

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Syariah

1. Sejarah Singkat Berdirinya Pegadaian

Sejarah singkat berdirinya Pegadaian Syariah, Pegadaian dimulai pada saat Pemerintahan Belanda (VOC) mendirikan Bank Van Leening. Yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada 20 Agustus 1746.

Tahun 1811-1816 Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda. Bank Van Leening milik pemerintah di bubarkan dan masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha pegadaian asal mendapat lisensi dari pemerintah daerah setempat. Namun, metode yang dipakai menjalankan praktek rentenir atau lintah darat. Hal itu dirasakan kurang menguntungkan pemerintah setempat sehingga pendirian pegadaian diberikan kepada pihak umum yang mampu membayarkan pajak yang tinggi kepada pemerintah.

Tahun 1969, pegadaian mengalami perubahan bentuk Badan Hukum yang sebelumnya berbentuk dari Perusahaan Negara (PN) berubah menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan). Dalam periode berikutnya, Pegadaian juga mengalami perubahan bentuk hokum pada tahun 1990 yaitu peralihan Badan Hukum Perusahaan Jawatan (Perjan) menjadi Perusahaan Umum berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 1969, di dalam penjelasan umum sub A alenia

4 undang-undang tersebut dinyatakan dalam rangka bahwa pelaksanaan ketetapan MPRS No. XX111/1/1966 oleh pemerintah berdasarkan instruksi Presiden No. 17 Tahun 1967 telah digariskan kebijaksanaan untuk menggolongkan usaha-usaha Negara secara tegas ke dalam tiga bentuk yaitu, Perusahaan Negara Jawatan, Perusahaan Negara Umum, Perusahaan Negara Perseroan.

Perubahan badan hukum PT. Pegadaian masih terbilang baru dibentuk yaitu pada Tahun 2012 tepatnya pada tanggal 1 April 2012. Perubahan Badan Hukum Pegadaian menjadi Perseroan Terbatas (PT) tidak dilakukan hanya untuk menaikkan identitas perusahaan saja melainkan dengan mengingat perkembangan ekonomi sekarang ini dan untuk lebih mengingatkan efisiensi dan produktifitas pengelolaan perusahaan perlu mengadakan perubahan bentuk badan hukum menjadi PT. Pegadaian. Untuk mengubah badan hukum menjadi Perusahaan Perseroan, Pegadaian memiliki landasan hukum untuk mendukungnya, yaitu, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2011 Tentang perubahan bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).

Keberadaan Pegadaian Syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan syariah. Di samping itu, juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Pegadaian Syariah Dewi Sartika Jakarta merupakan salah satu pegadaian syariah yang pertama kali beroperasi di Indonesia. Sehingga hadirnya

merupakan hal yang menggembirakan, karena Pegadaian Syariah menyalurkan pinjaman dalam bentuk pemberian uang kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai syariah.

PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga merupakan bagian dari PT. Pegadaian yang beroperasi di propinsi Kalimantan Selatan yakni di kota Banjarmasin. Selama kurang lebih tiga belas tahun beroperasi sejak bulan 19 Juli 2004 sampai sekarang Pegadaian Syariah memiliki banyak nasabah.

2. Visi dan Misi

a. Visi dari Pegadaian Syariah

- 1) Membantu program pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya golongan menengah kebawah dengan memberikan solusi keuangan yang terbaik melalui penyaluran pinjaman kepada usaha skala mikro dan menengah atas dasar dan hukum fidusia.
- 2) Memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan dan melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten.
- 3) Melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya.

b. Misi dari Pegadaian Syariah

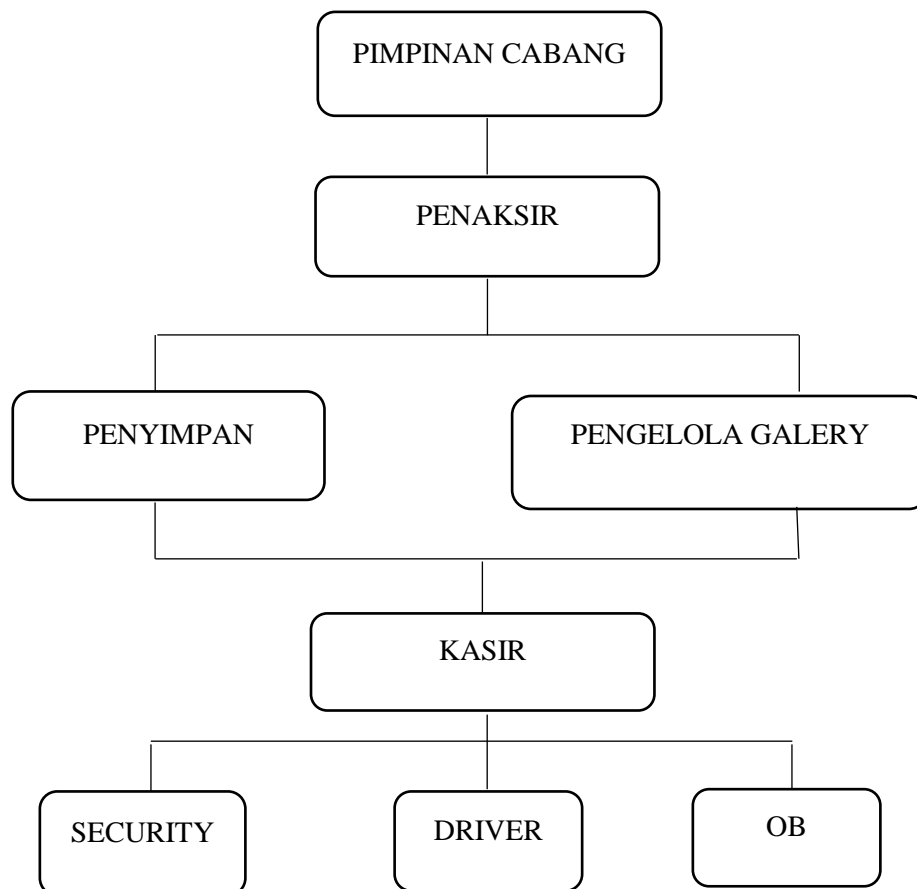
Misi dari Pegadaian Syariah pada umumnya yaitu turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat (nasabah) dari praktek gadai gelap, praktek riba dan pinjaman yang tidak wajar serta bertujuan dalam rangka pemenuhan atau untuk menjawab kebutuhan sebagian masyarakat

muslim di Indonesia yang menginginkan transaksi pinjam-meminjam yang sesuai dengan syariat Islam.

Untuk mencapai visi dan misi tersebut, maka devisi syariah akan mengelola usaha dengan prinsip “memberikan solusi keuangan berbasis syariah dengan prosedur mudah dan praktis, proses cepat serta memberikan rasa tenang bagi para penggunanya.

3. Struktur Organisasi

Bagan I. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin



Adapun tugas-tugasnya menurut struktur organisasi di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pimpinan Cabang mempunyai tugas:

- 1) Menyusun rencana kerja dan anggaran Cabang Pegadaian Syariah berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.
- 2) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan operasional pegadaian syariah.
- 3) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan penatausahaan barang jaminan bermasalah.
- 4) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan pengelolaan modal kerja.
- 5) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan penggunaan sarana dan prasarana Kantor Cabang Pegadaian Syariah.
- 6) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan pemasaran dan pelayanan konsumen.
- 7) Mewakili kepentingan perusahaan baik ke dalam maupun keluar berdasarkan kewenangan yang diberikan.

b. Penaksir

- 1) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk mengetahui mutu dan nilai barang serta bukti kepemilikannya dalam rangka menentukan dan menetapkan golongan taksiran dan uang jaminan untuk mengurangi risiko kedepannya.

- 2) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang untuk mengetahui mutu dan nilai dalam menentukan harga dasar barang jaminan yang akan dilelang.
- 3) Merencanakan dan menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan guna keamanan.

c. Penyimpan

- 1) Secara berkala melakukan pemeriksaan keadaan gudang penyimpanan barang jaminan emas, agar tercipta keamanan dan keutuhan barang jaminan untuk serah terima jabatan.
- 2) Menerima barang jaminan emas perhiasan dari Asisten Pemimpin atau pimpinan Cabang Syariah.
- 3) Mengeluarkan jaminan emas dan perhiasan untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain.
- 4) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan agar barang jaminan baik dan aman.
- 5) Melakukan pencatatan mutasi penerimaan atau pengeluaran barang jaminan yang menjadi tanggung jawab.
- 6) Melakukan penghitungan barang jaminan menjadi tanggungjawabnya secara terprogram sehingga keakuran saldo buku gudang dapat dipertanggungjawabkan.

d. Pengelola Galeri

- 1) Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional.

- 2) Menangani barang jaminan bermasalah dan barang jaminan setelah jatuh tempo.
- 3) Melakukan pengawasan secara uji dan terprogram terhadap barang jaminan yang masuk.
- 4) Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi administrasi kegiatan sarana dan prasarana, keamanan, ketertiban, dan kebersihan secara pembuatan laporan kegiatan operasional.

e. Kasir

- 1) Melaksanakan penerimaan uang jaminan dari nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 2) Menerima uang dari hasil penjualan barang jaminan yang dilelang
- 3) Membayarkan uang pinjaman kepada nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 4) Melakukan pembayaran segala pengeluaran yang terjadi di kantor Cabang Pegadaian Syariah

4. Produk pada Pegadaian Syariah

a. ARRUM HAJI

Pembiayaan ARRUM HAJI pada Pegadaian Syariah adalah layanan yang memberikan Anda kemudahan pendaftaran dan pembiayaan haji.

b. Multi Pembayaran Online (MPO)

Multi Pembayaran Online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/ pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api, dan lain sebagainya secara online.

c. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

d. MULIA

MULIA adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. MULIA dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan.

e. Pembiayaan *ARRUM*

Pembiayaan *ARRUM* (*Ar Rahn* Untuk Usaha Mikro) pada Pegadaian Syariah memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha yang sudah berjalan dengan jaminan kendaraan. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha nasabah tersebut.

f. Pembiayaan AMANAH

Pembiayaan AMANAH dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada karyawan tetap maupun pengusaha mikro, untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.

g. Pembiayaan *RAHN* (Gadai Syariah)

Pembiayaan *RAHN* (Gadai Syariah) dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Prosesnya

cepat hanya dalam waktu 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik, dan barang berharga lainnya.¹

5. Produk Arrum Haji

Produk Arrum Haji adalah produk yang dikeluarkan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dimana produk tersebut memberikan dana bantuan haji kepada anggota masyarakat yang berkeinginan menunaikan ibadah haji. PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin memberikan dana bantuan haji sebesar 25 juta rupiah untuk mendapatkan nomor porsi haji dengan menjaminkan atau menggadaikan emas seberat 15 gram atau senilai uang tujuh juta rupiah.

Produk Arrum Haji ini adalah produk yang terbilang baru yang ada di seluruh Cabang Pegadaian Syariah di Indonesia termasuk beberapa pegadaian konvensional. Produk ini hadir berdasarkan Fatwa MUI 92/DSN-MUI/IV/2014 dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Jadi produk ini bisa dijamin aman oleh PT. Pegadaian Syariah karena sudah sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

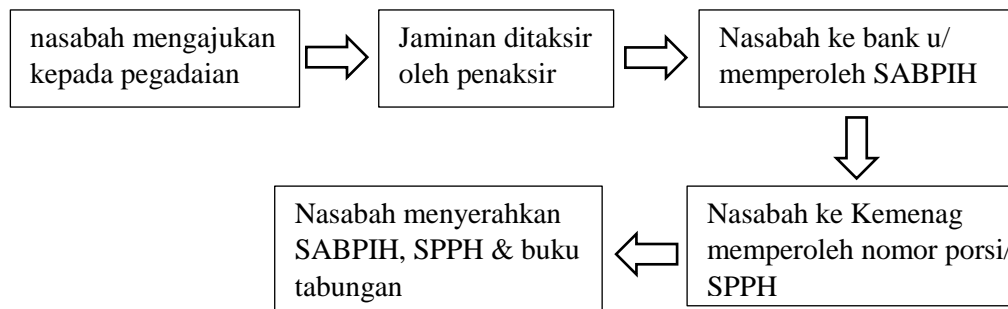
Bagi nasabah yang ingin menggunakan produk ini, tinggal datang ke Pegadaian Syariah terdekat dengan membawa persyaratan sebagai berikut:

- a. Membawa jaminan berupa emas seberat 15 gram atau senilai tujuh juta rupiah.
- b. Membawa KTP.

¹Produk Pegadaian Syariah, www.pegadaiansyariah.co.id/product, diakses tgl 06 Mei 2017.

- c. Membawa persyaratan untuk mendaftar porsi haji, adapun syarat dan ketentuan yang di keluarkan Kementerian Agama mengenai persyaratan tersebut, yaitu:
- 1) Surat keterangan sehat dari Puskesmas (fotocopy 2 lembar)
 - 2) Fotocopy KTP 13 lembar (3 Lembar difotocopy dengan posisi di kiri dan kanan (*kertas sejajar tidak dipotong*), 10 Lembar difotocopy bolak-balik)
 - 3) Fotocopy Kartu Keluarga (KK) sebanyak 3 lembar
 - 4) Surat Keterangan Domisili dari Kepala Kampung atau Lurah setempat (Fotocopy 2 lembar)
 - 5) Rekomendasi dari Kepala Kantor Urusan Agama (KUA) masing-masing Kecamatan.
 - 6) Memiliki salah satu dokumen (Akta Kelahiran, Ijazah Terakhir, Surat Nikah) (*difotocopy 3 lembar dan identitas harus sesuai dengan KK dan KTP*)
 - 7) Sudah memiliki rekening tabungan minimal Rp. 25.000.000,- (dua puluh lima juta rupiah)
 - 8) Buku Tabungan (difotocopy 2 lembar)
 - 9) Calon Jamaah Haji yang bersangkutan harus datang ke Kantor Kementerian Agama (KEMENAG) untuk Photo dan Sidik Jari.
 - 10) Mengisi formulir Surat Permohonan Pergi Haji (SPPH) dan disahkan oleh petugas Kantor Kementarian Agama Kabupaten/Kota.

Alur pembiayaan produk Arrum Haji



Proses mekanisme Produk Arrum Haji dimulai dari nasabah datang ke PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dengan membawa syarat dan ketentuan yang tersebut di atas. Selanjutnya pihak Pegadaian akan memproses seluruh dokumen yang diperlukan setelah itu dilaksanakan akad. Barulah pihak Pegadaian berkomunikasi dengan pihak bank agar membuat buku tabungan untuk memperoleh SBAPIH (Setoran Awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) dari bank untuk nasabah yang bersangkutan. Dalam hal ini bank yang bekerjasama dengan PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin ada beberapa yaitu: Bank BNI Syariah, Bank Mega Syariah, dan Bank Panin Syariah. Karena untuk kemudahan pihak Pegadaian sekarang ini lebih banyak bekerjasama dengan Bank Mega Syariah. Setelah urusan dengan pihak Bank selesai dan semua berkas yang dibutuhkan sudah lengkap maka nasabah bisa langsung ke Kementerian Agama untuk mendaftarkan diri sebagai calon jamaah haji dan mendapatkan porsi haji. Selanjutnya nasabah menyerahkan SBPIH, SPPH, dan Buku tabungan. Yang terakhir yaitu nasabah tinggal melunasi angsuran kepada pihak pegadaian sesuai dengan perjanjian di awal.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh peneliti dengan cara wawancara dan dokumentasi, peneliti mendapatkan data-data yang berhubungan dengan produk Arrum haji yaitu dari dua orang responden. Informandari pegawai PT. Pegadaian Syariah itu sendiri, berikut identitas keduanya sebagai berikut:

a. Nama : Aida Musliawati

Jabatan : Penaksir

Lama kerja : Tujuh Tahun

b. Nama : Wahyu Almizan

Jabatan : Pengelola Galeri

Lama kerja : Lima Tahun

1. Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin

Setelah data yang diperlukan terkumpul melalui teknik wawancara dan dokumentasi maka langkah berikutnya adalah menyajikan data tentang apa yang ingin diketahui oleh peneliti yang pertama yaitu, strategi pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani Km. 4,5 No. 69 RT. 31 Kec. Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin mempunyai berbagai macam produk yang berbasis syariah dan pada umumnya produk yang dikeluarkan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan akad *Rahn* agar menyesuaikan dengan nama lembaga itu sendiri. Begitu juga dengan produk Arrum Haji menggunakan akad

Rahn, seperti yang telah dikemukakan oleh peneliti pada latar belakang masalah dan penyajian data di atas bahwa nasabah harus memiliki emas yang berbentuk logam mulia (batangan) maupun perhiasan, yang akan digadaikan atau dijaminkan kepada pihak PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

Strategi yang dilakukan PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dalam memasarkan produk Arrum Haji adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan sosialisasi melalui seminar. Di dalam seminar tersebut PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin memperkenalkan produk Arrum Haji dan menjelaskan secara terperinci mengenai produk tersebut. Dalam seminar juga mendatangkan pembicara seperti ustadz untuk menjelaskan mengenai ibadah haji karena bersangkutan dengan produk arum haji itu sendiri.
- b. Literasi ke instansi-instansi atau lembaga-lembaga seperti dinas pendidikan, dinas pendapatan, dinas ketenaga kerjaan, dan atau ke dinas-dinas lain yang memungkinkan untuk pegawainya menjadi nasabah produk Arrum Haji.
- c. Membagikan brosur kepada calon nasabah atau nasabah yang sudah menggunakan produk lain dari PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.
- d. Tempat termasuk salah satu strategi dalam pemasaran dengan penempatan yang dipertimbangkan dengan sebaik-baiknya untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Pada akhirnya akan menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi yang disediakan oleh PT. Pegadaian Syariah

Cabang Kebun Bunga Banjarmasin termasuk di dalamnya produk Arrum Haji.

- e. Adanya website resmi pegadaian syariah, yaitu: www.pegadaiansyariah.co.id yang memuat tentang segala hal yang bersangkutan dengan pegadaian syariah., baik itu mengenai produk dan lain sebagainya.
- f. Secara perorangan dari mulut ke mulut. Melalui para pegawai, mereka bisa menawarkan produk kepada orang yang ditemui, keluarga maupun nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin sendiri yang sudah menggunakan produk lain dari pegadaian.
- g. Pemasaran dilakukan dengan menggunakan atau melalui media sosial, seperti melalui media facebook dan Instagram. Banyak info yang bisa diperoleh lewat akun resmi dari PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.
- h. Biaya administrasi dan biaya pemeliharaan jaminan yang terjangkau, juga akan menjadi suatu daya tarik tersendiri dalam menarik minat nasabah.

Menurut hasil wawancara, dari ke-delapan pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin, strategi yang pertama yaitu sosialisasi melalui seminar adalah yang paling efektif untuk mendapatkan nasabah produk Arrum Haji ini. Meskipun yang lain juga ikut andil dalam pemasaran tersebut.

2. Kendala PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga tersebut dalam memasarkan produk Arrum Haji

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin mengatakan bahwa kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk Arrum Haji adalah:

a. Jaminan yang tidak dimiliki semua calon nasabah

Jaminan emas yang menjadi syarat untuk menggunakan produk tersebut tidak semua calon nasabah memilikinya.

b. Antrian untuk berangkat haji yang cukup lama

Antrian atau daftar tunggu untuk berangkat haji yang cukup lama membuat masyarakat lebih memilih untuk berangkat umroh terlebih dahulu.

c. Tidak adanya pegawai khusus untuk divisi pemasaran

PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin tidak memiliki pegawai yang khusus untuk memasarkarkan produk-produknya khususnya produk Arrum Haji.

d. Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai produk Arrum Haji

Masih banyak masyarakat yang belum tahu mengenai produk ini, bahkan banyak masyarakat yang hanya tahu bahwa produk yang ada pada pegadaian baik itu konvensional maupun syariah hanya produk gadai biasa untuk mendapat uang pinjaman secara tunai.

e. Pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain

Pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain dengan lebih optimal menjadi satu kendala bagi PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dalam mendapatkan nasabah.

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin yang telah dikemukakan oleh peneliti pada penyajian data di atas, maka langkah selanjutnya yaitu analisis data. Untuk lebih tersusunnya proses analisis data ini maka peneliti memaparkan sesuai dengan rumusan masalah yang ada, yaitu:

1. Strategi pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin.

Berdasarkan informasi yang didapat peneliti pada saat melakukan penelitian melalui wawancara, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin, maka diperoleh hasil-hasil temuan yang berhubungan dengan pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa produk Arrum Haji ini adalah produk yang memberikan dana bantuan haji untuk mendaftar nomor porsi haji di Kementerian Agama.

Ada tiga akad yang digunakan dalam pegadaian syariah yaitu, *al-qardu al-hasan*, *al-Muḍārabah*, *Ba'i al-Muqayadah*. Produk Arrum Haji ini dijalankan dengan prinsip syariah dengan akad *rahn*. Akad *rahn* merupakan perjanjian penyerahan barang untuk menjadi agunan atas pemberian piutang yang diberikan. Akad *rahn* adalah cara yang diperbolehkan dalam Islam, karena akad *rahn* tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba. Karena telah sesuai dengan landasan hukum *rahn*, yaitu

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002. Akad *rahn* dalam produk Arrum Haji ini ternyata termasuk dalam kategori akad *al-qardu al-hasan*.

Akad *al-qardu al-hasan* yaitu suatu akad yang dibuat oleh pihak pemberi gadai dengan pihak penerima gadai dalam hal transaksi gadai harta benda yang bertujuan untuk mendapatkan uang tunai yang diperuntukkan untuk konsumtif. Hal ini dimaksud, pemberi gadai (*nasabah/rahin*) dikenakan biaya berupa upah/*fee* oleh penerima gadai (*murtahin/lembaga pegadaian*), yang telah menjaga atau merawat barang gadaian (*marhun*). Akad *al-qardu al-hasan* dimaksud pada prinsipnya tidak boleh pembebanan biaya selain biaya administrasi.² Dengan pernyataan di atas bahwa produk Arrum Haji ini sudah sesuai dengan syariah dilihat dari pengambilan keuntungannya.

Setelah membahas mengenai akad yang digunakan, peneliti akan langsung membahas mengenai strategi pemasaran. Perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam bisnis guna menjaga kelangsungan dan perkembangan bisnis tersebut. Tanpa strategi pemasaran yang baik maka sebuah perusahaan atau lembaga akan sulit untuk bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Oleh karena itu strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting yang harus dijalankan dengan baik dan dengan pemikiran yang matang, agar dapat menarik minat nasabah terhadap produk-produk yang di keluarkan. PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin adalah

²Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 177.

lembaga keuangan non bank yang menjalankan usahanya dengan berbasis syariah.

Adanya sebuah pemasaran dalam perusahaan akan dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat baik itu melalui media elektronik ataupun dengan media-media lainnya, tentunya hal tersebut akan menarik minat nasabah untuk menggunakan produk tersebut.

Awal peluncuran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin pada awal tahun 2016. Baru pada pertengahan tahun 2016 mendapatkan nasabah untuk produk Arrum Haji tersebut dan itupun hanya empat nasabah.

Pemasaran produk Arrum Haji oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin seharusnya tetaplah optimal meskipun tidak ada lagi produk serupa, seperti produk Dana Talangan Haji di bank yang telah dihapuskan setelah Kementerian Agama mengkaji ulang mengenai produk tersebut, yang pertama karena semakin menambah panjang antrian daftar tunggu untuk ibadah haji. Dan terkesan memaksakan diri bagi yang kurang mampu untuk beribadah haji, dengan menggunakan pembiayaan melalui produk Dana Talangan Haji tersebut.

Sedikit mengenai perbedaan produk Arrum Haji dengan Dana Talangan Haji adalah terdapat pada jaminan, pada produk Arrum Haji nasabah harus memiliki emas seberat 15 gram atau senilai dengan uang sebesar 7 juta rupiah sedangkan pada produk Dana Talangan Haji, bank tidak

mensyaratkan secara khusus mengenai jaminan, hanya disebutkan barang berharga atau sertifikat, serta jaminan yang diminta oleh bank hampir semua orang memilikinya. Tapi untuk produk Arrum Haji menurut peneliti sesuai dengan hasil wawancara tidak banyak orang yang memiliki emas sebanyak itu sebagai simpanan atau tabungan, berbeda misalnya dengan sertifikat, bagi yang memiliki rumah hampir semua memilikinya dari yang kurang mampu sampai orang berada sekalipun. Dari situ bisa dilihat bahwa yang akan menggunakan produk Arrum Haji tersebut hanya orang-orang yang memiliki harta lebih jadi tidak terkesan memaksakan diri untuk berangkat haji.

Keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan dan sasaran perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memasarkan produknya. Tujuan perusahaan untuk dapat menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu bersaing, hanya mungkin apabila perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran.³

Sesuai dengan pernyataan di atas bahwa pemasaran yang baik akan sangat membantu kelangsungan hidup lembaga atau pegadaian tersebut, agar pegadaian dapat bertahan di tengah persaingan yang ketat oleh lembaga keuangan bank ataupun non-bank lain, haruslah melakukan pemasaran yang lebih optimal sehingga akan mendapatkan hasil yang maksimal pula.

³Sofjan Assauri, *Manajemem Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 60.

Keunggulan ataupun kelebihan dari produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin tentunya akan berpengaruh pada pemasaran produk tersebut, misalnya dengan persyaratan pengajuan yang mudah dan proses cepat. Tentunya akan menggugah hati nasabah untuk mempertimbangkan melakukan pembiayaan tersebut.

Strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dahulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.⁴

Nasabah yang dimiliki oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin untuk produk Arrum Haji untuk saat ini kurang lebih 30 nasabah. Dalam kurun waktu satu tahun lebih dengan jumlah nasabah yang baru 30, maka menurut peneliti ada yang kurang dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin tersebut. Melihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, Strategi pemasaran yang dilakukan PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin untuk produk Arrum Haji bisa dihubungkan atau mengarah kepada strategi bauran pemasaran (*marketing mix*).

Bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian

⁴Philip Kotler, *Marketing*, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 401.

dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.⁵ Bauran pemasaran ini meliputi strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi tersendiri. Bauran pemasaran biasanya digunakan oleh perusahaan jasa, termasuk salah satunya pegadaian syariah, untuk memasarkan produk-produknya yang berbasis syariah tersebut. Salah satu produk pembiayaannya yaitu Arrum Haji, yang memberikan dana bantuan haji kepada nasabahnya agar bisa mendaftar nomor porsi haji.

a. Strategi Produk

Produk yang dimiliki oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin bermacam-macam dan tentunya berbasis syariah. Sesuai dengan namanya lembaga pegadaian, tentunya terdapat produk jasa untuk menggadaikan barang berharga yang dimiliki oleh nasabah untuk mendapatkan uang tunai dengan cepat. Dengan persaingan yang sangat ketat bagi lembaga keuangan lain, maka Pegadaian juga harus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk baru yang sesuai tentunya dengan kebutuhan masyarakat. Produk Arrum Haji adalah salah satu produk yang dikembangkan oleh pihak pegadaian. Pada produk Arrum Haji menggunakan akad *rahn* dimana yang menjadi objek gadai yaitu emas seberat 15 gram atau senilai tujuh juta rupiah.

Setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dan *share* pasarnya, perlu mengadakan usaha penyempurnaan

⁵*Ibid.*, hlm. 14.

dan perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna serta daya tarik yang lebih besar.⁶

Mengeluarkan produk yang tidak dimiliki oleh lembaga lain seperti bank atau lembaga keuangan non bank lainnya adalah sebuah daya tarik dalam produk tersebut. Sehingga akan memudahkan pegadaian dalam memasarkan produk Arrum Haji tersebut. Namun pada kenyataannya produk Arrum Haji lebih sedikit peminatnya daripada misalnya saja produk Tabungan Emas padahal produk Arrum Haji lebih dulu dikeluarkan daripada Tabungan Emas. Meskipun nasabah dari produk Arrum Haji tidak terlalu banyak namun pihak pegadaian tidak melakukan pemasaran secara berlebihan atau melebih-lebihkan yang tidak terdapat pada produk tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan pemasaran secara syariah yang mengambil konsep sifat keteladanan Rasulullah SAW, yaitu *siddiq* (jujur). Kita lihat dalam era sekarang ini, di media elektronik banyak iklan yang mempromosikan hasil produksi tertentu yang berlebihan, yang sangat berbeda dengan barang yang sebenarnya. Islam menyuruh umatnya agar berhati-hati dari perbuatan seperti di atas yang bisa merusak pasar, menghilangkan kepercayaan dan ketentraman jiwa.⁷ Jadi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin tetap mengutamakan kejujuran.

⁶Sofjan Assauri., *op.cit.*, hlm. 199-200.

⁷Asyraf M. Dawwabah., *op.cit.*, hlm. 59-60.

b. Strategi Harga

Kegiatan penentuan harga memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses pembangunan citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas.⁸

Penentuan harga pada produk Arrum Haji tentu saja sudah dipikirkan oleh pihak pegadaian. Dengan harga yang tidak terlalu tinggi dan tentu juga tidak terlalu rendah. Untuk mendapatkan keuntungan dan tidak terlalu membebankan nasabah. Rincian mengenai angsuran dan biaya lain-lain pun sudah tertera pada brosur produk Arrum Haji tersebut.

Sesuai dengan penjelasan dari pihak pegadaian mengenai biaya-biaya yang harus dikeluarkan nasabah, dikatakan bahwa semua biaya terjangkau. Biaya tersebut yaitu biaya pemeliharaan barang jaminan dan biaya administrasi, namun jika dilihat dari sisi nasabah yang kurang mampu bahwa biaya pemeliharaan jaminan tersebut cukup tinggi. Sesuai juga dengan yang sudah dijelaskan oleh peneliti di atas, mengenai akad pada produk Arrum Haji tersebut termasuk ke dalam akad *al-qardu al-hasan*, dimana pihak pegadaian hanya diperkenankan menerima biaya

⁸Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2015), hlm. 214.

atau pembebanan dari pemeliharaan barang jaminan dan biaya administrasi saja.

Persoalan harga juga dilakukan sesuai syariah dan juga meneladani sifat Rasulullah SAW, yaitu amanah. Seorang pebisnis harus menjelaskan dengan terus terang tentang harga barang dan laba yang diperolehnya, jika barang dagangannya dijual dengan menggunakan sistem bagi hasil. Selain itu, dia harus memberitahukan kepada pembelinya aib (cacat) barang dagangannya atau produknya, seandainya memang ada aibnya, demi memenuhi hak seorang muslim dalam konsep nasihat.⁹

Jadi, mengenai harga untuk produk Arrum Haji ini sudah tertera dengan jelas pada brosur yang dibagikan oleh pihak pegadaian syariah tersebut. Tertera di sana berapa biaya administrasi dan biaya pemeliharaan barang jaminan serta angsuran yang harus dibayar oleh nasabah setiap bulannya.

c. Strategi Tempat

Penentuan tempat yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin sudah sangat dipertimbangkan karena letaknya yang sangat strategis berada di tengah ibu kota Banjarmasin, mudah dijangkau dengan sarana transportasi, berada di tepi jalan raya yang terlihat oleh orang yang berlalu-lintas, meskipun tempat parkir yang disediakan tidak terlalu luas, namun keamanannya terjamin. Dan

⁹Asyraf M. Dawwabah., *op.cit*, hlm. 70.

meskipun ada beberapa bank yang ada di sekitar, namun tidak terlalu berdampak pada pegadaian tersebut karena memiliki perbedaan masing-masing, misalnya saja tepat di sebelahnya terdapat Bank BTPN Syariah.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai “proses berlanjut”. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.¹⁰ Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan baik produk maupun jasanya.

1) Periklanan

Periklanan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin untuk produk Arrum Haji seperti pemasangan spanduk, dan pemasangan iklan di televisi serta terdapat informasi terkait pada sosial media resmi dari Pegadaian Syariah tersebut mengenai hal yang dipasarkan.

2) Promosi penjualan

Promosi penjualan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin yaitu dengan membagi-bagikan brosur kepada nasabah atau masyarakat biasa yang belum menjadi nasabah dari pegadaian tersebut dan melakukan literasi ke instansi-

¹⁰Basu Swastha., *op. cit.*, hlm, 237.

instansi atau lembaga-lembaga seperti dinas pendidikan dan lain sebagainya.

3) Publisitas

Publisitas yaitu memperkenalkan produk khususnya produk Arrum Haji kepada masyarakat luas dengan melakukan sosialisasi melalui seminar yang biasanya dilakukan di hotel dan seminar terbuka untuk umum serta tidak dipungut biaya apapun. Dari seminar biasanya akan mendapat banyak nasabah. Untuk produk Arrum Haji saja setelah dilakukan seminar akhirnya mendapat lebih dari 20 nasabah.

4) Penjualan Pribadi

Penjualan pribadi ini maksudnya adalah pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing pegawai PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin, dengan cara menawarkan langsung dari mulut ke mulut kepada keluarga, sahabat maupun orang yang tidak sengaja ditemui sekalipun.

Sesuai dengan penjelasan di atas bahwa bermacam-macam jenis pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian. Dapat dilihat bahwa seorang pemasar atau pegawai pegadaian sudah melakukan inovasi secara *faʿānah* (kreatif). Tidak hanya kreatif namun penyampaian dalam pemasaran tentunya juga harus secara baik atau *tabligh* (komunikatif). Seorang pemasar haruslah kreatif agar mampu mencari cara yang berbeda dengan para pesaing. Untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya, dengan kondisi persaingan yang semakin ketat

antar lembaga atau perusahaan khususnya lembaga keuangan lain yang berbasis syariah.

Tidak hanya kreatif seorang pemasar juga harus mampu menyampaikan atau mempromosikan atas keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk yang dikeluarkan oleh perusahaan atau lembaganya khususnya pegadaian syariah. Dimana menyampaikan di sini maksudnya secara baik, dengan kata-kata yang baik pula, serta menyampaikan kekurangan apabila terdapat dalam produk tersebut.

Agar lebih jelas mengenai strategi pemasaran produk Arrum Haji ini peneliti melakukan analisis menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT untuk strategi pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Dari hasil analisis SWOT ini maka dapat diketahui bagaimana pemasaran produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

a. Kekuatan (*strength*)

1) Biaya administrasi ringan

Biaya administrasi yang harus dikeluarkan oleh calon nasabah terbilang ringan, mulai dari Rp. 340.000 s/d Rp. 682.500 sesuai dengan lama angsuran yang diinginkan oleh calon nasabah itu sendiri, semakin lama angsuran semakin tinggi juga biaya administrasinya.

2) Menggunakan akad *rahn* dengan prinsip akad *al-qardu al-hasan*

Akad yang digunakan adalah akad *rahn* dengan prinsip sesuai akad *al-qardu al-hasan* dan akad ini tidak diragukan lagi bahwa akad ini diperbolehkan karena didukung oleh Fatwa DSN Nomor 19/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Al-Qardh.

3) Proses cepat dan mudah

Mulai dari permohonan calon nasabah dengan membawa perlengkapan untuk persyaratan, seperti dokumen yang diperlukan untuk kelengkapan pihak pegadaian syariah dan untuk pihak Kementerian Agama serta jaminan emas. Jika semua sudah lengkap pihak pegadaian syariah akan memproses semua, kurang dari satu minggu proses pendaftaran akan selesai dan nasabah pun sudah mendapat nomor porsi haji dari Kementerian Agama.

4) Promosi-promosi

Mulai dari promosi yang dilakukan oleh semua pegawai seperti sosialisasi melalui seminar dan literasi ke instansi-instansi. Serta juga ada promosi melalui sosial media dan melalui iklan di televisi.

b. Kelemahan (*weaknes*)

1) Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk Arrum Haji

Masih banyak masyarakat yang belum tahu mengenai produk ini, bahkan banyak masyarakat yang hanya tahu bahwa produk yang ada pada pegadaian baik itu konvensional maupun syariah hanya produk gadai biasa untuk mendapat uang pinjaman secara tunai.

2) Kurangnya promosi kepada masyarakat

PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin tergolong masih melakukan promosi tentang produk Arrum Haji baik itu langsung datang ke masyarakat atau melalui media masa dan media sosial. Karena promosi yang dilakukan oleh pihak pegadaian masih tergolong tidak terlalu gencar seperti lembaga keuangan lain, bank pada khususnya.

3) Kurang sosialisasi kepada masyarakat

Produk Arrum Haji masih belum terlalu dikenal di tengah masyarakat jadi masih harus banyak melakukan sosialisasi ke masyarakat karena selama ini baru satu kali melakukan sosialisai dengan seminar yang dilakukan di salah satu hotel di Banjarmasin.

4) Tidak adanya pegawai untuk divisi khusus pemasaran

PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin tidak memiliki pegawai yang khusus untuk memasarkarkan produk-produknya khususnya produk Arrum Haji. Jadi pemasaran yang dilakukan tidak bisa dilakukan setiap saat, karena semua pegawai sekaligus pemasar.

5) Jaminan yang tidak dimiliki semua calon nasabah

Jaminan emas yang menjadi syarat untuk menggunakan produk tersebut tidak semua orang memilikinya, karena itulah yang menjadi kendala utama masyarakat untuk menggunakan produk ini.

6) Biaya pemeliharaan jaminan cukup tinggi

Biaya pemeliharaan jaminan cukup tinggi bagi masyarakat yang terbilang kurang mampu dengan biaya Rp. 252.806 perbulan, namun menurut pihak pegadaian biaya pemeliharaan jaminan ini sudah cukup terjangkau.

c. Peluang (*opportunity*)

5) Tempat atau letak pegadaian yang strategis

Letak pegadaian yang tepat berada di pinggir jalan raya dan berada di tengah kota Banjarmasin, dapat memudahkan nasabah dan calon nasabah untuk melakukan transaksi.

6) Tidak terdapat produk yang sama pada lembaga keuangan lain

Produk Arrum Haji adalah satu-satunya produk yang memberikan pembiayaan untuk mendaftar nomor porsi haji ke Kementerian Agama. Hal ini dapat menjadi peluang besar untuk mendapatkan nasabah yang lebih banyak.

7) Mayoritas masyarakat beragama Islam

Masyarakat Banjarmasin yang mayoritas beragama Islam ini bisa menjadi peluang bagi pegadaian syariah untuk mendapatkan nasabah untuk produk Arrum Haji tersebut.

d. Ancaman (*threat*)

- 1) Terdapat beberapa produk pembiayaan umroh pada bank syariah

Nasabah banyak yang lebih memilih untuk umroh terlebih dahulu, karena tidak memerlukan waktu tunggu yang lama untuk dapat berangkat umroh.

- 2) Promosi yang dilakukan oleh bank dan lembaga keuangan lain yang lebih optimal

Meskipun produk yang dimiliki bank dan lembaga keuangan lain tidak ada yang sama persis dengan produk Arrum Haji ini, namun ada produk tabungan haji yang dimiliki bank maupun lembaga keuangan lain, yang dipasarkan dengan sangat optimal, maka juga akan berdampak negatif pada produk Arrum Haji tersebut.

- 3) Daftar tunggu berangkat haji yang cukup lama

Sesuai dengan ketentuan dari Kementerian Agama bahwa daftar tunggu untuk berangkat haji yang cukup lama, dengan waktu yang bertahun-tahun banyak masyarakat yang lebih memilih untuk berangkat umroh saja terlebih dahulu dibandingkan berangkat haji.

2. Kendala PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dalam memasarkan produk Arrum Haji.

Setiap perusahaan pasti akan melakukan kegiatan pemasaran, tak terkecuali lembaga keuangan baik itu bank maupun non bank, seperti PT.

Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Pemasaran adalah hal yang sangat penting dilakukan oleh semua perusahaan agar perusahaan dapat berjalan dan mampu berkembang seperti yang diinginkan.

Pemasaran tidak selamanya dapat berjalan dengan lancar seperti semestinya, adakalanya terdapat beberapa kendala dalam memasarkan produk atau jasa yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah. Jika kendala tersebut tidak diselesaikan dengan baik, maka akan berdampak pada pertumbuhan kegiatan usaha itu sendiri.

Selain pemasaran yang harus dioptimalkan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin, juga harus mengetahui kendala yang akan ataupun sedang dihadapi dalam memasarkan produk tersebut. Dengan mengetahui kendalanya, maka akan dapat mengatasi atau setidaknya agar kendala tersebut tidak terlalu berdampak buruk kepada pertumbuhan perusahaan atau lembaga pegadaian syariah.

Kendala yang dihadapi oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dalam memasarkan produk Arrum Haji sesuai dengan yang disampaikan oleh pihak pegadaian yaitu:

- a. Jaminan emas yang tidak dimiliki oleh semua calon nasabah, karena emas di sini menjadi satu-satunya jaminan untuk dapat menggunakan produk Arrum Haji tersebut, hal inilah yang menjadi kendala utama masyarakat untuk menggunakan produk ini. Ada beberapa calon nasabah yang tidak memiliki jaminan emas maka mereka tidak akan bisa menggunakan produk ini.

- b. Sesuai dengan Kementerian Agama bahwa daftar tunggu untuk pergi haji cukup lama bahkan puluhan tahun, dan itu juga yang menjadi kendala pihak pegadaian dalam memasarkan produk ini. Karena banyak masyarakat yang lebih memilih untuk umroh saja terlebih dahulu dibandingkan mendaftar haji.
- c. Kurangnya pegawai pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin, bahkan tidak ada pegawai yang khusus untuk bagian pemasaran, jadi semua pegawai sekaligus sebagai pemasar. Berbeda dengan lembaga keuangan lain seperti bank, ada pegawai khusus untuk memasarkan produk-produknya.
- d. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk-produk yang dikeluarkan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin khususnya Produk Arrum Haji. Bahkan banyak masyarakat yang tidak tahu mengenai produk-produk baru yang dikeluarkan pegadaian khususnya pegadaian syariah.
- e. Pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain, dengan pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain yang lebih optimal dan hal ini menjadi salah satu kendala dalam memasarkan produk Arrum Haji tersebut.

Dari kelima kendala yang terdapat pada pemasaran produk Arrum Haji tersebut dapat dikaitkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran pada lingkungan mikro yaitu, manajemen lembaga itu sendiri

dimana tidak adanya pegawai khusus pemasaran atau kurangnya SDM, yang kedua nasabah, yang ketiga pesaing dan yang terakhir adalah publik.

Apabila dikaitkan dengan analisis SWOT kendala dari pemasaran ini dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu faktor internal dan eksternal, maka kendala atau hambatan tersebut adalah hal yang menjadi kelemahan dan ancaman bagi pihak pegadaian. Dan yang termasuk dalam kelemahan adalah jaminan emas yang tidak dimiliki oleh semua calon nasabah, kurangnya pegawai, serta kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk pada pegadaian syariah. Sedangkan untuk ancaman, daftar tunggu untuk berangkat haji yang cukup lama serta pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan lain.