

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan sistem kehidupan yang bersifat komprehensif, yang mengatur semua aspek, baik sosial ekonomi, politik maupun kehidupan bersifat spritual.¹ Islam adalah agama yang sempurna dan mempunyai sistem tersendiri dalam menghadapi permasalahan kehidupan, baik bersifat material maupun non material. Karena itu, ekonomi sebagai salah satu aspek kehidupan tentu juga sudah diatur dalam Islam.²

Jika kita berbicara mengenai perekonomian, maka secara tidak langsung kita akan bersentuhan dengan lembaga-lembaga perekonomian itu sendiri, dalam hal ini adalah pegadaian, namun tentunya pegadaian yang sifatnya Islam atau istilahnya pegadaian syariah. Pegadaian syariah berasal dari prinsip Islam yang dikenal dengan sebutan *rahn*, yang berarti tetap atau lama. Dengan kata lain, penahan suatu barang dalam jangka waktu tertentu. Beberapa ahli juga menyatakan bahwa *rahn* juga berarti menjadikan barang yang memiliki nilai harta sebagai jaminan pada utang piutang.³

¹Mustafa Edwin Nasional dkk, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), cet. 2, hlm. 1.

²Mustafa Edwin Nasional dkk, *op. cit*, hlm. 2.

³Feery Rinaldi, *Pengertian dan Produk Pegadaian Syariah yang wajib anda cermat*, (<http://www.kembar.pro/2016/01/pengertian-produk-pegadaian-yang-wajib-anda-cermat>) diakses sabtu,03 Desember 2016 jam 10:00 WITA.

Tugas pokok dari pegadaian itu adalah dalam memberikan pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai agar masyarakat tidak rugikan oleh kegiatan lembaga keuangan informal yang cenderung memanfaatkan kebutuhan dana mendesak dari masyarakat. Dasar hukum di dalam pegadaian syariah sama halnya dengan institusi yang berlabel syariah.

Produk pegadaian syariah tidak hanya memberikan pinjaman tapi juga memberikan produk investasi jangka panjang.⁴ Dalam hal ini, tempat penyimpanan atau investasi yaitu berbasis emas produk tersebut dinamakan tabungan emas yang merupakan salah satu produk terbaru di pegadaian syariah.

Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Artinya, nasabah membeli sejumlah emas kemudian menitipkannya ke pihak pegadaian syariah. Setelah mencapai jumlah tertentu, nasabah dapat mencetak emas yang dimiliki atau menjual kembali saat membutuhkan uang tunai. Dan nasabah yang ingin mencetak emas dalam bentuk fisik emas akan dikenakan biaya lagi dengan perhitungan sesuai berat emas yang akan dicetak nasabah dan sesuai harga emas dunia pada hari tersebut.⁵

Adapun akad yang digunakan pada tabungan emas ini adalah jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Dalam Islam, ayat Al-Quran telah

⁴Feery Rinaldi, *Pengertian dan Produk Pegadaian Syariah yang wajib anda cermat*, (<http://www.kembar.pro/2016/01/pengertian-produk-pegadaian-yang-wajib-anda-cermat>) diakses sabtu, 03 Desember 2016 jam 10:00 WITA.

⁵Halimatul Nisa, "Analisis Operasional Murabahah pada Produk Tabungan Emas Terhadap Keuntungan Dana Titipkan di Pegadaian Syariah" (Skripsi diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016).

menjelaskan mengenai ketentuan dan manfaat perjanjian jual beli yang menjadi landasan murabahah" mengingat firman Allah Q.S. An-Nisa/14:29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁶

Firman Allah di atas menjelaskan larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan. Dengan demikian jual beli harus di lakukan atas dasar saling rela, bukan secara paksa atau pun tidak rela.

Selain itu Islam juga menekankan bahwa Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Dari sinilah, akad *murabahah* menjadi landasan perjanjian, yang seringkali digunakan oleh perbankan dan layanan keuangan masyarakat lainnya. Karenanya transaksi *murabahah* diperbolehkan sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.04/DSN-MUI/IV12000 tentang *murabahah*, Emas yang dijual pegadaian telah memiliki sertifikat resmi dari PT Antam, namun kabarnya sekarang PT pegadaian pun mengeluarkan produk emasnya sendiri yang mereka beri merk pegadaian.⁷

⁶Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta Timur: Penerbit Maghfirah Pustaka, 2006), hlm. 7.

⁷Cermat, Mengenal Tabungan Emas Syariah dan Manfaatnya (*file://Mengenal Tabungan Emas, syarat, dan Manfaatnya Cermat,htm*) diakses sabtu, 03 Desember 2016 Jam: 10:00 WITA.

Operasional *murabahah* yang terjadi dalam transaksi jual beli pada produk tabungan emas memiliki keuntungan dana titipan yang tidak merugikan kedua belah pihak. Selanjutnya, operasional pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin ternyata tidak hanya menggunakan akad *murabahah* saja, namun sebetulnya terdapat akad *wadi'ah* dan akad *istishna'*, yakni dikatakan *murabahah* pada saat nasabah membeli atau menabung emas dan *buyback*, akad *wadi'ah* ketika setoran dana nasabah sudah ada di dalam rekening tabungan emas, serta akad *istishna'* ketika dalam proses pembelian/pencetakan emas tersebut hanya dibuktikan *print out* bukti nota pembelian saja, jadi bukan berupa fisik emas batangan, baru setelah ada nasabah yang ingin mencetak emas maka, pihak kantor cabang pegadaian syariah akan memesan dan membelikannya ke PT. ANTAM. Untuk patokan harga emas pada saat dijual dan *buyback* di PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin pada harga emas di PT. ANTAM.⁸

Keunggulan produk Tabungan Emas tersebut berupa pembelian dan penjualan mulai dari berat 0,01gram, order cetak emas dapat dilakukan mulai kepingan 1 gram, emas minimal dapat di ambil 5 gram apabila dalam bentuk emas Dikelola oleh BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang berpengalaman, terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan, transparan dalam pengelolaan. Murah: harga jual & *buyback* kompetitif biaya administrasi & pengelola ringan, harga pembelian minimal sekitar 5000 an tahun 2015 tanggal 15 januari 2017

⁸Halimatul Nisa,"*Analisis Operasional Murabahah pada Poduk Tabungan Emas Terhadap Keuntungan Dana Titipkan di Pegadaian Syariah*"(Skripsi diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya,2016).

harga emas 5430 an sudah mendapatkan 0,01 gram.⁹

Suatu produk tidak akan dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya dan keunggulannya. Untuk itu konsumen yang menjadi sasaran produk atau jasa perusahaan perlu diberikan informasi yang jelas.¹⁰ Sebagai produk terbaru dari pegadaian syariah, tentunya produk tabungan emas ini merupakan produk terbaru di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

Pada umumnya masyarakat tidak memahami pemasaran, mereka melihat pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran ini mempunyai arti lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar sebagai barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat dipasarkan seperti ide, kejadian, organisasi tempat dan kepribadian. Namun penting untuk ditekankan bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran, tetapi dengan pencarian peluang pasar.¹¹

Pemasaran dalam suatu perusahaan itu sangat diperlukan agar produk dihasilkan dapat laku di pasaran. Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkan itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Produk yang disenangi dan diterima oleh pasar berarti

⁹Cermat, *Mengenal Tabungan Emas Syariah dan Manfaatnya*, *op. cit.* diakses sabtu, 03 Desember 2016 jam 10:00 WITA.

¹⁰Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali, 1992), cet Ke-4, edisi pertama, hlm. 45.

¹¹Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan control*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 1997), jilid 1 hlm. 18.

produk tersebut laku dijual atau sering disebut laris. Tidak semua produk dapat diterima oleh pasar, banyak produk tidak laku dijual.

Banyak produk yang dipasarkan pada saat ini kita sendiri tidak tahu atau belum pernah mengenal. Keadaan itu merupakan bukti bahwa kegiatan pemasarannya kurang baik.¹² Maka setiap perusahaan perbankan maupun pegadaian berupa tabungan emas perlunya menggunakan berbagai strategi untuk memasarkan suatu produk tersebut, agar ketertarikan masyarakat terhadap Produk yang di tawarkan tersebut lebih diminati oleh setiap masyarakat.

Strategi dalam pemasaran produk merupakan suatu cara untuk memenangkan"perang". Strategi penting dan diperlukan dalam bisnis begitu juga bisnis syariah, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan penipuan dan kebohongan, dan tidak merugikan pihak lain.

Sebagaimana firman Allah Q.S Al-An'am/6: 123:

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَا فِي كُلِّ قَرْيَةٍ أَكْبَرًا مُجْرِمِيهَا لِيَمْكُرُوا فِيهَا وَمَا يَمْكُرُونَ إِلَّا
بِأَنْفُسِهِمْ وَمَا يَشْعُرُونَ ﴿١٢٣﴾

“Dan Demikianlah Kami adakan pada tiap-tiap negeri penjahat-penjahat yang terbesar agar mereka melakukan tipu daya dalam negeri itu. dan mereka tidak memperdayakan melainkan dirinya sendiri, sedang mereka tidak menyadarinya.”¹³

¹²Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta,2000), hlm.2.

¹³Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta Timur : Penerbit maghfirah pustaka, 2006), hlm 21.

Berdasarkan ayat di atas menjadi keharusan bagi perusahaan untuk melaksanakan pemasaran dengan cara yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif. Dalam konsep syariah marketing, orang tidak semata-mata menghitung untung rugi. Namun dalam menjalankan bisnis juga harus disertai dengan keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah.

Pemasaran lebih mengutamakan kepuasan pelanggan, perusahaan atau pegadaian mengawalinya dengan cari tahu kebutuhan dan keinginan pelanggan. barulah kemudian dicari tahu produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan itu. Laba justru diharapkan dari kepuasan konsumen yang nantinya membeli atau memakai dengan jumlah yang banyak, dan mungkin dengan harga yang menguntungkan.¹⁴

Pada pegadaian syariah kantor cabang kebun bunga banjarmasin mengeluarkan produk tabungan emas yang sudah berjalan pada tahun 2015 sampai saat ini produk tabungan emas sudah berjalan 2 tahun yang salah satu produk tabungan peminatnya cukup banyak, setiap bulan di prediksi pasti ada yang membuka rekening tabungan emas tersebut karena menguntungkan bagi masyarakat, selain itu harga emas selalu meningkat, walau pun terjadi penurunan harga emas harganya tidak terlalu menurun. Tabungan Emas di harapkan dapat diterima dengan baik dipasaran serta dapat dinikmati semua kalangan, khususnya masyarakat. Oleh karena itu, peran karyawan pemasaran sangat diperlukan untuk mengembangkan produk tabungan emas ini. Namun, belum diketahui apakah

¹⁴M.Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 21.

strategi pemasaran Tabungan Emas yang ada di PT Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin ini telah berjalan dengan baik atau tidak. Selain itu perlu diketahui juga apa saja kendala yang dihadapi Pegadaian Syariah dalam memasarkan Tabungan Emas ini.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mendalam dan hasilnya akan dituangkan dalam karya ilmiah yang berbentuk sebuah skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kebun Bunga Banjarmasin."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa strategi pemasaran produk tabungan emas di pegadaian syariah?
2. Apa kendala-kendala yang dihadapi pegadaian syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dan memasarkan produk Tabungan Emas?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai pada latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Strategi pemasaran tabungan emas di pegadaian syariah.
2. Kendala-kendala yang di hadapi pegadaian syariah dalam memasarkan produk pegadaian syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil yang diharapkan dari hasil penelitian ini baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis adalah sebagai berikut:

1. Dari segi teoritis:

- a. Bagi Mahasiswa; sebagai bahan untuk melakukan penelitian khususnya yang memiliki relevansi dengan peneliti ini juga memperkaya ilmu pengetahuan tentang pegadaian syariah khususnya di UIN Antasari Banjarmasin.
- b. Bagi penulis; sebagai pengalaman langsung dalam melakukan penelitian terhadap pegadaian, sehingga menambah ilmu pengetahuan tentang bagaimana praktik yang digunakan dalam operasional pegadaian syariah.

2. Dari Segi Praktis

- a. Bagi pihak pegadaian; Sebagai bahan informasi dan bahan evaluasi pihak pegadaian dalam meningkatkan mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan pada saat ini dan masa depan.
- b. Bagi Nasabah; Agar nasabah mengetahui dan memahami tentang produk tabungan tersebut, dan lebih di minati masyarakat.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalah pahaman, penelitian berusaha membuat definisi sebagai berikut:

1. Strategi adalah suatu pendekatan pokok dalam perusahaan untuk mencapai

seluruh sasaran¹⁵, atau rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang untuk mencapai sasaran/objektif¹⁶. Strategi yang penulis maksud disini adalah cara yang dilakukan manajemen cabang pegadaian syariah kebun bunga dalam memasarkan produknya Tabungan Emas tersebut.

2. Pemasaran adalah proses yang bersifat strategis dan sosial dalam menciptakan pelanggan dan menyediakan nilai yang menguntungkan serta lebih baik untuk pelanggan dengan cara berkompetisi.¹⁷ Pemasaran yang penulis maksud disini adalah kegiatan yang dilakukan Pegadaian syariah dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat agar sesuai dan tepat sasaran.
3. Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.¹⁸ Produk Tabungan emas menggunakan akad *murabahah*.
4. Pegadaian syariah adalah Lembaga produk jasa berupa pemberian pinjaman menggunakan sistem gadai dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu antara lain tidak menentukan tarif jasa dari besarnya uang pinjaman. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga mempunyai produk salah satu dari pegadaian tersebut adalah produk tabungan emas yang

¹⁵ Wimardi, *Kamus Ekonomi (Inggris-Indonesia)*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1998).

¹⁶ Pusat Pembinaan dan pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 860.

¹⁷ Sunny T.H. Goh, *Marketing Wise*, (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2008), hlm 4.

¹⁸ www. Pegadaian syariah. Co.id (Sabtu, 03 Desember 2016 Jam: 10:00 WITA)

menggunakan transaksi jual beli dan titipan dengan landasan prinsip-prinsip syariah Islam.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan hasil penelusuran yang dilakukan peneliti, sejauh ini skripsi yang mengangkat permasalahan seperti ini belum ada, walaupun ada tapi dari segi judul dan isinya memang berbeda. Adapun literatur yang berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nida Amalia (07011578001). Tahun 2011.

Dengan judul Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin. Jurusan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.¹⁹ Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui: strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk gadai emasnya, kendala dalam memasarkan dan tinjauannya dari perspektif pemasaran Islami. Dan hasil penelitian yang dianalisis yang secara kualitatif, menghasilkan temuan Bank BRI Syariah telah melakukan pemasaran, baik itu bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, promosi, orang, bukti fisik, dan proses. Adapun yang menjadi andalan Bank BRI Syariah dalam memasarkan produknya, yakni dengan menggunakan strategi promosi melalui personal selling (seminar) dan strategi harga. Namun masih ada kekurangan salah satunya masih ada

¹⁹Nida Amalia, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada BRI Syariah*” (Skripsi tidak diterbitkan, jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, 2011).

kekurangan promosi yang dilakukan. Kegiatan Bank BRI Syariah cabang banjarmasin dalam memasarkan produk gadai emasnya, baik dari segi pemasaran yang digunakan dan cara menghadapi kendala telah sesuai dengan apa yang diajarkan dalam teori syariah marketing (pemasaran islam). Adapun Persamaan dalam judul peneliti terdahulu dan saya teliti sama menggunakan Strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya dengan yang akan penulis teliti adalah letak pada subjek dan objeknya, subjek peneliti yang terdahulu ini adalah karyawan bagian pemasaran di Bank BRI syariah cabang Banjarmasin, sedangkan yang saya teliti adalah karyawan pada Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dan objeknya Gadai emas sedangkan yang saya teliti adalah produk tabungan emas, lokasi penelitiannya juga berbeda yaitu peneliti yang terdahulu meneliti di Bank BRI Syariah cabang Banjarmasin, sedangkan saya meneliti di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

2. Peneliti yang di lakukan oleh Meida Lestari (1201160257) tahun 2016 Dengan judul Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus PT. Bank BRI Syariah KCP Banjarbaru). Jurusan Perbankan Syariah IAIN Antasari Banjarmasin.²⁰ Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna, apa saja faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi produk Pembiayaan Kepemilikan

²⁰Meida Lestari, *Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus PT.Bank BRI Syariah KCP Banjarbaru)*” (Skripsi tidak diterbitkan, jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, 2016).

Multiguna Purna, dan alternatif strategi pemasaran apa saja yang tepat bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banjarbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah. hasilkan temuan-temuan yaitu straregi pemasaran produk Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna. Kemudian mengidentifikasi faktor internal dan eksteral yang mempengaruhi produk Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna melalui analisis lingkungan pemasaran makro yang terdiri dari demografis, perekonomian, sosial budaya, politik dan teknologi. Sedangkan analisis lingkungan mikro terdiri dari bagian internal perusahaan, pemasok, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, dan publik. Untuk alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru diketahui menganalisis dengan Matriks SWOT. Adapun Persamaan dalam judul peneliti terdahulu dan saya teliti sama menggunakan Strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya dengan yang akan penulis teliti adalah letak pada subjek dan objeknya, subjek peneliti yang terdahulu ini adalah karyawan bagian pemasaran di Bank BRI syariah cabang Banjarbaru, sedangkan yang saya teliti adalah karyawan pada Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dan objeknya Pembiayaan Multiguna Purna dalam meningkatkan Jumlah Nasabah sedangkan yang saya teliti adalah produk tabungan emas, lokasi penelitiannya juga berbeda yaitu peneliti yang terdahulu meneliti di Bank BRI Syariah KCP Banjarbaru, sedangkan saya meneliti di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

3. Peneliti yang di lakukan oleh Halimatul Nisa tahun 2016 Dengan judul Analisis Operasional *Murabahah* pada Produk Tabungan Emas terhadap keuntungan Dana Titipan Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Belauran Surabaya. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.²¹ Tujuan dari peneliti ini bagaimana operasional *murabahah* produk tabungan emas di pegadaian syariah cabang blauran surabaya, bagaimana analisis operasional *Murabahah* pada produk tabungan emas terhadap keuntungan dana titipan di Pegadaian Syariah Cabang Belauran Surabaya. Hasil penelitian menjelaskan tabungan emas Pegadaian syariah menggunakan akad *murabahah* serta dalam operasional tabungan emas di pegadaian syariah menggunakan sistem beli-titip emas. Artinya nasabah membeli sejumlah emas kemudian menitipkannya ke pihak pegadaian syariah. Setelah membutuhkan uang tunai. Dan nasabah yang ingin mencetak emas dalam bentuk fisik emas akan dikenakan biaya lagi dengan perhitungan sesuai berat emas yang akan dicetak nasabah dan sesuai harga emas dunia pada hari tersebut. Adapun Persamaan dalam judul peneliti terdahulu dan saya teliti sama menggunakan Produk Tabungan Emas. Sedangkan perbedaannya dengan yang akan penulis teliti adalah letak pada subjek dan objeknya, subjek peneliti yang terdahulu ini adalah karyawan bagian pegadaian syariah belauran surabaya, sedangkan yang saya teliti

²¹ Halimatul Nisa, *Analisis Operasional Murabahah pada Produk Tabungan Emas Terhadap Keuntungan Dana Titipan Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya*” (Skripsi tidak diterbitkan, jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016).

adalah karyawan pada Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dan lokasi penelitiannya juga berbeda yaitu peneliti yang terdahulu meneliti Pegadaian Syariah Belauran Surabaya, sedangkan saya meneliti di Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan Penelitian yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah bagian ini menjelaskan masalah yang akan diteliti, yang mana penulis mencatumkan beberapa poin penting untuk mengetahui bagaimana permasalahan yang diteliti. Kemudian rumusan masalah, berisi tentang pertanyaan-pertanyaan seputar permasalahan yang akan diteliti. Tujuan peneliti, bagian ini menyebutkan secara spesifik sasaran yang hendak dicapai dari penelitian. Signifikansi penelitian bagian ini dipaparkan secara spesifik kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Definisi operasional, bagian ini mengemukakan definisi-definisi terkait judul penelitian, sehingga tidak terjadi penafsiran yang keliru. Kajian pustaka disajikan sebagai informasi adanya peneliti dari aspek lain yang mempunyai perbedaan dari penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II: Landasan teori yaitu suatu teori untuk memecahkan masalah yang membahas tentang bagaimana strategi pemasaran produk tabungan emas di pegadaian syariah, seperti teori strategi pemasaran, tabungan emas dalam akad *murabahah* dan pegadaian syariah.

Bab III: Metode Penelitian untuk mempermudah dalam melakukan penelitian maka perlu dibuat jenis, sifat dan lokasi penelitian. Dalam melakukan penelitian agar tepat sasaran yang ingin dicapai maka perlu adanya subjek dan objek penelitian. Data dan sumber data yang sangat diperlukan dalam penelitian ini agar hasil dari penelitian ini menjadi jelas. Dalam mengumpulkan data harus ada cara agar dapat terkumpul dengan akurat dan efektif, maka perlu adanya teknik pengumpulan data dan agar data yang diperoleh nantinya harus lengkap dan jelas maka teknik pengolahan dan analisis data kemudian dalam melakukan penelitian ini ada tahapan-tahapan yang dimasukkan dalam prosedur penelitian.

Bab IV: Laporan hasil penelitian berisikan laporan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai permasalahan yang diambil, mencakup umum peyaji data yang ditunangkan dalam bentuk kata-kata analisis data dan pembahas hasil penelitian

Bab V: Penutup, terdiri dari simpulan dan saran yang berisi penegasan terhadap jawaban atas permasalahan yang telah dipaparkan" Setelah itu penulis memberikan saran-saran berdasarkan kesimpulan tersebut sebagai bahan rekomendasi kepada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian nantinya yang berhubungaa dengan penulis teliti.