BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin* memberikan petunjuk kepada umatnya tentang segala hal yang harus dilakukan dan yang harus ditinggalkan. Petunjuk tersebut berkaitan dengan akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah. Islam menghendaki setiap muslim untuk mengikuti petunjuk Allah agar dapat mencapai kebahagiaan sejati di dunia dan akhirat.

Islam tidak memisahkan urusan dunia dan akhirat, tetapi memadukan keduanya. Seorang muslim tidak dapat beranggapan bahwa pada urusan-urusan duniawi (*muamalah*) dapat melakukan apa saja tanpa memperhatikan ketentuan syariah, sementara dalam urusan ukhrawi taat dengan syariah. Seorang muslim harus beragama secara *kaffah* dalam arti baik dalam urusan dunia maupun akhirat harus berlandaskan kepada ketentuan syariat. Selain ketentuan akidah dan ibadah, Islam juga memberikan ketentuan-ketentuan *muamalah* dalam konteks aktivitas ekonomi, baik alquran maupun as-sunnah keduanya memberikan prinsip-prinsip aktivitas ekonomi yang sesuai dengan ketentuan syariah yang harus dipraktikkan umat Islam dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.[1]

Umat Islam diharapkan hidup saling tolong menolong, yang kaya harus membantu yang miskin. Bantuan ini bisa berupa pemberian tanpa ada

[1] Soemitra Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, cet. Ke-2, 2010), 7.

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

pengembalian dari yang diberi, seperti zakat, infak, dan sedekah (ZIS) ataupun pinjaman yang harus dikembalikan kepada yang memberi pinjaman. Orang berhutang biasanya karena ada kebutuhan yang mendesak, sehingga terpaksa meminjam kepada orang lain daripada meminta-minta. Islam membolehkan transaksi utang piutang asalkan tidak ada tambahan riba, bahkan pinjam meminjam merupakan akhlak mulia karena memberi pertolongan pada orang yang membutuhkan.[2] Praktik semacam ini, baik bunga berlipat ataupun tidak, termasuk riba yang diharamkan Allah sebagaimana dalam firman-Nya berikut:

وَاَحَلَّ اللهُ الْبَيْعَ وَ حَرَّمَ الرِّبَو...

"*Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*" (QS. al-Baqarah : 275)[3]

Salah satu bentuk muamalat yang diperbolehkan oleh Rasulullah Saw, adalah gadai. Sebagai salah satu kategori dari perjanjian hutang piutang, dimana kreditur harus menggadaikan barang jaminannya kepada debitur.

Tugas pokok dari sistem gadai ini adalah memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan. Namun demikian, keberadaan lembaga keuangan ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat Indonesia, mengingat citra yang menempel sangat identik dengan sebuah lembaga keuangan "orang-orang susah", salah satu motto yang dibangun dalam rangka mengubah *image*-nya yang sudah melekat adalah "mengatasi

[2] M.Habiburrahim, dkk , *Mengenal Pegadaian Syariah* (Jakarta: Kuwais, 2012), 4-6.
[3] Departement Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya.* Surabaya: Mahkota, 1990.

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 tanpa masalah". Dengan motto tersebut diharapkan masyarakat tidak lagi segan datang ketempat ini.

Dalam perspektif ekonomi, pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan proses dan persyaratan yang terlalu rumit. Bentuk pendanaan ini sudah ada sejak lama dan sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia. Pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kemasyarakat atas dasar hukum gadai.[4]

Dengan demikian, mekanisme dalam transaksi gadai dapat dilakukan perorangan di dalam masyarakat asalkan ada barang jaminannya disertai dengan akad yang jelas. Pemilik barang yang berhutang disebut *rahin* dan orang yang memberi utang disebut *murtahin,* sedangkan barang yang digadaikan disebut *marhun. Rahin* dan *murtahin* hendaknya memenuhi akad mereka. *Rahin* dapat membayar hutangnya begitu pula *murtahin* dapat memegang amanat barang yang digadaikan.

Dalam dunia perekonomian terutama bagi pedagang kecil, adanya keterbatasan modal selalu dirasakan sebagai salah satu kendala utama dalam mengembangkan usaha mereka. Dengan keterbatasan modal yang dirasakan oleh pedagang kecil, sangat diharapkan adanya akses atau terjangkaunya kredit finansial dengan jumlah yang relatif terjangkau, syarat yang terjangkau, dan prosuder yang mudah dan tepat waktu.

[4] Ma'ruf Amin, *Mengatasi Masalah dengan Pegadaian Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2005),12.

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

Indonesia yang sebagian masyarakatnya masih berada dibawah garis kemiskinan cenderung memilih melakukan kegiatan pinjam meminjam pada lembaga nonformal seperti misalnya renternir. Kecenderungan ini dilakukan karena mudahnya persyaratan yang harus dipenuhi, mudah diakses dan dapat dilakukan dengan waktu yang relatif singkat. Namun dibalik kemudahan tersebut, renternir atau sejenisnya menekan masyarakat dengan tingginya bunga.

Dengan berkembangnya perekonomian masyarakat yang semakin meningkat, maka seseorang dapat mencari pinjaman melalui jasa pembiayaan baik melalui lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank, diantaranya adalah lembaga pegadaian, yang menawarkan akses yang lebih mudah, proses yang jauh lebih singkat dan persyaratan yang relatif sederhana dan mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan finansial mereka.

Namun dalam praktiknya Lembaga Pegadaian ini tak luput dari sistem yang melakukan transaksi dengan sistem pembiayaan berbunga, dimana setiap pinjaman akan dibayar dengan bunga pinjaman yang sudah ditetapkan sebelum terjadinya akad. Dalam istilah ini bunga atau riba adala sesuatu yang diharamkan hukumnya. Dengan demikian, banyak masyarakat Indonesia yang sebagian besar adalah umat muslim tak mau ambil resiko dengan melakukan transaksi pinjam meminjam pada lembaga pegadaian tersebut.

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

Dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 10 tahun 1990 menegaskan misi yang harus diemban oleh Pegadaian untuk mencegah praktik riba, dimana misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP.No.103 tahun 2000 yang dijadikan landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian sampai sekarang. Setelah melalui kajian yang panjang, akhirnya disusunla suatu konsep pendirian Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai langkah awal dalam menangani kegiatan usaha syariah. Pegadaian Syariah sebagai unit layanan Gadai Syariah muncul sebagai langka awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah pada Perum Pegadaian.

Keberadaan Pegadaian Syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan syariah. Disamping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah Pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Pada masa krisis Perum Pegadaian mendapat peluang untuk semakin berperan dalam pembiayaan, khususnya untuk usaha kecil, dan ternyata selama kurun waktu krisis ekonomi sosial tersebut, Perum Pegadaian dapat menunjukan kinerja yang memuaskan dan menjadi salah satu perusahaan yang tidak berpengaruh oleh krisis.[5] Permasalahan yang selalu muncul pada usaha kecil adalah modal atau biaya. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan akses ke sumber-sumber permodalan dan keterbatasan pengetahuan. Selain itu dalam mengajukan pembiayaan, usaha kecil juga terbentur oleh tidak adanya suatu barang yang dijadikan jaminan.

[5] Frianto Pandia,dkk, *Lembaga Keuangan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), 69.

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

Untuk membantu permodalan atau pembiayaan usaha kecil sudah banyak dikembangkan oleh pemerintah seperti kredit usaha rakyat dan lain-lain. Dalam melakukan pembiayaan ada beberapa pertimbangan yang diperlukan dalam membangun sistem pembiayaan bagi usaha kecil. Mengingat faktor persyaratan dan prosedur untuk mendapatkan pinjaman merupakan hal yang mendasar dan sulit dipenuhi oleh sebagian besar usaha kecil maka faktor ini menjadi hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan terutama dalam membangun sistem pembiayaan untuk usaha skala mikro, selain itu juga perlu adanya segmentasi kebutuhan dari masing-masing usaha kecil dan menengah.[6]

Minat masyarakat yang memanfaatkan jasa pegadaian syariah cukup besar. Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yang memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai taksiran barang bukan dari jumlah pinjaman.

Produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah bermacam-macam, sala satunya Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) yaitu untuk menjawab keluhan pengusaha kecil yang membutuhkan tambahan modal usaha untuk melanjutkan atau memperbesar kelansungan usahanya dengan syarat yang mudah dan fleksibel. Produk ARRUM hadir sesuai dengan sifat

[6] M.Habiburrahim, dkk , *Mengenal Pegadaian Syariah* (Jakarta: Kuwais, 2012), 21.

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

kebutuhannya para pedagang kecil yang membutuhkan sumber pembiayaan cepat serta mudah.

Dalam kondisi seperti sekarang ini, diperlukan suatu pembaruan baru bagi perkembangan usaha kecil dan menengah. Pemberdayaan ekonomi rakyat perlu dilaksanakan lebih baik dan lebih berpihak pada usaha kecil, sehingga usaha kecil yang notabane sumber nafkah terbesar bagi sebagian besar rakyat Indonesia dapat terselamatkan dari kondisi kritis.

Setiap organisasi perlu melakukan suatu perencanaan dalam setiap kegiatan organisasinya, baik perencanaan produksi, perencanaan rekrutmen karyawan baru, program penjualan produk baru, maupun perencaan anggarannya. Perencanaan (planning) merupakan proses dasar bagi organisasi untuk memilih sasaran dan menetapkan bagaimana cara mencapainya. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai sebelum melakukan proses-proses perencanaan. Perencanaan merupakan tahapan paling penting dari suatu fungsi manajemen, terutama dalam menghadapi lingkungan ekternal yang berubah dinamis.

Maksud dari perencanaan disini adalah perencanaan penyaluran dana atau bisa disebut juga perencanaan strategi pemasaran dan penerapannyaa pada pembiayaan ARRUM di pegadaian syariah cabang Blauran Surabaya. Seperti penulis ketahui pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah sudah cukup baik. Karena pegadaian syariah saat ini tidak bisa terbilang baru dan kantor cabang syariahnya pun sudah banyak,

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 pengamatan di lapangan pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang pesat semenjak pertama kali didirikannya pada tahun 2003.

Setiap organisasi membutuhkan perencanaan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan dan objektifitas mereka, manajer pemasaran harus mulai berfikir tentang apa yang dapat dilakukan dengan baik oleh perusahaan dan apa yang harus dilindungi oleh perusahaan (Ferrel dan Harline, 2005). Tanpa perencanaan strategi pemasaran yang vital ini, organisasi tidak dapat mencapai kepuasan dan kebutuhan dan keinginan konsumen dan para pemegang saham. Dalam perusahaan berencana berkembang, dan mengimplementasikan perencanaan strategi, organisasi memerlukan banyak informasi baik dari eksternal maupun internal yang sewaktu berubah. Dengan mengetahui informasi tentang kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan perusahaan, maka perusahaan dapat mengambil langkah yang tepat dalam memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Organisasi juga perlu mengamati tentang persaingan, peraturan, tingkat inflasi siklus bisnis, keinginan dan harapan konsumen.

Perencanaan strategi pemasaran ini menghasilkan tata cara bagaimana organisasi menyadari akan implementasi atau penerapan. Selain itu organisasi juga dapat mempelajari tentang kebutuhan konsumen, ekseptasi, persepsi, dan level kepuasan. Semakin dalam perusahaan mengerti, maka akan menghasilkan pondasi untuk menciptakan keuntungan kompetitif.

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 hal ini jelas sekali, bahwa perencanaan strategi sangat diperlukan dalam memperoleh keunggulan bisnis.

Dalam keseharian, kita mengenal istilah pemasaran dan penjualan yang terkadang pengertiannya dianggap sama. Padahal kedua istialah tersebut berbeda dari sisi orientasi dan konsep yang digunakan. Penjualan berorientasi pada produk yang telah ada dan berusaha agar barang tersebut dapat terjual sebanyak mungkin. Terkadang penjual memanfaatkan ketidak tahuan pembeli dengan bujuk rayu, manipulasi kualitas, bersumpah palsu untuk membujuk dan meyakinkan pembeli. Semuanya demi memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya. Penjual terpuaskan akan tetapi pembeli seketika mengetahui bahwa kualitas barang tidak seperti yang disampaikan penjual, maka akan dapat dipastikan pembeli tidak akan membeli kembali dan memberi tahu pihak lain agar tidak membeli di tempat dimana dia merasa tertipu.

Sedangkan pemasaran berpangkal pada kebutuhan pembeli yang belum terpenuhi dalam hal produk, kualitas, harga, kemudahan mendapat spare part dan sebagainya. Produk bukan satu-satunya penjamin kepuasan konsumen, akan tetapi ada beberapa variable lain yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen yakni harga produk, lokasi, distribusi dan sebagainya. Apabila konsumen merasa puas, maka ia akan kembali dan tetap bertahan dengan produk kita dan memberitahu kepada pihak lain untuk membeli dari kita.

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

Keberhasilan perusahaan mencapai tujuan dan sasaran perusahaan sangat di pengaruhi oleh kemampuan perusahaan memasarkan produknya. Tujuan perusahaan untuk dapat menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu bersaing, hanya mungkin apabila perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran. untuk ini dibutuhkan orang-orang yang dinamis yang mempunyai kreatifitas, inisiatif dan ulet untuk memimpin kegiatan bidang pemasaran agar perusahaan berhasil. Untuk itu perusahaan khususnya pada pegadaian syariah harus mampu untuk menyusun strategi pemasaran yang komprehensif, sehingga upaya pemasaran yang dilakukan bisa optimal.

Perencanaan strategi pemasaran itu sangat penting. Karena strategi yang baik bila dilaksanakan dengan buruk, masih bisa mendapatkan keuntungan. Rencana yang buruk tetapi diimplementasikan dengan baik juga dapat membuat rugi perusahaan. Namun apabila strategi perencanaannya kreatif dan diimplementasikan dengan baik, maka hasil yang didapatkan akan jauh lebih baik dan memuaskan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan mengkaji dan membahas lebih jauh mengenai pemasaran itu sendiri, khususnya tentang perencanaan strategi pemasaran dan penerapan melalui penelitian dan menuangkannya ke dalam bentuk skripsi dengan judul **"Perencanaan Dan Penerapan Strategi Pemasaran Pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) Pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran 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

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berangkat dari pemaparan yang ada pada latar belakang di atas, maka dapat di identifikasikan masalahnya sebagai berikut:

a. Bagaimana perencanaan dan penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan gadai *Rahn* pada Pegadaian Syariah?
b. Bagaimana perencanaan dan penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan MULIA (*Murābaḥah* Logam Mulia Untuk Investasi Abadi) pada Pegadaian Syariah?
c. Bagaimana perencanaan dan penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) pada Pegadaian Syariah?
d. Bagaimana penerapan produk pembiayaan AMANAH (*Murābaḥah* untuk Kepemilikan Kendaraan Bermotor) pada Pegadaian Syariah?
e. Bagaimana pemasaran dari masing-masing produk?

2. Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penelitian skripsi ini tidak meluas serta menjaga penyimpangan, maka dalam penelitian ini, penulis memfokuskan atau membatasi pembahasan hanya dalam ruang lingkup:

a. Perencanaan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.
b. Penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) di Pegadaian Syariah Cabang Blauran 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

c. Analisis Kesesuaian Perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) Pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya ?
2. Bagaimana penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) Pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya ?
3. Analisis Kesesuaian Perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya ?

D. Kajian Pustaka

Sebelumnya ada beberapa penelitian skripsi yang mengangkat tema mengenai Pegadaian Syariah. Beberapa penelitian tersebut diantaranya: Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Tuti Alawiyah.[7] Dalam pembahasannya Tuti Alawiyah mengemukakan bahwa *Rahn* dalam Islam dilakukan dengan sukarela atas dasar tolong menolong dan tidak dan tidak untuk mencari keuntungan. Pemberi gadai tidak dikenakan tambahan

[7] Tuti Alawiyah, *Konsep Rahn dan Aplikasinya dalam Lembaga Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pegadaian Syariah cabang Ciner c)* (Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, 2005), 9-10.

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

pembayaran atas pinjaman yang diterimanya, akan tetapi masih dimungkinkan bagi penerima gadai untuk memperoleh imbalan berupa sewa tempat atau jasa simpan *marhun* (barang jaminan).

Secara teknik praktik *rahn* yang dilakukan Pegadaian Syariah merupakan suatu hal yang mempermudah nasabah dalam mengatasi masalah keuangan yang mendesak, karena jasa ini memiliki waktu proses yang relative cepat dan mudah, tidak perlu membuka rekening dan cara-cara yang lain yang memberatkan. Dengan hanya membawa barang-barang berharga yang dimilikinya, maka pada saat itu juga nasabah akan mendapatkan pinjaman yang dibutuhkan, jangka waktu pinjaman atau sewa selama 120 hari.

Jika masa jatuh tempo telah tiba dan nasabah belum melunasi pinjaman, maka pinjaman dapat diperpanjang atau diangsur dengan biaya yang murah. Pihak pegadaian tidak boleh memanfaatkan barang gadai walaupun seizin pemiliknya, biaya penitipan ditetapkan berdasarkan obyek gadai, yaitu nilai taksiran barang gadai tidak berdasarkan jumlah pinjaman.

Hal yang membedakan antara tema skripsi yang penulis angkat dengan skripsi diatas adalah perbedaan kajian penelitian, yaitu pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nuraeni.[8] Dalam pembahasannya, penulis mengemukakan bahwa dalam pelaksanakan akad *rahn* dapat dilakukan dengan cara pihak Pegadaian Syariah menahan barang

[8] Nuraeni, "*Pelaksanaan Akad Rahn dan Akad Ijarah Pada Pegadaian Syariah*" (Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008), 25.

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

bergerak yang bersifat ekonomis yang dapat dijaminkan sebagai jaminan atas utang si peminjam (*rahin*). *Rahin* yang memanfaatkan pinjaman samapai jangka waktu 120 hari. Jika masa waktu habis dan *rahin* belum dapat melunasi pinjamannya, maka pinjaman dapat diperpanjang atau diangsur dengan biaya yang murah. Apabila *rahin* tidak dapat mengembalikan uang pinjaman dan memperpanjang akad gadai, maka Pegadaian Syariah akan melakukan kegiatan pelelangan untuk menjual *marhun* dan mengambil pelunasan uang pinjaman dari hasil *marhun* itu. Sebelum dilakukan penjualan *marhun*, terlebih dahulu pihak Pegadaian Syariah melakukan pemberitahuan kepada r*ahin.* Untuk jasa simpan (*ijārah)* dipungut biaya sewa tempat, pengamanan dan pemeliharaan *marhun* milik *rahin* selama digadaikan. Besarnya jasa simpan yang dipungut tergantung dari nilai taksir *marhun* dan lamanya barang yang disimpan atau lamanya pinjaman.

Hal yang membedakan antara tema skripsi yang penulis angkat dengan skripsi diatas adalah perbedaan kajian penelitian, yaitu pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Syarifah.[9] Dalam pembahasannya penulis mengemukakan bahwa pemberian informasi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah melalui media cetak dan media elektronik bertujuan untuk menarik masyarakat untuk menjadi nasabah Pegadaian

[9] Syarifah, *"Motivasi Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Cabang Cinere"* (Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008), 86-87.

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 yang selama ini hanya mengenal Pegadaian konvensional yang lebih dulu dikenal masyarakat. Untuk mempertahankan masyarakat yang sudah menjadi nasabah maka, Pegadaian Syariah harus memberikan kemudahan kepada nasabah. Yang dapat dilakukan oleh Pegadaian Syariah adalah memberikan keuntungan yang sebesar-besarnya dan juga peningkatan pelayanan. Dimana dalam hal ini Pegadaian Syariah harus bisa memberikan sistem operasional yang mudah, tidak mempersulit nasabah dan cepat.

Dari penelitian-penelitian yang diangkat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa ketiga skripsi tersebut membahas tentang akad rahn pada Pegadaian Syariah, pelaksanaan akad *rahn* dan akad *ijārah* serta cara meningkatkan jumlah nasabah Pegadaian Syariah.

Hal yang membedakan antara tema skripsi yang penulis angkat dengan skripsi diatas adalah perbedaan kajian penelitian, yaitu pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM). Pada skripsi ini, penulis akan membahas mengenai pembiayaan pada pegadaian syariah yang dikhususkan kepada usaha kecil dan menengah. Pemberian pembiayaan ini sangat dibutuhkan oleh pengusaha kecil dan menengah sebagai modal usaha untuk dapat berkembang lebih baik.

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

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perencanaan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) Pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.
2. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) Pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.
3. Untuk mengetahui kesesuaian perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Terkait dengan tujuan diatas, maka penilitian ini memiliki manfaat bagi :

1. Segi Teoritis :
   a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai media untuk membuktikan kesesuaian anatara teori-teori yang ada dengan praktek di lapangan, terutama yang berkenaan dengan perencanaan dan penerapan strategi pemasaran *Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM)* pada Pegadaian Syariah;
   b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi khazanah kepustakaan di UIN Sunan Ampel, sehingga dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian berikut yang memiliki kesamaan objek penelitian namun dengan *setting* yang berbeda.

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. Segi Praktis
   a. Sebagai upaya memberikan penyandaran dan pemahaman kepada masyarakat tentang perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan *Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM)* Pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.
   b. Untuk memberikan pertimbangan kepada pihak- pihak yang terlihat langsung dalam praktik *Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM)* di Pegadaian Syariah, agar senantiasa tetap berpegang teguh pada aturan muamalah yang berlaku di dalam hukum Islam.
3. Bagi Akademik, sebagai alat ukur keberhasilan perkuliahan dan dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk peneliti selanjutnya.
4. Bagi Praktisi, bermanfaat sebagai bahan masukan agar lebih baik dalam pemberian pembiayaan kepada usaha mikro.
5. Bagi masyarakat, bermanfaat sebagai pengetahuan dan menambah wawasan mengenai pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM).

G. Definisi Operasional

Agar lebih memudahkan dalam memahami skripsi ini, serta mencegah adanya kesalahpahaman terhadap tulisan ini, maka peneliti terlebih dahulu akan menjelaskan definisi operasional yang berkaitan dengan judul tulisan ini, yaitu Perencanaan dan Penerapan Pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) pada Pegadaian Syariah cabang Blauran Surabaya, maka penelitian ini mendefinisikan beberapa istilah, antara lain sebagai berikut:

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. Perencanaan strategi pemasaran adalah rancangan atau proses yang dibuat dan akan dijalankan untuk mengembangkan produk pembiayaan dan menarik nasabah ikut serta melakukan pembiayaan pada suatu perusahaan.
2. Penerapan strategi pemasaran adalah suatu proses atau cara yang sedang dijalankan untuk mengembangkan produk pembiayaan dan menarik nasabah ikut serta melakukan pembiayaan pada suatu perusahaan.
3. Pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) adalah pemberian dana untuk memfasilitasi kebutuhan pihak-pihak yang membutuhkan yang berbasis syariah bagi para pengusaha mikro kecil untuk tambahan modal atau keperluan usaha yang didasarkan atas kelayakan usaha.
4. Pegadaian Syariah adalah badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kepada masyarakat yang berpedoman kepada syariah Islam yang bersumber dari alquran dan hadist Nabi Muhammad saw.

H. Metode Penelitian

1. Data yang dikumpulkan
   a. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data tentang hasil wawancara, dokumen dan laporan perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro

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

(ARRUM) yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

b. Data sekunder yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah data tentang pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) dari buku, jurnal, artikel dan skripsi terdahulu.

2. Sumber Data

a. Sumber Primer

Sumber data primer yaitu subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung[10] meliputi data yang bersumber dari pihak Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya : *Manager,account officer* dan nasabah terkait.

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber pendukung yang diperoleh dari buku-buku ekonomi Islam terutama mengenai gadai, koran, majalah, artikel dan sumber lainnya yang berkaitan dengan materi skripsi ini. buku-buku maupun literatur lain meliputi : Mengenal Pegadaian Syariah dan Manajemen Pemasaran. Teknik

3. Pengumpulan Data

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

[10] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), 91.

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

a. Wawancara

Wawancara atau *interview* merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskritif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.[11] Tujuan wawancara adalah untuk memperoleh informasi data yang valid dan akurat dari pihak-pihak yang dijadikan sebagai informan. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan cara wawancara langsung baik secara struktur maupun bebas dengan pihak Pegadaian Syariah, mengenai perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) serta analisis kesesuaian perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan ARRUM di Pegadaian Syariah cabang Blauran Surabaya khususnya pada manajer dan pegawai terkait.

b. Studi Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.[12] Penulis akan mengumpulkan data berdasarkan data atau laporan tentang perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM).

---

[11] Nana Syaodih Sukmadinata, *Jenis-jenis Penelitian,*cet.3 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 220.
[12] M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 87.

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

c. Studi Kepustakaan

Yaitu mengumpulkan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan dimana penulis mendapatkan teori-teori dan pendapat ahli serta beberapa buku referensi yang ada hubungannya dengan penelitian ini.[13]

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data berhasil dihimpun dari lapangan atau penulisan, maka penulis menggunakan teknik pengolahan data dengan 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.[14] Dalam hal ini penulis akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan masalah saja.

b. *Organizing,* yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.[15] Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan disusun secara sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisis data.

---

[13] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 136.
[14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfa Beta, 2008), 243.
[15] Ibid., 245.

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

c. Penemuan Hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.[16]

5. Teknik Analisis Data

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.[17] Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.[18]

Peneliti menggunakan teknik ini karena yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, peneliti memerlukan data-data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya (alamiah). Sehingga benar salahnya, sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

---

[16]Ibid., 246.
[17] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Airlangga University Press, 2001), 143.
[18] Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2005), 63.

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

Hasil penelitian yang dikumpulkan adalah penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya mengenai pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro khususnya pada perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan ARRUM oleh manajer, pegawai dan nasabah yang terkait.

I. Sistematika Pembahasan

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

BAB I : Pendahuluan

Pada Bab ini peneliti akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, metodelogi penelitian (meliputi data yang dikumpulkan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisi data) dan sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk pembahasan dan pemecahan masalah antara lain akan diterangkan mengenai: Definisi perencanaan pemasaran, pengertian

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

perencanaan, sistem perencanaan pemasaran, strategi perencanaan pemasaran, proses perencanaan pemasaran, pengertian pembiayaan, jenis-jenis pembiayan, unsur-unsur pembiayaan, pengertian Ar-rahn, landasan hukum Ar-rahn, akad Ar-rahn, persamaan dan perbedaan Ar-rahn dengan gadai konvensional, pengertian Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM), keuntungan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) dan keunggulan ARRUM.

BAB III : Data Penelitian

Bab ini merupakan gambaran umum obyek penelitian yang meliputi sejarah berdirinya Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, Visi dan Misi Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, perencanaan dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) yang dilakukan oleh manajer dan staff Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

BAB IV : Analisis Data

Dalam bab ini penulis akan menguraikan, mendeskripsikan dan menganalisis data perencanaan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro di Pegadaian Syariah cabang Blauran Surabaya, perencanaan pemasaran ARRUM di pegadaian Syariah apakah telah sesuai dengan penerapan strategi pemasaran pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro yang diterapkan di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, analisis ini dilakukan agar menemukan kesesuaian atau tidaknya antara perencanaan

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

strategi pemasaran dan penerapan strategi pemasaran pembiayaan ARRUM (*Ar-Rahn* Usaha Mikro) pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya.

BAB V : Penutup

Merupakan bab dimana penulis akan mengemukakan kesimpulan-kesimpulan dalam menjawab permasalahan dan berdasarkan kesimpulan tersebut penulis mencoba memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya di masa yang akan datang.

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