

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembiayaan yang sering digunakan dalam lembaga keuangan syariah di antaranya menggunakan sistem pembiayaan gadai emas syariah, yakni guna untuk memperlancar roda perekonomian umat, sebab dianggap mampu menekan terjadinya inflasi karena tidak adanya ketetapan bunga yang harus dibayarkan ke bank, selain itu juga dapat merubah haluan kaum muslimin dalam setiap transaksi perdagangan dan keuangan yang sejalan dengan ajaran syariah Islam.¹

Pembiayaan gadai emas syariah secara tidak langsung adalah sebuah bentuk penolakan terhadap sistem bunga yang diterapkan oleh bank konvensional dalam mencari keuntungan, karena itu pelarangan bunga ditinjau dari ajaran Islam merupakan perbuatan riba yang diharamkan dalam Al-Quran, sebab larangan riba tersebut bukanlah meringankan beban orang yang dibantu yang dalam hal ini adalah nasabah, melainkan merupakan tindakan yang dapat memperlambat dan memakan harta orang lain.²

Di beberapa negara Islam termasuk di antaranya adalah Malaysia, akad gadai telah dipakai sebagai alternatif dari pegadaian konvensional. Bedanya dengan pegadaian biasa, dalam gadai syariah, nasabah tidak dikenakan bunga, yang dipungut dari nasabah adalah biaya penitipan, pemeliharaan, penjagaan, serta penaksiran. Adapun yang dapat dijadikan barang jaminan (agunan) dalam gadai syariah (*rahn*) bukan saja yang bersifat materi, tetapi juga yang bersifat manfaat. Benda yang dijadikan barang jaminan (agunan) tidak harus diserahkan secara aktual, tetap boleh juga penyerahannya secara hukum, seperti menjadikan sawah atau kebun sebagai jaminan (agunan), sehingga yang diserahkan adalah surat jaminannya (sertifikat sawah atau tanah).³

¹ Agustianto, *Percikan Pemikiran Ekonomi Islam* (Bandung: Cipta Pustaka Media, 2002), 123.

² Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Perss, 1997), 184.

³ Azharudin Latif, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005), 154.

Adapun barang jaminan itu telah dikuasai oleh pemberi utang, maka akad *ar-rahn* bersifat mengikat bagi kedua belah pihak. Bila tidak dapat dilunasi, barang jaminan dapat dijual dan utang dibayar. Apabila dalam penjualan barang jaminan itu ada kelebihan, maka wajib dikembalikan kepada pemiliknya. Dengan melihat perkembangan pesat yang terjadi di pegadaian, beberapa lembaga keuangan khususnya perbankan syariah mulai membuka produk gadai syariah atau disebut juga dengan *rahn*. Namun untuk saat ini lembaga keuangan seperti perbankan syariah hanya menerima barang gadai berupa emas lantakan, perhiasan ataupun koin emas. Hal ini disebabkan oleh kecilnya nilai risiko yang akan terjadi dan keberadaan nilai emas itu sendiri yang tetap stabil bahkan cenderung naik dari tahun ke tahun serta tidak terkena dampak inflasi.

Beberapa lembaga keuangan mungkin mempunyai tujuan yang sama akan tetapi strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut sudah tentu berbeda. Pada umumnya semua jajaran manajemen suatu lembaga keuangan akan selalu membuat rencana-rencana yang baik dan tepat. Jadi jelaslah masalah strategi bagi suatu lembaga keuangan sangatlah penting sebab strategi tersebut merupakan penentuan tercapainya tujuan yang telah direncanakan. Suatu lembaga keuangan yang berorientasi terhadap perolehan laba (keuntungan) sudah pasti membutuhkan apa yang disebut strategi pembiayaan, pengertian pembiayaan bank itu sendiri yaitu penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jatuh tempo dengan imbalan atau bagi hasil.⁴

Praktik gadai menunjukkan adanya beberapa hal yang dipandang mengarah kepada persoalan riba, yang dilarang oleh *syara'*. Semua itu terjadi apabila dalam gadai ditemukan bahwa peminjam harus memberikan sejumlah uang tambahan atau persentase tertentu dari pokok utang. Oleh karena itu, aktivitas akad gadai dalam Islam tidak membolehkan adanya praktik

⁴ UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.

pemungutan bunga. Islam membolehkan memungut biaya jasa (*ujrah*) sebagai penerimaan dan laba. Biaya jasa tersebut paling tidak dapat menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan dalam operasionalnya.

Selama ini sistem bunga merupakan sistem yang dipergunakan oleh bank dan pegadaian konvensional. Di Indonesia, sistem bunga merupakan satu-satunya sistem yang menjadi landasan kegiatan usaha perbankan dan berlangsung sampai tahun 1992 atau sampai ditetapkannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. UU menyebutkan dua pilihan dalam mengembalikan kredit; dengan bunga atau dengan imbalan pembagian hasil keuntungan.

Kegiatan usaha menurut PP No. 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian Menjadi Perusahaan Perseroan (PERSERO). PP No. 51 Tahun 2011 menjelaskan bahwa untuk melakukan usaha di bidang gadai dan fidusia, bisa menggunakan sistem konvensional maupun syariah dan jasa lainnya di bidang keuangan, sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan terutama untuk masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseroan dengan menerapkan prinsip perseroan terbatas.⁵ Bunga merupakan ciri khas dari perbankan dan pegadaian konvensional yang berlandaskan sistem ekonomi kapitalis dan dinilai sebagai kunci untuk keberhasilan usaha perbankan dan pegadaian. Namun demikian, sistem ini senantiasa menjadi sorotan dan dipertanyakan keunggulannya, karena fenomena menunjukkan sejumlah lembaga keuangan mengalami kemunduran bahkan kebangkrutan.

Gadai syariah dalam operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, tetapi menggunakan akad *ijarah*. *Al-ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership/milkiyyah*) atas barang itu sendiri. Fatwa MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn* menjelaskan pemeliharaan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman

⁵ Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan.

melainkan dari taksiran *marhun* dan jumlah biaya-biaya yang ada disesuaikan dengan kesepakatan kedua belah pihak.⁶

Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang apa pun baik yang berorientasi terhadap perolehan laba jangka panjang maupun perusahaan nirlaba membutuhkan apa yang disebut pemasaran. Pada umumnya masyarakat hanya memahami pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran itu mempunyai arti lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada 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.

Strategi pemasaran antara konvensional dengan yang Islami tentulah berbeda dalam prosesnya, akan tetapi mempunyai tujuan yang sama yaitu bagaimana meningkatkan jumlah nasabah. Maju atau mundurnya sebuah perusahaan dapat dilihat dari strategi pemasaran mereka yang berdampak pada meningkatnya minat nasabah sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam menggunakan produk-produk jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan, atau dengan kata lain, dapat meningkatkan volume penjualan, sehingga pemasaran yang baik akan berdampak signifikan terhadap pendapatan perusahaan.⁷

Saat ini, bisnis gadai emas syariah terus berkembang pesat. Di Indonesia, bisnis ini bertahun-tahun dijalankan oleh perum pegadaian. Selain itu bisnis ini juga di laksanakan oleh beberapa bank syariah. Hal itu karena gadai emas syariah memiliki potensi pengembangan bisnis cukup signifikan. Hal itu dipicu dengan meningkatnya harga emas dibanding mata uang kertas dalam beberapa tahun terakhir. Sehingga masyarakat lebih tertarik menggadaikan barang jaminannya berupa emas karena nilai ekonomisnya

⁶ Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*.

⁷ Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006, 28.

yang sangat tinggi daripada barang elektronik dan kendaraan yang nila ekonominya bisa jatuh.

Mekanisme operasional gadai syariah dapat dilakukan melalui perbankan syariah dan pegadaian syariah. Sebagai sebuah lembaga yang mandiri meski secara umum praktik gadai emas di pegadaian syariah dan bank syariah, kedua lembaga tersebut memiliki prosedur dan strategi dalam mengembangkan atau memasarkan produknya kepada nasabah. Dengan kesempatan ini penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian, memberikan apa dan bagaimana “KOMPARASI APLIKASI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN GADAI EMAS SYARIAH ANTARA BANK SYARIAH DAN PEGADAIAN SYARIAH” (Studi Kasus PT BRI Syariah KC Diponegoro Surabaya dan Pegadaian Syariah Unit Blauran Kota Surabaya).

Penelitian ini mengindikasikan pada aspek prosedur dan strategi pemasaran dan pengembangannya berdasarkan perspektif hukum ekonomi Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Mekanisme, Prosedur, dan Akad dalam Gadai Emas Syariah di Pegadaian Syariah (Unit Blauran) dan Bank Syariah (Bri Syariah KC Diponegoro Surabaya) ?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Pemasaran Gadai Emas Syariah di Pegadaian Syariah (Unit Blauran) dan Bank Syariah (Bri Syariah KC Diponegoro Surabaya) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Mekanisme, Prosedur, dan Akad Gadai Emas di Pegadaian Syariah (Unit Blauran) dan Bank Syariah (Bri Syariah KC Diponegoro Surabaya).
2. Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Pemasaran Gadai Emas Syariah di Pegadaian Syariah (Unit Blauran) dan Bank Syariah (Bri Syariah KC Diponegoro Surabaya).

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentunya memiliki beberapa manfaat yang bisa dirasakan, baik secara teoritis ataupun praktis yaitu:

1. Manfaat teoritis; sebagai tambahan teori tentang kajian-kajian prosedur gadai emas baik di pegadaian syariah maupun di bank syariah.
2. Manfaat praktis; ada beberapa manfaat praktis yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu:
 - a. Bagi Perusahaan pegadaian syariah dan bank syariah; sebagai saran dan kritik, serta bahan pertimbangan dalam memajukan perusahaan melalui perbaikan prosedur dan strategi pemasaran gadai emas sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah.
 - b. Bagi penulis; penulis dapat memperoleh pengetahuan dan pengalaman langsung tentang penelitian lapangan.
 - c. Bagi kampus; sebagai bahan referensi tambahan untuk peneliti lanjutan tentang manajemen pemasaran khususnya tema gadai emas syariah.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang mengangkat tema gadai emas syariah adalah sebagai berikut

1. Tugas Akhir yang ditulis oleh Evi Nur Hidayah pada tahun 2015 yang berjudul “Penerapan Akuntansi *Qard* dan *Ijarah* Pada Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto “Tugas Akhir tersebut merupakan penelitian kualitatif, di Tugas Akhir ini penulis sama-sama membahas mengenai Pembiayaan Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto dan dalam Tugas Akhir tersebut lebih menekankan

kepada penerapan akuntansinya tidak kepada pengaruh biaya sewanya (ujrah). Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian sama-sama di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto.⁸

2. Arif Misbahudin, Jurusan Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017 “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) pada BPRS PNM Al-Ma’soem dalam meningkatkan pendapatan Bank”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis yaitu mendeskripsikan sesuatu pada satuan analisis secara utuh sebagai satuan yang integrasi dalam sekripsi ini menghasilkan bahwasanya BPRS Al-Ma’soem menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning dengan mengembangkan marketing mix, produk perbankan syariah yang ditawarkan oleh BPRS ini dengan menggunakan akad ijarah. Dimana pihak Bank akan menaksir suatu barang jaminan berupa emas dengan harga yang standar dan berlaku di pasaran dengan nilai taksiran itu bank bisa memberikan pembiayaan sebesar 80% dari nilai taksiran agunan.⁹
3. Nuraeni, Jurusan Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017 “Konsep dan Aplikasi Gadai Emas pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank Danamon Syariah)”. Metode yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif dengan desain penelitiannya deskriptif analisis yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan dengan menguraikan dan menjelaskan berbagai permasalahan gadai emas syariah pada Bank Danamon syariah meliputi, barang jaminan yang dibawa nasabah akan ditaksir oleh spesialis gadai untuk mengetahui besar pinjaman dan biaya penitipan yang ditanggung nasabah. Biaya penitipan didasarkan pada nilai taksir marhun, yaitu 2,2% perbulan sebagai antisipasi terhadap risiko kerusakan dan kehilangan atas barang yang digadaikan.¹⁰

⁸ Evi Nur Hidayah “Penerapan Akuntansi Qard dan Ijarah Pada Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto” (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2015), 42-81.

⁹ Arif Misbahudin “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) pada BPRS PNM Al-Ma’soem dalam meningkatkan pendapatan Bank” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008).

¹⁰ Nuraeni, “Konsep dan Aplikasi Gadai Emas pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank Danamon Syariah)” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

4. Susan Diyani, Jurusan Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syariah Hidayatullah Jakarta, 2016 “Peranan Media Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Public Produk Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Bank Danamon Syariah)”.Metode yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu dengan teknik riset kepustakaan, Riset Lapangan serta Analisis Data. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa aplikasi media promosi gadai emas pada Bank Danamon Syariah menggunakan dua media promosi yaitu media Above The Line seperti promosi melalui jalur media koran, radio, spanduk, televisi, brosur dan Below The Line (BTL) yaitu promosi melalui jalur non media seperti promosi kelokasi pasar keramaian, kemudian media yang paling banyak diakses dan dijadikan sumber pengetahuan oleh responden tentang gadai emas di Bank Danamon Syariah adalah “koran” sebesar 33% “spanduk” 30% “radio” 19% “brosur” sebesar 18%.¹¹
5. Skripsi yang ditulis oleh Bukhori Muslim pada tahun 2015 yang berjudul “Pembiayaan Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bekasi” skripsi tersebut merupakan jenis penelitian kualitatif dan dalam penelitian tersebut ada beberapa kesamaan pembahasan yaitu sama-sama membahas mengenai prosedur pembiayaan Gadai Emas BSM iB mulai dari presedur memperoleh pembiayaan sampai batas waktu pelunasan pembiayaan, dan di skripsi ini penulis juga membahas mengenai analisis SWOT dalam upaya meningkatkan pelayanan.Subjek penelitian ini juga sama-sama di Bank Syariah Mandiri namun berbeda lokasinya saja.¹²

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Identitas Penulis	Hasil	Pembeda
1	Evi Nur Hidayah pada tahun 2015 yang berjudul “Penerapan Akuntansi Qard dan Ijarah Pada	Tugas Akhir tersebut lebih menekankan kepada penerapan akuntansinya tidak kepada pengaruh biaya sewanya (ujrah).	Penelitian kali ini merupakan komparasi gadai emas syariah antara pegadaian syariah dan bank syariah.

¹¹ Susan Diyani, “Peranan Media Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Public Produk Gadai Emas Syariah” (Skripsi, UIN Syariah Hidayatullah Jakarta, 2016).

¹² Bukhori Muslim, “Pembiayaan Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bekasi” (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2015),50-75.

No.	Identitas Penulis	Hasil	Pembeda
	Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto	Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian sama-sama di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto	Aspek yang dikomparasikan adalah prosedur dan strateginya. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Evi Nur Hidayah pada tahun (2015) hanya dilakukan di bank syariah untuk penerapan akuntansinya tidak kepada pengaruh biaya sewanya.
2	Arif Misbahudin, Jurusan Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017 "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) pada BPRS PNM Al-Ma'soem dalam meningkatkan pendapatan Bank	BPRS Al-Ma'soem menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning dengan mengembangkan marketing mix, produk perbankan syariah yang ditawarkan oleh BPRS ini dengan menggunakan akad ijarah	Penelitian kali ini merupakan komparasi gadai emas syariah antara pegadaian syariah dan bank syariah. Aspek yang dikomparasikan adalah prosedur dan strateginya. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Arif Misbahudin menerapkan strategi segmenting, targeting dan positioning dengan mengembangkan marketing mix, produk perbankan syariah
3	Nuraeni, Jurusan Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017 "Konsep dan Aplikasi Gadai	Hasil penelitian yaitu menguraikan dan menjelaskan berbagai permasalahan gadai emas syariah pada bank danamon syariah meliputi, barang jaminan yang dibawa nasabah akan ditaksir	Penelitian kali ini merupakan komparasi gadai emas syariah antara pegadaian syariah dan bank syariah.. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

No.	Identitas Penulis	Hasil	Pembeda
	Emas pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank Danamon Syariah	oleh spesialis gadai untuk mengetahui besar pinjaman dan biaya penitipan yang ditanggung nasabah.	Nuraeni, (2017) Menguraikan permasalahan internal seperti permasalahan gadai emas syariah pada bank danamon syariah
4	Susan Diyani, Jurusan Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syariah Hidayatullah Jakarta, 2016 "Peranan Media Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Public Produk Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Bank Danamon Syariah	Hasil penelitian aplikasi media promosi gadai emas pada Bank Danamon Syariah menggunakan dua media promosi yaitu media Above The Line seperti promosi melalui jalur media koran, radio, spanduk, televisi, brosur dan Below The Line (BTL) yaitu promosi melalui jalur non media seperti promosi kelokasi pasar keramaian, kemudian media yang paling banyak diakses dan dijadikan sumber pengetahuan oleh responden tentang gadai emas di Bank Danamon Syariah adalah "koran" sebesar 33% "spanduk" 30% "radio" 19% "brosur" sebesar 18%	Penelitian ini meneliti aspek prosedur dan strategi pemasaran gadai syariah sedangkan penelitian Susan Diyani meneliti aplikasi media promosi gadai emas pada Bank Danamon Syariah
5	Bukhori Muslim pada tahun 2015 yang berjudul "Pembiayaan Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bekasi	Hasil penelitian prosedur pembiayaan Gadai Emas BSM iB mulai dari prosedur memperoleh pembiayaan sampai batas waktu pelunasan pembiayaan, dan di skripsi ini penulis juga	Peletian ini ini fokus pada aspek prosedur dan strategi pemasaran sedangkan penelitian Bukhori Muslim (2015) fokus pada prosedur pembiayaan Gadai

No.	Identitas Penulis	Hasil	Pembeda
		membahas mengenai analisis SWOT dalam upaya meningkatkan pelayanan. Subjek penelitian ini juga sama-sama di Bank Syariah Mandiri.	Emas

Pada penelitian-penelitian terdahulu, fokus penelitian berbeda dengan fokus isi Tugas Akhir yang ditulis oleh penulis saat ini. Penulis memfokuskan penelitian komparasi gadai emas syariah antara pegadaian syariah dan bank syariah. Khususnya pada Bank BRI Syariah KC Sidoarjo dan Pegadaian Syariah Unit Blauran Kota Surabaya.

F. Definisi Operasional

1. Gadai Emas Syariah

Gadai (*rahn*) adalah menahan barang jaminan yang bersifat materi milik si peminjam (*rahin*) sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, dan barang yang diterima tersebut bernilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian utangnya dari barang gadai dimaksud, bila pihak yang menggadaikan tidak dapat membayar utang pada waktu yang telah ditentukan.¹³

2. Strategi Pengembangan Pemasaran

Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai logika pemasaran yang dengannya unit usaha dapat mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pengembangan juga merupakan pernyataan mengenai bagaimana suatu merk atau produk dapat memenuhi keinginan dan memuaskan pelanggan. Selain itu pemasaran sendiri dapat diartikan sebagai seleksi atas pasar sasaran, menentukan posisi persaingan dan pengembangan suatu

¹³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta : Gema Insani Press, 2001).159.

bauran pemasaran yang efektif untuk mencapai dan melayani klien yang dipilih.¹⁴

G. Sistematik Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab. Pembahasan tiap bab saling berkaitan antara bab yang satu dengan bab sebelumnya. Penulisan skripsi ini disusun dengan susunan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Penelitian terdahulu, definisi operasional dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori. Bab ini meliputi teori-teori yang digunakan sebagai pedoman dalam pembahasan, yaitu: tentang pengertian, landasan syariah, rukun dan syarat, serta hal-hal yang berkaitan dengan gadai. Prosedur dan strategi gadai emas pada pegadaian syariah dan bank syariah.

Bab III Metodologi Penelitian. Dalam bab ini dijelaskan pendekatan penelitian, jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek dan subjek, teknik pengumpulan data dengan teknik observasi, teknik wawancara, teknik studi dokumentasi, teknik analisis data yang digunakan.

Bab IV Hasil Penelitian meliputi paparan tentang gambaran umum bank BRI syariah KC Diponegoro Surabaya dan Pegadaian Syariah Unit Blauran Kota Surabaya, Prosedur gadai emas di pegadaian syariah dan bank syariah, komparasi gadai emas antara pegadaian syariah dan bank syariah.

Bab V Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

¹⁴ Kotler dan Amstrong, Prinsip prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 1997) 3.