

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “model penerapan marketing arisan logam mulia dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus pegadaian syariah cabang bangkalan)”. Dengan latar belakang Dalam dunia lembaga keuangan, pemasaran sangatlah penting sekali untuk menarik nasabah untuk melakukan transaksi di lembaga keuangan tersebut. Sehingga produk yang mereka tawarkan nantinya akan mendapat banyak peminatnya. Perkembang di tengah- tengah masyarakat saat ini banyaknya macam-macam arisan seperti arisan emas, ada arisan sepeda motor, arisan haji, arisan gula dan lain-lain. Pegadaian Syariah melalui Arisan Logam Mulia yang dimana produk tersebut menawarkan pembelian emas, namun dalam sistem Arisan. Seperti halnya arisan biasanya jika nama yang di undi keluar maka orang tersebut yang akan mendapatkan emas tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Dengan pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Kemudian didukung dari sumber literatur-literatur.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa model penerapan *marketing* yakni dengan penyebaran brosur, kemudian penyuluhan ke dinas-dinas, penyuluhan ke acara pengajian, dan penyuluhan ke ibu-ibu PKK. Dan model penerapan *marketing* arisan logam mulia dalam perspektif ekonomi islam setiap transaksi yang dilakukan harus terhindar dari berbagai unsur-unsur dalam syariat Islam yakni tidak melakukan unsur penipuan, dan harus sesuai dengan kunci sukses dalam berbisnis dalam syariah yaitu shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, dan melakukan hal yang berkarakteristik terhadap ketuhanan (*robbaniyah*), Etis (*akhlaqiyah*), realistis, dan humanistik. Dan yang terpenting dalam pemasaran sebuah produk itu harus jujur, dan transparan terhadap produk yang ditawarkan.

Kata kunci: Model Marketing, Arisan Logam Mulia, Ekonomi Islam.

ABSTRACT

This thesis titled "model of social gathering precious metals marketing application in Islamic economic perspective case study (Pegadaian Bangkalan sharia branches)". With a background in world financial institutions, marketing is very important to attract customers to conduct transactions in the financial institution. So that the products they offer will get a lot of demand. Developments in society today many kinds of social gathering social gathering such as gold, there is gathering the motor cycle, gathering haji, gathering sugar and others. Islamic pawnshop through Arisan precious metals where these products offer the purchase of gold, but in Arisan system. As well as gathering usually if the name in the lot out then the person who will get the gold.

This study used a qualitative research method with type descriptive approach. By collecting data using interviews and documentation. Then supported from literature sources.

Based on this conclusion, the model of the marketing application with the distribution of brochures, then extension to the offices, to the recitation event counseling, and counseling to mothers pkk. And a model application of marketing gathering precious metals in the perspective of the Islamic economy every transaction must be protected from various elements in Islamic law that does not do the elements of fraud, and must comply with the key to success in business in sharia that Siddiq, trust, fathanah, sermons, and do the characteristics of the divinity (robbaniyah), Ethical (akhlaqiyah), realistic, and humanistic. And the most important in the marketing of a product must be honest, and transparent to the products offered.

Keywords: Model Marketing, Precious Metals Arisan, Islamic Economics.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN COVER DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
MOTTO	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5

D. Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Pustaka	5
F. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Pengertian Marketing/Pemasaran	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Konsep Strategi Pemasaran Dalam Islam	14
B. Arisan Logam Mulia	21
1. Pengertian Arisan	21
2. Pengertian Emas/Logam Mulia	23
3. Pengertian Arisan Logam Mulia	24
C. Pengertian Ekonomi Islam	25
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Pendekatan Penelitian	39
C. Tempat Penelitian	40
D. Sumber Data	40
E. Metode Pengumpulan Data	41
F. Metode Analisis Data	42
BAB IV PEMBAHASAN	43

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Syariah.....	43
1. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah	43
2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah	46
3. Produk-Produk Pegadaian Syariah.....	47
4. Struktur PT. Pegadaian Syariah cab. Bangkalan.....	49
5. Sistematika Arisan Logam Mulia	49
B. Model Penerapan <i>Marketing</i> Arisan Logam Mulia di Pegadaian Syariah cab. Bangkalan Dalam Persepektif Ekonomi Islam	50
1. Model Penerapan <i>Marketing</i> Arisan Logam Mulia di Pegadaian Syariah cab. Bangkalan.....	50
2. <i>Marketing</i> /Pemasaran Arisan Logam Mulia Dalam Perspektif Ekonomi Islam	54
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Lampiran 2

Lampiran 3

Lampiran 4