

**MANAJEMEN STRATEGI PEGADAIAN SYARIAH RADIN INTAN
DALAM MENUMBUHKAN MINAT NASABAH
DI BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Diajukan Untuk Melelengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi

Syarat-Syarat Guna Mendapat Gelar Sarjana S1

dalam Ilmu Dakwah

Oleh :

SITI SARAH SASQIA

NPM. 1641030212

JURUSAN : MANAJEMEN DAKWAH



FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1441 H/2020 M

**MANAJEMEN STRATEGI PEGADAIAN SYARIAH RADIN INTAN
DALAM MENUMBUHKAN MINAT NASABAH
DI BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Diajukan Untuk Melelengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi

Syarat-Syarat Guna Mendapat Gelar Sarjana S1

dalam Ilmu Dakwah

Oleh :

SITI SARAH SASQIA

NPM. 1641030212

JURUSAN : MANAJEMEN DAKWAH

Pembimbing I : Dr. Hj. Suslina, M.Ag

Pembimbing II : Badaruddin, S.Ag.,M.Ag

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1441 H/2020 M

ABSTRAK

Manajemen strategi adalah proses dengan mana sebuah organisasi menentukan tingkat tujuan, sasaran, dan hasrat pencapaian, memutuskan tindakan untuk mencapainya dalam skala waktu yang tepat dalam lingkungan yang senantiasa berubah, mengimplemntasikan tindakan, dan menilai kemajuan dan hasil. Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan yang menyediakan transaksi pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Dengan perkembangannya pegadaian syariah mengeluarkan berbagai produk selain dari produk gadai saja, pegadaian syariah juga menjalankan pembiayaan jenis lainnya berdasarkan prinsip syariah. Adapun pegadaian syariah merupakan suatu lembaga yang relatif baru di Indonesia. Penelitian ini merumuskan Bagaimana Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Raden Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah di Bandar Lampung dengan tujuan untuk menggambarkan manajemen strategi pegadaian syariah raden intan dalam menumbuhkan minat nasabah di Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan skunder yang diperoleh dari hasil wawancara dengan staf dipegadaian syariah raden intan, dan dokumentasi melalui literatur-literatur kepustakaan, buku-buku dan sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian ini menghasilkan temuan sebagai berikut : *pertama* dalam proses perencanaan Perencanaan strategi dalam menumbuhkan minat nasabah dirancang guna menetapkan prioritas, memfokuskan energi dan sumber daya, memperkuat kinerja operasional dan Perencanaan strategi juga memastikan bahwa karyawan dan pemangku kepentingan lainnya bekerja menuju tujuan bersama dan menetapkan kesepakatan tentang hasil yang diinginkan, serta menyesuaikan arah organisasi saat terjadi perubahan. *Kedua*, dalam pelaksanaan Hasil pelaksanaan dalam menumbuhkan minat nasabah di pegadaian syariah yaitu Kesuksesan perusahaan bergantung pada keterampilan dan kerjasama dari sumber daya manusia yang dapat mendorong perubahan yang diperlukan dalam menentukan *strategi dari setiap produk secara konsisten dan memberikan hasil yang baik*. *Ketiga*, Proses evaluasi sangat penting karena kapasitasnya dalam mengkoordinasikan tugas yang dilakukan oleh berbagai pihak (seperti manajer, kelompok atau unit kerja, dll), melalui kontrol kinerja.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Sarah Sasqia
NPM : 1641030212
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “MANAJEMEN STRATEGI PEGADAIAN SYARIAH RADIN INTAN DALAM MENUMBUHKAN MINAT NASABAH DI BANDAR LAMPUNG” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Januari 2021
Penulis,


**METERAI
TEMPEL**
Tgl. 20
FB032AHF857461921
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Siti Sarah Sasqia
NPM. 1641030212

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : "MANAJEMEN STRATEGI PEGADAIAN SYARIAH
RADIN INTAN DALAM MENUMBUHKAN MINAT
NASABAH DI BANDAR LAMPUNG"

Nama : Siti Sarah Sasqia

NPM : 1641030212

Jurusan : Manajemen Dakwah


Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqosyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Hj. Suslina, M.Ag
NIP. 197206161997032002


Badaruddin, S.Ag, M.Ag
NIP. 197508132000031001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah


Dr. Hj. Suslina, M.Ag
NIP. 197206161997032002



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Radin Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah Di Bandar Lampung**” disusun oleh, **Siti Sarah Sasqia**, NPM: 1641030212, Program Studi: **Manajemen Dakwah**, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqasah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Senin, 21 Desember 2020.**

Tim Penguji

Ketua : **M. Husaini, ST. MT** (.....)

Sekretaris : **Rouf Tamim, M.Pd.I** (.....)

Penguji I : **Dr. Hj. Rini Setiawati, M.Sos.I** (.....)

Penguji II : **Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag** (.....)

Penguji Pendamping: **Badaruddin, M.Ag** (.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP.1961040901990031002

MOTTO

لَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ آمِنَ بَعْضُكُمْ
بَعْضًا فليؤدِّ الَّذِي أُوتِيَ مِنْ أَمْنَتِهِ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ
يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ وَءَائِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan

(QS. Al-Baqarah :283)

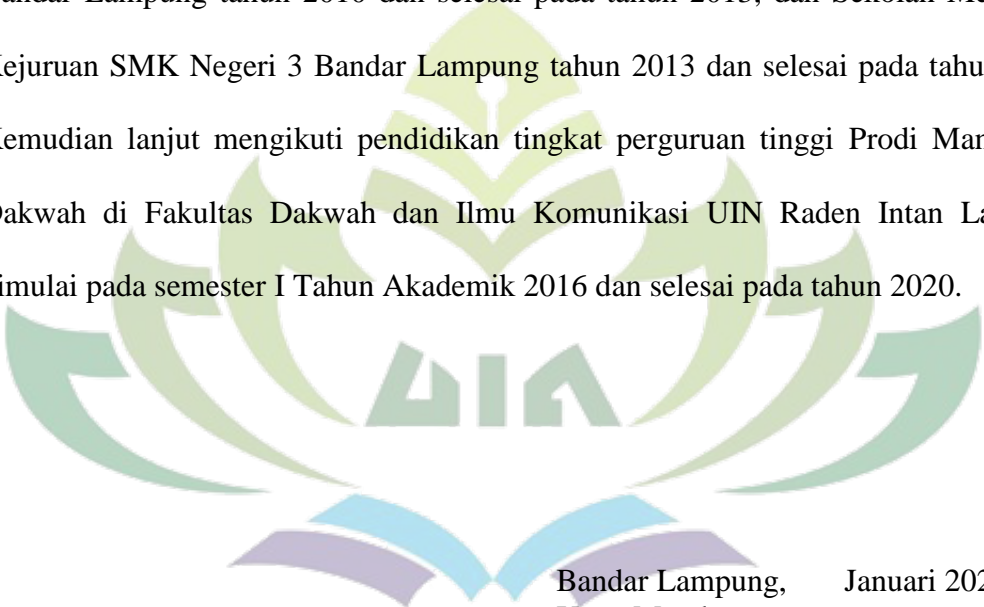
PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT dan penuh rasa bangga, penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Ardiansyah dan Ibunda Mariam Rosita yang telah menyayangi, membesarkan, mendidik penulis dengan penuh cinta dan ketulusan serta kesabaran yang tiada henti. Terima kasih atas dukungan dan doa-doa tulus yang terus mengalir sampai saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua kakakku tersayang Cindy A. muzdalifah dan Indra Dedy Saputra, serta Adikku Rahma Sari, yang telah banyak mensupport dan memberikan dukungan moril serta doa-doa yang tulus.
3. Kedua keponakanku yang lucu dan selalu memberikan semangat Rashya Eleno Rafif dan Rayhan Daniyal Alhusayn.
4. Kepada seseorang yang setia menemani Rama Yusuf yang selalu sabar, mensupport, memotivasi dan mendoakan penulis. Sehingga penulis selalu semangat dan termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamater tercinta, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Siti Sarah Sasqia, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 03 mei 1998, anak kedua dari 3 bersaudara dari pasangan Ayah Ardiansyah dan Ibu Mariam Rosita. Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar SD Negeri 2 Teluk Betung tahun 2004 dan selesai pada tahun 2010, kemudian Sekolah Menengah Pertama SMP Negeri 17 Bandar Lampung tahun 2010 dan selesai pada tahun 2013, dan Sekolah Menengah Kejuruan SMK Negeri 3 Bandar Lampung tahun 2013 dan selesai pada tahun 2016. Kemudian lanjut mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi Prodi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester I Tahun Akademik 2016 dan selesai pada tahun 2020.



Bandar Lampung, Januari 2021
Yang Membuat,

Siti Sarah Sasqia

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis persembahkan kepada Allah, SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-NYA sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan target yang penulis harapkan. Shalawat dan salam disampaikan kepada junjungan besar Nabi Muhammad S.A.W yang telah menjadi suri tauladan bagi kita, beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Dengan kerendahan hati, izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan menjadi motivasi penulis, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan, diantaranya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Ibu Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah dan Bapak M. Husaini, ST., MT selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Dakwah.
4. Ibu Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Badaruddin, S.Ag., M.Ag selaku Pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan tulus dan ikhlassehingga terselesaikannya skripsi ini sesuai dengan harapan penulis.
5. Pihak Pegadaiah Syariah Raden Intan Bandar Lampung yang telah memberikan izin untuk penulis mengadakan penelitian.

6. Dosen Prodi Manajemen Dakwah dan *staf* Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama menyelesaikan studi.
7. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen Dakwah angkatan 2016 khususnya kelas D.
8. Sahabat-sahabatku tersayang Anna Meriyana, Yuni Wanti, Sely Ervita Sari, Rosi Damayanti yang ikhlas meluangkan waktunya dan selalu mau direpotkan selama penulis menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat-sahabat seperjuangan semasa perkuliahan Gita Ananda Putri, Reza Novita Sari, Sindy Fitriyani, Ruri Nova Andrianti, Yolanda Berti, Rica Kristya Rusdiwan, dan Susi Murdiati terima kasih atas kenangan indah bersama selama kuliah.
10. Teman-teman kelas yang selalu baik dan tulus selama masa kuliah Riki Septiansyah dan Toni Ardiansyah.
11. Sahabat-sahabat baikku Adi Afriyadi Nz dan Rifki Prasetyo terima kasih atas segenap bantuan dan kontribusi diawal dan diakhir perkuliahan penulis.
12. Teman-teman seperjuangan KKN12 Desa Jaya Asri Metro Kibang 2019teruntuk Rosi Damayanti, Nosalita, Anisa Irma Yuanita, Tiara Kemala Harits, Meiyuni, Erfina Zahra, Aulia Oktavia Fauziana, Shintia Puspita Rina, M. Andika Perkasa, M. Lare Syahputra, Roni Azhari, dan Rido Kurniawan. Terima kasih atas 40 hari berharga dan pengalaman yang tidak akan pernah penulis lupakan bersama kalian. Semoga kita masih tetap menjalin silaturahmi saat ini sampai seterusnya. Amin

13. Serta berbagai pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah senantiasa membalas semua kebaikannya. Amin

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Akan tetapi dari skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat keilmuan yang berarti dalam bidang ilmu Manajemen Dakwah.

Bandar Lampung, Januari 2021

Siti Sarah Sasqia
NPM. 1641030212



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN BIMBINGAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	5
C. Latar Belakang Masalah	5
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Metode Penelitian	12
H. Analisis Data	13
BAB II MANAJEMEN STRATEGI . PEGADAIAN SYARIAH DAN MINAT NASABAH	
A. Manajemen Strategi	15
1. Pengertian Manajemen Strategi	15
2. Manfaat Manajemen Strategi	20
3. Karakteristik Manajemen strategi	21
4. Proses Manajemen Strategi	22
5. Komponen Fungsi dan Manajemen Strategi	29
B. Pegadaian Syariah	33
1. Pengertian Pegadaian Syariah	33
2. Dasar Hukum Pegadaian Syariah	34
3. Rukun dan Syariat Gadai	36
4. Tujuan dan Manfaat Pegadaian	37
5. Persamaan dan Perbedaan Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah	39
C. Minat	41
1. Pengertian Minat	41
2. Macam-Macam Minat	42
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	44
D. Tinjauan Pustaka	46

BAB III	GAMBARAN UMUM PEGADAIAN SYARIAH RADIN INTAN BANDAR LAMPUNG	
A.	Gambaran Umum	49
1.	Sejarah Singkat Pegadain Syariah	49
2.	Letak Geografis Pegadain Syariah	51
3.	Visi dan Misi	51
4.	Budaya Perusahaan Pegadaian Syariah	52
5.	Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas Pegadaian Syariah Raden Intan Bandar Lampung	53
B.	Produk-Produk Pegadain Syariah	55
1.	Ar-Rahn	55
2.	Arrum	57
3.	Amanah	58
4.	Mulia	60
5.	Tabungan Emas	61
C.	Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah di Bandar Lampung	62
1.	Perencanaan Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah	62
a.	Permusan visi dan misi	63
b.	Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal (analisis SWOT)	64
c.	Perencanaan Jangka Pendek, Menengah dan Panjang ...	66
d.	Penentuan Strategi Utama	68
2.	Pelaksanaan Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah	69
a.	Strategi Unit Bisnis	69
b.	Menentukan Kebijakan Pegadaian Syariah	73
c.	Mengalokasian Sumber Daya Manusia	74
d.	Budaya Pegadaian Syariah Yang Mendukung Strategi	75
3.	Evaluasi Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah	76
a.	Memonitor hasil-hasil dari perencanaan dan pelaksanaan	76
BAB IV	MANAJEMEN STRATEGI PEGADAIAN SYARIAH RADIN INTAN DALAM MENUMBUHKAN MINAT NASABAH DI BANDAR LAMPUNG	
A.	Analisis Perencanaan Strategi Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah	79
B.	Analisis Pelaksanaan Manajemen Strategi Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah	82
C.	Analisis Evaluasi Manajemen Strategi Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah	84

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	86
B. Saran	87

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

1. Perencanaan Jangka Pendek, Menengah dan Panjang.....67



DAFTAR GAMBAR

1. Struktur Organisasi	54
------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Tentang Penetapan Judul dan Penunjukan Pembimbing Skripsi Mahasiswa.
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi.
- Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Penelitian/Survei dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- Lampiran 4 : Surat Rekomendasi Penelitian/Survei dari KESBANGPOL.
- Lampiran 5 : Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran 6 : Instrumen Wawancara.
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.
- Lampiran 8 : Daftar Foto.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul merupakan inti sari dari sebuah skripsi, oleh karena itu untuk memahami judul skripsi dan untuk menghindari kesalah fahaman, perlu disampaikan pengertian beberapa istilah utama yang digunakan pada judul skripsi ini. Adapun judul skripsi ini adalah :*Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Raden Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah Di Bandar Lampung.*

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Jadi, manajemen itu merupakan suatu poses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Definisi manajemen menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.¹

Definisi manajemen menurut G.R Terry adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber-

¹Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen : Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta:PT. Bumi Aksara,2014), h.1-2.

sumber lainnya.² Definisi manajemen menurut penulis adalah suatu proses perencanaan , pengorganisasian, pengendalian, pengelolaan ,dan pengarahan seorang pemimpin untuk mencapai tujuan bersama.

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.³

Setiap perusahaan perlu menetapkan strategi dasar disebut juga sebagai grand strategi atau strategi inti. Jika strategi ini sudah dapat dilaksanakan dengan baik, maka perusahaan dapat berhasil sesuai yang dicapai. Perusahaan dapat menguasai market share yang luas ataupun market position yang bagus, market share atau pangsa pasar artinya penguasaan luas pada pasar. Sedangkan arti dari market position yaitu kedudukan yang kokoh dari suatu produk pada pasar.⁴ Strategi juga merupakan daya kreativitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh pimpinan puncak perusahaan sedangkan fokus pada pemasaran yang dilakukan oleh manajer pemasaran.⁵

Pengertian minat menurut bahasa (Etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (learning) dan mencari sesuatu. Secara (Terminologi), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Menurut Hilgar minat adalah suatu proses yang tetap untuk memperhatikan

²*Ibid*,h.2.

³Husein Umar, *Evaluasi Kinerja Perusahaan*, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2002), h.4.

⁴Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1990) h.5.

⁵ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.33.

dan memfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan rasa puas.⁶

Menurut Abdul Rahman Shaleh minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.⁷ Minat menurut Elizabeth B. Hurlock merupakan sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.⁸ Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat, bila kepuasan berkurang minatpun berkurang. Dengan demikian minat menurut penulis merupakan suatu sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat. Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan yang menyediakan transaksi pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Dengan perkembangannya pegadaian syariah mengeluarkan berbagai produk selain dari produk gadai saja, pegadaian syariah juga menjalankan pembiayaan jenis lainnya berdasarkan prinsip syariah. Adapun pegadaian syariah merupakan suatu lembaga yang relatif baru di Indonesia. Konsep operasi pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern, yaitu

⁶Yayat Suharyat, "*Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia*" REGION Vol. I No. 3, September 2009, hal. 8.

⁷Abd. Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: PT. Prenada media, 2004), h. 262

⁸Yayat Suharyat, "*Hubungan Antara Sikap, Minat.....*", h. 9.

asas rasionalitas, efisien, dan efektivitas yang diselaraskan dengan nilai islam.⁹

Menurut Subagyo, menyatakan bahwa pegadaian adalah suatu lembaga keuangan bukan bank yang memberikan kredit kepada masyarakat dengan corak khusus yaitu secara hukum gadai. Sigit Triandaru, menyatakan bahwa pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembayaran dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai. Gadai Syariah merupakan perjanjian antara seseorang untuk menyerahkan harta benda berupa emas/perhiasan/kendaraan dan/atau harta benda lainnya sebagai jaminan dan/atau agunan kepada seseorang dan/atau lembaga pegadaian syariah berdasarkan hukum gadai prinsip syariah Islam; sedangkan pihak lembaga pegadaian syariah menyerahkan uang sebagai tanda terima dengan jumlah maksimal 90% dari nilai taksir terhadap barang yang diserahkan oleh penggadai. Gadai dimaksud, ditandai dengan mengisi dan menandatangani Surat Bukti Gadai (rahn).¹⁰

Dengan demikian yang dimaksud dengan Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Raden Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah di Bandar Lampung adalah bagaimana perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi strategi yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan dalam menarik minat nasabah secara menyeluruh untuk mengharapkan tercapainya tujuan perusahaan yaitu

⁹Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), h.189.

¹⁰Randi Saputra, Kasyful Mahalli, "Analisis Potensi Dan Kendala Pengembangan Pegadaian Syariah Di Kota Medan" Vol.2 No. 4, 2014, hal.223.

meningkatkan volume penjualan semua produk-produk yang ada di pegadaian syariah ini.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih judul yaitu sebagai berikut :

1. Setiap perusahaan memiliki cara untuk mencapai keunggulan di pasar bisnis. manajemen strategi adalah proses dengan mana sebuah organisasi menentukan tingkat tujuan, sasaran, dan hasrat pencapaian, memutuskan tindakan untuk mencapainya dalam skala waktu yang tepat dalam lingkungan yang senantiasa berubah, mengimplementasikan tindakan, dan menilai kemajuan dan hasil.
2. Penulis berkeyakinan penelitian ini dapat diselesaikan tepat waktu, karena didukung oleh referensi yang cukup, lokasi mudah dijangkau, dan literature tersedia sehingga memungkinkan penelitian ini diselesaikan sesuai dengan perencanaan.

C. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk hidup tidak akan bisa terlepas dari kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada aspek pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (Ekonomi). Ilmu ekonomi lahir bertujuan untuk membantu manusia dalam pemenuhan kebutuhannya. Dalam ilmu ekonomi dipelajari pemanfaatan suatu benda secara efektif dan efisien, dipelajari pula bagaimana mengelola keuangan dengan baik. Perkembangan lembaga-lembaga keuangan di Indonesia dapat dikategorikan cepat dan yang menjadi salah satu faktor tersebut adalah adanya keyakinan pada masyarakat muslim bahwa perbankan

konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam.¹¹

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.¹²

Menurut Levitt, syarat yang harus dimiliki perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada pasar targetnya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai lembaga yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.¹³

Perusahaan umumnya berupaya untuk selalu dapat mencapai tujuan dan targetnya di dalam kondisi persaingan yang semakin ketat. Pencapaian tujuan dan target perusahaan diukur dengan besarnya total keuntungan perusahaan, tingkat keuntungan dan modal investasi perusahaan,

¹¹ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2002), h.8

¹² Nugroo J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: PT.Prenamedia Group, 2003), h. 24.

¹³ *Ibid*, h.24.

dan penguasaan pasar yang hanya dimungkinkan bila perusahaan itu mempunyai keunggulan bersaing. Suatu perusahaan baru dapat memiliki keunggulan bersaing bila perusahaan tersebut berhasil merancang dan mengimplementasikan strategi penciptaan nilai atau value. Semua kegiatan tersebut dicakup dalam pemantapan manajemen strategi terutama dalam tingkat pimpinan puncak dan menengah perusahaan.¹⁴

Dengan melihat fenomena perkembangan dan persaingan antar perusahaan yang semakin meningkat, perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan berbagai strategi unggul dalam menghadapi pesaing. Manajemen strategi adalah sebuah pilihan yang tepat dalam menghadapi permasalahan tersebut karena manajemen strategi merupakan sebuah proses untuk menghasilkan berbagai keputusan dan tindakan strategis yang akan menunjang pencapaian tujuan perusahaan.¹⁵

Perkembangan produk-produk berbasis Islam kian marak di Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Perum pegadaian mengeluarkan produk berbasis Islam yang disebut dengan pegadaian Islam. Pada dasarnya, produk-produk berbasis Islam memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa atau bagi hasil.¹⁶

Pegadaian syariah raden intan Bandar Lampung merupakan salah satu

¹⁴Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016),h.1.

¹⁵Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung : Penerbit Erlangga, 2012),h.70.

¹⁶Nurul Huda, Muhammad Haikal, *Lembaga Keuangan Islam : Tinjauan Teoriis dan Praktis*, (Jakarta : Kencana, 2010),h.276.

lembaga keuangan syariah di Indonesia yang sudah berkembang dan menggunakan prinsip islam dan Pegadaian ini diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Pegadaian ini memiliki beberapa produk , Sementara ini produk yang paling banyak diminati oleh nasabah Pegadaian Syariah yaitu masih diproduksi gadai atau rahn dan untuk diproduksi lain yaitu Tabungan Emas dan Amanah. Strategi-strategi yang mereka gunakan yaitu dengan mengadakan sosialisasi dan bekerjasama oleh beberapa instansi .Akan tetapi dengan banyaknya lembaga yang ada apakah strategi-strategi yang dilakukan sudah mampu bersaing untuk menarik minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah ini.¹⁷

Berdasarkan latarbelakang ini, peneliti tertarik unuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan mengambil judul *“Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Raden Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah Di Bandar Lampung.*

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan dan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan :

Bagaimana Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Radin Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah di Bandar Lampung?

¹⁷Pegawai Pegadaian Syariah Raden Intan

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk menggambarkan Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Radin Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah di Bandar Lampung.

F. Manfaat penelitian

Dalam suatu penelitian pastinya banyak manfaat yang dapat diperoleh, adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan dan pengembangan ilmu manajemen dakwah. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan landasan dalam referensi terkait dengan penetapan cara untuk mencapai tujuan pada sebuah perusahaan Pegadaian Syariah.

2. Secara praktis

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat Sebagai acuan dalam penentuan strategi terbaik yang diterapkan pada pegadaian syariah dalam menumbuhkan minat masyarakat pada Pegadaian Syariah Radin Intan Bandar Lampung.

G. Metode penelitian

”Metodologi penelitian” berasal dari dari kata “metode” yang artinya secara tepat untuk melakukan sesuatu : dan “logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan, jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan

menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan “penelitian” adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporannya.¹⁸

1. Jenis dan sifat penelitian

a. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan bukan angka. Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradly dinamakan “*social situation*” atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis.¹⁹ Dengan demikian maka konteks dalam penelitian ini sumber data utama yang penulis gunakan adalah kata-kata atau tindakan.

b. Sifat penelitian

Sifat penelitian yang akan dilaksanakan ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Husein Umar, penelitian deskriptif adalah “menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu”.²⁰

Menurut Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud

¹⁸ Cholid Narbuko, H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), h.1.

¹⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.215.

²⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009), h.22.

menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukandengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.²¹ Sifat penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana bentuk pelaksanaan manajemen strategi dalam menumbuhkan minat nasabah.

2. Sumber data

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2macam :

a. Data prime

Data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang dicari.²² data tersebut dapat diperoleh dengan wawancara staf Pegadaian Syariah Radin Intan Bandar Lampung. Dengan data ini penulis mendapatkan sedikit gambaran umum tentang Manajemen Strategi Pegadaian Syariah dalam menumbuhkan minat nasabah.

b. Data sekunder

Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, literature, jurnal atau data-data yang berhubungan dengan penelitian. Penulis dapat mengambil dalam jurnal, skripsi, internet, maupun buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

²¹J Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), h. 05.

²²Syarifuddin Azwar, *metode penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001),h.91.

3. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu metode studi kasus atau case-study adalah bagian dari metode kualitatif yang hendak mengalami suatu kasus tertentu secara lebih mendalam dengan melibatkan pengumpulan beraneka sumber informasi.²³ Jadi kasus yang dimaksud adalah strategi seperti apa yang dibuat oleh Pegadaian Syariah Radin Intan Bandar Lampung dalam menumbuhkan minat nasabah. Selain metode kasus, peneliti juga menggunakan beberapa metode berikut ini :

a. Wawancara/interview

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara (interview) adalah suatu proses interaksi antara pewawancara (interviewer) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (interview) melalui komunikasi langsung.²⁴ Dalam melakukan sebuah interview serentetan pertanyaan sudah terstruktur kemudian 1 per 1 diperdalam dalam mengorek keterangan lebih lanjut. Dengan keterangan yang menjadi objek dalam wawancara ini adalah Pimpinan dan staf pegadaian syariah Radin Intan Bandar Lampung. Karena interview dijadikan metode pokok, maka data yang akan dihimpun adalah data pada produk-produk pegadaian syariah dalam upaya menarik minat nasabah.

²³ J.R Raco, *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2013),h.303.

²⁴A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*,(Jakarta : Kencana, 2014),h.372.

b. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku nonverbal.²⁵ teknik pengumpulan data yang diinginkan melalui metode ini berupa pengamatan langsung ke kantor Pegadaian Syariah Radin Intan Bandar Lampung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, brosur-brosur, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.²⁶ Dalam pelaksanaannya, penulis akan mencari data-data yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini sebagai pendukung dari data wawancara.

H. Analisis Data

Setelah keseluruhan data terkumpul maka langkah selanjutnya penulis menganalisa data tersebut sehingga dapat diambil suatu kesimpulan. Analisis data dalam penelitian adalah kegiatan yang terkait dengan upaya memahami, menjelaskan, menafsirkan dan mencari hubungan diantara data-data yang diperoleh.²⁷ Kegiatan ini dapat dilakukan dengan memberi pola, susunan, urutan, klasifikasi, pentemuan dan sebagainya sehingga data-data

²⁵A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif,....*h.384.

²⁶Suharsini Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2013),h.198

²⁷Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*, (Bandung : Alfabet, 2015),h.104.

tersebut.dapat dipahami dan ditafsirkan. Analisis dalam bentuk ini lebih pada upaya peneliti untuk menguraikan data secara sistematis, terpola sehingga menghasilkan satu pemahaman yang baik dan utuh.²⁸

Pada penelitian ini, penulis menggunakan Balanced Scorecard untuk menganalisis hasil penelitian. Balanced Scorecard, adalah bagaimana perusahaan dapat mengembangkan strategi yang bisa diukur sumbangannya terhadap pencapaian tujuan melalui hubungan sebab akibat (cause and effect relationship).



²⁸ *ibid.h.104*

BAB II

MANAJEMEN STRATEGI, PEGADAIAN SYARIAH DAN MINAT NASABAH

A. Manajemen Strategi

1. Pengertian Manajemen dan Strategi

Istilah “manajemen strategi” sebenarnya berasal dari dua suku kata, “manajemen dan strategi”. Dalam pengertian perusahaan (korporasi) , manajemen merupakan individu atau sekelompok orang yang bertanggung jawab menganalisis dan membuat keputusan serta mengarahkan tindakan yang tepat guna mencapai tujuan organisasi. Sebagai sekelompok fungsi-fungsi, manajemen mencakup fungsi-fungsi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penerapan (actuating), dan pengawasan (controlling).¹ Untuk lebih jelasnya pengertian manajemen ini penulis mengutip beberapa definisi sebagai berikut.

Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Menurut Andrew F. Sikula manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan

¹AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005),h.2.

berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa secara efisien.

Menurut G.R Terry manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pngarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.²

Jika disimak dari definisi- definisi diatas dapat penulis tarik kesimpulan bahwa manajemen mempunyai tujuan bersama yang ingin dicapai, manajemen baru dapat diterapkan jika terdapat 2 orang atau lebih dalam melakukan kerjasama dan manajemen dalam mencapai sasarannya melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani yaitu “ Stragos” yang terdiri dari dua suku kata yaitu “Stratos” yang berarti militer dan “Ag” yang berarti memimpin. Pada konteks permulaannya, strategi banyak diasumsikan sebagai sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana menaklukkan atau mengalahkan musuh guna meraih kemenangan dalam perang. Oleh karn aitu, sangatlah masuk akal apabila istilah ini sangat dekat dengan dunia militer da politik.³

Banyak rumusan apa itu strategi, salah satunya adalah yang terkait dengan penetapan keputusan yang harus diambil dalam menghadapi para pesaing di dalam lingkungan kehidupan yang saling memiliki ketergantungan, sehingga

²*Ibid*,h.2-3.

³ <http://repository.ut.ac.id/4213/1/IPEM4218-M1.pdf>

perlu ada kegiatan yang diarahkan terutama dalam memperkirakan perilaku satu dengan lainnya. Strategi yang ditetapkan dapat dirumuskan sebagai penentu tujuan dan sasaran suatu organisasi yang mendasar yang bersifat untuk jangka panjang.⁴

Dengan demikianlah, istilah “strategi” dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikannya, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Dari gambaran yang telah diuraikan di atas, dapatlah dinyatakan bahwa “strategi” merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut.⁵

Manajemen strategi didefinisikan oleh Pearce II dan Robinson sebagai seperangkat keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan penerapan rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan.

Manajemen strategi terdiri dari 9 (sembilan) tugas penting :

1. Merumuskan misi perusahaan, termasuk pernyataan umum tentang tujuan, filosofi, dan sasaran.
2. Melakukan analisis yang mencerminkan kondisi dan kapabilitas internal perusahaan.

⁴Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.2.

⁵*Ibid*, h.3.

3. Menilai lingkungan eksternal perusahaan, baik kompetisi dan faktor-faktor kontekstual umumnya.
4. Menganalisis opsi-opsi perusahaan dengan menyesuaikan sumber daya yang dimilikinya dengan lingkungan eksternalnya.
5. Mengenali opsi-opsi yang paling diinginkan dengan mengevaluasi setiap opsi berdasarkan misi perusahaan.
6. Memilih seperangkat sasaran jangka panjang dan strategi besar yang mampu mencapai hasil yang paling diinginkan.
7. Mengembangkan sasaran tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan pilihan seperangkat sasaran jangka panjang dan strategi besar.
8. Menerapkan pilihan-pilihan strategi melalui pengalokasian sumber daya yang dianggarkan, dimana kesesuaian tugas-tugas, karyawan, struktur, teknologi, dan sistem imbalan ditekankan.
9. Mengevaluasi keberhasilan proses strategi sebagai masukan bagi pengambilan keputusan di masa depan.¹

Dari sembilan tugas tersebut, terlihat bahwa manajemen strategi melibatkan perencanaan, pengarahaan, pengorganisasian, dan pengendalian perusahaan terkait dengan keputusan dan tindakan yang berhubungan dengan strategi. Strategi sendiri diartikan sebagai rencana

¹AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif.....*,h.3-4.

berskala besar dan berorientasi masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan bersaing guna mencapai sasaran perusahaan.²

Menurut Thomson dan Martin, manajemen strategi adalah proses dengan mana sebuah organisasi menentukan tingkat tujuan, sasaran, dan hasrat pencapaian, memutuskan tindakan untuk mencapainya dalam skala waktu yang tepat dalam lingkungan yang senantiasa berubah, mengimplementasikan tindakan, dan menilai kemajuan dan hasil. Menurut Hitt, Ireland, dan Hskisson mendefinisikan poses manajemen strategi seagai seperangkat komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan perusahaan untuk mencapai daya saing strategis dan memperoleh tingkat pengembalian di atas rata-rata.³

Pengimplementasian manajemen strategi di lingkungan organisasi bidang bisnis didasari oleh falsafah yang berisi nilai-nilai persaingan bebas antar organisasi sejenis, melalui pendayagunaan semua sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang bersifat strategi. Tujuan tersebut adalah mempertahankan dan mengembangkan eksistensi masing-masing untuk jangka waktu panjang, melalui kemampuan meraih laba kompetitif secara berkelanjutan, kebutuhan atau pentingnya manajemen strategi antara lain :

- 1) Manajemen strategi membantu perusahaan melihat lebih dulu ancaman dan peluang di masa depan.

²AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif.....*,h.4.

³Ibid,h.3.

- 2) Manajemen strategi menyediakan sasaran yang jelas serta arah untuk masa depan perusahaan,
- 3) Riset dalam manajemen strategi dapat membantu para manajer, dan hal ini kelihatannya mengesankan bahwa perencanaan formal membantu keberhasilan.

Demikian pula, dalam rangka mencapai tujuan perusahaan diperlukan suatu alat yang berperan sebagai akselerator (sarana) dan dinamisator(dinamika), sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Sejalan dengan hal tersebut, strategi diyakini sebagai alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi mengalami perkembangan yang cukup signifikan.⁴

2.Manfaat Manajemen Strategi

Dengan pendekatan manajemen strategi, manajer pada semua tingkatan perusahaan berinteraksi dalam perencanaan dan implementasinya. Ada beberapa manfaat perilaku dari manajemen strategi meningkatkan kesejahteraan perusahaan, yaitu:

- a. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.
- b. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
- c. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif
- d. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin beresiko.

⁴*Ibid,h.28.*

- e. Aktifitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah di masa datang.
- f. Keterlibatan anggota organisasi dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.
- g. Aktifitas yang tumpang tindih akan dikurang⁵

3.Karakteristik Manajemen Strategi

Manajemen strategi ini sungguh berbeda dengan lainnya. Manajemen strategi senantiasa menyikapi dinamika terjadinya suatu perubahan lingkungan sehingga dapat berpengaruh terhadap implementasi manajemen itu sendiri serta berupaya untuk merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan. Sejalan dengan hal tersebut, berikut ini akan dipaparkan berbagai karakteristik manajemen strategi :

1. Manajemen strategi bersifat jangka panjang
2. Manajemen strategi bersifat dinamik
3. Manajemen strategi merupakan sesuatu yang berpadu oleh manajemen operasional
4. Manajemen strategi perlu dimotori oleh unsur-unsur para manajer tingkat puncak.
5. Manajemen strategi berorientasi dan mendekati untuk masa depan.
6. Manajemen strategi senantiasa harus didorong dan didukung dalam pelaksanaannya oleh semua sumber daya ekonomi yang tersedia.

⁵https://www.hestanto.web.id/manfaat-manajemen-strategi/diakses_pada_tanggal_29_september_2020

Untuk menghadapi era globalisasi ekonomi, maka kegiatan dalam berusaha bukan saja dibatasi oleh lingkup batas negara nasional sehingga untuk tingkat perubahan lingkungan serta dinamika yang secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi manajemen dan kehidupan pekerjaan kemudian dengan sendirinya para pemimpin perusahaan harus dapat menyikapinya dengan melakukan penyesuaian yang penuh kebijakan. Untuk itu seharusnya setiap pemimpin dalam perusahaan akan melaksanakan manajemen strategi bagi perusahaannya.⁶

4. Proses Manajemen Strategi

Beberapa istilah dan pengertian manajemen strategi dari beberapa literature antara lain, manajemen strategi merupakan perencanaan strategi yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang dan jasa serta pelayanan) yang berkualitas, dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (disebut tujuan strategis) dan berbagai sasaran organisasi.⁷

Proses manajemen strategi bermula pada gambaran maksud mendasar didirikannya suatu organisasi serta nilai-nilai organisasi yang diharapkan, yang dicerminkan sebagai visi-misi organisasi. Kemudian proses itu

⁶Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*,.....h.7.8.

⁷AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*.....h.16.

dilanjutkan dengan penetapan tujuan dan sasaran yang merupakan target-target yang spesifik.

1. Perencanaan Strategi yang meliputi :

a. Pengembangan Visi, Misi dan Tujuan

Visi perusahaan sering kali dirancang untuk menyatakan aspirasi dari kepemimpinan eksekutif. Pernyataan visi menyajikan maksud strategis perusahaan yang memfokuskan energi dan sumber daya perusahaan guna pencapaian masa depan yang diinginkan.⁸

Misi berkaitan dengan visi secara jelas menunjukkan deskripsi perusahaan, tentang bisnis yang dijalankan dan maksud dari organisasi tersebut didirikan.⁹

Setelah visi dan misi ditetapkan, tujuan merupakan hasil akhir yang ingin dicapai perusahaan dalam memiliki horizon waktu yang sangat panjang untuk mncapainya.

b. Pengidentifikasian faktor internal dan eksternal (analisis SWOT)

Analisis SWOT adalah singkatan dan *Strengths, Weaknesses, Oportunities, dan Treats* (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Analisis SWOT adalah perangkat analisa yang paling populer, terutama untuk kepentingan perumusan strategi. Asumsi dasar yang melandasinya adalah bahwa organisasi harus menyelaraskan aktivitas internalnya dengan realitas eksternal agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan. Peluang tidak akan berarti

⁸John A. Pearc dan Richard B. Robinso. Jr, *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi,..h.44.*

⁹Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages,....h.18.*

manakala perusahaan tidak mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk memanfaatkan peluang tersebut.¹⁰

Analisis SWOT juga merupakan alat untuk mengidentifikasi, apakah keputusan strategi yang telah diambil atau ditetapkan sudah tepat atau tidak. Untuk itu, maka di dalam pelaksanaan penganalisisannya di mulai dari mengkaji keberhasilan perusahaan yang telah dicapai pada masa lalu. Dengan proses penganalisisan ini, maka kita dapat mengidentifikasi mengapa perusahaan tersebut telah dapat berhasil dan bagaimana pola keberhasilan tersebut dapat dicapai.¹¹

c. Perencanaan jangka pendek, menengah, dan panjang

Perencanaan jangka pendek adalah hasil terukur yang dapat dicapai atau dimaksudkan untuk dicapai dalam waktu satu tahun atau kurang. Perencanaan jangka pendek merupakan hasil yang spesifik, dan biasanya kuantitatif yang ditetapkan oleh para manajer operasi untuk dicapai dalam waktu dekat.¹²

Hasil yang ingin dicapai perusahaan selama periode beberapa tahun adalah perencanaan jangka panjang. Tujuan semacam ini biasanya melibatkan sebagian atau seluruh bidang berikut : profitabilitas, hubungan dengan karyawan, tanggung jawab publik, dan pengembangan karyawan.¹³

¹⁰AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif.....*,h.131.

¹¹Sofjan Assauri, *Strategic Managment: Sustainable Competitive Advantages,....*h.72.

¹²John A. Pearc dan Richard B. Robinso. Jr.,.....h.382.

¹³*Ibid*,h.17.

d. Penentuan Strategi Utama

Strategi utama sering kali juga disebut sebagai strategi induk atau strategi bisnis, menyediakan arahan dasar bagi tindakan-tindakan strategis. Strategi ini menjadi landasan untuk usaha yang terkoordinasi dan berkelanjutan yang diarahkan pada pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan.¹⁴

2. Pelaksanaan strategi yang meliputi :

a. Strategi Unit Bisnis.

Suatu peluang atau *opportunity* bisnis yang merupakan suatu kesempatan untuk menawarkan sesuatu yang baru atau yang lebih baik dari produk yang ada, berupa barang atau jasa, ataupun pengalaman berupa *experience* kepada pelanggan. Jadi suatu peluang adalah suatu keadaan dalam lingkungan external yang jika diolah atau dieksploitasi akan dapat membantu perusahaan mencapai daya saing strategiknya.¹⁵

1. Strategi pengembangan pasar

Strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan pertimbangan dapat dilakukannya pengkoordinasian, sehingga akan dapat dicapai biaya pengorbanan yang lebih rendah dan resiko yang dihadapi lebih kecil. Penekanan strategi ini adalah pada pemasaran produk yang sekarang dijalankan, dengan pertimbangan yang telah dimilikinya.

¹⁴*Ibid*,h.264.

¹⁵Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*,....h.81.

2. Strategi pengembangan produk

Strategi ini dipilih untuk dijalankan oleh suatu perusahaan dalam rangka memodifikasi produk yang ada sekarang atau penciptaan produk baru yang masih terkait dengan produk yang sekarang. Dengan demikian produk yang baru atau yang dimodifikasi tersebut, dapat dipasarkan kepada pelanggan yang ada sekarang melalui saluran pemasaran yang ada.

3. Strategi inovasi

Strategi inovasi selalu dibutuhkan perusahaan baik untuk produk-produk industri, maupun untuk barang-barang konsumsi, karena selalu diharapkan adanya perubahan atau kemajuan dari produk yang ditawarkan.¹⁶

b. Menentukan kebijakan perusahaan

Kebijakan merupakan arahan-arahan yang dirancang untuk memandu pemikiran, keputusan dan tindakan para manajer beserta bawahannya dalam menerapkan strategi suatu perusahaan. Hal ini disebut juga prosedur operasi standar, kebijakan meningkatkan efektivitas manajerial dengan cara menstandarisasi banyak keputusan rutin dan mengklarifikasikan sampai sejauh mana mengenai pengambilan keputusan. Kebijakan dirancang untuk mengendalikan keputusan sementara pada saat yang sama mendefinisikan tingkat

¹⁶*Ibid.h.62-64.*

diskresi yang boleh diambil oleh karyawan bagian operasi dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas bisnis.¹⁷

c. Mengalokasikan sumber daya manusia

Dalam mencapai tujuan dalam menumbuhkan minat nasabah, maka diperlukan adanya pengalokasian sumber daya manusia yang sesuai dengan bidangnya masing-masing. Pengalokasian sumber daya manusia melakukan seleksi terlebih dahulu. Proses seleksi dan penempatan merupakan salah satu fungsi penting dalam manajemen sumber daya manusia, karena tersedia atau tidaknya pekerja dalam jumlah dan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan organisasi, tepat atau tidaknya penempatan seorang pekerja pada posisi tertentu sangat ditentukan oleh fungsi seleksi dan penempatan ini.¹⁸

d. Mengembangkan budaya yang mendukung strategi

Budaya bagaikan roh yang memberi hidup bagi perusahaan. Budaya perusahaan bukan hanya penting bagi tata kelola perusahaan yang baik. Dalam rangka mengimplementasikan strategi yang telah disusun, maka disamping struktur organisasi, diperlukan budaya perusahaan yang sesuai. Budaya perusahaan didefinisikan sebagai “nilai-nilai yang menjadi pegangan sumber daya manusia dalam menjalankan kewajibannya dan juga perilakunya di dalam perusahaan”

¹⁷John A. Pearce dan Richard B. Robinso. Jr.,.....h.394-395.

¹⁸Faustino Cordoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta :Andi Offset, 2003),hlm. 117.

nilai-nilai inilah yang memberikan jawaban apakah suatu tindakan benar atau salah dan apakah suatu perilaku dianjurkan atau tidak.¹⁹

3. Evaluasi/kontrol strategi, meliputi :

Proses evaluasi dan kontrol strategi dimulai dari menentukan apa yang harus diukur, menetapkan standar kinerja, melakukan pengukuran, dan bila tidak sesuai dengan harapan kita melakukan tindakan koreksi.

a. Memonitor seluruh hasil-hasil dari pembuatan dan penerapan strategi

Strategi perusahaan berfokus bukan saja untuk jangka pendek, namun juga jangka panjang.²⁰

b. Mengukur kinerja karyawan dan perusahaan

Pengukuran-pengukuran yang digunakan untuk menilai kinerja tergantung bagaimana unit organisasi akan dinilai dan bagaimana sasaran akan dicapai.²¹ Pengukuran harus dilakukan pada waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu. Misalnya setiap tiga bulan sekali mengadakan sebuah rapat. Dorongan akan dirasakan pada rapat-rapat evaluasi itu, di mana biasanya para manajer dalam situasi normal akan terdorong untuk menyajikan yang terbaik, sehingga menjalankan aktivitasnya yang terbaik pula.²²

¹⁹AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif.....*,h.138.

²⁰M. Taufiq Amir, *Manajemen Strategik : Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2011),h.207.

²¹J. David Hunger dan Thomas I. Wheleen, *Manajemen strategis*, (Yogyakarta: Andi, 2003),h.391.

²²M. Taufiq Amir, *Manajemen Strategik.....*,h.208.

c. Mengambil langkah-langkah perbaikan

Aktivitas ini dilakukan dengan mengambil berbagai tindakan perbaikan guna menjamin bahwa kinerja yang telah sesuai dengan rencana yang telah digariskan manajemen puncak.²³

5. Komponen dan Fungsi Manajemen Strategi

Sebagai landasan teori untuk memberikan pemahaman didaktis, di bawah ini akan dibahas beberapa pemikiran klasik dalam ilmu manajemen strategi yang telah dipilihkan untuk pembelajar pemula. Disisipkan juga contoh dan pendapat untuk meningkatkan kemudahan memahami dan keterkaitan teori dengan praktik keseharian di sekitar kita. Pearce II dan Robinson Jr. Mengemukakan unsur-unsur yang terkandung dalam manajemen strategi, yaitu:²⁴

1. *Misi* Perusahaan, adalah tujuan yang khas yang membedakan sebuah perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis dan juga jangkauannya operasinya. Singkatnya, misi menjelaskan produk, pasar, dan teknologi yang mencerminkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang dianut pengambil keputusan. Proses untuk mendefinisikan misi perusahaan bagi sebuah bisnis yang spesifik mungkin paling mudah dilakukan dengan cara memikirkan bisnis yang akan dijalankan pada saat pertama kali didirikan.
2. Profil perusahaan, profil perusahaan menggambarkan jumlah dan mutu sumber daya fisik, manusia, dan keuangan perusahaan. Profil

²³Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2014),h.28.

²⁴AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif.....*,h.110.

perusahaan juga menilai kekuatan dan kelemahan manajemen dan struktur organisasi perusahaan.

3. Lingkungan eksternal, lingkungan eksternal perusahaan terdiri dari seluruh kondisi dan kekuatan yang berdampak pada pilihan-pilihan strategi. Lingkungan eksternal berada diluar kendali perusahaan.
4. Analisis strategi dan pilihan, penilaian simultan terhadap lingkungan eksternal dan profil memungkinkan perusahaan mengenali aneka peluang untuk pengembangan dan kemajuan. Namun peluang-peluang yang dipilih haruslah sesuai dengan misi perusahaan. Proses pemilihan peluang ini akan menghasilkan pilihan-pilihan strategi.
5. Tujuan jangka panjang, tujuan-tujuan jangka panjang ini biasanya terdiri dari profitabilitas, tingkat pengembalian investasi, posisi bersaing, brkemimpinan teknologi, produktivitas, hubungan antarkaryawan, tanggung jawab publik, dan pengembangan karyawan.
6. Strategi besar, adalah aksi-aksi besar komprehensif dan terencana yang dilakukan agar tujuan jangka panjang dapat tercapai meski perusahaan berada berada ditengah-tengah dinamis.
7. Tujuan tahunan, hal yang ingin dicapai perusahaan dalam masa satu tahun disebut tjuan tahunan atau tujuan jangka pendek.
8. Strategi fungsional, adalah pernyataa spesiik dari sarana (means) yang digunakan untuk mencapai tujuan di taun-tahun mendatang.

setiap fungsi atau divisi bisnis memerlukan rencana aksi yang spesifik dan terintegrasi.

9. Kebijakan, adalah keputusan besar yang memandu atas menggantikan keputusan manajerial yang bersifat pengulangan, kebijakan memandu pikiran, keputusan, dan tindakan para manajer dan bawahannya dalam menerapkan strategi perusahaan.²⁵

10. Strategi umum dan strategi utama, banyak bisnis, baik secara eksplisit (terus terang) maupun implisit (tidak dinyatakan secara jelas), mengadopsi satu atau lebih strategi umum (*generic strategies*) yang menandai kompetitifnya di pasar. Strategi biaya rendah, dirensiasi, atau fokus merupakan pilihan dasar. Manajer yang memahami hal ini berusaha mencari-cara agar perusahaan mereka dapat memiliki keunggulan kompetitif dari biaya rendah dan diferensiasi seagai bagian dari strategi umum secara keseluruhan.

Rencana umum terdiri atas tindakan-tindakan utama dengan nama perusahaan bermaksud mencapai tujuan jangka panjangnya dalam lingkungan yang dinamis, hal ini dinamakan strategi utama (*grand strategies*), pernyataan mengenai hal ini mengindikasikan bagaimana tujuan tersebut akan dicapai.²⁶

11. Taktik fungsional, dalam kerangka umum yang diciptakan oleh strategi umum dan utama perusahaan, setiap fungsi bisnis perlu

²⁵*Ibid*,h.111-116.

²⁶John A. Pearc dan Richard B. Robinso. Jr, *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pegndalian*, (Jakarta : Penerbit Salemba Empat, 2008),h.17

melakukan aktivitas-aktivitas yang membantu mengembangkan keunggulan kompetitif yang dapat dipertahankan. Rencana jangka pendek dengan lingkup terbatas ini dinamakan taktik (*tactics*).²⁷

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu :²⁸

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
2. Menghubungkan atau mengkaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.
6. Menanggapi serta beraksi atas keadaan yang baru diadapi sepanjang waktu.

Keenam fungsi ini dapat diidentifikasi untuk memudahkan strategi tersebut direalisasikan. Hal tersebut sangat dipengaruhi oleh perilaku para individu dan organisasi itu sendiri. Pola fungsi dari strategi harus

²⁷*Ibid*,h.18.

²⁸Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*,....h.7.

dijalankan mengikuti pemahaman kondisi yang baru da akan dihadapi, serta menilai implikasinya terhadap banyak tindakan.²⁹

B. PEGADAIAN SYARIAH

1. Pengertian Pegadaian Syariah

Pegadaian adalah salah satu bentuk lembaga keuangan bukan bank yang diperuntukkan bagi masyarakat luas berpenghasilan menengah kebawah yang membutuhkan dana dalam waktu segera. Dana ini digunakan untuk membiayai kebutuhan tertntu terutama yang sangat mendesak.

Istilah pegadaian dalam fikih islam disebut dengan *ar-rahn*. Secara etimologis *ar-rahn* berarti *tsubut* (tetap) dan *dawam* (kekal, terus-menerus). Adapun secara terminologis, *ar-rahn* adalah menjadikan harta benda sebagai jaminan utang agar utangnya itu dilunasi (dikembalikan) atau dibayarkan harganya jika tidak dapat mengembalikannya. Dalam arti lain *ar-rahn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan hutang.

Pengertian gadai yang ada dalam syariat islam agak berbeda dengan pengertian gadai yang ada dalam hukum positif kita sekarang ini, sebab pengertian gadai dalam hukum positif kita sekarang ini sebagaimana yang tercantum dalam Kitab Undang- Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) sebagai berikut : gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berutang atau oleh seorang lain atas namanya dan memberi kekuasaan kepada

²⁹*Ibid,h.8.*

si berpiutang untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang-orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya-biaya mana yang harus didahulukan.

Dari beberapa pengertian gadai di atas, maka dapat dikemukakan bahwa gadai menurut ketentuan syariat Islam adalah kombinasi pengertian gadai yang terdapat dalam KUH Perdata dan hukum adat, terutama sekali menyangkut objek perjanjian gadai menurut syariat Islam meliputi barang yang mempunyai nilai harta, dan tidak dipersoalkan apakah dia merupakan barang bergerak atau tidak bergerak.³⁰

2. Dasar Hukum Pegadaian Syariah

Gadai hukumnya mubah berdasarkan dalil dari Al-Qur'an, Hadist, dan *Ijma'*. Dasar gadai dari Al-Qur'an adalah firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah (2) : 283:

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ
أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَأَلْبَسُوا اللَّهَ رِبَاً وَلَا
تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

٢٨٣

³⁰Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2015),h.171-172.

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Baqarah:283)

Dasar dari Hadis di antaranya Hadis yang bersumber dari Aisyah r.a :

“sesungguhnya Rasulullah SAW membeli makanan dan minuman dari orang Yahudi dan beliau menggadaikan baju besi kepadanya” (HR. Bukhari Muslim).

Dasar dari *Ijma'* yakni bahwa kaum Muslimin sepakat diperbolehkan gadai secara syariat ketika bepergian (*safar*) dan ketika di rumah (tidak bepergian) kecuali Mujahid yang berpendapat gadai hanya berlaku ketika bepergian berdasarkan ayat tersebut. Akan tetapi, pendapat Mujahid ini dibantah dengan argumentasi hadis di atas. Di samping itu, penyebutan *safar* (bepergian) dalam ayat tersebut keluar yang umum (kebiasaan).

Selain itu secara praktik dasar hukum gadai syariah di Indonesia telah diatur dalam :

1. Bab XIV Pasal 372 hingga Pasal 412 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah
2. Fatwa DSN-MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*.
3. Fatwa DSN-MUI No.26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn Emas*.
4. Fatwa DSN-MUI No.68/DSN-MUI/III/2008 tentang *Rahn Tasjily*.
5. Fatwa DSN-MUI No.77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai.³¹

3. Rukun dan Syariat Gadai

Rukun (Unsur) gadai yaitu :³²

1. Penerima Gadai
2. Pemberi Gadai
3. Harta Gadai
4. Utang
5. Akad

Menurut Prof. Dr. Rahmat Syafe'i, rukun rahn (gadai) yaitu rahin (orang yang memberikan jaminan), al-murtahin (orang yang menerima), al-marhun (jaminan), dan al-marhun bih (utang). Menurut ulama Hanafiyah, rukun rahn (gadai) yaitu ijab qabul dan rahin dan al-murtahin, sebagaimana pada akad yang lain. Akan tetapi, akad tidak akan sempurna sebelum adanya

³¹Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah.....*,h.173-174.

³²Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah.....*,h175..

penyerahan barang. Adapun menurut ulama selain Hanafiyah, rukun rahn (gadai) yaitu shighat, 'aqid (orang yang berakad), marhun dan marhun bih.

Adapun syarat (rahn) gadai menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, yaitu :

1. Penerima dan pemberi gadai haruslah memiliki kecakapan hukum. Oleh karena itu, tidak sah gadai yang dilakukan oleh para pihak yang tidak memiliki kecakapan hukum, misalnya gila, anak-anak, dan seterusnya.
2. Akad gadai sempurna bila harta gadai telah dikuasai oleh penerima gadai
3. Akad gadai harus dinyatakan oleh para pihak secara lisan, tulisan, atau isyarat.
4. Harta gadai harus bernilai dan dapat diserahkan.
5. Harta gadai harus ada ketika akad dibuat.

4. Tujuan dan Manfaat Pegadaian

Pegadaian bertujuan sebagai berikut :³³

1. Turut melaksanakan dan menjunjung pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pembiayaan /pinjaman atas dasar ukum gadai.
2. Pencegahan praktik ijon, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya.

³³Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah.....*,h.179

3. Pemanfaatan gadai bebas bunga pada gadai syariah memiliki efek jaring pengaman sosial karena masyarakat yang butuh dana mndesak tidak lagi dijerat pinjaman/ pembiayaan berbasis bunga.
4. Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.

Adapun manfaat pegadaian syariah sebagai berikut :

1. Bagi nasabah ; tersedianya dana dengan prosedur yang relatif sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan pembiayaan/ kredit perbankan. Di samping itu, nasabah juga mendapat manfaat penaksiran nilai suatu barang bergerak secara profesional. Mendapatkan fasilitas penitipan barang bergeak yang aman dan dapat dipercaya.
2. Bagi perusahaan
 - 1) Penghasilan yang bersumber dari sewa modal yang dibayarkan oleh peminjam dana.
 - 2) Penghasilan yang bersumber dari ongkos yang dibayarkan oleh nasabah memperoleh jasa tertentu. Bagi bank syariah yang mengeluarkan produk gadai syariah dapat mendapat keuntungan dari pembebanan biaya sewa tempat penyimpanan emas.
 - 3) Pelaksanaan misi perum pegadaian sebagai BUMN yang bergerak dibidang pembiayaan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang memerlukan dana dengan prosedur yang relatif sederhana

4) Berdasarkan PP No. 10 Tahun 1990, laba yang diperoleh digunakan untuk :

- (1) Dana pembangunan semesta (55%)
- (2) Cadangan umum (20%)
- (3) Cadangan tujuan (5%)
- (4) Cadangan sosial (20%)³⁴

5. Persamaan dan Perbedaan Pegadaian Konvensional Dengan Pegadaian Syariah

Persamaan dan perbedaan antara pegadaia syariah dan pegadaian konvensional yaitu dapat dilihat sebagai berikut :³⁵

1. Persamaan

- 1) Hak gadai atas pinjaman uang
- 2) Adanya agunan sebagai jaminan hutang
- 3) Tidak boleh mengambil manfaat barang yang digadaikan
- 4) Biaya barang yang digadaikan ditanggung oleh para pemberi gadai
- 5) Apabila batas waktu pinjaman uang habis, barang yang digadaikan boleh dijual atau dilelang

2. Perbedaan

- 1) Rahn dalam hukum islam dilakukan secara suka rela atas dasar tolong menolong tanpa mencari keuntungan, sedangkan gadai menurut hukum perdata di samping berprinsip tolong-menolong

³⁴Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah.....*,h.179-180

³⁵Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah.....*,h.191.

juga menarik keuntungan dengan cara menarik bunga atau sewa modal

- 2) Dalam hukum perdata hak gadai hanya berlaku pada benda yang bergerak, sedangkan dalam hukum Islam rahn berlaku pada seluruh benda, baik benda/harta bergerak maupun tidak bergerak
- 3) Dalam rahn tidak ada istilah bunga
- 4) Gadai menurut hukum perdata dilaksanakan melalui suatu lembaga yang di Indonesia disebut Perum Pegadaian, rahn menurut Hukum Islam dapat dilaksanakan tanpa melalui suatu lembaga.

Perbedaan teknis pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional sebagai berikut :

a. Pegadaian Syariah

- 1) Biaya administrasi berdasarkan barang
- 2) 1 hari dihitung 5 hari
- 3) Jasa simpanan berdasarkan simpanan
- 4) Apabila pinjaman tidak dilunasi, barang jaminan akan dijual kepada masyarakat
- 5) Uang pinjaman 90% dari taksiran

b. Pegadaian Konvensional

- 1) Biaya administrasi berupa presentase yang didasarkan pada golongan barang
- 2) 1 hari dihitung 15 hari
- 3) Sewa modal berdasarkan uang pinjaman

- 4) Apabila pinjaman tidak dilunasi, barang jaminan akan dilelang kepada masyarakat
- 5) Uang pinjaman untuk golongan A, 92%, sedangkan untuk golongan B,C,D 88-86%.

C. MINAT

1. Pengertian Minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Menurut Meitasari Tjandra dalam bukunya minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat.³⁶

Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.³⁷ Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian

³⁶ Titik Zulaechah, “ AnalisisFaktor-Faktor Minat Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah.....,h.29.

³⁷ Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011), h. 113.

dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.

Sedangkan menurut Hilgard, minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Dengan demikian, minat dapat dilihat dari aspek perhatian, kesenangan, kegemaran, dan kepuasan sebagai stimulasi bagi tindakan dan perbuatan seseorang. Minat juga dipengaruhi pada diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Dan kenyataannya, faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan. Dalam hal ini dipertegas dengan pendapat Bloom bahwa minat seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Dalam pendapatnya, Bloom mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya pekerjaan, sosial ekonomi, bakat, jenis kelamin, pengalaman, kepribadian, dan faktor lingkungan.³⁸

2. Macam-Macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara menggolongkannya. Minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya) yaitu sebagai berikut

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi *minat primitive* dan *minat cultural*. *Minat primitive* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan *minat cultural* atau minat social adalah minat yang timbul karena proses belajar.

³⁸ *Ibid.*

b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi *minata intrinsic* dan *ekstrinsik*. *Minat intrinsic* adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. *Minat ekstrinsik* adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu :

- a) *Expressed interest*; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya,
- b) *Manifest interest*; minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung,
- c) *Tested interest*; minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban test objektif, dan
- d) *Inventoried interest*; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

Dari macam-macam minat yang terdapat diatas dapat disimpulkan bahwa minat seseorang terhadap sesuatu tergantung dari cara berfikir atau sudut pandangnya masing-masing. Karena manusia diciptakan dengan kemampuan yang berbeda, jadi cara menentukan minat atau perhatian dari seseorang juga berbeda-beda.³⁹

³⁹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004),h.263-268.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen

Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari konsumen. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

a. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia pada umumnya dipelajari. Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan kelompok geografis.

b. Faktor sosial

Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan, dan status.

- 1) Kelompok referensi adalah, kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
- 2) Keluarga, kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama adalah keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua lah seseorang

mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Kedua yaitu, keluarga prokreasi yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga yang merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting.

3) Peran dan status, posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

c. Faktor pribadi

Yang dimaksud dengan faktor pribadi meliputi usia, dan tingkat daur hidupnya, pekerjaannya, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, proses belajar, keyakinan, dan sikap.

1) Motivasi, adalah sebuah kebutuhan yang bersifat biogenik yaitu kebutuhan yang timbul dari suatu keadaan fisiologi tertentu, dan bersifat psikogenik yaitu kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri, atau kebutuhan diterima.

2) Persepsi, proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia ini.

3) Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

- 4) Kepercayaan dan sikap Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

C. Tinjauan Pustaka

Dalam skripsi terdahulu, pembahasan mengenai Manajemen Strategi pegadaian sudah pernah diadakan penelitiannya, akan tetapi berbeda maksud, tempat penelitian dan objek yang dibahas. Beberapa skripsi yang membahas kajian tersebut di antaranya, yaitu :

1. Nadhrotul Ulbab, meneliti tentang Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah, (Skripsi Program S1 Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2016). Menggunakan metode penelitian observasi, wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan yaitu konsep umum strategi pemasaran dan gadai syariah. Dalam penelitian ini hasil yang didapatkan yaitu penulis mampu meneliti strategi pemasaran gadai yang dilakukan oleh pegadaian syariah cabang Majapahit ternyata mampu meningkatkan jumlah nasabah. Ini terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah yang dimiliki pegadaian syariah cabang Majapahit Semarang dalam kurun waktu 5 tahun. Yang membedakan penelitian ini dengan peneliti yang akan dilakukan yaitu tertelak pada tujuan utama pembahasan. Pembahasan pada penelitian Nadhrotul Ulbab membahas minat gadai, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan membahas tentang manajemen strategi/ strategi perencanaan yang dilakukan pegadaian syariah dalam menumbuhkan minat nasabah.

2. Faridatun Sa'adah meneliti tentang strategi pemasaran produk gadai syariah dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syariah cabang dewi sartika. (skripsi program S1 Ekonomi Islam , Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2008). Menggunakan metode penelitian mencari sumber data, teknik pengumpulan data , wawancara, dokumentasi dan analisis data. Teori yang digunakan yaitu strategi pemasaran dengan menarik kesimpulan yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian syariah cabang dewi sartika meliputi empat variable dalam bauran pemasaran , yaitu : dengan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan startegi promosi , sehingga pegadaian syariah mampu menarik minat nasabah terbukti dengan peningkatan jumlah uang pinjaman/omset dan jumlah barang jaminan yang dimiliki pegadaian syariah cabang dewi sartika.sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan membahas tentang manajemen strategi/ strategi perencanaan yang dilakakuan pegadaian syariah dalam menumbuhkan minat nasabah.
3. Dyah Lestari meneliti tentang Anlisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Pasar Tamin Bandar Lampung. (Skripsi program S1 Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019) menggunakan metode analisis dalam penelitian ini. Dengan menarik kesimpulan yaitu strategi pemasaran yang terpusat adalah strategi dari kantor cabang kemudian di turunkan ke kantor unit dengan

strategi promosinya yaitu periklanan dengan menyebarkan brosur, publitas dengan sosialisasi kesekolah-sekolah atau lembaga public lainnya, personal selling dengan jumlah berkah. Dan dalam pemasarannya Pegadaian Syariah UPS Pasar Tamin menerapkan system transparan, jujur, dan amanah dalam memasarkan produk atau jasanya. sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan membahas tentang manajemen strategi/ strategi prencanaan yang dilakakuan pegadaian syariah dalam menumbuhkan minat nasabah.

4. Yulia nurul Maulida meneliti tentang Manajemen Strategik Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di MTS Negri 1 Grobogan. (Skripsi program S1 manajemen pendidikan islam, Universitas Islam Negeri Walisongo 2018) menggunakan metode analisis dalam penelitian ini. Dengan menarik kesimpulan yaitu meneliti tentang manajemen strategi dalam mingkatkan mutu pendidikan di mts 1 gobokan mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti tentang manajemen strategipegadaian syariah dalam menumbuhkan minat nasabah ada persamaan dalam proses manajemen strateginyaakan tetapi berbeda dalam objek yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainul. *Dasar-dasar Menejemen Bank Syariah*, Jakarta: Alvabet, 2002.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Managment: Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Azwar, Syarifuddin. *metode penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta, 2013.
- Amir, M. Taufiq. *Manajemen Strategik : Konsep dan Aplikasi*, Jakarta:Rajawali Pers, 2011.
- Gomes, Faustino Cordoso. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta :Andi Offset, 2003.
- Huda, Nurul dan Muhammad Haikal, *Lembaga Keuangan Islam : Tinjauan Teoriis dan Praktis*, Jakarta : Kencana, 2010.
- Hunger, J. David dan Thomas I. Wheleen, *Manajemen strategis*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2014.
- Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011.
- Ibrahim, Metodologi Penelitian Kualitatif : Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif, Bandung : Alfabet, 2015.
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Prenamedia Group, 2015.
- Malayu S.P., Hasibuan. *Manajemen : Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Jakarta: PT. BumiAksara, 2014.
- Moleong, J Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Narbuko, Choliddan H. AbuAchmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT BumiAksara, 2007.
- Pearc, John A. dan Richard B. Robinso. Jr. *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta : Penerbit Salemba Empat, 2008.
- Raco, J.R. *Metode Penelitian Kualitatif : Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*, Jakarta: Grasindo, 2013.

- Rahman, Abdul Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Setiadi, Nugroo J. *PERILAKU KONSUMEN : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: PT.Prenamedia Group, 2003.
- Shaleh, Abd. Rahman. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: PT. Prenada media, 2004.
- Solihin, Ismail. *Manajemen Strategik*, Bandung : Penerbit Erlangga, 2012.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Susanto, AB. *Manajemen Strategik Komprehensif*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005.
- Swasta, Basudan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1990.
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Umar, Husein. *Evaluasi Kinerja Perusahaan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta : Kencana, 2014.
- Saputra, Randi dan Kasyful Mahalli, “*Analisis Potensi Dan Kendala Pengembangan Pegadaian Syariah di Kota Medan*” Vol. 2 No. 4, 2014.
- Suharyat, Yayat. “*Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia*” REGION Vol. I No. 3, September 2009.
- Wawancara dengan Bapak Didiek Permana selaku Staf Pegadaian Syariah Radin Intan Bandar Lampung, pada tanggal 6 november 2020
- <http://repository.ut.ac.id/4213/1/IPEM4218-M1.pdf>
- <http://blogputuyuda01.blogspot.com/2009/11/pengertian-struktur-organisasi-dan.html>,
Diakses pada tanggal 28 Oktober 2020
- <https://www.hestanto.web.id/manfaat-manajemen-strategi/> diakses pada tanggal 29 september 2020
- PT. Pegadaian (Persero). <https://www.pegadaian.co.id>, diakses pada tanggal 12 Oktober 2020