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa dan pada saat ini tumbuh dengan cepat menjadi bagian dari kehidupan keuangan didunia Islam. Pegadaian syariah adalah salah satu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kepada masyarakat atas dasar hukum Gadai.[2]Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1150 : Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang yang bergerak.[3]

Dalam istilah fiqh Islam (*rahn*) : Suatu barang yang dijadikan peneguh atau penguat kepercayaan dalam utang-piutang. Barang itu boleh dijual kalau

---

[1] Nur Lailah, Dkk., *Lembaga Keuangan Islam Non Bank,* (Sidoarjo : IAIN Sunan Ampel Press, 2013), 8.
[2] Ibid., 39.
[3] Nur Lailah, Dkk, *Lembaga Keuangan Non Bank* ..., 40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak terbayar, hanya penjualan itu hendaklah dengan keadilan (dengan harga yang berlaku sebagai penjamin secara hak, tetapi dapat diambil kembali secara tebusan. Menurut An-Nabhani, rahn berarti tetap berlangsung menahan sesuatu barang sebagaimana tanggungan utang.[4] sebagaimana lembaga yang berlabel syariah, Pegadaian Syariah juga mengacu kepada syariah Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW. Adapun landasan yang dipakai adalah :

Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 283 :

۞ وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم بَعۡضٗا فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي ٱؤۡتُمِنَ
أَمَٰنَتَهُۥ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥۗ وَلَا تَكۡتُمُواْ ٱلشَّهَٰدَةَۚ وَمَن يَكۡتُمۡهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٞ قَلۡبُهُۥۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ عَلِيمٞ
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 Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan."[5]

[4] Nur Lailah, Dkk, *Lembaga Keuangan Non Bank* ..., 40.
[5] Al-Qur'an in word QS Al-Baqarah : 283

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Al-Hadist

Sabda Rasulullah SAW:

Dari Anas, Ia berkata: " Rasulullah telah merungguhkan baju besi beliau kepada seseorang Yahudi Madinah sewaktu beliau mengutang Sya'ir (Gandum) dari seorang Yahudi untuk ahli rumah beliau. (HR. Ahmad, Bukhari, Nasa'i, dan Ibnu Majah).

Dari Aisyah r.a Rasulullah bersabda: Rasulullah membeli makanan dari seseorang yahudi dan meminjamkan kepadanya baju besi. (HR Bukhari dan Muslim).[6]

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan di Indonesia dapat dikategorikan cepat dan yang menjadi salah satu faktornya adalah adanya keyakinan pada masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam.[7] Riba merupakan suatu tambahan lebih dari modal asal, biasanya transaksi riba sering dijumpai dalam transaksi hutang-piutang dimana kreditor meminta tambahan dari modal asal kepada debitor, tidak dapat dinafikan bahwa dalam jual beli juga sering terjadi praktek riba seperti melebihkan atau mengurangkan timbangan atau dalam takaran.[8]

Hingga saat ini, pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang pesat, melihat ada 2 kantor cabang dan 18 kantor unit pembantu cabang pegadaian syariah yang tersebar di beberapa wilayah di Surabaya. Dua kantor cabang di Surabaya adalah Pegadaian Syariah Baba'an dan Pegadaian syariah Blauran. Pegadaian Syariah Cabang Blauran, berlokasi di Jalan

---

[6] Nur Lailah, Dkk, *Lembaga Keuangan Non Bank* ..., 41
[7] Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah,* (Jakarta: Alvabet, 2002), 8.
[8] Wasilul Chair, " Riba Dalam Perspektif Islam", *Jurnal*, 5 (September, 2008), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Blauran No. 74-76 Surabaya. Letaknya lebih strategis karena berada ditengah-tengah pusat perbelanjaan yaitu antara pasar tradtional dan pasar modern. Sehingga Pegadaian Syariah sangat berperan bagi pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Karena banyak pedagang yang meminjam modal di Pegadaian Syariah untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, Pegadaian Syariah Cabang Blauran juga menerapkan segmentasi pasar terhadap poduk-produknya sehingga dapat lebih mudah untuk mengarahkan sasaran nasabarhnya.

Produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya saat ini beraneka ragam, di antaranya adalah Ar-Rahn, Ar-Ruum, Amanah, Mulia, Amanah serta produk yang terbaru adalah Tabungan Emas dan Arrum Haji. Ar-Rahn adalah skim pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan danadengan sistem gadai sesuai syariah dengan barang jaminan berupa emas, perhiasan dan berlian. Adapun Ar-Ruum yaitu Ar-Rahn untuk usaha mikro/kecil yaitu skim pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil/motor. Adapun Amanah merupakan produk pegadaian syariah dalam memberikan pinjaman untuk kepemilikan bermotor, produk ini menerapkan sistem syariah dengan akad *murabahah.* Adapun MULIA kepanjangan dari Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi. Produk MULIA memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan logam mulia oleh pegadaian syariah kepada masyarakat secara tunai atau dengan pola angsuran dengan proses cepat dalam jangka waktu tertentu yang fleksibel. Kemudian Arrum Haji adalah pembiayaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

syariah untuk melaksanakan ibadah haji. Bentuk pembiayaan dari Arrum Haji ini merupakan pinjaman dari pegadaian syariah sebesar Rp. 25.000.000 dalam bentuk tabungan haji. Selanjutnya yang terakhir Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.[9]

Produk pegadaian syariah yang baru saja dalam tahap pengembangan yaitu Arrum Haji dan Tabungan Emas. Tabungan emas merupakan salah satu solusi bagi para masyarakat yang tertarik untuk berinvestasi emas batangan tetapi memiliki dana terbatas. Disamping itu, harga emas yang cenderung naik dari tahun ketahun adalah alasan lain yang membuat masyarakat tertarik untuk berivestasi logam mulia. Produk tabungan emas ini adalah hasil pengembangan dari produk Mulia. Produk Mulia menawarkan layanan penjualan logam mulia dengan cara angsuran dengan syarat membayar uang muka sesuai kesepakatan akad. Sedangkan Tabungan Emas sudah bisa membeli emas mulai harga 5000 rupiah dan akan di konversikan ke dalam emas seberat 0,01 gram. Selanjutnya emas tersebut akan dititipkan ke pegadaian syariah dalam bentuk tabungan emas. Emas dapat diambil sewaktu-waktu jika nasabah menginginkan penarikan fisik emas, minimal emas telah mencapai berat 5 gram. Tetapi apabila nasabah menginginkan dana tunai, maka saldo titipan emas dapat dijual kembali (buyback) ke Pegadaian dengan minimal penjualan 1 gram.

[9] Brosur produk Pegadaian Syariah tahun 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menghadapi persaingan antar lembaga keuangan lain, maka setiap perusahaan harus mampu melakukan adaptasi yang tepat terhadap kondisi pasar yang selalu berubah-ubah. Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun baik yang berorientasi terhadap perolehan laba jangka panjang maupun perusahaan nirlaba membutuhkan apa yang disebut dengan pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat dipasarkan seperti ide, kejadian, organisasi tempat dan kepribadian. Namun yang penting untuk ditekankan bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran, tetapi dengan pencarian peluang pasar.[10]

Perusahaan yang baik sudah pasti memiliki manajemen yang baik dalam pengelolaannya. Manajemen diperlukan untuk mengkoordinasikan semua kegiatan yang ada dalam perusahaan agar menghasilkan suatu totalitas/tindakan yang efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Untuk memahami dan mengerti dengan baik alat-alat manajemen yang dibutuhkan bagi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan, maka diperlukan program pemasaran yang lebih tepat dan optimal.

Strategi yang sangat penting dalam mengembangkan program pemasaran ialah melakukan segmentasi pasar. Dengan segmentasi pasar diharapkan usaha-usaha pemasaran yang dilakukan dapat mencapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif. Segmentasi pasar dikembangkan untuk

[10] Hendra, et al., *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid I. (Jakarta: PT Prehanlindo, 1997), 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memilih salah satu pasar sasaran yang bisa diidentifikasi dari berbagai sudut pandang seperti demografi, prilaku, psikografi dan variabel-variabel lain yang relevan. Menurut Assael (1992) Segmentasi pasar ialah mengidentifikasi konsumen dengan kebutuhan yang sama dan memenuhi kebutuhan itu dengan menawarkan produk. asumsi yang mendasari strategi ini ialah perusahaan dapat lebih baik memaksimumkan profit dengan mengembangkan produk untuk memenuhi kebutuhan segmen spesifik daripada memperkenalkan produk tunggal untuk seluruh pasar. produk, iklan, penetapan harga, dan strategi distribusi dikembangkan menurut kebutuhan dan karakteristik segmen spesifik.[11]

Segmentasi pasar yaitu mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelompokkan pasar ke dalam segmen yang beragam. Melalui segmentasi pasar, perusahaan menentukan jenis produk dan peruntukannya secara lebih spesifik. Penentuan target pasar yaitu adalah penentuan kelompok pasar yang dijadikan sasaran dalam memasarkan produk.

Berdasarkan pengamatan di lapangan meski produk tabungan emas terbilang produk yang masih baru, karena produk tabungan emas di*launching* pada bulan Desember 2015 namun antusias minat masyarakat sangat tinggi, hal itu dibuktikan dengan pencapaian target. Peningkatan minat masyarakat salah satunya karena dipengaruhi oleh strategi pemasaran, maka berkaitan dengan pernyataan tersebut, peran segmentasi pasar sangat dibutuhkan sebagai dasar perencanaan dalam pengembangan produk tabungan emas di Pegadaian syariah yang lebih terarah, terpadu dan optimal. Sebaliknya jika disuatu perusahaan tidak

[11] Sutisna, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran,*(Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2002), 248.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menerapkan segmentasi pasar maka kurang efektif dan tidak optimal dalam memasarkan produknya. Sehingga penulis sangat tertarik untuk mengetahui segmentasi pasar pada produk tabungan emas yang diterapkan di Pegadaian Syariah tersebut. Berdasarkan uraian di atas, maka pembahasan ini layak untuk diangkat dan dikaji melalui penelitian dan menuangkannya kedalam bentuk skripsi dengan judul **"Analisis Penerapan Segmentasi Pasar Pada Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya**".

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah yang muncul adalah :

1. Analisis strategi pemasaran pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.
2. Penerapan segmentasi pasar pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.
3. Analisis segmentasi pasar pada produk tabungan emas dalam upaya menarik minat nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.
4. Minat nasabah terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.
5. Aplikasi produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Baluaran Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini akan dilakukan pembatasan masalah agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus. Penelitian ini terfokus pada penerapan segmentasi pasar pada produk tabungan emas beserta analisisnya dalam upaya menarik minat nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut?

1. Bagaimana penerapan segmentasi pasar di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya?
2. Bagaimana analisis segmentasi pasar pada produk tabungan emas dalam upaya menarik minat nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada. Berdasarkan deskripsi tersebut, posisi penelitian yang akan dilakukan harus dijelaskan.[12]

---

[12] Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi : Edisi Revisi Cetakan ke IX*, (Surabaya, 2014), 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Penelitian oleh Kathrin Irvimena yang berjudul "Analisis Segmen Pasar dan Perilaku Nasabah Terhadap Bank Syariah di Wilayah DKI Jakarta"[13], hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peneliti telah menjadikan wilayah DKI Jakarta sebagai segmen pasar serta targetnya, sehingga perbankan syariah di Wilayah DKI Jakarta juga harus menentukan possitioning agar dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas dari perbankan syariah itu sendiri. Konsep yang di gunakan yaitu *segmenting, targeting, possitioning* dan untuk meningkatkan kualitasnya menggunakan konsep strategi pemasaran agar pemasarannya lebih efektif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah kajian pustaka yakni segmentasi pasar dengan menggunakan teori pemasaran, segmentasi pasar dan minat konsumen. Sedangkan Perbedaannya, pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan menggunakan metode kualitatif. Selain itu perbedaannya pada subyek penelitian, yakni pada penelitian ini di bank syariah wilayah DKI Jakarta dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Pegadaian Syariah cabang Blauran Surabaya.
2. Penelitian oleh Khoprianti Puspitaning Hapsari yang berjudul "Analisis Strategi Segmentasi Perbankan syariah (studi kasus PT Bank Syariah Mandiri Yogyakarta).[14] Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan Dalam penelitian ini kesimpulannya adalah PT Bank Syariah Mandiri Yogyakarta

[13] Kathrin Irviana,"Analisis Segmen Pasar dan Perilaku Nasabah Terhadap Bank Syariah di Wilayah DKI Jakarta", *Jurnal*, 5 (2 Oktober 2008), 94.
[14] Khopriyanti Puspitaning Hapsari, "Analisis Strategi Segmentasi Perbankan syariah (studi kasus PT Bank Syariah Mandiri Yogyakarta)" (Tesis—Universitas Gajah Mada, 2005), 88.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ingin menentukan segmen beserta target nasabahnya, sehingga setelah menentukan target nasabahnya, PT Bank Syariah Mandiri Yogyakarta dapat memberikan kontribusi pelayanan yang lebih optimal. Selain itu, yang lebih penting adalah dapat mempertahankan atau dapat menarik minat nasabah. Penelitian ini menggunakan konsep Segmenting, Targeting dan Positioning. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah kajian pustaka yakni segmentasi pasar dengan menggunakan teori pemasaran, segmentasi pasar dan perilaku konsumen. Perbedaannya, pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan menggunakan metode kualitatif. Selain itu perbedaannya pada subyek penelitian, yakni pada penelitian ini di PT Bank Syariah Mandiri Yogyakarta dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

3. Peneltian oleh Novia Cahya yang berjudul " Analisis Deskriptif Segmentasi Pasar Berdasarkan Prilaku Konsumen Pada Perbankan Syariah Di Kota Jambi"[15] Dalam penelitian ini kesimpulannya adalah Perbankan Syariah di Kota Jambi ingin menentukan segmen beserta target nasabahnya berdasarkan perilaku konsumen, hal ini dilakukan agar dapat mengoptimalkan perkembangan perbankan syariah di kota jambi. Selain itu, yang lebih penting adalah dapat mempertahankan atau dapat menarik minat nasabah. Penelitian ini menggunakan konsep Segmenting, Targeting dan Positioning. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang

[15] Novia cahya, " Analisis Deskriptif Segmentasi pasar berdasarkan prilaku konsumen pada perbankan syariah di kota jambi", *Jurnal,4* (14 Juli 2015), 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan adalah kajian pustaka yakni segmentasi pasar dengan menggunakan teori pemasaran, segmentasi pasar dan perilaku konsumen. Perbedaannya, pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan menggunakan metode kualitatif. Selain itu perbedaannya pada subyek penelitian, yakni pada penelitian ini di Perbankan Syariah Di Kota Jambi dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

4. Penelitian oleh Dadang Munandar yang berjudul "Analisis Penentuan Segmen, Target, dan Posisi Pasar Home Care di Rumah Sakit Al-Islam Bandung"[16], Dalam penelitian ini kesimpulannya adalah Rumah Sakit Al-Islam ingin menentukan target pasiennya, sehingga setelah menentukan target pasiennya, Rumah Sakit Al-Islam dapat memberikan pengobatan dan perawatan yang lebih optimal serta diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pasiennya. Selain itu, yang lebih penting adalah dapat mempertahankan atau dapat menarik pelanggan baru Rumah Sakit al-Islam. Penelitian ini menggunakan konsep Segmenting, Targeting dan Positioning. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah kajian pustaka yakni segmentasi pasar dengan menggunakan teori pemasaran, segmentasi pasar dan minat konsumen. Sedangkan Perbedaannya, subyek penelitian pada penelitian ini yaitu di rumah sakit Al-Islam dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Pegadaian Syariah cabang Blauran Surabaya.

[16] Dadang Munandar, "Analisis Penentuan Segmen, Target, dan Posisi Pasar Home Care di Rumah Sakit Al-Islam Bandung", *Jurnal*, 2 (5 September 2013), 243.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Penelitian oleh Afif Roisa Rahman, yang berjudul "Strategi Segmentasi pasar Salma Radio 103,3 FM (Studi Analisis Dekriptif Terhadap Salma Radio 10,3 FM)"[17], Kesimpulannya dalam mecapai sasaran Audiens, Strategi Segmentasi Pasar yang digunakan dalam Salma Radio meliputi Penentuan segmentasi pasar, penetapan sasaran (*targeting*), penempatan (*possitioning*) Salma Radio. Dengan adanya strategi segmentasi pasar, Radio Salma mengetahui sasaran audiennya sehingga dapat meningkatkan jumlah minat masyarakat dalam menikmati siarannya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah kajian pustaka yakni segmentasi pasar dengan menggunakan teori pemasaran, segmentasi pasar dan minat konsumen. Sedangkan Perbedaannya, subyek penelitian pada penelitian ini yaitu Salma Radio 10,3 FM dan pada penelitian yang sedang dilakukan di Pegadaian Syariah cabang Blauran Surabaya.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan segmentasi pasar produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

[17] Afif Roisa Rahman, "Strategi Segmentasi pasar Salma Radio 103,3 FM (Studi Analisis Dekriptif Terhadap Salma Radio 10,3 FM" (Skripsi--UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013), 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Untuk mengetahui analisis segmentasi pasar pada produk tabungan emas dalam upaya menarik minat nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan hasil penelitian memuat uraian yang mempertegas bahwa masalah penelitian bermanfaat, baik dari segi teoritis maupun praktis.[18] Sehingga hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat baik bagi peneliti maupun bagi pembaca, diantaranya sebagai berikut:

1. Aspek keilmuan (teoretis)

   Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan mengenai analisis segmentasi pasar dalam uapaya menarik minat nasabah di Pegadaian Syariah.

2. Aspek terapan (praktis)

   Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan kajian serta pertimbangan bagi :

   a. Bagi Peneliti

      Menambah wawasan dan pengetahuan dalam penerapan segmentasi pasar tabungan emas dalam upaya menarik minat nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

[18] Ibid.,9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dan sebagai bahan rujukan tambahan referensi atau perbandingan penelitian selanjutnya bagi bidang studi Ekonomi Syariah mengenai segmentasi pesar di pegadaian syariah dalam memasarkan produknya.

c. Bagi Praktisi

Menjadi bahan informasi, manfaat dan mengetahui segmentasi pasar yang diterapkan di pegadaian syariah, juga dapat menjadi bahan evaluasi serta masukan untuk lebih memajukan lagi industri gadai syariah tersebut.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional memuat penjelasan tentang pengertian yang bersifat operasional dari konsep/variabel penelitian sehingga bisa dijadikan acuan dalam menelusuri, menguji atau mengukur variabel tersebut melalui penelitian.[19] Berikut ini definisi operasional yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai berikut:

1. Segmentasi Pasar adalah mengidentifikasikan konsumen dengan kebutuhan yang sama dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan itu dengan menawarkan produk. Asumsi yang mendasari strategi ini adalah perusahaan dapat lebih baik memaksimumkan profit dengan mengembangkan produk untuk

[19] Ibid., 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memenuhi kebutuhan segmen spesifik daripada memperkenalkan produk tunggal untuk seluruh pasar.[20] Dalam hal ini segmentasi pasar yang dimaksud adalah pengelompokan segmen-segmen nasabah dari produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya sehingga dapat diketahui target nasabah produk tabungan emas beserta analisisnya dalam meningkatkan jumlah nasabah.

2. Tabungan emas adalah salah satu produk di Pegadaian Syariah yang menawarkan jasa layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan mulai harga 5000 an.[21] Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip sedangkan Pegadaian Syariah Baluran Surabaya bertindak sebagai pihak yang dititipi.
3. Minat Nasabah adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. [22] Dalam hal ini adalah minat nasabah terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.
4. Pegadaian Syariah adalah salah satu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kepada masyarakat.[23]

---

[20] Teddy Prawitra, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran,* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2002). 248.
[21] Brosur Tabungan Emas Tahun 2016.
[22] Bimo Walgito, *Psikologi Umum,* (Yogyakarta: Fak.Psikologi UGM, 1997), 38.
[23] Nur Lailah, et al., *Lembaga Keuangan Islam Non Bank,* (Sidoarjo : IAIN Sunan Ampel Press, 2013), 40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan uraian di atas maka maksud judul peneliti ini adalah menjelaskan tentang Analisis Penerapan Segmentasi Pasar Pada Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

H. Metode Penelitian

1. Data yang dikumpulkan

   Data yang dikumpulkan yakni data yang perlu dihimpun untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Adapun data yang dikumpulkan antara lain :

   a. Data yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah data tentang segmentasi pasar pada produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

   b. Data yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah data mengenai analisis segmentasi pasar pada produk tabungan emas dalam upaya menarik minat nasabah pada Pegadaian Syariah Blauran Surabaya.

2. Sumber Data

   Sumber data disini adalah tempat atau orang dimana data tersebut dapat diperoleh. Adapun sumber data yang dipakai penelitian ini adalah sebagai berikut :

   a. Sumber Data Primer

      Sumber data primer yaitu subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau pengambilan data secara langsung atau yang dikenal dengan wawancara.[24] Yaitu dari pihak Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya khususnya Manager di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, yaitu berupa data tentang segmentasi pasar produk tabungan emas dan data jumlah nasabah.

b. Sumber Data Sekunder

Informasi yang telah dikumpulkan pihak lain, jadi peneliti bertindak sebagai pemakai data.[25] Di antaranya, data yang diperoleh dari litteratur-literatur kepustakaan, buku-buku antara lain: Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen &Komunikasi Pemasaran, Psikologi Umum, Lembaga keuangan Islam Non Bank dan sumber lainnya yang relevan dalam pembahasan di dalam skripsi ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini:

Penelitian ini bersifat kualitatif, secara lebih rinci teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagi berikut:

a. Wawancara

wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang di wawancarai.[26]

[24] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian,* (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2004), 91.
[25] Ibid. 91.
[26] Ibid., 133.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung baik secara struktur maupun bebas dengan pihak Pegadaian Syariah, terkait dengan penerapan segmentasi pasar pada produk tabungan emas dalam upaya meningkatkan minat nasabah kepada Manager di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. Teknik ini digunakan pada saat studi pendahuluan dan pada saat penelitian dilakukan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu pengumpulan data yang biasanya digunakan untuk menelusuri data historis.[27] Penulis menggunakan sumber dokumentasi karena dalam melakukan penelitian, penulis memerlukan sumber pendukung atau tambahan untuk memperkuat data pokok. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data dari Manager Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, web, dan berbagai data tentang produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul maka selanjutnya dilakukan pengolahan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. *Editing,* yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.[28] Dalam hal ini penulis akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan

[27] Ibid.,153.
[28] Sugiono, *Metode Kualitatif Kuantitatif dan R&D,* (Bandung: Alfa Beta, 2008), 234.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masalah sebagai berikut : Bagaimana penerapan segmentasi pasar, dan analisis produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

b. *Organizing,* yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengna rumusan masalah secara sistematis.[29] Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisa data.

c. Penemuan hasil, yaitu dengan mengnalisis data yang telh diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan jawaban dari rumusan masalah.[30]

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan lapangan, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.[31]

---

[29] Ibid. 245.
[30] Ibid. 246.
[31] Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Bandung: Alfa Beta, 2008), 244.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.[32]

Kemudian data tersebut diolah dan di analisis dengan pola pikir deduktif yakni bermula dari hal-hal yang bersifat umum yaitu tentang segmentasi pasar, khususnya segmentasi pasar produk tabungan emas. Selanjutnya konsep dasar itu digunakan untuk menganalisis hal-hal yang bersifat khusus yaitu pada minat terhadap produk tabungan emas.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dipaparkan dengan tujuan untuk memudahkan penulisan dan pemahaman. Oleh karena itu, penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab, sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah. Adapun sistematika pembahasannya adalah:

Bab satu merupakan pendahuluan, Dalam bab pendahuluan ini peneliti akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan lahkajian pustaka, metodelogi penelitian (meliputi data yang dikumpulkan, sumber data, tehnik pengolahan data dan teknik analisis data) serta sistematika pembahasan.

Bab dua berfungsi sebagai dasar kajian untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini. Dalam bab ini dibahas teori-teori yang menjadi

[32] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 143.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dasar pedoman tema penelitian yang diangkat, teori yang digunakan yaitu Pemasaran, Segmentasi Pasar, dan Prilaku konsumen mencakup minat nasabah.

Dalam bab tiga, merupakan bahasan penyajian data di lapangan yang akan menggambarkan tentang profil Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, Aplikasi Tabungan Emas, Penerapan segmentasi pasar produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

Kemudian pada bab empat adalah hasil penelitian, berisi tentang aplikasi tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Baluran Surabaya, dan analisis segmentasi pasar produk tabungan emas dalam meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

Bab lima adalah bab penutup, dalam bab kelima ini merupakan akhir dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi ini. Bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran dari penulis mengenai hal-hal yang di bahas dalam skripsi ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id