

Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam

Rahma Nur Azizah Pohan^{1*} & Nurul Jannah²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

ABSTRACT

This article aims to discuss the Marketing Strategy Analysis of Pawn Gold Products at Bank Syariah Indonesia Lubuk Pakam Branch Office. Sharia pawning (Ar-Rahn) is a debt contract where goods have value as collateral so that the person concerned can take the debt. In this rahn contract system, the Lubuk Pakam community can obtain financing by going directly to Islamic banks with a fast, safe and practical process. This study aims to find out how the marketing strategy of gold pawn products at Islamic banks, and can see how the development of ema pawn products is carried out by marketing parties. The method used in this study is to use a qualitative method using primary data from interviews with parties who have trusted sources about pawning gold in order to obtain accurate data and information, and using secondary data obtained from literature, books, journals related to pawning gold as well as other sources related to this journal.

ARTICLE HISTORY

Submitted 22 March 2022
Revised 29 March 2022
Accepted 12 April 2022

KEYWORDS

Product marketing strategy; gold pawn; Lubuk Pakam

CITATION (APA 6th Edition)

Pohan, A.R. & Jannah, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuk Pakam. *Regress: Journal of Economics & Management*. 2(1), 60-66.

*CORRESPONDANCE AUTHOR

rahmahpohan@gmail.com

PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan lembaga intermediasi keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada para nasabah dalam bentuk pinjaman atau pada bentuk lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Hasan, 2009). Bank syariah diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan memberi solusi bagi para nasabah, agar kiranya tercipta loyalitas dan kepercayaan nasabah pada bank syariah. Dengan semakin berkembangnya inovasi pada produk bank syariah maka akan semakin maju dan tercapainya target yang diperoleh.

Pada fiqih sendiri terdapat kaidah yang telah dijelaskan bahwa hukum asal dari muamalah ialah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya (Mansoori, 2010). Terdapat akad-akad yang menjadi dasar muamalah, diantaranya yaitu murabahah (jual beli), mudharabah (bagi hasil), ijarah (sewa), rahn (gadai) dan akad lainnya. Dari akad tersebut selanjutnya dijadikan sebagai produk yang ditawarkan pada perbankan syariah untuk kemaslahatan para nasabahnya. Maka dari akad tersebut akad rahn (gadai) termasuk akad yang diimplementasikan yang diterapkan pada produk gadai emas pada bank syariah.

Gadai emas merupakan produk yang ditawarkan oleh bank syariah dimana pembiayaan tersebut berupa hutang yang diberikan kepada nasabah yang memberi jaminan emasnya atau bentuk perhiasan dan juga antam emas, lalu pihak bank syariah mengambil upah (fee) dari penggadaian emas tersebut dengan menggunakan akad gadai (rahn) yang merupakan bentuk jasa penyimpanan atau penitipan dari emas tersebut dengan menggunakan akad jasa (ijarah) (Jumal Ahmad, n.d.). Bank syariah yang merupakan lembaga bisnis juga akan senantiasa untuk mencari keuntungan (profit), yang memiliki prinsip jika memiliki keuntungan dari bisnis yang diperoleh dengan cara yang halal. Produk gadai emas pada BSI memiliki prinsip untuk tolong menolong dengan tujuan agar terpenuhinya kebutuhan masyarakat. Gadai emas dapat menjadi solusi apabila masyarakat membutuhkan modal untuk membuka usaha, keperluan konsumtif, dan keperluan lainnya yang mendesak dengan menggadai emasnya dan langsung datang ke BSI KC Lubuk Pakam.

Pemasaran merupakan faktor utama dalam pengembangan dan penjualan produk, pada strategi yang tepat ini sangat dibutuhkan agar memperoleh tujuan dari perusahaan. Hal ini penting karena berhadapan dengan persaingan

pasar yang ketat antara lembaga keuangan lainnya. Maka dibutuhkan sifat yang baik, disiplin serta ulet dalam pemasaran. Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam, merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki produk gadai emas yang telah beroperasi sejak tahun 2011, yang telah berdiri sejak merger dari Bank Mandiri Syariah. Maka dengan adanya persaingan yang semakin ketat BSI KC Lubuk Pakam diharapkan dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

METODE PENELITIAN

Pada penulisan artikel ini, penulis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Maka penulis berharap dapat menganalisa lebih mendalam mengenai tentang strategi pemasaran pada produk gadai emas. Penulis menggunakan jenis data kualitatif, yang mana kualitatif ini merupakan jenis data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan, mencatat, menganalisis, lalu menyusun, selanjutnya dapat diuraikan dan ditafsirkan. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer. Data ini diperoleh langsung dari sumbernya ataupun pihak yang memberi informasi lebih, dimana peneliti memperolehnya langsung dari Pawning Sales Officer dan Pawning Appraisal. Selanjutnya data yang didapat lalu dikumpulkan pada peneliti untuk menjawab pertanyaan yang diberikan oleh peneliti (Syahputra & Fatimah, 2020). Data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, web, makalah ilmiah dokumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Strategi menurut Alfred D. Chandler Jr ialah penentuan tujuan pada jangka panjang suatu perusahaan dan penerapan serangkaian tindakan serta lokasi sumber daya untuk mencapai suatu tujuan bersama. Sedangkan pemasaran pada KBBI merupakan proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan kepada masyarakat yang membutuhkan. Maka pengertian lainnya pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan para konsumen yang terdiri dari individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, serta menukar produk yang bernilai tinggi dengan pihak lain (Jusmaliani, 2008). Maka konsep dari pemasaran sendiri merupakan permintaan, keinginan, kebutuhan, produk dan pertukaran. Maka dapat disimpulkan dari pengertian yang telah dikutip di atas bahwa strategi pemasaran adalah suatu perencanaan yang bertujuan untuk memperbesar pengaruh pada pasar baik pada jangka pendek ataupun jangka panjang, melalui riset yang telah di analisis dan dijalankan, perencanaan pada produk, promosi dan perencanaan pada penjualan, dan distribusi (Nurlette et al., 2018).

Strategi Pemasaran Produk

Strategi pemasaran merupakan kegiatan yang memiliki rancangan dibuat untuk mencapai tujuan yang disusun oleh perusahaan agar tercapainya target penjualan perusahaan serta terjadinya kelancaran pada usaha yang dibangun. Tujuan dari strategi pemasaran agar untuk tercapainya target bank syariah yang telah dibuat dan agar kedepannya bank syariah dapat meningkat serta dapat mengikuti perkembangan dan tidak kalah saing dari perusahaan lainnya yang memiliki produk yang sama mengenai tentang gadai emas. Adapun faktor penyebab dari tertariknya para nasabah untuk melakukan gadai emas syariah karena kebutuhan dan keperluan yang mendesak sehingga mengambil keputusan untuk menggadainya pada bank syariah.

a. Segmentasi Pasar (Positioning)

Segmentasi pasar merupakan suatu pengelompokan pada pasar dimana yang dilakukan oleh para konsumen yang memiliki kebutuhan dan karakteristik yang sama sehingga timbullah pengelompokan yang sesuai dengan produk dan jenisnya.

b. Menentukan Sasaran Pasar (Targeting)

Sasaran pasar merupakan kegiatan untuk mengelompokkan dan sejauh mana perusahaan dapat mengukur kemampuan serta keunggulan sumber daya yang dimiliki. Maka dibutuhkan kecerdasan dan keputusan yang matang pada penentuan pasar sasaran.

c. Menentukan Posisi Pasar (Positioning)

Posisi pasar merupakan langkah yang sangat teliti, dimana keputusan ini merupakan penempatan pada produk yang memiliki tujuan untuk menciptakan perbedaan, manfaat, produk yang baik dan keunggulan agar konsumen dapat mengingat produk yang ditawarkan (Nurlette et al., 2018).

Gadai (Rahn)

Ar-Rahn dalam bahasa arab memiliki pengertian “tetap” dan “lama” maka menurut terminologi syara’ rahn merupakan penahanan yang dilakukan pada suatu barang yang mana barang tersebut dijadikan untuk pembayaran pengganti dari barang tersebut atau jaminan yang digunakan sebagai pinjaman yang diterima (Febrianti, 2021). Gadai syariah (Rahn) merupakan suatu tindakan menahan barang hak milik pada nasabah (rahin) yang mana untuk dijadikan sebagai jaminan (marhun) atas utang/pinjaman (marhun bih) yang mana memiliki nilai jual. Maka pihak yang akan menahan barang gadai harus menjaga barang tersebut dengan baik dan juga amanah dalam penjagaan harta jaminan.

Dasar Hukum Gadai (Rahn)

Rahn dalam islam ulama sepakat bahwa hukumnya diperbolehkan dan tidak diwajibkan diakrenakan gadai hanya sebagai jaminan bagi pihak bank dan para nasabah. Adapun ladsan hukumnya ialah sebagai berikut :

a. Al-Quran

Telah dijelaskan dalam Al-Quran pada surah Al Baqarah ayat 283 : 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)...”*. Maka dari penjelasan ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila kita ingin melakukan suatu penjanjian dalam hutang piutang hendaklah dilakukan penulisan, dan jika dalam kondisi terburu-buru atau dalam perjalanan maka hendaknya sebagai ganti tulisan yaitu adanya barang jaminan. Maka dari hutang piutang itu hendaknya diantara keduanya berpegang teguh pada perjanjian dan saling menepati janji.

b. Al-Hadits

“Aisyah r.a berkata bahwa Rasulullah membeli makanan dari seorang dan menjaminkan kepadanya baju besi” (HR Bukhari dan Muslim)

c. Fatwa Dewa Syariah Nasional

Berikut ini merupakan sumber rujukan yang dijadikan sebagai penentuan gadai emas syariah :

- a) Fatwa Dewa Syariah Nasional MUI No : 25/DSN- MUI/III/2002, tentang Rahn,
- b) Fatwa Dewa Syariah Nasional MUI No : 26/DSN- MUI/III/2002, tentang Rahn Emas.

Syarat dan Rukun Gadai Syariah

Pada akad hendaknya mengikuti sesuai dengan syarat sah ketentuan yang telah di tetapkan oleh para ulama fiqih. Adapun syarat sah pada gadai syariah ialah sebagai berikut :

a. Syarat sah gadai

- 1) Shighat, syaratnya tidak boleh terikat oleh syarat dan waktu yang akan datang.
- 2) Persyaratan Aqid, orang yang melakukan gadai harus orang yang berakal sehat, baligh dan dapat melakukan akad.
- 3) Marhum bih (utang), yaitu hutang yang diberi ketika rahn diserahkan.
- 4) Marhun (barang), yaitu berupa barang yang dijadikan sebagai rahn.

b. Rukun Gadai Syariah

- 1) Ar-Rahin (yang menggadai), yaitu orang yang dapat dipercaya, berakal dan adanya barang yang akan digadai.
- 2) Al-Murtahin (Penerima Gadai), yaitu lembaga atau pihak bank syariah yang memegang atau menyimpan barang jaminan.
- 3) Al-Marhun (barang yang digadaikan), pada bank syariah barang yang di gadai yaitu emas.
- 4) Al Marhun bih (utang), yaitu ijab dan kabul sebagai syarat sahnya pada gadai emas syariah (Ad-Dimasyqi, 2013).

PEMBAHASAN

Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn)

Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Pakam merupakan bank syariah hasil merger dari tiga bank besar BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah dan Bank BRI Syariah. Dengan bentuk struktur yang baru maka Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Pakam berupaya agar kedepannya menjadi bank syariah yang dapat melayani para nasabahnya dengan baik agar para nasabah dapat merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak marketing gadai emas dengan menjalin kerja sama dan bersilaturahmi dengan para pihak lembaga lainnya, baik lembaga pemerintah, swasta dan para pengusaha. Maka dalam penyusunan perencanaan marketing produk gadai emas, Bank Syariah Indonesia KC. Lubuk Pakam lebih mengedepankan pengenalan produknya kepada para calon nasabah, dengan cara penawaran yang baik.

1. Implementasi Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn)

a. Strategi Produk

Pada strategi produk BSI KC. Lubuk Pakam memiliki keunggulan, diantaranya:

- 1) Proses yang cepat, biaya yang murah, dan aman
- 2) Emas atau barang yang dijadikan sebagai jaminan disimpan dengan aman dengan pengemasan yang rapi dan pengamanan yang ketat.
- 3) Emas atau barang yang dijadikan sebagai jaminan di asuransikan dengan asuransi syariah.

b. Strategi harga

Harga merupakan hal yang paling terpenting dalam suatu produk, dimana nasabah akan membandingkan antara produk pada BSI KC. Lubuk Pakam dengan produk lembaga lainnya yang menawarkan harga serta biaya yang lebih murah. Harga sendiri sangat berpengaruh pada tingkat pendapatan dan penjualan suatu perusahaan.

- 1) Penentuan harga pada BSI didasarkan pada harga pokok dan biaya variabel.

a) Pengajuan gadai emas dapat mengajukan pinjamannya dengan membawa emas minimal dengan berat 5 gram.

b) Peminjaman minimal dengan besar Rp 500.000 dan maksimal 80% dari harga taksiran emas gadai.

- 2) Penentuan uang administrasi sebesar 1,8%

- 3) Ketetapan jangka waktu dan besaran ujroh (biaya titip) gadai emas BSI KC. Lubuk Pakam

Pinjaman/ Pembiayaan	Ujroh (biaya titip)		
	15 hari	30 hari	4 bulan
1.000.000	9.000	18.000	72.000
5.000.000	45.000	90.000	360.000
10.000.000	90.000	180.000	720.000
20.000.000	150.000	300.000	1.200.000
25.000.000	187.500	375.000	1.500.000
50.000.000	375.000	750.000	3.000.000
75.000.000	562.000	1.125.000	4.500.000
100.000.000	550.000	1.100.000	4.400.000
150.000.000	825.000	1.650.000	6.600.000
250.000.000	1.375.000	2.750.000	11.000.000

c. Strategi Lokasi

Penempatan lokasi BSI KC. Lubuk Pakam memiliki lokasi kantor yang strategis, dimana penempatannya berada dipusat kota Lubuk Pakam. Masyarakat dapat langsung ke kantor cabang apabila akan melakukan penggadaian, memiliki halaman yang luas untuk parkir, aman serta nyaman.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan cara terpenting yang dapat menarik para nasabah agar menggunakan dan mengenalkan produk tersebut kepada para nasabah. Promosi merupakan kegiatan pengenalan serta pemberian informasi produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Promosi yang dilakukan oleh pihak marketing dilakukan setiap hari pada BSI KC. Lubuk Pakam, agar nasabah dapat mengetahui dan paham akan produk gadai emas yang ditawarkan ini.

Adapun bentuk Promosi yang dilakukan BSI KC. Lubuk Pakam untuk menarik para nasabahnya ialah :

- 1) Penyebaran brosur, pada BSI KC. Lubuk Pakam memiliki gerakan yang disebut dengan "GESER BRO" yang memiliki arti Gerakan Sebar Brosur, penyebaran brodur ini dilakukan setiap 3-4 kali dalam seminggu. Dengan target penyebaran ke pasar tradisional serta pemberian edukasi pada pasar Lubuk Pakam mengenai tentang produk gadai emas.
- 2) Penyebaran brosur dan pemberian edukasi kepada nasabah yang datang langsung ke BSI KC. Lubuk Pakam.
- 3) Pemasangan spanduk, pemasangan iklan pada radio, koran, media sosial dan bentuk media elektronik lainnya, seperti Wa Blast, dan lainnya.
- 4) Memberi penawaran kepada instansi pemerintah, sekolah, toko emas dan perusahaan perusahaan yang berposisi di Lubuk Pakam.
- 5) Penedukasian kepada teman-teman, keluarga serta tetangga sekitar.

2. Mekanisme Produk Gadai Emas (Rahn) pada BSI KC. Lubuk Pakam.

Pada mekanisme yang diterapkan oleh BSI KC. Lubuk Pakam gadai emas yang berasal dari modal sendiri dan memiliki akad pada penerapannya, yaitu:

a. Akad Qard

Merupakan pinjaman tanpa adanya pemberian kelebihan atau nilai tambah dalam pinjaman.

b. Akad Rahn

Merupakan bentuk penahanan harta dan hak milik pada peminjam pada hal ini barang yaitu emas dijadikan sebagai jaminan agar memperoleh pinjaman yang dibutuhkan.

c. Akad Ijarah

Merupakan akad dalam pemindahan hak guna barang tanpa adanya pemindahan kepemilikan, pada hak guna ini bersifat sementara tanpa adanya pemanfaatan barang yang digadai.

Apabila nasabah yang akan melakukan gadai emas lalu datang ke BSI KC. Lubuk Pakam maka syarat dan ketentuan yang harus dibawa dan dipenuhi yaitu sebagai berikut :

1. Buku rekening BSI

Apabila belum memiliki buku rekening maka pihak bank akan membukakan terlebih dahulu bertujuan untuk menyimpan dana pinjaman gadai.

2. Barang gadai (Emas)

Ketentuan pihak BSI dalam penentuan emas ialah sebagai berikut:

- a. Emas antam, bentuk fisik yang masih bagus dan tidak terlalu banyak dalam cacatnya. Dengan memiliki berat 5 gram.
- b. Emas atau perhiasan dengan ketentuan 16 karat atau emas 22.

3. Kartu Tanda Penduduk (KTP)

Hambatan dalam Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn)

Pada suatu perencanaan pemasaran atau tindakan lain pasti memiliki hambatan serta risiko dilapangan. Maka dalam strategi pemasaran produk gadai emas (rahn) pihak marketing sudah menganalisis dan mengambil perencanaan yang matang dalam pengambilan keputusan tersebut. Pada setiap perusahaan pasti memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing, serta bagaimana pihak perusahaan yaitu bank syariah dapat menjalankan sistemnya dengan baik membuat strategi yang unggul, menonjol agar kiranya masyarakat lebih tertarik pada produk yang ditawarkan. Maka pihak bank syariah harus mengikuti bagaimana perkembangan pasar dan dapat mengetahui bagaimana kendala serta keluhan yang dialami oleh nasabahnya.

Adapun hambatan- hambatan yang terjadi pada strategi pemasaran produk gadai emas ialah sebagai berikut :

- 1. Belum banyaknya masyarakat yang mengetahui mengenai tentang produk gadai emas di BSI, dikarenakan masyarakat hanya mengetahui produk gadai emas pada Pegadaian saja.
- 2. Beberapa masyarakat yang telah diwawancarai pada kesempatan pembagian brosur ke Pasar Lubuk Pakam masih belum pahamnya mengenai tentang produk gadai emas pada BSI KC Lubuk Pakam.

3. Hambatan pada persaingan yang tidak hanya terjadi antara BUS melainkan juga pada BPRS, UUS, Pegadaian, serta lembaga keuangan lainnya yang menawarkan produk gadai emas.

4. Hambatan yang terjadi pada kurangnya pihak marketing gadai emas dalam pemasaran dan edukasi.

SIMPULAN

Pada setiap perusahaan pasti memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing, serta bagaimana pihak perusahaan yaitu bank syariah dapat menjalankan sistemnya dengan baik membuat strategi yang unggul, menonjol agar kiranya masyarakat lebih tertarik pada produk yang ditawarkan. Gadai emas merupakan produk yang ditawarkan oleh bank syariah dimana pembiayaan tersebut berupa hutang yang diberikan kepada nasabah yang memberi jaminan emasnya atau bentuk perhiasan dan juga antam emas, lalu pihak bank syariah mengambil upah (fee) dari penggadaian emas tersebut dengan menggunakan akad gadai (rahn) yang merupakan bentuk jasa penyimpanan atau penitipan dari emas tersebut dengan menggunakan akad jasa (ijarah). Promosi merupakan cara terpenting yang dapat menarik para nasabah agar menggunakan dan mengenalkan produk tersebut kepada para nasabah. Promosi merupakan kegiatan pengenalan serta pemberian informasi produk yang ditawarkan kepada masyarakat.

REFERENSI

Ad-Dimasyqi, M. B. A. (2013). *Fiqh Empat Mazhab*. Hasyimi Press.

Febrianti, D. (2021). Basis Data pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2).

Hasan, Z. (2009). *Undang-Undang Perbankan Syariah*. Rajawali Pers.

Jumal Ahmad. (n.d.). *Praktek Kebun Emas dalam Pandangan Syariah*. Diunduh Pada Tanggal 13 Maret 2022.

Jusmaliani. (2008). *Bisnis Berbasis Syariah*. Bumi Aksara.

Mansoori, M. T. (2010). *Bogor: Ulil Albab Institute*.

Nurlette, U. A., Sobari, A., & ... (2018). Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (Studi Kasus Bank BJB Syariah Cabang Bogor). *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi ...*, 5(2), 201–242.

Syahputra, D., & Fatimah, S. (2020). *Metodologi Penelitian*. CV Widya Puspita.