ABSTRAK

Skripsi dengan judul **"Strategi Pemasaran Produk Gadai Ib Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Bank Pembangunan Daerah Cabang Syariah Payakumbuh)"**. Disusun oleh **Zulhijah Khairani** , NIM: **3316379** pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Jenis lembaga keuangan di Indonesia menurut UU No. 10 tahun 1998 terbagi menjadi lembaga keuangan bank dan non bank. Lembaga keuangan terdiri dari bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dengan bentuk usaha konvensional dan syariah, yang berfungsi sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman, sedangkan lembaga keuangan non bank terdiri dari leasing, asuransi, pegadaian, pasar modal dan lain sebagainya yang berfungsi menyalurkan kredit (produktif dan konsumtif) kepada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh dalam meningkatkan jumlah nasabah dan untuk mengetahui apakah strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh tersebut dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Manajer Cabang Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang, dan dokumentasi melalui literatur-literatur kepustakaan, buku-buku, dan sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

Dari hasil penelitian ini bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh adalah strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi pelayanan. Sehingga diketahui bahwa strategi pemasaran produk gadai ib emas dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh mampu meningkatkan jumlah nasabah dari tahun ke tahun, namun peningkatan tersebut tidak seperti yang diharapkan karena peningkatan tersebut hanya kecil. hal ini karena tidak terlaksana dengan maksimalnya strategi promosi karena kurangnya SDM pada Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh yang mengharuskan petugas gadai harus selalu berada di kantor sehingga strategi promosinya tidak dapat dijalankan dengan maksimal.

Kata Kunci : Strategi, Strategi Pemasaran, Gadai iB Emas, Jumlah Nasabah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....**i**

DAFTAR ISI.....**ii**

BAB 1 : PENDAHULUAN

A. . Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 9

C. Batasan Masalah 9

D. Rumusan Masalah 10

E. Tujuan Penelitian.....10

F. Manfaat Penelitian.....10

G. Penjelasan Judul 11

H. Kajian Terdahulu 14

I. Sistematika Penulisan.....15

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pemasaran Bank.....18

a. Pengertian Pemasaran Bank 18

b. Tujuan Pemasaran 21

c. Konsep – Konsep Pemasaran 22

d. Marketing Mix 26

B. Strategi Pemasaran 28

a. Pengertian Strategi Pemasaran.....28

b. Pengertian Pemasaran.....30

c. Strategi Pemasaran 30

d. Targeting, Positioning dan Segmenting.....31

C. Gadai Syariah (*Rahn)* 32

a. Definisi Gadai Syariah (*Rahn)* 32

b. Sejarah Singkat Gadai Syariah 34

b. Landasan Hukum Gadai Syariah (*Rahn)*.....37

d. Rukun dan Syarat Gadai Syariah (*Rahn)*.....38

e. Implementasi *Rahn* dalam Lembaga Keuangan Syariah 41

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 43

B. Lokasi Penelitian 43

C. Jenis dan Sumber Data.....43

D. Teknik Pengumpulan Data 44

E. Teknik Analisis Data 45

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya Bank Pembangunan Daerah Cabang Syariah Payakumbuh.....47

B. Visi dan Misi Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.....49

C. Logo Bank Nagari.....51

D. Moto, Slogan dan Budaya Kerja Bank Nagari Syariah.....52

E. Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.....55

F. Produk Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.....57

G. Strategi Pemasaran Yang Digunakan Oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabahnya 78

H. Kendala-Kendala Yang Terkait Dengan Strategi Pemasaran Yang Digunakan Oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabahnya.....83

I. Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai iB Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah 84

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan …… 89

B. Saran ……... 90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai mahluk hidup tidak akan bisa terlepas dari kegiatan kegiatan yang berorientasi pada aspek pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (Ekonomi).[1]

Saat ini muncul lembaga keuangan syariah yang menjadi kompetitor dari lembaga keuangan konvensional.[2] Berdasarkan undang-undang No. 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang memhimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dalam undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan dalam pasal 1 bahwa "Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencangkup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakasanakan usahanya".[3]

---

[1] Nadhirotul Ulbab,Skripsi:*"Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas "* (Semarang:UIN Walisongo,2016), Hal.1.

[2] Akmalul Bakri Sihombing,Skripsi:*"Prosedur Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Ringroad"*(Medan:UIN Simatera Utara,2018),Hal.1.

[3] Ridho Agusriadi,Skripsi:*" Penerapan akad qard dan ujrah dalam pembiayaan gadai ib emas pada PT. Bank Nagari Cabang Syariah Bukittinggi"*(Padang:UIN IB,2019), Hal.1.

Kehadiran bank syariah di tengah-tengah bank bank konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang selama ini menikmati pelayanan perbankan dengan sistem bunga. Dalam perkembangan bank syariah yang sangat pesat, maka perbankan syariah mempunyai potensi dan peluang yang besar dalam peranannya sebagai sumber pembiayaan bagi hasil perekonomian. Dengan peluang dan potensi yang besar dalam perbankan syariah, memberikan inspirasi bagi bank konvensional untuk menerapkan *dual system* yaitu dengan sistem konvensional dan syariah. Bank-bank konvensional yang menerapkan *dual system* antara lain BNI Syariah, Bank Mandiri dan termasuk juga PT.BPD Sumatera Barat atau di sebut juga dengan Bank Nagari.[4]

Bank Nagari sudah memiliki banyak kantor cabang dan kantor cabang pembantu yang tersebar di seluruh Indonesia. Perkembangan Bank Nagari sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah aset yang dimiliki Bank Nagari yang cukup tinggi.

Salah satu Kantor Cabang Bank Nagari yaitu di daerah Simpang Benteng Payakumbuh yang merupakan satu-satunya cabang syariah Bank Nagari di Payakumbuh. Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh menawarkan berbagai macam produk yang tergolong produk dana, produk pembiayaan, dan produk jasa. Produk-produk tersebut ditawarkan tentunya untuk memnuhi kebutuhan masyarakat terutama masyarakat Payakumbuh.

[4] Akmalul Bakri Sihombing,Skripsi:*"Prosedur Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Ringroad"*(Medan:UIN Simatera Utara,2018),Hal.3.

Salah satu produk pembiayaan Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh yaitu gadai emas syariah *(Ar-Rhan)*. Masyarakat Payakumbuh mempunyai potensi yang tinggi untuk menggunakan produk-produk di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh. Selain itu letaknya yang strategis mempermudah masyarakat menjangkaunya. Itulah yang semakin menarik masyarakat untuk menjadi nasabahnya. [5]

Gadai (*rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah sebagai barang jaminan atas utang atau pinjaman yang diterimanya. Barang jaminan tersebut memiliki nilai ekonomi. Dengan demikian, pihak yang menahan atau menerima gadai memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.[6]

Rahn atau yang lebih dikenal dengan gadai sendiri pernah dipraktekkan oleh Rasulullah sebagaimana yang diterangkan dalam sebuah hadis yang bersumber dari *Aisyah Radhiyallahu anha*:

"Sesungguhnya Rasulullah Shalallahu „alaihi wa sallam membeli makanan dari orang Yahudi dan beliau menggadaikan baju besinya kepadanya."(Riwayat al-Bukhari dan Muslim).

---

[5] Akmalul Bakri Sihombing,Skripsi:*"Prosedur Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Ringroad"*(Medan:UIN Simatera Utara,2018),Hal.4.

[6] Dewi Ilvana Alpisari,Skripsi:*"Analisis Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Gadai Emas di PT.Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara"*(Medan:Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara,2019)Hal.2.

Dari hadis tersebut dapat diketahui bahwa *rahn* (gadai) merupakan salah satu solusi yang sesuai dengan syariat Islam dan dicontohkan Rasulullah dalam mengatasi kebutuhan dana.[7]

Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Setiap lembaga keuangan syariah mempunyai falsafah mencari keridhoan Allah untuk memperoleh kebajikan di dunia dan akhirat. Oleh karena itu, setiap kegiatan lembaga keuangan yang dikhawatirkan menyimpang dari tuntunan agama, harus dihindari. Salah satu yang harus dihindari oleh perbankan yang menggunakan prinsip prinsip syariah adalah adanya riba.[8]

Motivasi nasabah terhadap produk gadai emas sangatlah bervariasi tergantung paradigma masing-masing nasabah. Ada yang memilih gadai emas syariah karena mereka mendapatkan informasi melalui media sosial, karyawan, maupun kesadaran nasabah tentang gadai emas yang penerapan, mekanisme dan prosedur sangat mudah dibandingkan melalui pembiayaan lainya.

Dalam kegiatan sehari-hari, uang selalu dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Fenomena yang terjadi, kebutuhan

---

[7]Lia Sukmawati,Skripsi:*"Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Mempertahankan Market Share Studi Pada Pegadaian Syariah Ajibarang"*(Purwokerto:IAIN Purwokerto,2016)Hal.2.

[8] Afad Zainudin,Skripsi:*"Strategi Pemasaran Pembiayaan Gadai Emans Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto"*(Purwokerto:IAIN Purwokerto,2017)Hal.1.

yang ingin dibeli tidak dapat dicukupi dengan uang yang tersedia. Mengingat hal tersebut, mau tidak mau manusia harus mengurangi kebutuhannya untuk membeli berbagai keperluan yang dianggap tidak penting, namun untuk keperluan yang sangat penting terpaksa harus dipenuhi dengan berbagai cara seperti meminjam dari berbagai sumber dana yang ada. Olehnya itu, hadirnya gadai syariah sebagai sebuah lembaga formal yang berbentuk kounter layanan gadai emas dari Bank Nagari Syariah Cabang Payakumbuh bertugas menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan berdasarkan hukum gadai syariah. Gadai syariah memberikan kemaslahatan sesuai dengan yang diharapkan masyarakat yang terhindar dari praktik-praktik *riba*, maupun *garar* (ketidaktransparan) yang berakibat terjadi ketidakadilan dan kezaliman pada nasabah. Mengatasi kesulitan mendapatkan uang tanpa kehilangan barang-barang berharga, masyarakat dapat menjaminkan barang-barangnya ke lembaga tertentu (pegadaian) dimana dapat ditebus setelah nasabah melunasi pinjamannya. Selain itu, gadai syariah melindungi masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ketangan rentenir yang bunganya relatif tinggi.[9]

Beberapa lembaga keuangan mungkin mempunyai tujuan yang sama, akan tetapi strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut sudah tentu berbeda. Pada umumnya semua jajaran manajemen suatu lembaga keuangan akan selalu membuat rencana-rencana yang baik dan

[9] Sarina Alwi,Skripsi:*"Motivasi Nasabah Terhadap Pembiayaan Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bone"*(Makassar:UIN Alauddin,2017)Hal.4-5.

tepat. Jadi jelaslah suatu strategi bagi lembaga keuangan sangatlah penting.

Suatu lembaga keuangan yang berorientasi teradap perolehan laba (keuntungan sudah pasti membutuhkan apa yang di sebut strategi pemasaran bank, pengertian pemasaran bank itu sendiri yaitu suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

pemasaran berpangkal pada kebutuhan pembeli yang belum terpenuhi dalam hal produk, kualitas, harga dan sebagainya. Produk bukanlah satu-satunya penjamin kepuasan konsumen, akan tetapi ada hal lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni harga produk, lokasi dan distribusi.[10]

Berikut tabel perkembangan jumlah nasabah gadai aktif dari tahun 2014 sampai 2018.

[10] Atep Misbahudin,Skripsi:*"Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) pada BPRS PNM AL-MA'SOEM Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank"*(Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah,2008)Hal.2-3.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Gadai Aktif
Di Bank Pembangunan Daerah Cabang Syariah Payakumbuh

Tahun	Jumlah Nasabah
2014	25
2015	30
2016	35
2017	94
2018	116
2019	125

Sumber: PT. BPD Cabang Syariah Payakumbuh[11]

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Nasabah Gadai Aktif
Di PT. PEGADAIAN (Persero) Unit Syariah Simpang Benteng Payakumbuh

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	406
2017	393
2018	409
2019	424

Sumber: PT. PEGADAIAN (Persero) Unit Syariah Simpang Benteng Payakumbuh [12]

[11] Dokumentasi, Bank Nagari Syariah Payakumbuh.

[12] Dokumentasi, PT.PEGADAIAN (Persero) Unit Syariah Simpang Benteng Jl.Jend Sudirman No.35 Simpang Benteng Payakumbuh.

Akhir-akhir ini bisnis gadai emas di perbankan syariah meredup buktinya ada beberapa perbankan syariah yang tidak lagi memasukkan gadai emas pada produk pembiayaan mereka, salah satunya yaitu BNI Syariah, Bank BNI Syariah telah menghentikan bisnis gadai emas pada tahun 2016. Hal ini karena Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah memperketat aturan main pembiayaan gadai emas di bank syariah. Salah satunya, melalui aturan maksimal pembiayaan gadai emas sebesar Rp 250 juta per nasabah. Adanya pembatasan nilai plafon pada layanan pembiayaan gadai emas ini membuat bank syariah kalah bersaing dengan tempat pegadaian lain.[13]

Dari tabel jumlah nasabah gadai pada Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh yang aktif dari tahun 2014 sampai 2019 selalu mengalami peningkatan, akan tetapi jumlah nasabah yang dimiliki oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh jauh lebih sedikit dari pada jumlah nasabah yang dimiliki oleh PT. PEGADAIAN (Persero) Unit Syariah Simpang Benteng Payakumbuh.

Bank Nagari Syariah Payakumbuh berusaha dengan sangat hati-hati dalam memasarkan produknya, karena persaingan antar sesama lembaga keuangan sangat ketat sehingga masing-masing lembaga juga berlomba-lomba menarik perhatian nasabah.

Adapun fenomena yang ditemukan selama ini adalah kurang maksimalnya pemasaran dalam peningkatan gadai iB emas di perusahaan

[13] Riri Sri Wahyuni, Karyawan Bank BNI Syariah Payakumbuh, Wawancara, 7 Februari 2020

Bank Nagari Syariah Payakumbuh dikarenakan konter layanan gadai emas hanya terdiri dari satu petugas saja, baik yang bertugas sebagai *Officer* Gadai, Pelaksana Penaksir Emas serta *marketing* . Kurangnya strategi pemasaran dalam peningkatan gadai emas di perusahaan karena tidak adanya *marketing* khusus pada konter layanan gadai emas. Besarnya persaingan dalam pemasaran gadai iB emas antar lembaga keuangan di pasaran juga merupakan masalah yang dihadapi Bank Nagari Syariah Payakumbuh.

Berdasarkan uraian di atas, maka pembahasan ini layak untuk diangkat dan dikaji melalui penelitian dengan topik strategi pemasaran, dan menuangkannya dalam bantuk skripsi yang berjudul "**Strategi Pemasaran Produk Gadai iB Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Di Bank Pembangunan Daerah Cabang Syariah Payakumbuh)".**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat di identifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Kurang maksimalnya pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank Nagari Syariah.
2. Peminat gadai di bank syariah sedikit.

3. Besarnya persaingan dalam pemasaran gadai iB emas antar lembaga keuangan di pasaran.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini maka penulis membatasi dan memfokuskan. membahas tentang Strategi Pemasaran Gadai iB Emas Pada Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Nagari Syariah Payakumbuh.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengangkat rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu: Apa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh dalam meningkatkan jumlah nasabah?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan strategi pemasaran produk gadai emas yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.

F. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, dapat menambah kontribusi keilmuan tentang produk gadai syariah.

2. Bagi PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Syariah Payakumbuh, dapat mengetahui strategi pemasaran yang baik dan tepat guna serta tidak bertentangan dengan nilai-nilai syariah berdasarkan teori-teori yang ada dan juga dapat menjadi bahan evaluasi serta masukan untuk lebih memajukan lagi produk gadai syariah tersebut.
3. Bagi Akademis, dapat menambah pengetahuan tentang produk gadai syariah dan strategi pemasarannya.
4. Bagi masyarakat, dapat menambah pengetahuan tentang produk-produk gadai syariah dan mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Syariah Payakumbuh.

G. Penjelasan Judul

Strategi Pemasaran :Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan suatu perusahaan untuk dapat mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran juga dapat dikatakan sebagai upaya perusahaan dalam menghadapi lingkunngan dan keadaan persaingan yang semakin berubah.[14]

[14] Lia sukmawati,Skripsi:*"Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Mempertahankan Market Share(Studi Pada Pegadaian Syariah Ajibarang"*(Purwokerto:IAIN Purwokerto,2016)Hal.8.

Gadai :Menurut Muhammad Syafi'i Antonio Gadai Syariah (Rahn) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (rahin) sebagai barang jaminan (marhun) atas utang/pinjaman (marhun bih) yang diterimanya. Marhun tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai (murtahin) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.[15]

Pembiayaan :uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan bagi hasil.

Gadai Emas :merupakan produk bank syariah berupa fasilitas pembiayaan dengan cara memberikan pinjaman (*qardh*) kepada nasabah dengan jaminan emas (perhiasan) dalam sebuah akad gadai (*rahn*). Bank syariah selanjutnya mengambil upah (*fee*) atas jasa

[15] Juliannisa Budiyati,*"Analisa Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas PT.BPRS Amanah Ummah"*(Bogor:UIKA,2014) Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 5 No. 1, Maret 2014.Hlm.71.

penyimpanan atau penitipan yang dilakukannya atas emas tersebut berdasarkan akad jasa(*ijarah)*.[16]

Nasabah :Merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).[17]

Bank Nagari Syariah Payakumbuh :Bank Nagari Syariah adalah unit usaha Syariah Payakumbuh PT. Bank pembangunan daerah Sumatera Barat atau disebut juga dengan Bank Nagari. Untuk memperluas jangkauaan target pasar Bank Nagari, meningkatkan sumber pendapatan dalam rangka memperkuat produktifitas dan kesehatan dimasa depan serta pengelolaan dana haji yang akan dilakukan melalui Bank Syariah. Maka berdasarkan latar belakang diatas Bank Syariah membuka kantor cabang syariah untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Berdasarkan PBI Nomor 8//3/PBI/2006 pasal 11 Ayat 1, bank yang akan membuka kantor untuk melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah wajib berbentuk

[16]Zahira Mulkania dan Yeni Irawan,*"Analisis Bauran Pemasaran Produk Rhan terhadap Minat Nasabah Pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Samudera Lhokseumawe"*(Medan:Politeknik Negeri Lhokseumawe,2018)Hal.2.

[17] http://kbbi.web.id/nasabah

> unit usaha syariah di kantor pusat bank, maka Bank Nagari harus membentuk unit usaha syariah-Nya. Unit Usaha Syariah (UUS) bank nagari mulai dioperasikan pada tahun 2006 yaitu pada tanggal 28 September 2006 sesuai surat persetujuan Bank Indonesia Padang Nomor 8/DPbs/PIA, tanggal 28 Sebtember 2006.[18]

Jadi, dari pengertian-pengertian diatas bahwa penjelasan dari judul yang penulis angkat saat ini adalah bagaimana pemasaran terbaik yang yang akan di lakukan oleh PT.Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh yang nantinya akan dapat menambah jumlah nasabah di PT.Bank Nagari Syariah Payakumbuh.

H. Kajian Terdahulu

Salah satu penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian yang dilakukan **MAHDA LINDA** dengan Nim **3315041** dengan judul penelitian analisis peranan juru taksir emas dalam produk pembiayaan gadai emas di Bank Nagari Cabang Syariah Bukittinggi. Penelitian ini diselesaikan pada tahun 2019 yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran juru taksir emas dalam produk pembiayaan gadai emas di Bank Nagari Cabang Syariah Bukittinggi.

[18] http://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Nagari_Syariah, diakses 13 November 2019

Penelitiian kedua yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian yang dilakukan oleh **SESMIYANTI** dengan Nim **3314325** dengan judul penelitian perbandingan sistem gadai tradisional dengan gadai syariah di nagari pematang panjang kecamatan sijunjung kabupaten sijunjung. Penelitian ini diselesaikan pada tahun 2018 yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana perbandingan sistem gadai tradisional dengan gadai syariah, mana yang memberikan keadilan dan kemaslahatan.

Penelitian ketiga yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian yang dilakukan oleh **DILA FIRMADANI** dengan Nim **3314163** dengan judul penelitian Analisis pengaruh prosedur gadai emas terhadap kepuasan nasabah pada BSM KC Pekan Baru Harapan Raya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh prosedur gadai emas terhadap kepuasan nasabah BSM KC Pekan Baru Harapan Raya.

Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian-penelitian diatas yaitu mengenai strategi pemasaran gadai emas syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh. Penulis melakukan penelitian ini karena penulis melihat kurangnya minat masyarakat melakukan gadai di bank nagari syariah. Masyarakat lebik banyak menggunakan jasa gadai pada perusahaan pegadaian syariah. Sedangkan bank nagari syariah dan pegadaian syariah sama-sama merupakan lembaga keuangan syariah, disini penulis ingin melihat strategi apa saja yang dilakukan bank nagari

syariah dalam pemasarannya sehingga kurangnya minat masyarakat melakukan transaksi gadai di bank nagari syariah dibandingkan dengan pegadaian syariah.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berguna untuk memudahkan proses kerja dalam menyusun Tugas Akhir serta untuk mendapatkan gambaran dan penulisan yang baik dan benar. Sistematika penulisan dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I :Bab ini merupakan bab pendahuluan yang memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penjelasan judul, metode penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : Bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk pembahasa dan pemecahan masalah antara lain akan diterangkan mengenai: pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, sasaran pemasaran, pengertian strategi pemasaran, bauran pemasaran, pengertian gadai *(rahn)*, sejarah singkat gadai, landasan hukum gadai *(rahn)* , mekanisme, implementasi *rahn* di LKS, rukun dan syarat serta Fatwa DSN MUI tentang gadai *rahn* di LKS.

BAB III :Bab ini merupakan pembahasan yang berisi tentang gambaran umum PT. Bank Nagari Cabang Syariah

Payakumbuh, sejarah berdirinya PT. Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh, struktur organisasi PT. Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh**,** produk PT. Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.

BAB IV :Bab ini merupakan pembahasan yang berisi tentang Strategi Pemasaran gadai iB emas pada PT. BPD Cabang Syariah Payakumbuh, analisa.

BAB V :Bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. PEMASARAN BANK

1. Pengertian Pemasaran Bank

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun ujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempetahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.[19]

[19]Kasmir,*Manajemen Perbankan* (Jakarta:Rajawali Pers,2000) hlm.168

Secara umum manajemen pemasaran bank adalah suatu proses pelaksanaan, perencanaan dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabahnya. Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa manajemen pemasaran bank merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa perbankan, baik produk simpanan, pinjaman atau jasa-jasa bank lainnya. Penyediaan keinginan dan kebutuhan produk bank ini harus dilakukan melalui perencanaan yang matang, baik untuk perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang. Selanjutnya dilaksanakan oleh bankir yang profesional. Kemudian perlu dilakukan pengawasan dan pengendalian secara terus menerus agar tidak menyimpang dari yang sudah direncanakan. Pada akhirnya kegiatan pemasaran bank diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah serta juga akan memberikan keuasan kepada para nasabahnya.

Pengertian kebutuhan manusia (nasabah) adalah suatu keadaan di mana dirasakan tidak ada dalam diri seseorang, seperti kebutuhan akan rasa aman. Dalam praktiknya kebutuhan nasabah bank adalah sebagai berikut:

1) Kebutuhan akan produk bank

2) Kebutuhan rasa aman berhuungan dengan bank

3) Kebutuhan kenyamanan berhubungan dengan bank

4) Kebutuhan untuk dihormati dan dihargai

5) Kebutuhan untuk persahabatan

6) Kebutuhan untuk diberi perhatian

7) Kebutuhan status/prestise

8) Kebutuhan aktualisasi diri

Pengertian keinginan manusia (nasabah) adalah merupakan kebutuhan yang dibentuk oleh kultur dan kepribadian individu. Contoh keinginan nasabah bank adalah sebagai berikut:

1) Ingin memperoleh pelayanan yang cepat

2) Ingin agar bank dapat menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi

3) Ingin memperoleh komitmen bank

4) Ingin memperoleh pelayanan yang bermutu (cepat dan memuaskan)

5) Ingin memperoleh kepuasan

6) Ingin dihargai dan dihormati

7) Ingin memperoleh perhatian

8) Ingin memperoleh status/prestise

9) Ingin memperoleh keuntungan.

10) Ingin memperoleh keamanan dari setiap transaksi yang berhubungan dengan bank

Sedangkan produk bank adalah jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk bank terdiri dari produk simpanan (giro, tabungan dan deposito), pinjaman (kredit) dan jasa-jasa bank lainnya seperti trasfer, kliring, inkaso, safe deposit box, kartu kredit, letter of credit, bank garansi, traveller cheque, bank draf dan jasa-jasa bank lainnya.[20]

2. Tujuan Pemasaran Bank

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri.

Sudah dijelakan sebelumnya bahwa dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat

[20] Kasmir,*Manajemen Perbankan* (Jakarta:Rajawali Pers,2000) hlm.169-170

sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untukmencapai tujuan yang diharapkan.

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah sebagai berikut :

1) Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang – ulang.
2) Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
3) Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
4) Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan mencitakan iklim yang efisien.[21]

3. Konsep – Konsep Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep pemasaran dimana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari suatu periode e eriode lainnya

[21] Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers,2014) Hlm.196-197

akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung pada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.

Ada lima konsep dalam pemasaran dimana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan. Adapun konsep –konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1) Konsep produksi

   Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini merupakan salahsatu falsafah tertua yang menjadi penuntunpara penjual dan merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya. Dengan harga serendah mungkin.

2) Konsep Produk

   Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu, perusahaan harus mencurahkan upaya terus menerus dalam perbaikan produk. Konsep produk

merupakan konsep yang menekankan pada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik.

3) Konsep Penjualan

Konsep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk kecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

4) Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.

Menurut Philip Kotler, konseo ini menekankan kedalam beberapa pengertian dibawah ini :

a. Menemukan keinginan pelanggan dan penuhi keinginan tersebut.
b. Membuat apa yang anda dapat jual dari pada menjual apa yang anda dapat.
c. Mencintai pelanggan.
d. Andalah yang menentukan.

e. Berhenti memasarkan produk yang dapat anda buat dan mencoba membuat produk yang dapat anda jual.

Pada konsep ini menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat

5) Konsep pemasaran kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Bagi dunia perbankan konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu jelas tertuang bahwa pelanggan benar-benar harus diperhatikan. Tujuannya adalah agar pelanggan tetap setia menggunakan produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank.[22]

[22] Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers,2014) Hlm.197-200

4. Marketing Mix

Marketing mix (Bauran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Detiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.

Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berbentuk barang maupun jasa. Khusus untuk produk yang berbentuk barang jasa diperlakukan, jasa diperlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.

Secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasran (*marketing mix)* untuk produk jasa adalah 7 P, yaitu :

a. *Product* (produk)
b. *Price* (harga)
c. *Place* (tempat/saluran distribusi)
d. *Promotion* (promosi)
e. *People* (orang)
f. *Physical evidence* (bukti fisik); dan
g. *Process* (proses)

Dalam rangka memenangkan persaingan antara bank dalam menjalankan bauran pemasarannya dapat dilakukan berbagai strategi. Akan tetapi, ketepatan penggunaan strategi bauran pemasaran jasa suatu bank ditentukan antara lain melalui kualitas jasa yang ditawarkan (*perceived service quality)*. Keberhasilan faktor ini dapat diukur melalui hal-hal berikut:

a. Kualitas jasa yang dirasakan pelanggan (*sevice perfomance/perceived service*). Artinya apa yang diterima nasabah pada saat menerima atau membeli jasa yang ditawarkan bank.
b. Jasa yang diharapkan pelanggan (*customer expectation*). Artinya apa yang dirasakan nasaah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan terhadap jasa yang di belinya.

Kemudian kualitas jasa yang ditawarkan ditentukan oleh berbagai faktor yang memengaruhinya. Menurut beberapa ahli pemasaran paling tidak ada lima unsur yang menentukan kualitas jasa, yaitu sebagai beikut:

a. *Tangible* (bukti nyata)

   Jasa yang berkualitas dilihat dari kualitas fisik seperti gedung kantor, ruangan, pakaian dan penampilan karyawan.
b. *Emphaty* (empati)

   Jasa yang berkualitas mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggang, seperti

sikap, kesediaan membantu nasabah,menanggapi setiap permintaan nasah, kesopanan serta perhatian kepada kepentingan dan kebutuhan nasabah.

c. *Reliability* (keandalan)

Jasa yang berkualita meliputi kepercayaan kepada institusi, akurasi catatan nasabah dan kepercayaan nasabah kepada karyawan.

d. *Responsivenes* (daya tanggap)

Jasa yang berkualitas mencakup kecepatan layanan karyawan dan dukungan institusi kepada karyawan.

e. *Assurance* (jaminan atau kepastian)

Jasa yang berkualitas mencakup janji institusi kepada pelanggan, penetapan waktu pemberian jasa, keamanan bertransaksi, penetapan waktu operasi dan kepastian jasa yang di berikan.[23]

B. STRATEGI PEMASARAN

1. Pengertian Strategi

Strategi dalam kamus besar Bahasa Indonesia Adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.[24] Menurut Warren J. Keegan "Strategi adalah respons yang

---

[23] Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers,2014) Hlm.213-216

[24] Ulfat Ahmad Nurlette, Ahmad Sobari dan Ahmad Mulyadi Kosim, "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (Studi Kasus Bank BJB Syariah Cabang BOGOR)".*(Bogor: Program Studi Ekonomi Syariah FAI-UIKA Bogor) Jurnal Ekonomi Islam Vol.5 No.2, September 2014 Hlm.208

dipertimbangkan dari sebuah organisasi dari pihak yang berkepentingan dan kenyataan dari lingkungan bisnis".[25]

Secara etimologi, strategi berasal dari bahasa yunani *Strategos* yang berarti kepemimpinan dalam ketentaraan, yang artinya adalah seni atau ilmu untuk menjadi seseorang jendral. Konsep ini relevan pada situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang . Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.[26]

Strategi adalah orientasi tindakan jangka waktu pengalokasian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi ini menunjukan arah tujuan jangkapanjang organisasi dan cara pencapaiannya, serta cara mengalokasikan sumber daya. Dengan kata lain,strategi adalah rencana jangka panjang suatu instruksi atau perusahaan untuk mencapai tujuan.

2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial, di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhakan

---

[25] Juliannisa Budiyati,*"Analisa Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas PT.BPRS Amanah Ummah"*(Bogor:UIKA,2014) Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 5 No. 1, Maret 2014 Hlm.63

[26] Ulfat Ahmad Nurlette, Ahmad Sobari dan Ahmad Mulyadi Kosim, "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (Studi Kasus Bank BJB Syariah Cabang BOGOR)".*(Bogor: Program Studi Ekonomi Syariah FAI-UIKA Bogor) Jurnal Ekonomi Islam Vol.5 No.2, September 2014 Hlm.208

dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. [27] Menurut Gunawan Adisaputro: strategi pemasaran adalah cara yang ditempuh perusahaan untuk merealisasikan misi, tujuan, sasaran yang telah ditentukan dengan cara menjaga dan mengupayakan adanya keserasian antara berbagai tujuan yang ingin dicapai, kemampuan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar produknya.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran seorang pemasar harus mempunyai strategi yang jitu sehingga produk yang mereka tawarkan disukai dan dibeli oleh pelanggannya.[28]

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan suatu perusahaan untuk dapat mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran juga dapat dikatakan sebagai upaya perusahaan dalam menghadapi lingkunngan dan keadaan persaingan yang semakin berubah.[29]

Sementara itu, Tull dan Kahle (1990) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan

---

[27] Fany irwoana, Skripsi, *"Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Rahn Pt.Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman",*(Medan: UIN Sumatera Utara.2017) Hlm. 9

[28] Juliannisa Budiyati,*"Analisa Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas PT.BPRS Amanah Ummah"*(Bogor:UIKA,2014) Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 5 No. 1, Maret 2014 Hlm.63

[29] Lia sukmawati,Skripsi:*"Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Mempertahankan Market Share(Studi Pada Pegadaian Syariah Ajibarang"*(Purwokerto:IAIN Purwokerto,2016)Hal.8

keunggulan bersaingyang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.[30]

Dari teori-teori diatas, penulis berpendapat bahwa strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.

4. Targeting, Positioning dan Segmenting

Seorang pemasar jarang dapat memuaskan semua orang dalam suatu pasar. Tidak semua orang menyukai sereal, kamar hotel, restoran, mobil, universitas atau film yang sama. Karenanya, pemasar mulai dengan membagi-bagi pasar kedalam segmen-segmen. Mereka mengidentifikasi dan membuat profil dari kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkn lebih menyukai atau menginginkan bauran produk dan jasa yang beragam, dengan meneliti perbedaan demografis, psikografis dan perilaku diantara pembeli.[31]

Setelah mengidentifikasi segmen pasar, pemasar lalu memutuskan segmen mana yang memberikan peluang terbesar.

---

[30] Ulfat Ahmad Nurlette, Ahmad Sobari dan Ahmad Mulyadi Kosim, "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (Studi Kasus Bank BJB Syariah Cabang BOGOR)".*(Bogor: Program Studi Ekonomi Syariah FAI-UIKA Bogor) Jurnal Ekonomi Islam Vol.5 No.2, September 2014 Hlm.209

[31] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,*"Manajemen Pemasaran"*.(Jakarta: Erlangga.2009) Edisi ketiga belas, Jilid 1 Hlm.13

Segmen itulah yang akan menjadi pasar sasarannya. Untuk setiap segmen, perusahaan mengembangkan suatu penawaran pasar yang diposisikan didalam benak pembeli sasaran sebagai keuntungan utama. Sebagao contoh, volvo mengembangkan mobilnya untuk pembeli yang memberi perhatian utama pada keselamatan. Karenanya, volvo memposisikan mobilnya sebagai mobil paling aman. Perusahaan akan mencapai hasil yang lebih baik jika mereka memilih pasar sasarannya dengan cermat serta mempersiapkan program pemasaran yang sesuai.[32]

11) GADAI SYARIAH *(RAHN)*

1. Definisi Gadai (*Rahn)*

Gadai dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *"rahn"* dan dapat juga dinamai dengan al-habsu. Secara etimologi *rahn* adalah "tetap atau lestari" sedangkan *al-habsu* berarti "penahanan". Menurut istilah syara' yang dimaksud dengan *rahn* adalah menjadikan suatu barang sebagai jaminan atas hutang, dengan ketentuan bahwa apabila terjadi kesulitan dalam pembayaran maka utang tersebut bisa dibayar dari hasil penjualan barang yang dijadikan jaminan itu.[33] Sedangkan *rahn* menurut syariah adalah

[32] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,*"Manajemen Pemasaran"*.(Jakarta: Erlangga.2009) Edisi ketiga belas, Jilid 1 Hlm.13

[33] Dian Putri Hamdayani,Skripsi,"*Pelaksanaan Strategi Pemasaran Gadai Emas pada Pegadaian Syariah Ahmad Yani Pekan Baru dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah ditinjau Menurut Ekonomi Syariah"*(Pekan Baru:UIN Sultan Syarif Kasim Riau,2017)Hal.51

menahan sesuatu dengan cara dibenarkan yang memungkinkan ditarik kembali.[34]

Rahn dalam istilah perbankan Indonesia disebut "agunan". Agunan adalah barang jaminan atau barang yang dijaminkan. *Rahn* merupakan perjanjian penyerahan barang untuk menjadi agunan atau barang jaminan bagi pelunasan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank atau kreditur. Barang yang menjadi jaminan disebut *al-marhun,* pihak yang memberikan jaminan disebut *ar-rahin,* dan pihak yang memperoleh jaminan atau pemegang jaminan atau kreditur disebut *al-murtahin.*

Rahn ditangan *al-murtahin* (pemberi utang, kreditur) hanya berfungsi sebagai jaminan utang dari *ar-rahin* (orang yan brhutang, debitur). Menurut konsep *rahn,* barang berharga diagunkan untuk menjamin utang yang dapat digunakan untuk menjamin utang yang dapat digunakan sebagai sumber pelunasan itu apabila utang tersebut pada waktunya tidak dapat dilunasi oleh orang yang berutang.[35]

Pasal 20 ayat 14 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) mendefinisikan,"*Rahn* / gadai adalah penguasaan barang milik peminjam oleh pemberi pinjaman sebagai jaminan.maka dapat dipahami bahwa *rahn* atau gadai adalah jaminan yang

---

[34] Khotibul Umam, Setiawan Budi Utomo,*"Perbankan Syariah:Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*(Jakarta:Rajawali Pers,2017) Hal:173

[35] Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk Produk dan Aspek Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014) hlm.363-364

diserahkan oleh pihak pengutang kepada yang memberi utang. Pemberi utang memberi kuasa penuh untuk menjual barang jaminan tersebut apbila pihak pengutang tidak mampu membayar utangnya saat jatuh tempo. Apila uang hasil penjualan barang jaminan tersebut melebihi jumlah utang, maka sisanya harus dikembalikan kepada pengutang, namun bila kurang dari jumlah utang, pihak pengutang harus menambahinya agar utang tersebut terbayar lunas.[36]

2. Sejarah Singkat Gadai Syariah

Pada mulanya gadai di Indonesia dilaksanakan oleh pihak swasta, kemudian oleh gubernur Hindia Belanda melalui *Staatsblad* tahun 1901 No. 131 tanggal 12 Maret 1901 didirikan rumah gadai pemerintah (Hindia Belanda) di Sukabumi, Jawa Barat. Dengan dikeluarkannya peratuaran tersebut, maka pelaksanaan gadai dilaksanakan oleh pemerintah Hindia Belanda, sebagaimana diatur dalam *Staatsblad* tahun 1901 No. 131 sebagai berikut:

"Sejak saat itu di bagian Sukabumi kepada siapapun tidak akan diperkenangkan untuk dengan memberi gadai atau dalam bentuk jual beli dengan hak membeli kembali, meminjamkan uang, tidak melebihi 100 (seratus) Golden, dengan hukuman, tergantung pada

[36] Imam Mustofa,*Fiqh Muamalah Kontemporer*,(Jakarta:Rajawali Pers,2016)hlm.192-193

kebangsaan para pelanggar yang diancam dalam pasal 337 KUHP bagi orang-orang Eropa dan pasal 339 KUHP bagi orang-orang Bumiputera".

Selanjutnya dengan *Staatsblad* 1930, No. 266, rumah gadai tersebut mendapat status dinas pegadaian sebagai perusahaan negara, dalam arti UU perusahaan Hindia Belanda (Lembaga Hindia Belanda 1927 No. 419). Pada masa pemerintahan RI, Dinas pegadaian yang merupakan kelanjutan dari pemerintah Hindia Belanda, status pegadaian dirubah menjadi Perusahaan Negara (PN) kemudian dirubah menjadi Perjan pegadaian. Selanjutnya untuk meningkatkan efektivitas dan produktivitasnya, bentuk perjan pegadaian tersebut, kemudian dialihkan menjadi Perum Pegadaian. Dengan harapan agar mampu mengelola usahanya dengan lebih propesional tanpa meninggalkan ciri khusus yang mempunyai misi penyaluran pinjaman atas dasar hukum gadai dengan pasar sasaran adalah masyarakat golongan ekonomi lemah dan dengan cara mudah, aman, dan hemat, sesuai dengan mottonya '*Menyelesaikan Masalah Tanpa Masalah".*

Berbicara sejararah gadai syariah khususnya di Indonesia tidak terlepas dari kemauan warga masyarakat Islam untuk melaksanakan transaksi akad gadai berdasarkan prinsip syariah dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan praktek ekonomi dan lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai dan prinsip hukum

Islam. Hal dimaksud, dilatar belakangi oleh maraknya aspirasi dari warga masyarakat Islam diberbagai daerah yang menginginkan pelaksanaan hukum Islam dalam berbagai aspeknya termasuk gadaian syariah. Selain itu, semakin populernya praktek bisnis ekonomi syariah dan mempunyai peluang yang cerah untuk dikembangkan sampai sekarang .Berdasarkan hal di atas, pihak pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undangan untuk melegitimasi secara hukum positif pelaksanaan praktek bisnis sesuai dengan syariah yang termasuk gadai syariah. Karena itu, pihak pemerintah bersama Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) merumuskan rancangan peraturan perundang-undangan yang kemudian disahkan menjadi UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan. Undang-undang dimaksud, memberi peluang untuk diterapkan praktek perekonomian sesuai syariah dibawah perlindungan hukum positif.

Berdasarkan undang-undang tersebut, maka terwujud lembaga-lembaga syariah termasuk pegadaian syariah dan lain-lainnya. Selain Pegadaian Syariah, Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh juga menjadikan gadai syariah sebagai salah satu produknya. gadai, bukan lagi dipandang tempatnya masyarakat kalangan bawah mencari dana dikalah anaknya sakit atau butuh

biaya sekolah. Gadai saat ini juga tempat para pengusaha mencari dana segar untuk kelancaran bisnisnya.[37]

3. Landasan Hukum *Rahn*

a) Al-Qur'an

Ayat al-qur'an yang dapat dijadikan dasar hukum perjanjian gadai adalah Qs. Al-Baqarah ayat 283:

وَإِن كُنتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا۟ كَاتِبًا فَرِهَٰنٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ ٱلَّذِى ٱؤْتُمِنَ أَمَٰنَتَهُۥ وَلْيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا۟ ٱلشَّهَٰدَةَ ۚ وَمَن يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٌ قَلْبُهُۥ ۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya : *"jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang 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".*

b) Ijtihad Ulama

Jumhur ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal ini dimaksud, berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad saw, yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi dari contoh Nabi Muhammad saw tersebut,

[37] Sarina Alwi.Tesis:" *Motivasi Nasabah Terhadap Pembiayaan Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bone"*(Makassar:UIN Alauddin 2017)Hal.27-30

ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang yahudi, bahwa hal itu tidak lebih dari sikap Nabi Muhammad saw yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad kepada mereka.[38]

4. Rukun dan Syarat *Rahn*

1) Rukun *rahn* dan unsur-unsurnya

Rahn memiliki empat unsur, yaitu *rahin* (orang yang memberikan jaminan), *al-murtahin* (orang yang menerima jaminan), *al-marhun* (jaminan), dan *marhun bih* (utang).[39]

Untuk menetapkan rukun gadai, Hanafiah tidak melihat kepada keempat unsur tersebut, melainkan melihat kepada pernyataan yang di keluarkan oleh para pelaku gadai, yaitu *rahin* dan *murtahin*. Sama halnya dengan akad-akad yang lain, Hanafiah menyatakan bahwa rukun gadai adalah *ijab* dan *qabul* yang dinyatakan oleh *rahin* dan *murtahin*.[40]

---

[38] Nadhirotul Ulbab,Skripsi:*"Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas "* (Semarang:UIN Walisongo,2016), Hal.45

[39] Rachmat Syafe'i, "*Fiqh Muamalah* (Bandung:Pustaka Setia,2001) Hal.162

[40] Ahmad Wardi Muslich,*"Fiqh Muamalat"* (Jakarta:Amzah,2017) Hal.290

2) Syarat – Syarat Gadai (*rahn*)

Adapun syarat-syarat *ar-rahn* para ulama *fiqh* menyusunnya sesuai dengan rukun *ar-rahn* itu sendiri. Dengan demikian syarat-syarat *ar-rahn* adalah sebagai berikut:

a. Syarat yang terkaid dengan orang berakad (*ar-rahin* dan *al-murtahin*) adalah cakap bertindak hukum. Kecakapan bertindak hukum, menurut Jumhur Ulama adalah orang yang telah baligh dan beakal. Sedangkan menurut ulama Hanafiah kedua belah puhak yang berakad tidak disyaratkan baligh, tetapi cukup berakal saja. Oleh sebab itu, menurut mereka anak kecil yang *mumayyiz* boleh melakukan akad *ar-rahn* asal mendapat pesetujuan dari walinya.

b. Syarat yang terkait dengan *sighat*, ulama Hanafiah berpendapat dalam akad itu *ar-rahn* tidak boleh dikaitkan oleh syarat tertentu. Karena akad *rahn* sama dengan akad jual beli. Apabila akad itu dibarengi dengan syarat maka syaratnya batal sedang akadnya sah.

c. Syarat yang terkait dengan utang (*al-marhun bih*) (a) Merupakan hak yang wajib dikembalikan kepada yang memberi utang. (b) Utang boleh

dilinasi dengan jaminan. (c) Utang itu jelas dan tertentu.

d. Syarat yang terkait dengan barang yang dijadikan jaminan (*al-marhun*), menurut ulama fiqh syarat-syaratnya sebagai berikut: (a) barang jaminan itu boleh dijual dan nilainya seimbang dengan utang. (b) berharga dan boleh dimanfaatkan. (c) jelas dan tertentu (d) milik sah orang yang berutang (e) tidak terkait dengan hak orang lain. (f) merupakan harta utuh. (g) boleh diserahkan baik materinya maupun manfaatnya.

Disamping syarat-syarat diatas para ulama fiqh sepakat mengatakan, bahwa *ar-rahn* itu baru di anggap sempurna apabila barang yan di-*rahn*-kan itu secara hukum berda di tangan pemberi utang, dan uang yang dibutuhkan telah diterima peminjam uang. Apabila jaminan itu berupa benda tidak bergerak seperti rumah dan tanah, maka tidak harus rumah dan tanah itu yang diberikan, tetapi cukup surat surat tanah itu yang di berikan kepada orang yang memberikan piutang. Syarat yang terakhir demi kesempurnaan *ar-rahn* adalah bahwa barang jaminan itu dikuasai secara hukum oleh pemberi piutang. Syarat ini menjadi pentinga karena Allah

dalam Q.S. Al-Baqarah:283 menyatakan barang jaminan itu dipegang atau dikuasai secara hukum oleh pemberi piutang. [41]

5. Implementasi *Rahn* dalam Lembaga Keuangan Syariah

Rahn sebagai suatu perjanjian tentang gadai ternyata tidak hanya diterapkan oleh perusahaan pegadaian saja. Perbankan syariah juga menyediakan produk berupa *rahn* ini dalam kegiatan operasionalnya.

Rahn yang ada didalam perbankan syariah dapat diartikan sebagai menahan *asset* nasabah sebagai jaminan tambahan pada pinjaman yang dikucurkan oleh pihak bank. *Rahn* termasuk dalam salah satu jenis akad pelengkap, sedangkan dalam konteks perusahaan umum pegadaian *rahn* merupakan produk utama.

Adapun manfaat yang dapat diambil oleh bank dari prinsip *ar-rahn* adalah sebagai berikut :

1) Menjaga kemungkinan nasabah untuk lalai atau bermain main dengan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank.

2) Memberikan keamanan bagi semua penabung dan pemegang depositi bahwa dananya tidak akan hilang begitu saja jika nasabah peminjam ingkar janji karena

[41] Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq,*"Fiqh Muamalat"* (Jakarta:Kencana,2012) Hal.267-268

ada suatu aset atau barang (*marhun*) yang dipegang oleh bank.

3) Jika *rahn* diterapkan dalam mekanisme pegadaian, sudah tentu akan sangat membantu saudara kita yang kesulitan dana, terutama di daerah-daerah.

Adapun manfaat yang langsung didapat oleh bank adalah biaya-biaya yag harus dibayar oleh nasabah untuk pemeliharaan keamanan *asset* dari nasabah tersebut. Jika penahanan *asset* berdasarkan perjanjian *fiducia* (penahanan barang bergerak sebagai jaminan pembayaran), nasabah juga harus membayar biaya asuransi yang besarna sesuai dengan yang berlaku secara umum. Kemudian resiko yang ada pada implementasi gadai bagi perbankan syariah adalah risiko tidak terbayarnya utang nasabah (*wanprestasi*) dan risiko penurunan nilai *asset* yang ditahan berupa kerusakan atau turunnya harga jual atas suatu *asset*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat *deskriptif kualitatif,* yaitu penelitian yang dilakukan dengan peninjauan langsung objek penelitian.[42] Dalam hal ini penelitian dilakukan untuk memperoleh data yang *relevan,* dengan tujuan penelitian secara nyata, tepat dan akurat dengan memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang mengambil lokasi penelitian di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh yang beralamat di Jalan Sudirman No. 09 Simpang Benteng Payakumbuh Sumatera Barat. Penelitian ini diakukan sejak 02 Januari 2020.

C. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari hasil *interview* kepada responden yang dijadikan subyek penelitian

[42] Ratih Trisnawati,*Metodologi Penelitian Bisnis,*(Jakarta:Mitra Wacana Media,2007)Hal.123

atau data yang diperoleh langsung dari subyek yang akan diteliti tentang permasalahan yang akan di bahas.[43] Untuk memdapatkan data primer ini peneliti mewawancarai petugas gadai Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung permasalahan yang akan dibahas yang bersumber dari buku-buku referensi perpustakaan yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas atau yang ada kaitannya dengan topik permasalahan yang penulis teliti.[44]

D. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung pada bagian yang memahami dan menangani secara jelas permasalahan yang penulis teliti tersebut.[45] Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai saudara Yan Trisno sebagai petugas gadai Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang di lakukan Bank Nagari Syariah Payakumbuh dalam meningkatkan jumlah nasabahnya.

---

[43] Joko Subagyu,*Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi,* (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,1999)Hal.117

[44] Muhammad Teguh,*MetodologI Penelitian Ekonomi*,(Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,1999)hal.117

[45] Winarno,*Pengantar Penelitian Ilmiah*,(Bamdung:Tarsito,1994) hal.162

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, agenda, brosur dan selebaran. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang bersumber dari data tertulis dan catatan yang mempunyai keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

Analisis dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang berada di tempat penelitian atau yang berada diluar tempat penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut.

Metode ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data yang dirasa perlu untuk dijadikan bahan pendukung dan pelengkap bagi data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

E. Teknik Analisa Data

Penulis akan mengelola dan menuangkan data yang terkumpul kedalam bentuk Skripsi dengan menggunakan metode *deskriptif kualitatif* yaitu dengan cara mengelola data dalam bentuk kalimat analisis berdasarkan pada hasil wawancara serta data penunjang lainnya, yaitu menggunakan data referensi berupa literatur ataupun artikel-artikel yang berhubungan.

Setelah data yang dibutuhkan terkumpul, maka selanjutnya peneliti akan mengolahnya dengan mengorganisasi data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih yang penting yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan.[46]

Dari penelitian *deskriptif kualitatif* ini penulis ingin memberikan gambaran tentang bagaimana strategi pemasaran produk gadai iB emas syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh. `

[46] Sugiyono, "*memahami penelitian kualitatif*" ,(Bandung: Alfabeta,2014) Hal.88

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. SEJARAH SINGKAT BERDIRINYA BANK PEMBANGUNAN DAERAH CABANG SUARIAH PAYAKUMBUH

Sesuai UU No 10 tahun 1998 yaitu : Bank umum yang melakukan aktivitas usaha secara konvensional dapat juga melakukan aktivitas usaha berdasarkan prinsip syariah. Lembaga keuangan perbankan di indonesia menerima hal ini secara antusias. Salah satu bank yang mengemukakan cabang yaitu PT. Bank Pemangunan Daerah Sumatera Barat yang di namakan Bank Nagari, dimana Bank ini siap siap untuk melayani publikyang menginginkan sistem perbankan berdasarkan prinsip syariah.

Bank Indonesia memberi izin kepada Bank Pembangunan Derah Payakumbuh (Bank Nagari) untuk membuka kantor cabang syariah di padang berdasarkan surat persetujuan Bank Indonesia No.9/50/DPbS/pdg tanggal 26 April 2007. Sehingga terhitung sejak tanggal 4 mei 2007 kantor cabang yang diletakkan di Jalan Belakang Olo Nomor 36 b Padang ini mulai beroperasi.[47]

Usaha untuk terus menumbuhkan system syariah ini membuat para karyawan yang ditunjuk menjalankan Unit Usaha Syariah ini makin bersemangat dengan berbagai kemajuan. Memang cukup berat kalau dikaitkan dengan target nasional Perbankan Syariah yakni mencapai *share*

[47]Dokumen PT.Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.2005

5% dari total perbankan nasional. Akan tetapi UUS Bank Nagari tidak mau menyerah. Dan hasilnya, pada 9 Januari 2008, Bank Nagari dapat persetujuan lagi dari bank indonesia untuk membuka layanan syariah di lima kantor cabang yakni Kantor Cabang Utama Padang, Pasar Raya Padang, Bukittinggi, Payakumbuh dan Simpang Empat.[48]

karena layanan syariah sudah dibuka di daerah daerah maka ke tertarikan masyarakat yang pada umumnya muslim untuk menggunakan Unit Usaha Syariah Bank Nagari semakin meningkat. Bank Nagari pun diberi izin lagi oleh Bank Indonesia untuk membuka kantor cabang syariah di payakumbuh. Pada tanggal 12 Juni 2008, kantor Cabang Syariah di Payakumbuh diresmikan.[49]

Tumbuhnya kantor abang dan kantor unit Bank Nagari Syariah bersamaan dengan semakin diresponnya perbankan syariah dan ekonomi syariah di Sumatera Barat oleh masyarakatnya. Bank Indonesia di Padang menilai bahwa ini tak lepas dari kecendrungan yang terbawa oleh kultur Minangkabau dalam filosofi*"Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah".* Mayoritas penduduk yang beragama Islam di daerah ini sangat memungkinkan dijadikan sebagai modal dasar perbankan syariah.[50]

---

[48]Dokumen PT.Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.2005

[49]Yan Trisno Karyawan Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh, *wawancara,* Payakumbuh.

[50]Dokumen PT.Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.2005

B. Visi dan Misi

1 . Visi

Visi Bank Nagari yaitu *"Menjadi Bank Pembangunan Daerah Terkemuka dan Terpercaya di Indonesia".*

Menjadi bank Pembangunan Daerah terkemuka dalan arti dikenal dan menonjol di Indonesia. Terpercaya memberi arti bahwa Bank sudah menjalankan prinsip-prinsip pengelolaan perusahaan yang baik, memberikan layanan yang memuaskan dan kepatuhan terhadap peraturan dengan kejujuran.[51]

2. Misi

a) Memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Mencerminkan dasar atau latar belakang didirikannya bank, sesuai yang diamanahkan dalam Akta Pendirian, yang merupakan cita-cita dan tujuan yang akan diperankan, yaitu turut membangun kegiatan ekonomi yang kuat untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat.

b) Memenuhi dan menjaga kepentingan stakeholder secara konsisten dan seimbang. Bank akan senantiasa dijalankan

[51] Dokumen PT.Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.2005

dengan prinsip untuk memenuhi tanggung jawab kepada pemilik, nasabah, karyawan dan masyarakat.

- Menjaga agar bank ini bertumbuh dan berkembang dengan baik dan sehat.
- Memberikan pelayanan yang prima.
- Memberikan keuntungan yang memadai bagi pemegang saham.
- Memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat.[52]

[52] Dokumen PT.Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.2005

C. Logo Bank Nagari

Buana, dipresepsi sebagai lintasan orbital yang secara ilusif mencerminkan gerak berkesinambungan. Selain sebagai buana, bagi masyarakat minang dapat dipersepsikan sebagai tanduk kerbau yang mengartikulasikan bentuk Minangkabau. Kedua persepsi tersebut dapat dimaknai bahwa Bank Nagari berlandaskan falsafah minang yang secara konsisten menetakan visi kedepan untuk berkembang ke arah global.

Logo type Bank Nagari memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi secara psikologis mempresentasi kan ketegasan



BIRU : Menyiratkan modernitas institusi yang berorientasi kedepan dengan dukungan teknologi informasi digital.

MERAH : Menyiratkan tentang semangat, progresitas, keberanian berinovasi untuk selalu menjadi yang terdepan. Hal ini sejalan dengan masyarakat Minang yang mempunyai keberanian serta *"Punyo Raso Jo Pareso"* (Mawas Diri)

KUNING : Melambangkan keagungan "punya undang dan hukum"

HITAM : Melambangkan "tahan tapo (tempa) serta mempunyai akal dan budi".

Merupakan ikon berlian (diamond) yang secara konguratif memberikan indeks tentang sebuah untaian. Untaian dari dua unsur segitiga dan satu bujursangkar bagi masyarakat Minang dapat dimaknai sebagai *"tigo tali sapilin, tigo tungku sajarangan"* . selain itu kongurasi ini dapat juga di persepsi sebagai dasi kupu-kupu yang menandakan tentang profesionalisme dalam bisnis perbankan. Ikon berlian dapat diinterprestasikan sebagai sesuatu yang bernilai tinggi. Maka simbilok tersebut secara komprehensif menunjukkan bahwa bank nagari menjunjung tinggi nilai-nilai falsafah tradisi minang sebagai landasan dalam memnjalankan profesionalisme bisnis perbankan.

D. Moto, Slogan dan Budaya Kerja Bank Nagari Syariah

Moto dan slogan Bank Nagari adalah *"Bersama Membina Citra Membangun Negeri"* moto/slogan merupakan suatu pernyataan semangat atau keinginan yang dapat mendorong setiap individu untuk berbuat sesuai dengan moto/slgan dimaksud.

Membina citra merupakan aktifitas majemuk atas keinginan untuk menciptakan citra diri yang positif seperti pelayanan yang baik, kejujuran dan ketulusan serta integritas yang tinggi dalam melaksanakan tugas. Bila citra baik sudah didapat maka diharap akan menjadi daya tarik *stakeholder* untuk bersama membangun negeri.

Prinsip utama citra pelayanan :

a) *Simplicity,*memudahkan aktifitas perbankan nasabah

b) *Convenience,*memberikan kenyamanan bertransaksi

c) *Reliability,* handal dsituasi sesulit apapun

d) *Care,* peduli dengan kepuasan nasabah

e) *Speed,* cepat memahami kebutuhan nasabah

f) *Safety,* mengamankan keuangan secara pasti.[53]

Budaya kerja Bank Nagari adalah sikap dan perilaku segenap jajaran yang mengabdi pada Bank Nagari dalam mencapai misi.

[53] Dokumen PT.Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.2005

Lima sikap dan perilaku budaya kerja Bank Nagari :

a) Bertakwa

   Setiap jajaran bank syariah menjalankan syariat agamanya dengan sempurna, dengan dasar ketakwaan tersebut setiap jajaran bank wajib menjaga kehormatan diri, perusahaan dan mengelolanya dengan baik.

b) Kebersamaan

   Setiap jajaran bank menjaga hubungan dan kerjasama diantara mereka baik vertikal maupun horizontal dan dengan nasabah.

c) Profesional

   Setiap jajaran bank bersikap profesional dalam setiap tindakannya dan memegang teguh kode Etik Bankir Indonesia serta selalu mengembangkan diri serta bekerja dengan efisien, efektif berdisiplin dan berintegritas tinggi.

d) Berorientasi bisnis

   Setiap jajaran bank menyadari bahwa sumber penghasilan utama berasal dari nasabah, untuk itu setiap sikap dan kegiatan berorientasi kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik namun tetap memelihara keamanan serta kepentingan bank.

e) Loyal

Setiap pegawa loyal terhadap bank, kepemimpinan yang di percaya oleh pemegang saham dan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan setiap pegawai merasakan bahwa bank adalah milik mereka dan harus dipelihara dan dikembangkan dengan baik.[54]

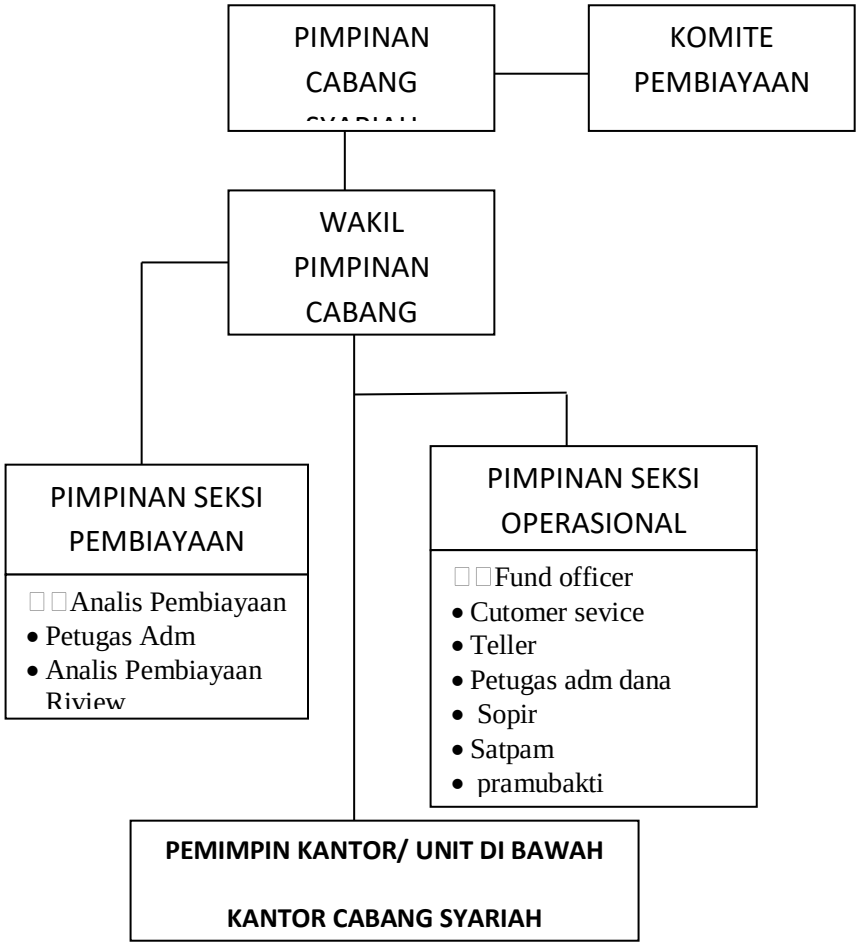
[54] Dokumen PT.Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.2005

E. Struktur Organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh

Dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap perbankan yang berprinsip syariah, maka Bank Nagari kembali membuka cabang syariah, yaitu cabang syariah Payakumbuh pada tanggal 12 Juni 2008. Berikut struktur organisasi Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh :

Gambar

Struktur Organisasi



Sumber: Wawancara di Bank Nagari Syariah Payakumbuh.2020

Nama-nama pegawai Bank Nagari Syariah Bukuttinggi:

1. Pimpinan Cabang : Nisrul Qamar

2. Wakil Pimpinan Cabang : Adrinal

3. Pimpinan Seksi Pembiayaan : Miko Hidayat

- Analis Pembiayaan : Hana Desea Sari
- Adm Pembiayaan : Meriessyameli Putri
- Analis Juru Taksir Emas : Yan Trisno

5. Pimpinan Seksi Operasional : Desyi sushanti

- Customer Service : Surti Handayani
- Teller : Suci
- Petugas Adm & Pembukuan : Fitri Nilam Sari
- Satpam : Febri

  Zul Afkar

  Gemi
- Supir : Zul Efendi

  Adha
- Pramibakti : Yudi Yulio Putra dan Edo

F. Produk Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh

1) Produk Dana

a. Tabungan Sikoci

a) Tabungan iB Sikoci Mudharabah

Tabungan Mudharabah adalah penanaman dana pihak ketiga pada Bank berdasarkan Mudharabah Muthlaqah untuk perorangan, badan usaha dan pihak pihak lainnya yang pencairannya tidak dapat dilakukan sewaktu sewaktu-waktu berdasarkan syarat-syarat tertentu yang telah disepakati antara Bank dengan Nasabah. Dalam Mudharabah Muthlaqah Bank diberikan hak sepenuhnya untuk melakukan penanaman dana oleh nasabah.

Pembukaan dan Penyetoran :

a) Setoran awal sesuai yang ditetapkan Bank.
b) Dana disetor penuh kepada Bank dan dnyatakan dalam jumlah Nominal.
c) Setoran selanjutnya dapat dilakukan setiap saat sesuai ketentuan yang ditatapkan Bank.

Penarikan :

Nasabah dapat melakukan penarikan dana dengan menggunakan slip penarikan, sarana perintah

pembayaran lainnya atau dengan Automatic Teller Machine (ATM).

Kewajiban :

Kewajiban Bank :

a) Bank berkewajiban membayar sejumlah dana yang ditarik nasabah sepanjang tidak mengurangi saldo minimum yang ditetapkan Bank.
b) Bank berkewajiban menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.

Kewajiban Nasabah :

a) Wajib menginvestasikan minimum dana tertentu yang jumlahnya ditetapkan Bank dan tidak dapat ditarik oleh nasabah kecuali dalam rangka penutupan rekening.
b) Mengembalikan Buku Tabungan apabila Nasabah melakukan penutupan rekening.
c) Mematuhi ketentuan Bank yang berkenaan dengan Tabungan Sikoci Mudharabah.

Bagi Hasil :

a) Nisbah bagi hasil 10% untuk Nasabah dan 90% untuk Bank didasarkan Revenue Sharing.
b) Pemberian keuntungan untuk nasabah didasarkan pada Saldo rata-rata harian sesuai ketentuan bagi hasil yang ditetapkan Bank.
c) Bagi hasil didistribusikan setiap bulan sesuai nisbah yang disepakati.
d) Pajak dan zakat atas bagi hasil yang diperoleh nasabah ditanggung nasabah sesuai aturan yang berlaku.
e) Perubahan Nisbah bagi hasil akan diinformasikan pada papan pengumuman di kantor Bank yang melakukan kegiatan usaha syariah, apabila setelah 3 hari kerja tidak ada konfirmasi dari nasabah maka dianggap menyetujui perubahan nisbah bagi hasil tersebut.
f) Bank tidak boleh mengurangi bagian keuntungan Nasabah tanpa persetujuan nasabah.

Penutupan :

Bank diberi hak untuk menutup rekening tabungan apabila :

a) Termasuk dalam kategori tabungan pasif, sesuai ketentuan yang ditetapkan Bank.

b) Nasabah meninggal dunia dan saldo tabungan diserahka kepada ahli waris.
c) Apabila penutupan rekening dilakukan oleh nasabah, Bank akan membebankan biaya administrasi sesuai ketentuan yang ditetapkan Bank.

b) Tabungan i B Sikoci Wadiah

Tabngan wadiah adalah penitipan dana pihak ketiga pada Bank berdasarkan Al-wadi'ah Yad ad-Dhamanah untuk perorangan dan Yayasan yang penarikannya dapat dilakukan berdasarkan syarat tertentu yang telah disepakati antara Bank dan Nasabah.

Pembukaan dan Penyetoran :

a) Setoran awal sesuai ketentuan yang ditetapkan oleh Bank
b) Dana titipan disetor penuh kepada Bank dan dinyatakan dalam jumlah nominalnya
c) Setoran selanjutnya dapat dilakukan setiap saat sesuai ketentuan yang ditetapkan Bank.

Penarikan :

Dana titipan dapat diambil setiap saat dengan menggunakan slip penarikan atau perintah bayar lainnya dan atau melalui

Automatic Teller Machine (ATM) maksimal sebesar saldo yang tercatat pada Bank.

Kewajiban :

a) Bank berkewajiban menjamin pengembalian dana titipan nasabah
b) Nasabah berkewajiban mengembalikan buku tabungan apabila nasabah melakukan penutupan rekening

Penutupan :

a) Bank berhak menutup rekening apabila :
    a. Termasuk dalam kategori tabungan tidak aktif apabila dalam jangka waktu 6 bulan berturut-turut tidak mengalami transaksi penarikan atau penyetoran, baik secara tunai maupun pemindah bukuan / kliring dikenakan biaya rekening pasif sesuai yang ditetapkan bank.
    b. Nasabah meninggal dunia dan saldo tabungan diserahka kepada ahli waris.

b) Apabila penutupan rekening dilakukan oleh nasabah, Bank akan membebankan biaya administrasi sesuai ketentuan yang ditetapkan Bank.

Lain-lain :

a) Bank tidak menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah.

b. Tabungan Tahari Mudharabah

Tahari Mudharabah adalah penanaman dana pihak ketiga pada bank berdasarkan Mudharabah Muthlaqah untuk perorangan muslim / muslimah yang akan melaksanakan ibadah haji.

Pembukaan dan Penyetoran :

a) Setoran awal sesuai ketentuan yang ditetapkan bank
b) Dana disetor penuh kepada bank dan dinyatakan dalam jumlah nominal
c) Setoran selanjutnya dapatdilakukan setiap saat sesuai ketentuan yang ditetapkan bank

Penarikan :

Nasabah dapat melakukan penarikan dana tabungan sampai saldo minimal yang ditetapkan oleh bank kecuali dalam rangka penutupan rekening.

Kewajiban :

a) Bank berkewajiban sebagai berikut :
    a. Membayar sejumlah dana yang ditarik nasabah sepanjang tidak mengurangi saldo minimum yang ditetapkan bank.
    b. Meneruskan biaya perjalanan ibadah haji (BPIH) kepada Badan Pengelola Keuangan Haji atau pihak lain yang ditunjuk pemerintah setelah memenuhi jumlah tertentu yang di syaratkan.
    c. Mendaftarkan pada SISKOHAT kementrerian agama RI jika saldo nasabah telah mencapai jumlah sesuai dengan ketentuan kementerian RI
b) Nasabah berkewajiban sebagai berikut :
    a. Wajib menginvestasikan minimum dana tertentu yang jumlahnya ditetapkan bank dan tidak dapat ditarik nasabah kecuali dalam rangka penutupan rekening
    b. Wajib mengisi dan menandatangani wakalah bermaterai cukup dan menyepakati hak–hak jemaah haji
    c. Mengembalikan buku tabungan apabila nasabah melakukan penutupan rekening.

Bagi hasil :

a) Pemberian keuntungan untuk nasabah didasarkan pada saldo rata-rata harian sesuai ketentuan bagi hasil *(revenue sharing)* yang ditetapkan bank.
b) Bagi hasil dihitung dan di distribusikan setiap akhir bulan sesuai dengan nisbah yanag disepakati
c) Pajak dan atau zakat atas bagi hasil yang peroleh nasabah ditanggung oleh nasabah sesuai aturan yang berlaku
d) Perubahan nisbah bagi hasil diinformasikan pada papan pengumuman dikantor bank yang melakukan kegiatan usaha syariah.
e) Apabila dalam 3 hari kerja setelah tanggal pengumuman tersebut tidak ada konfirmasi nasabah, maka nasabah di anggap menyetujui perubahan nisbah bagi hasil tersebut
f) Bank tidak diperbolehkan mengurangi bagian keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah

Penutupan :

a) Bank berhak menutup rekening apabila :
    a. Termasuk dalam kategori tabungan tidak aktif
    b. Setelah paling lambat 6 bulan tanggal kedatangan kelompok terbang terakhir jamaah haji indonesia

c. Nasabah meninggal dunia dan saldo tabungan diserahka kepada ahli waris dengan menyerahkan buku tabungan beserta surat keterangan ahliwaris dan surat keterangan kematian yang dikeluarka oleh pihak-pihak yang berwenang

Apabila penutupan rekening dilakukan oleh nasabah sebelum dananya dipergunakan untuk pendaftaran haji bank akan membebankan biaya administrasi sesuai ketentuan yang ditetapkan bank

c. Tabungan Ku Wadiah

Tabungan wadiah adalah penitipan dana pihak ketiga pada bank berdasarkan Al-wadiah Yad ad-dhamanah untuk perorangan dan yayasan yang penarikannya dapat dilakukan berdasarkan syarat-syarat tertentu yang telah disepakati antara bank dengan nasabah.

Pembukaan dan Penyetoran :

a) Setoran awal sesuai ketentuan yang ditetapkan oleh Bank
b) Dana titipan disetor penuh kepada Bank dan dinyatakan dalam jumlah nominalnya
c) Setoran selanjutnya dapat dilakukan setiap saat sesuai ketentuan yang ditetapkan Bank.

Penarikan :

Dana titipan dapat diambil setiap saat dengan menggunakan slip penarikan atau alat perintah bayar lainnya dan atau mealui Automatic Teller Machine (ATM) maksimal sebesar saldo yang tercatat pada bank.

Kewajiban :

a) Bank berkewajiban menjamin pengembalian dana titipan nasabah
b) Nasabah berkewajiban mengembalikan buku tabungan apabila nasabah melakukan penutupan rekening.

Penutupan :

a) Bank berhak menutup rekening apabila :
    a. Termasuk dalam kategori tabungan tidak aktif apabila dalam jangka waktu 6 bulan berturut-turut tidak mengalami transaksi penarikan atau penyetoran, baik secara tunai maupun pemindah bukuan / kliring dikenakan biaya rekening pasif sesuai yang ditetapkan bank.
    b. Nasabah meninggal dunia dan saldo tabungan diserahka kepada ahli waris.

b) Apabila penutupan rekening dilakukan oleh nasabah, Bank akan membebankan biaya administrasi sesuai ketentuan yang ditetapkan Bank.

Lain-lain :

Bank tidak menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah.

d. Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah adaah penanaman dana pihak ketiga pada bank berdasarkan Mudharabah Muthlaqah untuk perorangan, badan usaha dan pihak-pihak lainnya yang pencairannya tidak dapat dilakukan sewaktu waktu.

Kewajiban :

a) Bank berkewajiban sebagai berikut :
    a. Menerbitkan dan menyerahkan kepada nasabah bukti pemilikan deposito.
    b. Membayarkan kembali dana kepada nasabah pada saat jatuh tempo deposito.
    c. Dalam hal deposito diperpanjang secara ARO, maka kantor cabang penerbit bilyet deposito akan menuliskan perpanjangan jangka waktu deposito dan nisbah bagi

hasil pada bilyet deposito perpanjangan jangka waktu tersebut tanpa menerbitkan bilyet deposito baru.

d. Menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.

b) Nasabah berkewajiban sebagai berikut :

a. Dana disetor penuh kepada bank dan dinyatakan dalam julah nominal.

b. Nasabah tidak diperbolehkan menarik dana diluar jangka waktu kesepakatan.

Pecaran / penutupan rekening :

a) Bank berhak menutup rekening apabila :

a. Deposito telah jatuh tempo dan tidak disyaratkan diperpanjang secara ARO.

b. Deposan meninggal dunia dan dana deposito diserahkan kepad ahli waris atau pihak lain yang ditunjuk oleh ahli waris dengan menyerahkan bilyet deposito asli dan surat keterangan ahli waris serta surat keterangan meninggal dunia dari pihak yang berwenang.

b) Pencairan dana deposito dilakukan angsung oleh nasabah berikut dengan menyerahkan bilyet deposito asli.

e. Giro Wadiah

Giro wadiah adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah yad ad dhamanah* oleh perorangan atau badan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindah bukuan.

Penyetoran dan penarikan dana :

a) Setoran dana awal dilakukan secara tunai sesuai ketentuan yang ditetapkan bank.
b) Setoran dana selanjutnya dapat diakukan setiap saat sesuai ketentuan yang ditetapkan bak.
c) Pemilik rekenin dapat melakukan penarikan dana dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau perintah pemindah bukuan.

Kewajiban :

a) Kewajiban Bank
    a. Membayar sejumlah dana yang ditarik oleh pemilik rekening, sepanjang tidak mengurangi saldo minimum yang di tetapkan bank.
    b. Meminta kembali seluruh blanko cek dan atau bilyet giro yang tidak dipergunakan oleh pemilik rekening.

b) Kewajiban nasabah

a. Memelihara saldo minimum yang ditetapkan bank dan tidak dapat ditarik

2) Produk Pembiayaan Syariah

c. *Murabahah* Plus

Pembiayaan *murabahah* plus adalah pembiayaan yang disediakan oleh bank nagari syariah untuk nasabah baik itu perorangan, profesional, PNS, ABRI, BUMN/BUMD, karyawan swasta dan pensiunan dalam rangka penggunaan barang-barang modal dan jasa untuk keperluan komsumtif untuk tujuan produktif dan non produktif yang tujuan penggunaannya berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

d. *Murabahah* Modal Kerja

Murabahah modal kerja adalah pembiayaan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan modal nasabah dalam menjalankan kegiatan usahanya.

e. *Murabahah* Investasi Pembiayaan yang disajikan dalam bentuk prinsip jual beli kepada nasabah di berbagai sektor ekonomi produktif yang penggunaan barang modal dan jasa guna rehabilitas, modernisasi, ekspansi, dan rekolasi guna pembentukan usaha yang

baru dalam jangka menengah/ panjang yang dibebankan untuk bisnis properti dan lainnya.

f. *Musyarakah Mutanaqisah*

Musyarakah mutanaqisah adalah pembiayaan yang bersifat kemitraan dalam pengelolaan suatu proyek oleh bank dan mitra usaha, dimana aset tersebut sama-sama dimiliki berdasarkan porsi modal yang disepakati diawal.

g. Pembiayaan Peduli Usaha Mikro PPUM Yaitu pembiayaan yang ditujukan kepada masyarakat usaha usaha mikro, baik PPUM modal kerja maupun PPUM investasi.

h. Pembiayaan iB Kepada Koperasi Pembiayaan yang diberikan kepada koperasi untuk usaha produktif yng dilakukan oleh koperasi baik untuk modal kerja maupun investasi dengan menggunakan akad mudharabah.

i. Pembiayaan Modal Kerja Kontraktor Merupakan akad kerja sama antara bank dengan nasabah (kontraktor). Dalam hal ini bank memesan barang kepada kontraktor membuat barang menurut spesifikasi sesuai kontrak yang termasuk, adapun kelompok sasaran: 1) Pemerintah pusat

2) Pemerintah daerah

3) BUMN

4) BUMD

5) Swasta nasional, campuran, asing secara kolektif

j. Gadai iB Emas Merupakan produk dimana nasabah menggadaikan barang/hartanya pada bank. Barang/harta tersebut (emas) ditempatkan dalam penguasaan dan pemeliharaan bank. Dengan adanya pemeliharaan tersebut bank menetapkan biaya sewa atas dasar prinsip *ijarah.*

Sesuai Surat Keputusan Direksi No. SK/271/DIR/11-2009 Tanggal 06 November 2009 tentang peraturan pelaksanaan pinjaman gadai iB emas dan Surat Direksi No. SR/019/DIR/IN/03-2010 tentang tarif dan biaya administrasi dan tarif jasa biaya pemeliharaan pinjaman gadai iB Emas sebagai berikut:

a. Biaya Administrasi

1) Tarif biaya administrasi ditetapkan *single* tarif yaitu Rp. 20,000 per-jangka waktu akad.

2) Biaya administrasi dipungut pada saat realisasi simpanan gadai.

3) Biaya matrai atas beban bank.

4) Biaya asuransi penyimpanan barang gadai iB Emas atas beban bank.

b. Biaya Pemeliharaan Barang Pinjaman Gadai iB Emas: Peraturan Pelaksanaan Pinjaman Gadai iB Emas, Divisi Usaha Syariah.

1) Tarif biaya pemeliharaan (*ujrah*) ditetapkan sebesar Rp. 4,500 (Empat Ribu Lima Ratus Rupiah) per-gram/bulan, dengan interval waktu sebesar Rp. 1,500 (Seribu Lima Ratus Rupiah) per-gram/ 10 hari secara manual.

2) Tarif jasa pemeliharaan per- 10 hari Interval Pinjaman/ Plafon :

1 gram	1.200	> 100 Juta
1 gram	1.300	50 – 100 Juta
1 gram	1.400	25 -50 Juta
1 gram	1.500	10 – 25 Juta
1 gram	1.6 00	< 10 Juta

Sumeber: Peraturan Pelaksanaan Pinjaman Gadai iB Emas, Divisi Usaha Syariah, 2019/2020

2. Biaya pemeliharaan diperhitungkan pada saat realisasi pinjaman gadai atau pada saat pelunasan pinjaman gadai dan atau perpanjangan jangka waktu pembiayaan gadai.

Produk Gadai iB Emas Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.

Perihal	Uraian
Pengertian	Fasilitas untuk kebutuhan dana mendesak dengan jaminan emas.
Jenis Emas	Emas lantakan dan emas pehiasan, dengan kadar mulai 18 samapai dengan 24 karat
Akad	• Ijarah sebagai akad persewaan • Gadai sebagai akad penjamin • Qard sebagai akad pinjaman
Maksimum *Qard*	Jaminan emas perhiasan 80% dari nilai taksiran Jaminan emas lantakan bisa mencapai 90% dari nilai taksiran
Jumlah	Mulai dari 500,000,- s.d.

Pembiayaan	250,000,000- pernasabah
Jangka Waktu	60 hari (2 bulan)
Biaya-biaya	Sesuai tabel dan dibayar dimuka
Pelunasan	Nasabah dapat melakukan pelunasan sebelum jatuh tempo serta biaya pemeliharaan yang telah diberikan diawal. Dihitung jangka waktu yang terpakai dan sisa dikembalikan kepada nasabah

Sumeber: Peraturan Pelaksanaan Pinjaman Gadai iB Emas, Divisi Usaha Syariah

Untuk menentukan biaya pemeliharaan (*ujrah*) yang harus dilakukan yaitu menentukan berat emasnya terlebih dahulu:

a. Pengujian Berat Emas dengan menggunakan timbangan elektronik/digital. Setelah didapatkan berat dari barang emas yang digadaikan oleh nasabah tersebut maka dapat ditentukan berapa biaya pemeliharaan atau biaya *ujrah*-Nya.

b. Cara menghitung biaya pemeliharaan

Contoh:

Pada tanggal 09 April 2020 nasabah membawa 2 (dua) emas lantakan untuk digadaikan pada Bank Nagari Cabang Syariah Bukittinggi dengan kadar 24 karat dan berat 30.00 gram. Berapa biaya pemeliharaan (*ujrah*) yang harus dibayar nasabah pada saat jatuh tempo akad pada tanggal 09 Agustus 2020? (nilai pasar emas pada bulan April ditaksir Rp. 589000/gram).

Jawab:

Taksiran :

(karat/24) x berat emas x nilai pasar emas

(24/24) x 30.00 x 589000 = Rp. 17.670.000,-

Pembiayaan:

taksiran x maksimum *qard*

17.670.000 x 80% =Rp 14.136.000

Biaya pemeliharaan (ujrah)

berat emas x baiaya perbulan x jangka waktu

30.00 x 1.500 x 4 (bulan) = Rp. 540.000,-/ per 4 bulan

3) Jasa Bank Lainnya

a. ATM Bank Nagari

b. Transfer

c. Inkaaso

d. Kiriman uang *Western Union*

e. Referensi Bank

f. *Save Deposit Box*

g. BPD Net Online

h. EDC Bank Nagari

i. Pembayaran Listrik, aiar, telepon, pajak

j. Pembayaran Gaji

k. Penerimaan Uang Kuliah Perguruan Tinggi

l. Pendaftaran Mahasiswa Baru

m. Penerimaan Setoran BPIH

n. Pembayaran Zakat Via ATM

o. Pembayaran dan Pembelian Pulsa

p. Pembayaran TV Berlangganan

q. Pembayaran Asuransi Sinar Mas

r. Layanan ATM Bersama dan ATM Prima

G. Strategi Pemasaran Yang Digunakan Oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabahnya

Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif, karena tidak memerlukan persyaratan yang sulit seperti di lembaga keuangan pada umumnya. Di di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh nasabah hanya perlu membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis (Emas) serta fotocopy KTP dan mengisi permohonan pembiayaan Gadai iB Emas maka nasabah sudah bisa mendapatkan dana yang diinginkan.[55]

Sebagai bank yang menjalankan operasionalnya berdasarkan pada syariah, Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh selalu berupaya untuk melakukan terobosan baru untuk meningkatkan semua produk-produknya

[55] Yan Trisno. Pegawai Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh, *wawancara.2020*

terutama dibidang gadai emas. Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh menyiapkan tenaga ahli pada bidang gadai agar mendapatkan manfaat yang efisien dari pelaksanaan gadai emas Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh.[56]

Dari hasil wawancara yang peulis lakukan, berikut strategi-strategi pemasaran produk gadai emas Bank Nagari Syariah dalam meningkatkan nasabah, adalah sebagai berikut:

a. Strategi Produk

Dari segi strategi produk, Bank Nagari Syariah tetap menggunakan istilah Rahn Emas (Gadai Emas) dan tidak menggunakan nama merek lain untuk produk gadai emas yang bank tawarkan. Bank Nagari Syariah menilai memberikan nama merek sesuai dengan istilah aslinya yakni "Gadai iB Emas (*Rahn*)" akan lebih dapat menarik nasabah daripada jika harus menggunakan merek lain yang kurang begitu akrab di telinga masyarakat.

Dari segi strategi produk, agar mampu menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lainnya yang menawarkan produk serupa, Bank Nagari Syariah berani mengklaim bahwa produk gadai emas yang ditawarkan oleh Bank Nagari Syariah memiliki kelebihan dari prosesnya yang cepat, aman, murah,serta fleksibel.

[56] Yan Trisno. Pegawai Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh, *wawancara.2020*

Berdasarkan penjelasan tentang strategi produk yang dilakukan Bank Nagari Syariah dalam memasarkan produk gadai emas di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa penggunaan merek yang tetap menggunakan istilah aslinya yakni "Gadai iB emas" merupakan strategi yang tepat mengingat istilah tersebut sudah akrab ditelinga masyarakat. Menggunakan merek yang mudah diingat menjadi salah satu hal yang penting.

b. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan bagian penting dari sebuah strategi pemasaran. Melalui promosi masyarakat akan mengetahui produk-produk yang di tawarkan oleh sebuah perusahaan. Dalam memasarkan produk gadai emas, Bank Nagari Syariah menerapkan strategi promosi yakni dengan cara memasang spanduk, membagi-bagikan brosur/pamflet, memasang steaker di angkutan umum dan sarana promosi dalam bentuk verbal (dari mulut ke mulut). Pemberian cendramata/souvenir adalah cara lain yang Bank Nagari Syariah lakukan dalam upaya menarik hati nasabah. Cendramata/souvenir tersebut dapat berupa payung, mug, pulpen, kalender, jadwal imsakiyah ketika bulan Ramadhan, dan lain-lain.

c. Strategi Harga

Dari segi strategi harga, strategi pemasaran Produk Gadai Emas iB Emas Bank Nagari Syariah Payakumbuh dilakukan dengan memberikan harga biaya penitipan yang relatif murah bagi nasabah yakni mulai dari Rp. 4.500/gram setiap bulannya. Dalam menetapkan harga biaya penitipan, Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh mendasarkan perhitungannya pada berat dan kadar emas bukan berdasarkan pada besarnya jumlah pinjaman dana nasabah gadai emas.

Strategi harga lainnya yakni dengan memberikan diskon/potongan biaya penitipan kepada nasabah. Bagi nasabah gadai emas yang melunasi pinjamannya sebelum jatuh tempo, Bank Nagari Syariah Payakumbuh memberikan diskon/potongan biaya penitipan kepada nasabah, besarnya diskon/potongan biaya penitipan disesuaikan.

Berdasarkan penjelasan mengenai strategi harga yang dilakukan oleh Bank Nagari Syariah Payakumbuh dalam strategi pemasaran produk gadai emas, penentuan biaya penitipan yang relatif murah merupakan strategi yang sangat menarik bagi nasabah. Penentuan biaya yang relatif murah tentu akan lebih mampu menjaring nasabah lebih banyak. Selain itu, adanya diskon/potongan biaya penitipan yang diberikan kepada nasabah yang melunasi pinjamannya sebelum

jatuh tempo tentu akan menjadi motivasi bagi nasabah untuk mampu membayar lebih cepat.

d. Strategi Pelayanan

Dari segi strategi pelayanan, strategi pemasaran Produk Gadai iB Emas Bank Nagari Syariah Payakumbuh dilakukan dengan menempatkan posisi nasabah sebagai raja. Bukan raja dalam arti sesungguhnya akan tetapi hal ini berarti bahwa Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh akan senantiasa berusaha memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah khususnya nasabah gadai emas. Dalam hal strategi pelayanan, petugas gadai emas Bank Nagari Syariah Payakumbuh juga selalu berusaha untuk bersikap baik, ramah dan menerapkan unsur 3S (Senyum, Sapa, Salam) dalam setiap transaksi yang dilakukan. Petugas gadai Bank Nagari Syariah Payakumbuh juga selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan nasabah, sehingga hubungan yang terjalin diantara petugas bank syariah dan nasabah bukan lagi sebatas antara nasabah dengan petugas bank syariah tapi lebih kepada terjalinnya hubungan saudara.

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai strategi pelayanan Bank Nagari Syariah Payakumbuh sebagai bagian dari strategi pemasaran produk gadai emas, senantiasa berusaha memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah adalah suatu cara yang memang harus dilakukan. Jika nasabah

merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka secara otomatis mereka akan menjadi mitra abadi bagi perusahaan. Unsur 3S (senyum, sapa, salam) juga strategi pelayanan yang sangat baik untuk dilakukan karena dengan tersenyum dan bersikap ramah suasana yang terjalin antara nasabah dengan pihak bank syariah pun akan nyaman dan akrab serta tidak mustahil akan menumbuhkan ikatan emosional.

H. Kendala-Kendala Yang Terkait Dengan Strategi Pemasaran Yang Digunakan Oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabahnya

Setiap strategi promosi pada produk perbankan, tak terkecuali pada bank syariah dilakukan dengan tujuan memperoleh kenaikan jumlah nasabah dengan hasil yang optimal. Tingkat keberhasilan atau kegagalan promosi tidak hanya bergantung terhadap dukungan dari pihak perusahaan dan manajemennya saja, akan tetapi juga menilik pengaruh dari faktor-faktor lain yang menghambat dan mendukung.

Beberapa faktor yang menghambat, diantaranya sebagai berikut:

1) Kurangnya Sumber Daya Insani

Sumber daya insani merupakan pihak pihak yang memiliki peranan sangat penting dalam suatu perusahaan, khususnya pada perbankan syariah. Banyaknya perbankan syariah tidak seimbang dengan sumber daya insani yang

memadai terutama sumber daya insani yang memiliki latar belakang pengetahuan tentang perbankan syariah. Dikarenakan inilah yang menyebabkan kurangnya kualitas sumber daya insani. Dalam prakteknya, petugas gadai di Bank Nagari Syariah Payumbuh di kelola oleh satu orang dan beliau harus mempromosikan sekaligus dengan menjelaskan. Hal ini menjadi salah satu hambatan dalam melakukan strategi promosinya, dan hal inilah yang menyebabkan belum maksimalnya strategi promosi yang dijalankan sehingga target belum dapat meningkat tinggi.

2) Jumlah kantor layanan yang masih sedikit

Kantor layanan yang dimiliki Bank Nagari Syariah Payakumbuh masih sedikit, di payakumbuh Bank nagari Syariah hanya memiliki satu kantor saja. Ini menyebabkan masyarakat akan susah untuk mendatanginya dan akan memilih bank yang lebih dekat dengan tempat tinggal nasabah.

I. Strategi Pemasaran Produk Gadai iB Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasran (*marketing mix)* untuk produk jasa adalah 7 P, yaitu :

a. *Product* (produk)

b. *Price* (harga)

c. *Place* (tempat/saluran distribusi)

d. *Promotion* (promosi)

e. *People* (orang)

f. *Physical evidence* (bukti fisik); dan *Process* (proses)

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan saudara Yan Trisno bahwa Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh hanya melakukan 4 dari 7 konsep bauran pemasaran yaitu :

a. Strategi Produk

Bank Nagari Syariah memberikan nama yang mudah di ingat dan dikenal masyarakat yaitu *Rahn* Emas atau biasa di sebut Gadai iB Emas. Dari segi strategi produk, agar mampu menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lainnya yang menawarkan produk serupa, Bank Nagari Syariah berani mengklaim bahwa produk gadai emas yang ditawarkan oleh Bank Nagari Syariah memiliki kelebihan dari prosesnya yang cepat, aman, murah,serta fleksibel.

b. Strategi Harga

Bank Nagari memberikan harga biaya penitipan yang relatif murah bagi nasabah yakni mulai dari Rp. 4.500/gram setiap bulannya. Dalam menetapkan harga biaya penitipan, Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh mendasarkan perhitungannya pada

berat dan kadar emas bukan berdasarkan pada besarnya jumlah pinjaman dana nasabah gadai emas.

c. Strategi promosi

Dalam memasarkan produk gadai emas, Bank Nagari Syariah menerapkan strategi promosi yakni dengan cara memasang spanduk, membagi-bagikan brosur/pamflet, memasang steaker di angkutan umum dan sarana promosi dalam bentuk verbal (dari mulut ke mulut). Pemberian cendramata/souvenir adalah cara lain yang Bank Nagari Syariah lakukan dalam upaya menarik hati nasabah. Cendramata/souvenir tersebut dapat berupa payung, mug, pulpen, kalender, jadwal imsakiyah ketika bulan Ramadhan, dan lain-lain.

d. Strategi pelayanan

Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh akan senantiasa berusaha memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah khususnya nasabah gadai emas. Dalam hal strategi pelayanan, petugas gadai emas Bank Nagari Syariah Payakumbuh juga selalu berusaha untuk bersikap baik, ramah dan menerapkan unsur 3S (Senyum, Sapa, Salam) dalam setiap transaksi yang dilakukan. Petugas gadai Bank Nagari Syariah Payakumbuh juga selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan nasabah

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh dengan strategi pemasaran produk, strategi pemasaran harga, strategi pemasaran pelayanan, dan strategi pemasaran promosi ternyata dapat meningkatkan jumlah nasabah. Namun peningkatan tersebut tidak seperti yang diharapkan sebelumya karena kenaikan tersebut hanya kecil. Tidak seperti produk yang memiliki kenaikan nasabah yang setiap tahunnya. Ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah nasabah yang dimiliki Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh :

Tabel 4.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Gadai Aktif
Di Bank Pembangunan Daerah Cabang Syariah Payakumbuh

Tahun	Jumlah Nasabah
2014	25
2015	30
2016	35
2017	94
2018	116
2019	125

Sumber: PT. BPD Cabang Syariah Payakumbuh

Dari data diatas dapat penulis simpulkan bahwa Bank Nagari Cabang Syariah melakukan strategi yang digunakan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh telah sesuai dengan teori konsep bauran pemasaran, konsep-konsep yang di tetapkan oleh Bank Nagari Syariah sudah sangat

bagus dalam meningkatkan nasabahnya. Hanya saja pada strategi promosinya kurang di jalankan karena kurangnya SDM yang dimiliki Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh. Hal ini menyebabkan jarangnya petugas gadai melakukan promosi kepada masyarakat karena harus menangani kegiatan operasional yang berkaitan dengan gadai di kantor Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh yang mengharuskan petugas gadai berada di kantor. Jika strategi promosi dapat dijalankan dengan baik, maka akan lebih banyak lagi masyarakat yang mengenal keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk gadai iB Emas yang ada di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah payakumbuh dan memenuhi target perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tentang strategi pemasaran produk gadai iB emas dalam meningkatkan jumlah nasabah nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk gadai iB emas dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh dengan menggunakan konsep bauran pemasaran yang terdiri dari 4 dari 7P (*Produk, Price, Procces, Promotion*). Dalam hal produk Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh memberi nama yang mudah diingat dan di pahami oleh semua golongan masyarakat. Dalam hal harga Bank Nagari memberikan harga penitipan yang relatif murah dan mendasarkan perhitungan pada berat dan kadar emas bukan pada banyaknya pinjaman. Dalam hal promosi, Bank Nagari Cabang Syariah cara memasang spanduk, membagi-bagikan brosur/pamflet, memasang steaker di angkutan umum dan sarana promosi dalam bentuk verbal (dari mulut ke mulut). Pemberian cendramata/souvenir adalah cara lain yang Bank Nagari Syariah lakukan dalam upaya menarik hati nasabah. Namun promosi ini belum dilaksanakan dengan baik karena kurangnya SDM khususnya marketing Gadai iB emas.

2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh ternyata mampu meningkatkan jumlah nasabah. Namun peningkatan tersebut tidak seperti yang diharapkan sebelumya karena kenaikan tersebut hanya kecil. Tidak seperti produk yang memiliki kenaikan nasabah yang setiap tahunnya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh, maka penulis memiliki saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh menambah jumlah karyawan sesuai yang dibutuhkan perusahaan, hal ini agar semakin efektifnya guna memasarkan produk yang ditawarkan khususnya produk gadai iB emas .

2. Sebaiknya Bank Nagari Syariah menambah kantor pelayanannya di Payakumbuh, agar masyarakat yang jauh dari pusat kota lebih dekat dengan kantor pelayanan Bank Nagari Syariah. Hal ini akan sangat berpengaruh terhadap pertambahan nasabah Bank Nagari Syariah.

3. Sebaiknya Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh meningkatkan dan lebih mengoptimalkan lagi kegiatan promosinya dengan lebih gencar dan meluas agar bisa menyentuh semua lapisan masyarakat baik lewat media elektronik maupun media cetak.

C. Penutup

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan tugas akhir ini dan berharap semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, Sarina.2017. *Motivasi Nasabah Tehadap Pembiayaan Gadai Emas pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bone*. Makassar:UIN Alauddin

Agusriadi, Ridho. 2019. *Penerapan Akad Qard dan Ujrah dalam pembiayaan Gadai Ib Emas pada PT.Bank Nagari Cabang Syariah Bukittinggi*. Padang:UIN IB

Alpisari, Dewi Ilvana. 2019. *Analisis Marketing Syariah dalam Meningkatkan Gadai Emas di PT.Bank Syariah Mandiri KC.Medan Aksara*.Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Budayanti, Juliannisa.2014. *Analisa Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas PT.BPRS Amanah Ummah*. Bogor:UIKA

Gazali, Abdul Rahman.dkk. *Fiqh Muamalah.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Hamdayani, Dian Putri.2017. *Pelaksanaan Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Ahmad Yani Pekanbaru Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. Pekanbaru: UIN Sultan Syarrif Riau

HTTP://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Nagari_Syariah

HTTP://kbbi.web.id/nasabah

Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Rajawali Pers

Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Rajawali Pers

Misbahudin, Atep.2008. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) pada BPRS PNM Al-Ma'soem Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah

Mulkania, Zahira dan Yeni Irawan. 2018. *Analisis Bauran Pemasaran Produk Rahn terhadap Minat Nasabah pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Samudera Lhokseumawe.* Medan: Politeknik Lhokseumawe

Muslich, Ahmad Wardi. 2017. *Fiqh Muamalat.* Jakarta : Amzah

Mustofa, Imam. 2016. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Raja Wali Pers

Sihombing. Akmalul Bakri.2018. *Prosedur Pembiayaan Gadai Emas Syariah pada PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Ringroad*. Medan:UIN Sumatera Utara

Sjahdeini, Sutan Remy. 2015. *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya.* Jakarta : Prenadamedia Group

Subagyu, Joko. 1999. *Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada

Sugiyono. 2014. *memahami penelitian kualitatif.* Bandung: Alfabeta

Sukmati, Lia. 2016. *Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Ajibarang*. Purwokerto: IAIN Purwokerto

Syafe'i, Rachmat. 2001. *Fiqih Muamalah*. Bandung : Pustaka Setia

Teguh, Muhammad. 1999. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada

Ulbab, Nadhirotul.2016. *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas.*Semarang:UIN Walisongo

Umam, Khotibul. 2017. *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan dinamika Perkembangan di Indonesia*. Jakarta : Rajawali Pers

Winarno. 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito

Zainudin, Afad. 2017. *Strategi Pemasaran Pembiayaan Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto*. Purwokerto: IAIN Purwokerto