

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan lembaga keuangan Islam di Indonesia bisa dikatakan sangat pesat yang menjadi faktor dalam pemikiran tersebut adalah keyakinan pada masyarakat muslim yang beranggapan lembaga keuangan konvensional mengandung unsur riba dan dilarang dalam agama Islam.

Ada banyak lembaga keuangan di Indonesia ini salah satunya adalah lembaga keuangan yaitu pegadaian. Pegadaian memiliki arti badan usaha yang sudah mempunyai izin untuk melakukan kegiatan lembaga keuangan yaitu pembiayaan dengan cara penyaluran dana kepada masyarakat dan tentunya harus memenuhi syarat hukum gadai yang berlaku.

Kehadiran pegadain di masyarkaot tentunya diharapkan dapat membantu masyarakat dalam hal pembiayaan. Pegadainan tidak hanya memberikan pinjaman atau kredit gadai saja kepada masyarakat tetapi juga melayani jenis jasa keuangan yang lain, seperti kredit berlandaskan fedusia, pembiayaan untuk berinvestasi emas, dan lainnya.

Dikutip dari Laporan Tahunan *Annual Report*, pada tahun 2018 total aset Pegadaian mencapai Rp 52,79 triliun, meningkat 8,43% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 48,69 triliun. Laba bersih pada tahun 2018 mencapai Rp 2,78 triliun, meningkat 10,42% dibandingkan tahn sebelumnya sebesar Rp 2,51 triliun. Outstanding pinjaman yang diberikan tahun 2018 mencapai Rp 40,86 triliun, meningkat 10,78% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 36,88 triliun. Dapat disimpulkan bahwa pegadaian mengalami peningkatan yang signifikan pada aset, laba bersih dan outstnading pinjaman pada tahun 2018.

Menurut data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, PT Pegadaian (Persero) mempunyai catatan pembiayaan syariah sejumlah Rp 9,02 triliun per Agustus 2019, dan meningkat secara signifikan sebesar 46,08% dan pada Agustus 2018 senilai Rp 6,18 triliun. Perbandingannya dengan total bisnis perseroan, pembiayaan syariah masih di angka 19,81% dari semua pembiayaan yang sudah disalurkan oleh Pegadaian senilai Rp 45,55 triliun. Kendati demikian komposisi dari pembiayaan syariah per Agustus 2019, sebanyak 62,68% berasal dari produk rahn, senilai Rp 5,65 triliun. Kedua, sebesar 36,50% atau senilai Rp 3,29 triliun yang di dapatkan dari produk rahn tasjily, dan lainnya senilai Rp 75 miliar atau sekitar 8,31%. Nindya Aldila (2019).

Pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah masih sangat minim karena pegadaian syariah bisa dikatakan masih baru dan kantor cabang pegadaian syariah yang bisa dibilang sedikit. Tetapi pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Pegadaian Syariah juga mempunyai beberapa kelebihan seperti, dalam setiap transaksi yang dilakukan tidak menerapkan sistem bunga dan juga halal, dalam kegiatan lelang hasilnya akan digunakan sebagai pembayaran hutang dan pinjaman yang dilakukan. Dan bila ada kelebihan dari proses lelang, maka akan diberikan kembali pada yang berhak menerimanya, tetapi jika kelebihan itu tidak diambil maka akan disalurkan kepada lembaga ZIS (Zakat, Infaq, Shadaqah), pengawasan oleh DPS dan DSN MUI, penyelesaian sengketa oleh Basyarnas dan Peradilan Agama, dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya, pegadaian juga mempunyai persyaratan untuk proses transaksi yang sangat mudah dan cepat.

Kendala yang sering didapati di lembaga keuangan yaitu untuk menarik minat konsumen dan mempertahankan kosumen, agar lembaga keuangan tersebut bisa bertahan dan berkembang. Untuk hal tersebut lembaga keuangan memerlukan strategi pemasaran yang baik. Sebab pemasaran adalah sesuatu yang penting dalam hal

memenuhi kebutuhan konsumen. Strategi pemasaran terdiri dari product, place, price dan promotion. Maka dari itu pegadaian syariah menawarkan berbagai macam produk seperti produk pembiayaan UMKM syariah (Arrum Syariah), pembiayaan ibadah haji (Arrum Haji), pembiayaan kendaraan bermotor (Amanah), investasi emas, dan produk murabahah logam mulia. Dengan berbagai variasi produk yang ditawarkan itu adalah upaya untuk menarik minat nasabah untuk bertransaksi di pegadaian syariah.

Adanya banyak pesaing, pegadaian syariah dituntut untuk lebih memperkuat strategi yang dimilikinya untuk memancing daya tarik nasabah untuk memakai berbagai produk yang ditawarkan. Apalagi di masa yang sekarang ini dimana era digital yang semua serba dimudahkan dalam satu waktu saja. Pesaing yang dihadapi pegadaian syariah sekarang ini adalah bisnis pinjaman yang menggunakan sistem online *fintech* yang semakin berkembang pesat di kalangan masyarakat. Dengan menawarkan syarat yang mudah dan tanpa dimintai jaminan apapun tentunya masyarakat akan mudah tertarik untuk menggunakan jasa ini.

Perbedaan strategi pemasaran antara konvensional dengan syariah terletak pada prosesnya, akan tetapi tujuan keduanya sama yaitu dalam menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah. Berkembangnya suatu lembaga keuangan/perusahaan bisa dilihat dari strategi pemasaran yang diterapkannya dan akan berpengaruh langsung pada peningkatan jumlah nasabah sehingga nasabah akan tertarik akan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan, atau dapat dikatakan sebagai usaha untuk meningkatkan volume penjualan, penerapan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran akan berdampak pada peningkatan pendapatan penjualan suatu perusahaan.

Implementasi operasional pegadaian konvensional dengan syariah memiliki kemiripan. Di pegadaian konvensional dapat menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan barang bergerak begitu pula dengan pegadaian syariah. Nasabah dapat

memperoleh dana yang diperlukan dalam waktu yang bisa dikatakan cepat, proses administrasi dan penaksiran hanya lebih kurang dari 15 menit, dan dana pinjaman dapat diterima nasabah kurang dari 1 jam.

Objek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Pegadaian Syariah Munggur Godean. Alasan penulis memilih Pegadaian Syariah Munggur Godean adalah di Pegadaian Syariah tersebut menawarkan sistem KCA (Kredit Cepat Aman). Sistem KCA sendiri merupakan pinjaman yang didasari oleh hukum gadai dengan prosedur pelayanan nya yang mudah, cepat dan aman. Dengan ini pemerintah merangkul rakyat kecil yang tidak mempunyai akses ke dalam perbankan. KCA (Kredit Aman Cepat) tersebut biasanya ditawarkan di pegadaian konvensional tetapi di Pegadaian Munggur Godean ini menawarkan sistem KCA (Kredit Aman Cepat) tersebut. Salah satu keunggulan sistem KCA ialah jangka waktu peminjaman maksimal 4 bulan dan dapat diperpanjang dengan cara membayar sewa modal saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman dan pelunasannya dapat dilakukan setiap saat. Ini adalah salah satu perbedaan Pegadaian Syariah Munggur Godean dari pegadaian syariah lainnya yang berada di wilayah Yogyakarta. Selain itu, alasan penulis melakukan penelitian di Pegadaian Syariah adalah ingin mengetahui bagaimana cara lembaga keuangan syariah terkhusus pegadaian syariah dalam upaya memperkenalkan produk-produk syariah kepada masyarakat yang pada dasarnya lembaga keuangan konvensional lebih dahulu dikenal dan mendominasi ke masyarakat.

Dari kajian yang disampikan sebelumnya diatas, peneliti berminat untuk melakukan penelitian bagaimana strategi pemasaran yang sudah diterapkan pada Pegadaian Syariah Munggur Godean dalam upaya menarik minat nasabah, dan membuktikan apakah di era digital seperti yang sekarang ini strategi-strategi yang masih diterapkan oleh Pegadaian Syariah mampu mempengaruhi calon nasabah atau

tidak. Dengan itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK GADAI**” di dalam penelitian ini menerapkan faktor-faktor yang ada dengan menganalisis berbagai sumber data sehingga peneliti memperoleh strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Munggur Godean Yogyakarta.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Munggur Godean Yogyakarta dalam upaya menarik minat nasabah?
2. Apakah dengan Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Munggur Godean dapat menarik minat nasabah ?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Munggur Godean Yogyakarta dalam upaya menarik minat nasabah.
2. Untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Munggur Godean dapat meningkatkan daya tarik masyarakat untuk melakukan pembiayaan disana.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk perusahaan dalam peningkatan kualitas strategi pemasaran bagi perusahaan.

2. Bagi Penulis

Bagi penulis, berharap dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas lagi serta dapat memahami kembali teori-teori yang di pelajari selama masa kuliah.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk memberikan sumbangkan kepustakaan dan untuk tambahan wawasan untuk mencari ide-ide penelitian yang mempunyai permasalahan yang sama dan atau untuk membuat penelitian baru.