

BAB IV

ANALISIS PERENCANAAN DAN PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *AR-RAHN* USAHA MIKRO (ARRUM) PADA PEGADAIAN SYARIAH CABANG BLAURAN SURABAYA

A. Analisis Perencanaan Strategi Pemasaran Pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya

Adapun analisis perencanaan strategi pemasaran *Ar-Rahn* Usaha Mikro pada pegadaian syariah cabang Blauran Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Dari segi perencanaan produk, banyak produk pesaing yang serupa dengan pegadaian syariah yaitu pembiayaan untuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dengan jaminan BPKB motor atau mobil. Dengan banyaknya lembaga pesaing seperti lembaga perbankan yang mengeluarkan produk serupa ini maka masyarakat akan semakin selektif untuk memilih produk pembiayaan dalam mengembangkan usahanya.
2. Dilihat dari perencanaan strategi harga, Pegadaian Syariah menetapkan pembiayaan atau tariff ijarah atau angsuran dengan biaya lebih rendah yaitu 1% perbulan dibandingkan dengan perbankan yang menetapkan angsuran sekitar 1,5% perbulan. Apabila diperhitungkan pegadaian syariah hanya mengambil tariff ijarah 12% pertahun, sedangkan perbankan mengambil angsuran mencapai 18% pertahun, jadi rendahnya biaya angsuran atau tariff ijarah di pegadaian syariah yang mempengaruhi nasabah tetap memilih pegadaian syariah untuk melakukan transaksi bisnisnya.
3. Dari segi perencanaan distribusi produk, Pegadaian Syaria Cabang Blauran tela membuka outlet-outlet atau UPC-UPC (Unit Pelayanan Cabang) yang

berada disekitar wilayah Blauran, tepatnya tidak jauh dari lokasi Pegadaian Syariah di Jl. Baluran no. 74-76. Sampai saat ini Pegadaian Syariah Blauran kini telah memiliki 12 outlet untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin menggadai. Dengan banyaknya pembukaan outlet-outlet baru diharapkan akan meningkatkan jumlah nasabah yang ingin menggadaikan barangnya, karena apabila nasabah yang berlokasi jauh dari pegadaian syariah cabang Blauran bisa langsung mendatangi outlet-outlet yang terdekat dari lokasi nasabah.

4. Dari segi perencanaan strategi promosi, dalam mempromosikan produk pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro (ARRUM) pegadaian syariah cabang Blauran yaitu meliputi periklanan, personal selling, promosi penjualan, direct marketing dan public relations. Agar loyalitas pelanggan atau nasabah Pegadaian syariah cabang Blauran maka setiap karyawan yang sekaligus marketer (pemasar) harus memberikan pelayanan yang terbaik supaya bisa menjual potensi diri untuk memikat calon nasabah agar tertarik lebih lanjut mendapat kepercayaan secara personal. Pegadaian syariah dalam mempromosikan produknya yaitu dengan mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Yaitu dengan memberitahukan manfaat ataupun keuntungan yang dapat diperoleh dari produk-produk yang dikeluarkan oleh pegadaian syariah cabang Blauran. Hal ini sesuai dengan prinsip Islam yakni amanah dalam bertransaksi, prinsip ini memang sudah seharusnya dijalankan, diterapkan oleh pegadaian syariah.

B. Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya

Di dalam perkembangannya Cabang Pegadaian Syariah Blauran Surabaya mempunyai perkembangan yang cukup pesat dan sudah memiliki citra yang baik di mata masyarakat karena dengan adanya Pegadaian khususnya Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya ini dapat membantu likuiditas masyarakat ketika mereka membutuhkan uang dengan cepat maka mereka bisa datang langsung ke Pegadaian Syariah karena prosesnya sangat mudah dan cepat bila dibandingkan dengan Bank yang prosesnya membutuhkan waktu cukup lama dengan persyaratan yang lumayan sulit, selain itu juga untuk menghindari *riba* agar masyarakat tidak beralih ke renternir (lintah darat) karena bunganya yang besar. Jika ditanya apakah pegadaian syariah bisa mensejahterakan masyarakat? Pegadaian syariah belum bisa dibilang untuk mensejahterakan masyarakat, karena bukan untuk bisnis akan tetapi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan penerapan strategi pemasaran yang digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, maka dapat dibuat kesimpulan: produk, distribusi, promosi dan harga. Keempat strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya sudah diatur dalam pedoman Operasional Gadai Syariah yang berlaku umum, tetapi bergantung kondisi cabang yang berbeda-beda. Yang terkait dalam strategi pemasaran ini adalah dewan direksi perum pegadaian yang membuat strategi secara umum dan seluruh pegawai pegadaian syariah bertanggungjawab dalam melakukan pemasaran atas produk gadai syariah tersebut. Dan dari keempat

strategi tersebut yang paling berjalan adalah strategi produk dan strategi distribusi dimana Pegadaian Syariah khususnya Cabang Blauran Surabaya yang selalu menghadirkan produk-produk baru yang sangat membantu masyarakat baik untuk keperluan sehari-hari maupun untuk modal usaha. Sedangkan dari strategi distribusi Pegadaian Syariah sudah memiliki banyak UPC (Unit Pelayanan Cabang) kecil agar mudah dijangkau oleh nasabah yang membutuhkan dana cepat untuk kebutuhan produktif maupun konsumtif. Saat ini Cabang Pegadaian Syariah telah memiliki 12 outlet Pegadaian Syariah sehingga bisa lebih mendekatkan produk-produk Pegadaian kepada masyarakat. Untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang diterapkan di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya maka diadakan evaluasi setiap bulannya. Jika salah satu strategi ada yang tidak mengenai sasaran dan target maka strategi tersebut dirubah dan dicari strategi baru.

Berikut ini akan disajikan tabel-tabel perkembangan jumlah nasabah *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) pada Pegadaian Syariah.

Tabel 1. Data Nasabah Arrum Tahun April-Desember 2013

| NO | BULAN KREDIT | JUMLAH NASABAH | BESARNYA PINJAMAN |
|-------|--------------|----------------|-------------------|
| 1. | APR, 2013 | 2 | 36.800.000 |
| 2. | MEI, 2013 | 3 | 73.600.000 |
| 3. | JULI, 2013 | 2 | 25.900.000 |
| 4. | AGU, 2013 | 1 | 4.500.000 |
| 5. | SEP, 2013 | 1 | 22.100.000 |
| 6. | OKT, 2013 | 2 | 21.500.000 |
| 7. | NOV, 2013 | 1 | 7.600.000 |
| 8. | DES, 2013 | 5 | 155.000.000 |
| TOTAL | | 17 | 347.000.000 |

Tabel 2. Data Nasabah Arrum Tahun Januari-Agustus 2014

| NO | BULAN KREDIT | JUMLAH NASABAH | BESARNYA PINJAMAN |
|-------|--------------|----------------|-------------------|
| 1. | JAN, 2014 | 3 | 57.300.000 |
| 2. | FEB, 2014 | 2 | 19.700.000 |
| 3. | MAR, 2014 | 6 | 161.700.000 |
| 4. | MEI, 2014 | 4 | 110.500.000 |
| 5. | JUNI, 2014 | 7 | 64.900.000 |
| 6. | JULI, 2014 | 4 | 38.900.000 |
| 7. | AGU, 2014 | 2 | 42.100.000 |
| TOTAL | | 28 | 453.000.000 |

Berdasarkan Tabel 1 dan 2 diatas yakni jumlah atau total nasabah pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) mengalami peningkatan yang sangat signifikan, pada periode 2013 terdapat 17 nasabah dengan besarnya total pinjaman Rp. 110.500.000, dan pada tahun 2014 terdapat 28 nasabah dengan besarnya total pinjaman Rp. 453.000.000. semua itu dikarenakan banyak masyarakat yang tertarik dengan manfaat dan peluang yang dapat diperoleh pada produk *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) ini.

Dana yang disalurkan untuk pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) memang belum merata dari tahun ke tahun, karena itu tergantung

jumlah nasabah yang meminjam uang atau melakukan pembiayaan pada pegadaian syariah cabang Blauran dan tergantung jenis usaha yang digeluti oleh nasabah. Semakin banyak nasabah yang meminjam uang di pegadaian syariah cabang Blauran semakin banyak pula dana yang disalurkan. Maka implementasi atau penerapan strategi pemasaran yang diterapkan sesuai dengan perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan pegadaian syariah cabang Blauran yaitu meliputi strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi ternyata mampu menarik minat nasabah

C. Analisis Kesesuaian Perencanaan Dan Penerapan Strategi Pemasaran Pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya

Pegadaian Syariah adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang menjalankan produk pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) dengan tujuan untuk memenuhi pembiayaan kalangan bawah terutama bagi masyarakat ekonomi lemah yang memerlukan pembiayaan untuk tambahan modal kerja nasabahnya agar menjadi lebih baik dari sebelumnya. Baik dari segi usahanya maupun dari segi pemahaman pola Ekonomi Syariah. Yang mana, yang menjadi sasaran pengembangan pada pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) ini adalah para pedagang-pedagang kecil yang membutuhkan modal agar dapat meningkatkan usahanya menjadi lebih baik berdasarkan prinsip syariah.

Pegadaian Syariah khususnya pada pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) mempunyai peranan penting pada peningkatan pendapatan usaha nasabah dan masyarakat disekitarnya. Karena dengan adanya Pegadaian

Syariah cabang Blauran Surabaya, masyarakat-masyarakat kecil di sekitarnya, khususnya para pedagang yang telah mempunyai usaha minimal satu tahun yang kekurangan modal atau dana untuk melanjutkan usahanya, dengan mudah mereka mendapatkan pinjaman modal dalam bentuk pembiayaan tanpa harus mengembalikan dengan bunga yang terlalu tinggi.

Salah satu kegiatan pemasaran yang sangat penting adalah kegiatan perencanaan pemasaran. Apabila kegiatan pemasaran dilakukan dengan baik maka akan memberikan arah kegiatan menjadi jelas. Hal ini akan menghindarkan perusahaan khususnya pada pemasaran Produk Pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya di masa mendatang.

Tahap-tahap dalam perencanaan strategi pemasaran yang ada di Pegadaian Syariah cabang Blauran yang pertama adalah perencanaan produk yang meliputi produk spesifik yang dijual, yaitu telah diterapkan oleh pegadaian syariah cabang Blauran yang itu dengan adanya salah satu produk pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro (ARRUM) dan pembentukan desain penawaran individual, hal ini juga sudah diterapkan yaitu dengan masyarakat atau nasabah yang melakukan pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro mendapatkan manfaat yaitu dengan pengarahan dan pendampingan awal pada usaha dan hubungan personal yang terbentuk antara nasabah dan pihak pegadaian syariah. Dari segi produk perencanaan dan penerapan telah sesuai.

Yang kedua adalah perencanaan dari segi penetapan harga, Nasabah pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro dikenakan biaya administrasi yang tidak

memberatkan dan biaya *ija>rah* yang relative ringan. Jangka waktu pembiayaan yang fleksibel, serta bebas menentukan pilihan pembayaran (angsuran atau sekaligus). Pegadaian syariah menerapkan harga adalah sebagai berikut: Penerapan strategi harga produk gadai syariah pada pegadaian syariah cabang Blauran Surabaya adalah dengan cara memotong tarif ijarah, apabila pinjaman pegadaian yang diperlukan nasabah tidak mencapai batas maksimum presentase pinjaman (yakni 80%) dari harga kendaraan atau taksiran barang jaminan, maka nasabah tersebut akan diberikan diskon ijarah yang besarnya akan ditetapkan sesuai dengan uang pinjaman. Pegadaian Syariah menetapkan pembiayaan atau tariff ijarah atau angsuran dengan biaya lebih rendah yaitu 1% perbulan dibandingkan dengan perbankan yang menetapkan angsuran sekitar 1,5% perbulan. Apabila diperhitungkan pegadaian syariah hanya mengambil tariff *ija>rah* 12% pertahun, sedangkan perbankan mengambil angsuran mencapai 18% pertahun. Dalam penetapan harga perencanaan dan penerapan tela sesuai.

Yang ketiga perencanaan pada saluran distribusi, yaitu dibutuhkan perantara atau marketer dari pegadaian syariah. Dalam penerapannya pegadaian syariah dalam menentukan perantara atau pendistribusi itu sendiri adalah para pegawai maupun staf pegadaian syariah yang mengetahui tentang produk-produk pembiayaan di pegadaian syariah, khususnya pembiayaan Ar-Rahn Usaha Mikro. Pegadaian Syariah juga membuka UPC (Unit Pelayanan Cabang) UPC (Unit Pelayanan Cabang) dan di wilayah Blauran saat ini sudah

ada 12 UPC (Unit Pelayanan Cabang). Pada saluran distribusi perencanaan dan penerapan juga telah sesuai.

Yang keempat perencanaan komunikasi pemasaran atau promosi. Promosi yang direncanakan pegadaian syariah dalam memasarkan produk pembiayaan *Ar-Rahn* Usaha Mikro yaitu meliputi periklanan, personal selling, promosi penjualan, direct marketing dan public relations. Pegadain syariah dalam mempromosikan produknya yaitu dengan mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Dalam penerapannya pegadaian syariah melakukan promosi melalui periklanan yaitu seperti tv, radio dan surat kabar. Promosi juga dilkuan dengan personal selling, yaitu promosi yang dilakukan oleh karyawan pegadaian syariah Blauran dan lain-lainnya. Dalam hal komunikasi pemasaran atau promosi perencanaan dan penerapannya juga telah sesuai.

Disini penulis ingin menambahkan tentang analisis Faktor Pendorong dan Penghambat Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya Melalui Pendekatan SWOT. Pegadaian syariah melalui Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, memberikan pelayanan kepada nasabah yang membutuhkan pembiayaan yang cepat dan praktis. Namun, berbicara mengenai perkembangannya maka pada dasarnya beberapa hal telah sedikit banyaknya mempengaruhi perkembangan Cabang Pegadaian Syariah dari awal berdirinya hingga sampai saat ini, ditengah kenyataan persaingan bisnis yang kuat maka perlu untuk memahami hal apa sajakah yang sebenarnya membuat Cabang Pegadaian Syariah mampu bertahan dan memposisikan diri

melingkupi lingkungan usahanya, dengan menganalisa pegadaian akan jauh lebih mudah meminimalisir kerugian serendah mungkin. Sehingga cabang pegadaian syariah pun memiliki beberapa kelemahan yang diantaranya :

- a. Kurangnya pemasaran (promosi) karena jarang muncul di media elektronik.
- b. Berperasangka baik kepada semua nasabah dan berasumsi bahwa semua orang yang terlibat dalam perjanjian bagi hasil adalah jujur. Namun hal ini dapat menjadi *boomerang*.
- c. Memerlukan metode perhitungan yang rumit terutama dalam menghitung biaya yang dibolehkan dan pembagian laba untuk nasabah-nasabah yang kecil.
- d. Karena menggunakan konsep bagi hasil, pegadaian syariah lebih banyak memerlukan tenaga-tenaga profesional yang handal.
- e. Perlu adanya perangkat peraturan pelaksanaan untuk pembinaan dan pengawasan.

ditargetkan, hal ini berkaitan pada kecenderungan yang membawa kepada beberapa macam kerugian dan resiko yang mesti dihadapi pegadaian sehingga mampu diperhitungkan lebih awal.

Kemudian cabang pegadaian syariah mengetahui adanya beberapa ancaman yang menghambat laju perkembangan, yakni diantaranya :

- a. Dianggap adanya fanatisme agama.
- b. Sulit untuk menghilangkan mekanisme bunga yang sudah mengakar dan menguntungkan bagi sebagian kecil golongan.
- c. Fenomena bisnis gadai yang mulai menggiurkan *competitor* di pasaran, banyak perbankan syariah membuka layanan gadai syariah, seperti BNI Syariah, BRI Syariah dan Bank Muamalat. Dengan begitu relativitas pelayanan cabang pegadaian syariah semakin tidak terelakkan untuk diperbandingkan konsumen karena banyaknya pelayanan yang diberikan *competitor* sangat bervariasi dan kompetitif. Seperti dalam hal pelayanan yang diberikan, *content* yang ditawarkan hingga pada tingkat persainagan tariff yang dibebankan kepada nasabah, dan banyak produk yang sejenis dengan produk Arrum (*Ar-rahn Usaha Mikro*).
- d. Masih banyaknya renternir ataupun Bank keliling yang lebih agresif menjangkau masyarakat, sedangkan misi utama Pegadaian Syariah adalah menyelamatkan masyarakat dari kerugian akibat praktik perkreditan yang illegal tersebut.