

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai muslim hukumnya wajib dalam melaksanakan rukun Islam. Ibadah haji merupakan rukun Islam yang hukumnya tetap wajib bagi yang berkemampuan melaksanakannya, mampu yang dimaksud yakni mampu secara fisik, mental dan juga materi (Sarawat, 2019: 11). Berdasarkan syarat-syarat dalam menjalankan Ibadah haji yang diatur pada Peraturan Menteri Agama RI Nomor 13 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Reguler ditetapkan oleh Menteri Agama Yaquut Cholil Qoumas di Jakarta pada tanggal 30 Juli 2021. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah. Dalam pasal tersebut telah membahas tentang haji dan umrah, masalah pendaftaran hingga pelaksanaan haji dan umroh sudah diatur dalam perundang-undangan (Kemenag, 2021).

Dalam hal pembiayaan haji tentunya sudah banyak lembaga-lembaga yang menawarkan pendanaan Ibadah haji agar masyarakat dapat melaksanakan Ibadah haji, namun pada jaman sekarang permasalahan terdapat pada besarnya biaya yang dibutuhkan serta waktu keberangkatan yang dapat dikatakan lama (Damayanti, 2019: 12). Untuk itu Pegadaian Syariah memberikan solusi bagi masyarakat yang terkendala dalam hal pembiayaan porsi ibadah haji dengan itu pegadaian syariah meluncurkan produk pembiayaan porsi ibadah haji yang disebut dengan produk Arrum Haji, dalam transaksi produk Arrum Haji pegadaian syariah memberikan uang pinjaman sebesar Rp. 25.000.000 kepada nasabah yang ingin mendaftar untuk porsi ibadah haji. Dengan itu nasabah akan langsung mendapatkan porsi ibadah haji dengan ketentuan syarat yang telah ditetapkan oleh pegadaian syariah yaitu nasabah menggadaikan barang jaminan berupa emas logam mulia seberat 3,5 gram atau emas perhiasan minimal 7 gram dengan kadar emas minimal 70% dengan biaya tarif administrasi (*Mu'nah*) sebesar 0,95% per bulan dan flat dari taksiran barang jaminan, untuk pelunasan dapat dilakukan dengan jangka waktu pembiayaan sebanyak 12,18,24,36 dan 60 bulan. Akad yang digunakan adalah akad *rahn* (gadai)

bukan dana talangan, jadi dapat dipastikan produk Arrum Haji ini berbeda dengan produk pembiayaan haji di lembaga lain (Pegadaian, 2018).

Operasional dalam Pegadaian memiliki dua sistem operasi yaitu konvensional dan syariah, layanan syariah yang dimiliki oleh pegadaian disebut Cabang Syariah. Yang membedakan antara pegadaian konvensional dengan pegadaian syariah yaitu pada sistem administrasi modern dengan asas rasionalitas, efisien dan juga efektifitas yang disesuaikan dengan nilai-nilai Islam. Beberapa inovasi produk pegadaian syariah meliputi produk *Rahn* (gadai syariah), produk Arrum BPKB, Amanah, produk produk tabungan emas, cicilan emas dan juga Arrum Haji dan multi pembayaran online dan tentunya semua produk muda, aman dan bebas dari riba (Sutanty et al., 2020: 20).

Masyarakat memilih pegadaian karena merasa mudah menggunakan produk gadai emas, nasabah hanya menitipkan emas kepada pihak pegadaian dan kemudian dilakukan penaksiran oleh pihak pegadaian untuk mengetahui kadar emas serta tarif yang berlaku dalam sistem gadai, kemudian setelah dijumlah dan diketahui tarif emas yang ditimbang diberikan seharga taksiran kepada nasabah yang menggadaikan emasnya pada pihak pegadaian. Hal itu tentunya dikatakan muda oleh masyarakat untuk pinjaman berupa uang dalam menggadaikan barang. Sesuai dengan visi pegadaian yang disusun pada *Map Triple Sprint 2020 -2024* yaitu “*Menjadi the Most Valuable Financial Company di Indonesia dan sebagai Agen Inklusi Keuangan pilihan Utama Masyarakat*”, dengan meningkatkan pelayanan serta melengkapi dan menyempurnakan produk-produk yang ada (Pegadaian, 2020).

Kemajuan teknologi sangat pesat oleh karena itu persaingan di dunia bisnis tentunya semakin dinamis. Para pelaku usaha akan berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan berlomba-lomba dalam meningkatkan terhadap produk yang dimiliki, inovasi, dan kreativitas cara perusahaan untuk menarik pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Karena banyaknya pelaku bisnis tentunya perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran agar mampu bersaing dan menarik minat pelanggan baru dalam menggunakan produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan, merencanakan sesuatu agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Menyusun strategi pemasaran yang

tepat tentunya akan membuat perusahaan semakin percaya diri dalam meningkatkan kualitas yang dimiliki perusahaan. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan salah satunya yaitu dapat menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang selalu digunakan oleh *marketer* dalam menentukan target pasarnya dan meningkatkan *profitabilitas*. Bauran pemasaran umumnya terdiri dari empat komponen utama yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi) dan *Place* (Tempat) (Ritonga et al., 2018: 18).

Dalam sebuah bisnis tentunya ada etika yang digunakan, dan di dalam pemasaran etika tersebut tentu digunakan pada kegiatan memasarkan suatu produk. Agar membedakan pemasaran konvensional dan pemasaran syariah ada beberapa aspek yang harus diterapkan oleh seorang pemasar. (Huda et al., 2017: 76) Selain mengimplementasikan nilai akhlak yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits, meneladani dan mengimplementasikan sifat-sifat Nabi dan Rasul dalam pemasaran termasuk salah satu dari adanya pemasaran Islam. Sifat Rasulullah diantaranya yaitu *Fathonah* (Cerdas), *Amanah* (Dapat dipercaya), *Shiddiq* (Benar) dan *Tabligh* (Menyampaikan) yang dapat diterapkan pada strategi pemasaran yang ada di Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik dalam perspektif Islam.

Penerapan strategi pemasaran sangat penting, dengan menerapkan bauran pemasaran dan juga mengimplementasikan sifat-sifat Rasulullah diharapkan pemasaran pada produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik dapat menjaga citra Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik. Dengan berjalannya waktu jumlah nasabah pada produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik kian meningkat ditunjukkan pada peningkatan jumlah nasabah Arrum Haji di setiap tahunnya.

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Arrum Haji Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik

TAHUN	Jumlah Nasabah
2018	7
2019	8
2020	5
2021	8

Sumber: Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik, 2022

Penerapan strategi pemasaran yang diimplementasikan pada sifat Rasulullah di Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik nantinya berguna untuk

mengetahui faktor eksternal dan internal yang telah ada sesuai dengan prinsip Islam atau tidak, dikarenakan pegadaian syariah juga bersandingan dengan pegadaian konvensional, yang ditakutkan pada sistem pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian syariah belum tentu sesuai dengan syariat Islam. Maka penulis akan meneliti dengan mencari informasi langsung pada Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik mengenai strategi pemasaran yang dilakukan pada produk Arrum Haji.

Dengan adanya produk Arrum Haji ini maka memudahkan masyarakat yang ingin mendaftarkan diri untuk melaksanakan ibadah haji. Maka kemudahan ini sangat perlu dikenalkan kepada masyarakat yang belum sepenuhnya paham dengan produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik. Gunanya strategi pemasaran dalam konsep ini adalah untuk mengenalkan serta menawarkan produk Arrum Haji kepada masyarakat dengan sistem-sistem pemasaran yang sudah ada dan juga prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam, agar prospek yang dipasarkan bersifat jelas, transparan dan nantinya tidak ada kecurangan di dalamnya sehingga mendapatkan keberkahan dari Allah SWT.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:
Bagaimana implementasi strategi pemasaran pada produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik ditinjau dari perspektif Islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mengharapkan agar peneliti mengetahui implementasi strategi pemasaran pada Produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik sudah sesuai dengan perspektif Islam.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Mengetahui, memahami dan menerapkan langsung pengetahuan selama dalam perkuliahan, terutama dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pendalaman keilmuan terutama di bidang ekonomi syariah.

2. Manfaat Secara Praktis:

a. Bagi Akademisi

Memperkaya informasi dan dokumentasi ilmiah yang dapat digunakan sebagai bahan referensi tentang strategi pemasaran pada produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik dalam mengetahui minat nasabah terhadap produk Arrum Haji.

b. Bagi Mahasiswa

Dapat dipakai sebagai upaya untuk pengembangan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh, dan dapat dipakai untuk kepentingan sosialisasi tentang prinsip-prinsip syariah dalam muamalah khususnya dalam penyediaan sarana dan prasarana.

c. Bagi Masyarakat

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terkait pemahaman produk Arrum Haji maupun produk Pegadaian Syariah lainnya.

1.5. Batasan Penelitian

Karena adanya keterbatasan waktu dalam penulisan maka penulis menentukan batasan penulisan agar penulisan yang dilakukan oleh penulis lebih terarah. Maka penulis menentukan batas penulisan yang telah direncanakan yakni:

1. Objek penelitian hanya dilakukan pada Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik
2. Penulis hanya berfokus pada produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah UPS Suci Gresik.

