

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama rahmatillah lil'alamina (menjadi rahmah bagi alam semesta). Setiap aspek kehidupan dalam Islam secara global telah mendapatkan peraturan dari Allah Swt. Sebagaimana yang tertuang dalam Al-Qur'an. Peraturan lebih lanjut dapat kita jumpai dalam berbagai sumber hukum Islam lain, yaitu hadis nabi, ijma' ulama, dan qiyas. Walaupun demikian ternyata perkembangan manusia sangat cepat sehingga terkadang hukum tertinggal dibelakangnya. Untuk itulah maka, dibutuhkan kemampuan dan keberanian setiap Muslim untuk menggali hukum-hukum Islam yang ada di dalam Al-Qur'an, hadis, ijma', qiyas yang sudah ada agar dapat diterapkan dalam situasi konkret saat ini. (Umam, 2016, hal. 20-21).

Dalam sistem ekonomi Islam, transaksi senantiasa harus dilandasi oleh aturan hukum-hukum Islam (*syariah*) dan dibangun berdasarkan nilai-nilai etika dan moralitas keagamaan yang bersumber dari al-Qur'an, sunnah dan ijtihad, karena transaksi adalah manifestasi amal manusia yang bernilai ibadah dihadapan Allah SWT. Dengan ini umat Islam memerlukan adanya sebuah lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah untuk bermuamalah agar terhindarnya dari hal yang dilarang agama. Banyak sekarang lembaga-lembaga keuangan yang beroperasi untuk membantu kemaslahatan masyarakat salah satu lembaga tersebut

adalah Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin. Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan yang memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan sistem gadai (rahn) dan berpegang kepada prinsip syariah. Produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena hal tersebut bentuk dari riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa atau yang biasa disebut dengan bagi hasil (Astutik, 2018, hal. 6).

Pagadaian syariah berperan sebagai lembaga keuangan alternative bagi masyarakat untuk menetapkan pilihan dalam pembayaran. Gadai merupakan bagian dari transaksi yang diperbolehkan dalam kondisi ditengah perjalanan, Seperti tercantum dalam (Qs. Al-Baqarah: 283).

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ
مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي
أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ
ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ 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 (oleh yang berpiutang). 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 barang siapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan (DEPARTEMEN AGAMA RI, 2006)

Persaingan bisnis yang semakin meningkat sering dengan berlakunya sistem pasar bebas pada era abad ke 21 ini mengakibatkan persaingan sudah sangat kompetitif dan ketat. Hal ini akan mengakibatkan tiap-tiap perusahaan harus bersaing agar tetap mempertahankan bisnisnya (Furqon, Tumbuang, & Raintung, 2019, hal. 562).

Untuk mempertahankan bisnisnya, pegadaian syariah unit kertak baru memerlukannya pengembangan teknik promosi untuk menarik minat calon nasabah agar menjadi nasabah di pegadaian syariah unit kertak baru yaitu dengan menggunakan promosi dan meningkatkan pengembangan teknik promosi yang ampuh guna memenangkan pangsa pasar yang semakin lama semakin banyak pesaing bisnisnya.

Promosi dilakukan perusahaan dengan tujuan memberikan informasi, mempengaruhi, membujuk serta mendorong agar nasabah mau melakukan pembiayaan yang dipasarkan. Dengan adanya promosi, perusahaan berharap dapat meningkatkan jumlah nasabah pegadaian syariah unit kertak baru Banjarmasin.

Dalam mempromosikan suatu produk, harus mengedepankan kejujuran dan menjauhi unsur penipuan. Kemudian metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan Syariah Islam. Dalam sarana promosi ada 3 macam sarana yang dapat digunakan perusahaan yaitu, periklanan (advertising), promosi yang dilakukan dalam tayangan gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, koran, majalah, televisi, atau radio. Publisitas (publicity), promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial. Penjualan pribadi (personal selling), Promosi yang dilakukan melalui pribadi karyawan setempat dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah (Astutik, 2018, hal. 5)

Sebagaimana yang dilakukan Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya, lembaga ini terus berinovasi bagaimana melayani kebutuhan nasabah yang belum terdapat di lembaga Pegadaian Syariah salah satunya dengan mengeluarkan produk pembiayaan. Istilah pembiayaan menurut konvensional disebut dengan kredit. Dalam sehari-hari kredit sering diartikan memperoleh barang dengan membayar cicilan atau angsuran sesuai perjanjian. Dapat diartikan bahwa sanya kredit berbentuk barang atau berbentuk uang. Baik kredit berbentuk barang atau

berbentuk uang dalam hal pembayarannya adalah dengan menggunakan metode angsuran atau cicilan tertentu (Kasmir, 2005, hal. 72).

Produk pembiayaan di Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin ini salah satunya yaitu pembiayaan amanah. Pembiayaan amanah ini merupakan pembiayaan khusus bagi pengusaha mikro dan nasabah yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil maupun pegawai swasta, yang sudah terakui kualitasnya untuk melakukan pembiayaan berkendaraan seperti membeli sepeda motor dan mobil dengan ketentuan yang berlaku. Pemberian pinjaman ini diberikan dalam jangka waktu tertentu yang pengembaliannya dilakukan secara angsuran (Riskiyah, 2017, hal. 5).

Dari observasi awal yang peneliti lakukan, data yang diperoleh di Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin, bahwa dari tahun 2016-2020 kurang lebih 150 nasabah pembiayaan amanah (Satria, 2020).

Disini peneliti tertarik meneliti tentang pengembangan teknik promosi dan daya tarik produk pembiayaan amanah yang dijalankan oleh Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin, karena semakin banyaknya pesaing saat ini mengharuskan pegadaian syariah lebih mengembangkan teknik promosi dan daya tarik produk pembiayaan amanah agar meningkatnya jumlah nasabah pembiayaan amanah. Selain itu dari observasi awal yang didapat jumlah nasabah pembiayaan amanah di tahun 2016-2020 kurang lebih ada 150 nasabah atau hanya bekisar 30 nasabah disetiap tahunnya. Disitulah yang menjadi masalahnya, pegadaian syariah unit kertak baru harus mengembangkan teknik promosi dan daya tarik produk

pembiayaan amanah agar lebih meningkatnya jumlah nasabah pembiayaan amanah.

Berdasarkan deskripsi di atas peneliti ingin lebih lanjut melakukan penelitian mengenai Pengembangan Teknik Promosi dan Daya Tarik Produk Pembiayaan Amanah yang dijalankan lembaga keuangan syariah (pegadaian). Dalam penelitian ini mengambil objek di lembaga keuangan syariah yaitu Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin dengan judul **“Upaya Pengembangan Teknik Promosi dan Daya Tarik Produk Pembiayaan Amanah PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Kertak Baru Kota Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian di atas, maka perumusan masalah pokok yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik produk pembiayaan amanah yang dijalankan Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin?
2. Apa saja yang menjadi kendala dalam upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik produk pembiayaan amanah Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah yang telah tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik produk pembiayaan amanah yang dijalankan Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin
2. Mengetahui kendala dalam upaya pengembangan teknik promosi dan daya tarik produk pembiayaan amanah Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin

D. Signifikasi Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan, diharapkan hasilkan akan berguna sebagai:

1. Kepentingan studi ilmiah, kajian ilmiah dan terapan dalam bidang ekonomi atau sebagai disiplin ilmu keuangan.
2. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan penelitian pada khususnya dan pembaca pada umumnya tentang masalah ini maupun dari sudut pandang yang berbeda.
3. Sebagai bahan rujukan maupun bahan acuan bagi penelitian yang ingin meneliti masalah seputar hal ini dari segi aspek yang lain dan bahan referensi bagi kalangan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya, serta UIN Antasari pada umumnya.
4. Bahan masukan kepada peneliti untuk meningkatkan pengetahuan tentang lembaga keuangan.

5. Bahan masukan bagi pegadaian syariah unit kertak baru Banjarmasin dan sebagai bahan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut tentang masalah ini.
6. Dapat dijadikan bahan referensi untuk perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Definisi Operasional

Sebagai penjelasan agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka peneliti perlu memberikan pendekatan teoritis berupa definisi operasional sebagai berikut:

1. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan pada akhirnya konsumen/Nasabah mengambil tindakan melaksanakan transaksi pembelian pada produk atau jasa yang dipromosikan (Andespa, Roni, 2016, hal. 177). Promosi yang dimaksud dalam penelitian merupakan membujuk atau mempengaruhi nasabah agar berminat melakukan pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin.
2. Menurut (Tjiptono, 2006) mendefinisikan daya tarik adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan, dicari, dibeli, dan dikonsumsi oleh pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar.
3. Pembiayaan amanah ini merupakan pembiayaan khusus bagi pengusaha mikro dan nasabah yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil maupun pegawai swasta, yang sudah terakui kualitasnya untuk melakukan

pembiayaan berkendaraan seperti membeli sepeda motor dan mobil dengan ketentuan yang berlaku. Pemberian pinjaman ini diberikan dalam jangka waktu tertentu yang pengembaliannya dilakukan secara angsuran (Riskiyah, 2017, hal. 5). Pembiayaan Amanah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah produk yang ada di pegadaian syariah.

4. Pegadaian syariah unit kertak baru Banjarmasin merupakan badan yang melaksanakan kegiatan keuangan dalam hal gadai, yaitu dengan menahan suatu barang milik penjamin sebagai jaminan atas sejumlah pinjaman yang diberikan. Tentunya barang pinjaman harus mempunyai nilai ekonomis dan pihak penjamin mendapat jaminan bisa mengambil seluruh ataupun sebagian piutangnya kembali.

F. Kajian Pustaka

Untuk menghindari plagiatisme dan kesamaan, maka berikut ini penulis sampaikan beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Cakra Aditya Rakhmat (0906612346) Jurusan Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. “pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada *starbucks coffee*)”.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan *starbucks coffee* Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah

untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi penjualan pada sebuah industri kuliner khususnya di *starbuck coffee* Jakarta.

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada *starbucks coffee* Jakarta) ditemukan bahwa hasil penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya adalah eksplanatif yang merupakan penelitian survei dengan menggunakan koesioner.

Teknik pengambilan datanya non-probability sampling dengan quota sampling. Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana dengan sampel sejumlah 185 responden yang merupakan pelanggan yang sedang melakukan transaksi di *starbucks coffee* Jakarta pada periode November-Desember 2011.

Persamaan dengan penelitian Cakra Aditya Rakhmat adalah sama melakukan penelitian tentang pengaruh promosi terhadap peningkatan pelanggan/nasabah. Adapun perbedaannya adalah penulis melakukan penelitian tentang peningkatan nasabah pembiayaan amanah, sedangkan Cakra Khairul Anwar meneliti tentang kasus pelanggan *Starbucks Coffee* Jakarta.

2. Rananda Iman Cahya (1351020053) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung “pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap minat masyarakat bertransaksi di Bank Syariah (studi pada masyarakat Way Urang Kec. Kalinda Lam-Sel).

Penelitian ini dilatar belakangi Perkembangan bank yang sangat pesat merupakan dampak dari pertumbuhan ekonomi masyarakat sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat dalam dunia perbankan untuk bersaing dalam mendapatkan simpati masyarakat menjadi nasabah bank tersebut. Berbagai produk bank dikeluarkan dengan berbagai fasilitas dan kemudahan bertujuan menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap minat masyarakat bertransaksi di bank syariah. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Way Urang Kec. Kalianda Lampung Selatan yaitu sebanyak 10.025 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan *proportionate stratified random sampling* yang didapat sampel 100 orang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat asosiatif yaitu penelitian yang memiliki sifat hubungan antara dua variabel. Serta alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS 20.

Selanjutnya Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa uji t iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat bertransaksi di Bank Syariah dengan nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar $2,923 > 1,98$, pada promosi penjualan berdasarkan uji t bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat bertransaksi di Bank Syariah dengan nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar $4,585 > 1,98$,

pada uji F atau uji serempak menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{table}$ bahwa iklan dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat bertransaksi di Bank Syariah dengan nilai $116,957 > 3,09$. Menurut koefisien determinasi ditunjukkan oleh R^2 adalah sebesar 0,707 atau 70,7% yang berarti bahwa minat masyarakat bertransaksi di Bank Syariah dapat dijelaskan oleh variabel iklan dan promosi penjualan dan sisanya sebesar 29,3% atau 29,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain. Artinya semua variabel iklan dan promosi penjualan terhadap minat masyarakat bertransaksi di Bank Syariah mempunyai pengaruh yang signifikan.

Persamaan dengan penelitian Ranada Iman Cahya adalah samasama melakukan penelitian tentang promosi. Adapun perbedaannya adalah penulis melakukan penelitian tentang meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan amanah, sedangkan Rananda Iman Cahya tentang minat masyarakat Kelurahan Way Urang Kec. Kalianda Lam-Sel bertransaksi di Bank Syariah.

3. Erna Puji Astutik (C74213101) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel “analisis teknik pemasaran promosi operable dalam meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh teknik promosi operable dalam meningkatkan jumlah nasabah pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan bagaimana

Promosi Opentable di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo dan bagaimana implementasi Teknik Pemasaran Promosi Opentable dalam meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo.

Berdasarkan penelitian Analisis Teknik Pemasaran Promosi Opentable Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo ditemukan bahwasanya hasil penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memperoleh pengertian, menyelidiki proses dan situasi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan informan yakni karyawan dan nasabah Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo.

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, penerapan Promosi Opentable tidak hanya memberikan kepuasan kepada nasabah untuk melakukan transaksi akan tetapi juga mampu mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo. Terbukti di tahun 2013 jumlah nasabah Opentable sebanyak 760 orang, tahun 2014 sebanyak 900 orang, tahun 2015 sebanyak 1.194 orang, tahun 2016 sebanyak 1.544 orang, tahun 2017 sebanyak 1.980 orang.

Persamaan penelitian Erna Puji Astutik adalah sama melakukan penelitian di pegadaian syariah dan melakukan penelitian tentang teknik promosi. Adapun perbedaannya adalah penulis melakukan penelitian tentang pengembangan teknik promosi yang dilakukan pegadaian syariah kertak

baru Banjarmasin, sedangkan Erna PujiAstutik teknik promosi opentable di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut sebagai berikut:

Bab Pertama adalah pendahuluan, yaitu berisi latar belakang masalah yang memaparkan tentang rangka dasar pemikiran yang melatar belakangi permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah tergambarkan dari latar belakang masalah akan diteliti dengan dirumuskannya dalam rumusan masalah. Setelah itu dari rumusan masalah maka ditetapkanlah tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Supaya tujuan penelitian ini tidak melenceng dari tujuan yang ingin dicapai maka penulisan membuat definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam penelitian ini. Untuk memudahkan dalam penelitian ini, maka juga diberi kajian pustaka, setelah diberikan kajian pustaka serta terdapat sistematika penulisan.

Bab Kedua merupakan landasan teori yang menerangkan, mengurangi dan menjabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga memberi informasi dari referensi media lainnya.

Bab Ketiga merupakan metode penelitian, yang berisi jenis, sifat, dan lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data

Bab Keempat berisi tentang hasil penelitian Upaya Pengembangan Teknik Promosi dan Daya Tarik Produk Pembiayaan Amanah di Pegadaian Syariah Unit Kertak Baru Banjarmasin. Selanjutnya membahas mengenai analisis data dan hasil analisis serta pembahasan yang disesuaikan dengan metode penelitian pada Bab III, sehingga akan diberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian serta jawaban-jawaban pertanyaan yang disebut dalam rumusan masalah.

Bab Kelima merupakan penutup, terdiri dari simpulan dan saran. Simpulan merupakan telaah ringkasan terhadap pembahasan dari analisis sebelumnya. Adapun saran merupakan gagasan penulisan dan kontribusi pemikiran yang diberikan agar hasil penelitian ini berdampak positif bagi semua pihak.