

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Konsep kesejahteraan dalam islam didasari oleh keyakinan bahwa Allah satu-satunya tujuan pencipta dan pemilik Mutlak (*tahuid*) sedangkan manusia adalah Khalifah (pengemban) amanah dari tuhan yang memberikan keadilan bagi seluruh umat manusia. Tujuan-tujuan itu didasarkan pada konsep-konsep islam mengenai kesejahteraan manusia (*falah*) dan kehidupan tidak hanya berkaitan dengan terpenuhinya materi semata tetapi juga terpenuhinya kebutuhan spritual.<sup>1</sup>

Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Untuk mencapai tujuan suci ini, Allah memberikan petunjuk melalui para rasul-Nya. Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, baik akidah, akhlak, maupun syariah. Oleh karena itu, syariah Islam sebagai suatu syariah yang dibawa oleh rasul terakhir, mempunyai keunikan tersendiri. Syariah ini bukan saja menyeluruh atau komprehensif, tetapi juga universal. Universal bermakna syariah Islam dapat diterapkan dalam waktu dan tempat sampai hari akhir nanti. Universal ini tampak jelas terutama pada bidang muamalah. Selain mempunyai cakupan luas dan fleksibel, muamalah tidak membedakan antara muslim dan nonmuslim.

---

<sup>1</sup> Faturrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam* ( Jakarta: Sinar Grafika: 2013). 17.

Dunia ekonomi dalam islam adalah bisnis atau investasi. Hal ini bisa dicermati mulai tanda-tanda eksplisit untuk melakukan investasi (ajakan bisnis dalam Al-Quran dan Sunnah).<sup>2</sup>

Perbankan islam merupakan bagian dari lembaga keuangan internasional yang telah muncul sebagai sebuah realitas di pasar uang internasional. Prinsip dan filosofi lembaga keuangan islam bukanlah hal yang baru, karena telah dipernalkan oleh Nabi Muhammad SAW. Belakangan ini, kemunculan lembaga keuangan tanpa bunga sebagai model ekonomi telah mendorong para ahli ekonomi, hukum, fikih bergairah dalam membicarakan topik ini dalam perekonomian umat secara luas, walaupun praktek dan hasilnya masih banyak yang meragukan berbagai instrumen legalitas ikut serta mendorong pertumbuhan berbagai jenis produk untuk mengembangkan ekonomi syariah, industri keuangan dan perbankan islam sebagai instrumen untuk menggerakkan sektor rill yang secara dikenal sebagai insitusi tanpa bunga yang beroperasi sesuai hukum islam (syariah islam).

Pengembangan perbankan islam melalui enam tahap, *pertama* penetapan beroperasinya lembaga keuangan islam; *kedua*, untuk mengembangkan strategi operasi bank islam yang paling baik, dilakukan riset adopsi dan harapan nasabah; *ketiga*, penetapan standar prosedur operasional; *keempat*, bank konvensional diajak untuk menawarkan produk dan jasa keuangan islam; *kelima*, pengintegrasian para pemain lembaga keuangan internasional; dan *keenam*, melakukan kegiatan

---

<sup>2</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*,(Jakarta: Rajawali Pers:2013). 1

pemasaran yang terencana dalam berbagai skala untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dengan memperhatikan faktor-faktor perubahan lingkungan baik eksternal maupun internal karena sangat menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan sehingga dapat disusun strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan. Begitupun dengan aktivitas produksi sebagai suatu bagian dari fungsi organisasi sebuah usaha bisnis, produksi adalah penciptaan barang-barang dan jasa-jasa, adapun tujuan produksi sendiri adalah produktivitas sedang tujuan manajemen produksi adalah pencapaian produktivitas secara efisien dan efektif.<sup>3</sup>

Pemasaran serta sosialisai yang masih belum optimal menyebabkan sulitnya merubah pola fikir masyarakat terhadap pegadaian syariah. Masyarakat lebih memilih pegadaian konvensional. Sehingga masyarakat masih lebih memilih pegadaian konvensional dibandingkan pegadaian syariah. Artinya, pemasaran dan sosialisasi pegadaian syariah masih belum mencapai masyarakat luas sehingga masyarakat belum mengerti konsep, produk, keuntungan dan kelebihan pegadaian syariaiah dibandingkan pegadaian konvensional.

Perubahan lingkungan sosial ekonomi dan politik menurut bank-bank islam untuk mengembangkan pasar, melakukan inovasi dan kreativitas dalam jasa dan produk, meningkatkan pelayanan nasabah menjadi bagian

---

<sup>3</sup> Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Produksi Dan Operasi* (Yogyakarta: BPFE: 2000). 3.

penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitifnya dalam komunitas muslim.

Untuk mengambil peran yang aktif dimasa depan, maka isu-isu pokok yang harus diperhatikan adalah mampu mengukur penerimaan bank ditengah masyarakat (*brand equity*), mengukur keefektifan pemasaran yang ditetapkan, proses produk baru yang lebih baik, serta memperkirakan kepuasan konsumen. Untuk mencapai hal tersebut Allah SWT mengajarkan khusus kepada orang yang beriman, sebelum berbuat sesuatu perlu membuat perencanaan, dipikirkan tujuan dan manfaatnya, bahkan tidak hanya itu, Allah juga menyuruh untuk mengavaluasi agar bisa diperbaiki secara terus menerus, dan mempertajam istiusi dan membuat wawasan kita lebih membumi<sup>4</sup>

*Rahn* adalah salah satu sistem berbasis syariah yang digunakan sebagai solusi untuk memahami kebutuhan dana bagi masyarakat dengan menahan salah satu harta milik si peminjam dana sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. *Rahn* atau yang lebih dikenal dengan gadai sendiri dipraktekakan oleh Rasulullah sebagaimana yang diterangkan dalam sebuah hadis:

*Sesungguhnya rasulullah SWA, membeli makanan dari orang yahudi dan beliau menggadaikan baju besinya kepadanya. ( Riwayat al-Bukhari dan Muslim)*<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Dafid Sukardi Kodrat *manajemen strategi*,(Graha Ilmu:Yogyakarta:2009).7.

<sup>5</sup> Susilawati,. *Strategi Kebijakan Pengembangan UMKM*,. (hak cipta dilindungi undang-undang:2016). 301.

Meningkatkan strategi pemasaran dan sosialisasi kepada masyarakat luas sangat penting dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam arti memberitahukan konsep, produk, keuntungan dan kelebihan pegadaian syariah. Bahkan selama ini pegadaian masih belum banyak dikenal dari segi pengenalan nama perusahaan yang berlabel syariah dan masyarakat masih banyak pula yang belum mengetahui lokasi pegadaian syariah. Hal ini disebabkan kurang optimalnya sosialisasi terhadap masyarakat.

Jadi dalam memilih judul Strategi Pemasaran dan Sosialisasi dalam meningkatkan minat masyarakat dalam memilih Pegadaian Syariah, karena masyarakat belum mengenal tentang pegadaian yang berlabel syariah mereka kebanyakan hanya mengenal tentang pegadaian konvensional/ pegadaian umum yang biasa mereka kunjungi, dan mereka kebanyakan belum mengetahui tentang konsep, produk dan kekurangan serta kelebihan apa saja yang dimiliki oleh pegadaian syariah. hal tersebut dikarenakan kurang optimalnya strategi pemasaran dan sosialisasi oleh pegadaian itu sendiri terhadap masyarakat.

Ada pegadaian syariah yang membuka cabang disekitar masyarakat, akan tetapi masyarakat lebih cenderung untuk menggunakan barangnya ke pegadaian biasa, mereka juga terbiasa melakukannya dipegadaian konvensional, pengetahuan masyarakat terhadap pegadaian syariah karena kurangnya optimalnya sosialisasi terhadap masyarakat tersebut.

Dengan permasalahan yang ada sekarang banyak bermunculan lembaga-lembaga untuk mengatasi masalah ekonomi di indonesia salah

satunya lembaga keuangan syariah. sejumlah individu yang peka terhadap perkembangan permasalahan sosial ekonomi masyarakat memberikan respon positif yang secara kreatif mengembangkan ide untuk mendirikan lembaga keuangan syariah baik berbentuk bank maupun non bank.

Minat masyarakat untuk berinvestasi merupakan suatu usaha yang akan terus diupayakan berkembang dan agar investasi tersebut dapat mendatangkan keuntungan bagi pemiliknya. Memahami minat nasabah tidaklah mudah, agar tujuan strategi pemasaran tercapai pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi serta perilaku dan minat nasabah. Individu-individu selalu membuat keputusan, membuat pilihan diantaranya dua alternatif atau lebih.

Pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah saat ini sudah cukup baik. Karena pegadaian syariah saat ini tidak bisa terbilang baru dan kantor cabang syariahnya pun sudah banyak. Berdasarkan pengamatan di lapangan pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang pesat semenjak pertama kali didirikannya pegadaian syariah Bangkalan.

Perkembangan nasabah Pegadaian Syariah Kecamatan Bangkalan terus berkembang hingga saat ini terutama untuk produk gadai. Nasabah pegadaian syariah bangkalan yang menggunakan produk gadai terus meningkat tiap tahunnya. Pada tahun 2013 jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai berjumlah 102 nasabah. Pada tahun 2014 jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai berjumlah 131 nasabah.

Sehingga peneliti ingin mengetahui strategi pemasaran dan sosialisasi dalam meningkatkan masyarakat dalam memilih pegadaian syariah. sehingga tumbuh menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut.

Dari latar belakang yang ada, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran dan Sosialisasi dalam meningkatkan minat masyarakat dalam memilih Pegadaian Syariah.”** Dengan tujuan meningkatkan eksistensi dan meningkatkan pengetahuan tentang pegadaian syariah serta memberikan informasi mengenai strategi pemasaran dan sosialisasi yang dilakukan pegadaian syariah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian syariah dalam meningkatkan minat masyarakat dalam memilih pegadaian syariah?
2. Bagaimana sosialisasi yang dilakukan oleh pegadaian syariah dalam meningkatkan minat masyarakat dalam memilih pegadaian syariah?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian syariah dalam meningkatkan minat masyarakat untuk memilih pegadaian syariaah.

2. Untuk mengetahui sosialisasi yang dilakukan oleh pegadaian syariah dalam meningkatkan minat masyarakat untuk memilih pegadaian syariah.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk mendapatkan penambahan wawasan dan ilmu pengetahuan yang bersifat kontekstual, dengan demikian bagi peneliti mampu untuk menambah pengetahuan secara teoritis serta memperluas wawasan dengan cara mempelajari secara langsung serta mengetahui strategi pemasaran dan Sosialisasi pegadaian syariah terhadap minat masyarakat dalam memilih pegadaian syariah bangkalan .

2. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan suatu sumber informasi dengan tujuan untuk menambah referensi bagi peneliti baik yang melakukan penelitian maupun yang sedang melakukan penelitian.

3. Bagi Universitas

Diharapkan bisa memberikan kontribusi berupa referensi ilmiah yang terpercaya serta dapat dipertanggungjawabkan, begitu juga diharapkan untuk dapat dijadikan sebagai informasi-informasi tambahan khususnya di bidang Studi Ekonomi Islam.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, dengan tujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang optimal. Sehingga dalam pembahasannya harus dilakukan secara runtut dan sistematis.

Lima bab tersebut diantaranya :

### **BAB**

**I: PENDAHULUAN.** Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik, dan sistematika pembahasan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.** Pada bab ini membahas tentang pengaruh strategi pemasaran dan sosialisasi pegadaian syariah terhadap minat masyarakat dalam memilih pegadaian syariah

**BAB III: METODE PENELITIAN.** Pada bab ini yang membahas metode penelitian yang digunakan oleh peneliti.

**BAB IV: PEMBAHASAN.** Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dan analisis data.

**BAB V: PENUTUP.** Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.