

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI
PEMASARAN PRODUK GADAI DAN CICILAN EMAS
(Studi Pada Nasabah BSI KCP Pringsewu)**

Skripsi

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas Dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh

Dewi Mutia

NPM. 1951020297



Program Studi: Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
TAHUN 1445 H/2023**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI
PEMASARAN PRODUK GADAI DAN CICILAN EMAS
(Studi Pada Nasabah BSI KCP Pringsewu)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas
Dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Mendapat
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

Dewi Mutia

NPM. 1951020297

Program Studi: Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Ahmad Habibi, S.E.,M.
Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyim, M.E.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
TAHUN 1445 H/2023**

ABSTRAK

Perbankan Syariah yang ada dan eksis di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu merupakan salah satu bank syariah yang memiliki peran sebagai fasilitator sekaligus pendukung bagi kebutuhan masyarakat dalam hal gadai dan cicil emas. Jumlah nasabah penggunaan produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu mengalami naik turun (fluaktif) pada tahun 2019-2022. Pada tahun 2022 nasabah yang menggunakan produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya.

Permasalahan yang telah penulis rumuskan diantaranya *pertama*, Bagaimana strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu dan yang *kedua*, Bagaimana implementasi etika bisnis islam dalam strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu juga untuk mengetahui implementasi etika bisnis islam dalam strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metode observasi, metode dokumentasi dan metode wawancara.

Hasil penelitian ini, strategi pemasaran produk yang diterapkan oleh Bank BSI KCP Pringsewu adalah strategi pemasaran terpusat yaitu strategi dari kantor pusat diturunkan ke kantor cabang dengan strategi bauran pemasaran yaitu: a. strategi produk, b. strategi harga, c. strategi tempat, dan d. strategi promosi. Strategi yang mereka gunakan dikenal dengan istilah bauran strategi atau *Marketing Mix* dalam ilmu ekonomi dan etika bisnis islam. Selain itu kegiatan pemasaran yang dilakukan tidak bertentangan dengan etika bisnis islam sehingga dapat dikatakan sesuai dengan nilai-nilai yang diajarkan oleh syari'at islam.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

Sharia banking that exists and exists in Indonesia is Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu is a sharia bank which has a role as a facilitator and supporter for community needs in terms of gold pawning and installments. The number of customers using pawn products and gold installments at Bank BSI KCP Pringsewu experienced fluctuations in 2019-2022. In 2022, customers using gold pawn and installment products at Bank BSI KCP Pringsewu will increase from the previous year.

The problems that the author has formulated include: First, What is the marketing strategy for gold pawn and installment products at Bank BSI KCP Pringsewu and second, How to implement Islamic business ethics in the marketing strategy for pawn products and gold installments at Bank BSI KCP Pringsewu. This research aims to find out the marketing strategy for pawn products and gold installments at Bank BSI KCP Pringsewu as well as to find out the implementation of Islamic business ethics in the marketing strategy for pawn products and gold installments at Bank BSI KCP Pringsewu. This research methodology uses descriptive qualitative methods. The methods used to collect data in this research are the observation method, documentation method and interview method.

The results of this research show that the product marketing strategy implemented by Bank BSI KCP Pringsewu is a centralized marketing strategy, namely a strategy from the head office down to branch offices with a marketing mix strategy, namely: a. product strategy, b. pricing strategy, c. place strategy, and d. promotion strategy. The strategy they use is known as the strategy mix or Marketing Mix in economics and Islamic business ethics. Apart from that, the marketing activities carried out do not conflict with Islamic business ethics so they can be said to be in accordance with the values taught by Islamic law.

Keywords: Marketing Strategy, Islamic Business Ethics



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung, Telp. (0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Mutia
NPM : 1951020297
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Produk Gadai dan Cicilan Emas (Studi Pada Nasabah BSI KCP Pringsewu)”** adalah hasil karya sendiri dan tidak mengandung plagiarism orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 20 September 2023

Penulis



Dewi Mutia

NPM. 1951020297



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmih Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 (0721) 703260

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM STRATEGI PEMASARAN PRODUK
GADAI DAN CICILAN EMAS" (Studi Pada
Nasabah BSI KCP Pringsewu)**

Nama : Dewi Mutia

NPM : 1951020297

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dapat dipertahankan dalam
Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E
NIP. 197920637614721003

Diah Muliafatul Hasyim, M.E.Sy
NIP. 201601021990828119

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Any Eliza, S.E., M.Ak
NIP. 198308152006042004

KEMENTERIAN AGAMA



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI PERBANKAN SYARIAH**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratminto Sukarame Bandar Lampung telp (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Produk Gadai Dan Cicilan Emas (Studi Pada Nasabah BSI-KCP Pringsewu)”** yang disusun oleh: **Dewi Mutia NPM. 1951020297** Program Studi: Perbankan Syariah, telah diujikan pada sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Senin, 30 Oktober 2023**

TIM PENGUJI

Ketua

: **H. Supaijo, S.H., M.H**

Sekretaris

: **Gustika Nurmalia, M.Ek**

Penguji I

: **Rosydalina Putri, M.S.Ak., Akt**

Penguji II

: **Diah Mukminatul Hasyim, M.E.Sy**



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M. Akt. CA

NIP. 197009262008011008

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

(QS. An-Nisa :29)



PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT dan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas karunia-Nya yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

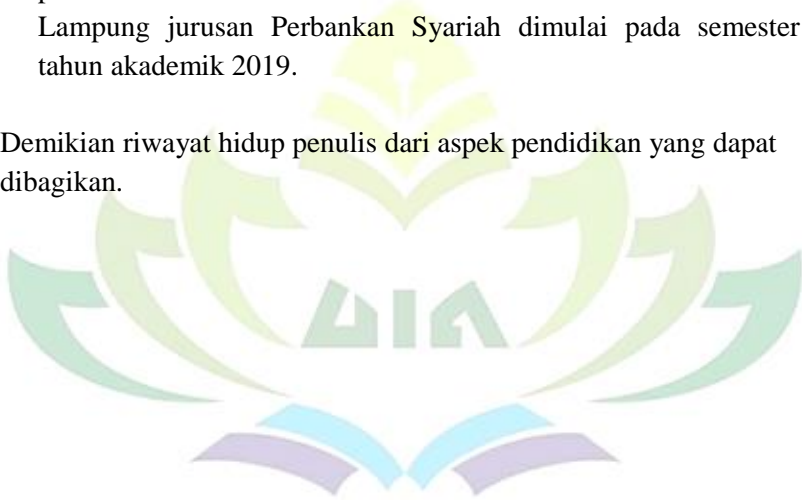
1. Orang tua ku tercinta, Bapak Maralil dan Ibu Zalipah yang sangat aku hormati, aku sayangi, dan sangat ku cintai. Terima kasih untuk segala hal yang telah kalian berikan untukku baik dalam bentuk materi maupun doa yang selalu kalian panjatkan dengan sepenuh hati. Terima kasih sudah selalu berjuang untuk bisa mengantarkan ku hingga sampai ke pendidikan tertinggi ini. Terima kasih atas motivasi dan nasehat-nasehat yang selalu diberikan, semoga kalian berdua selalu diberikan kesehatan dan umur panjang.
2. Ketiga kakak ku, ngah Meri, ngah Rika, abang Yogi yang aku sayangi, terima kasih atas segala dukungan dan doa yang selalu dipanjatkan selama ini.
3. Terima kasih kepada perempuan sederhana namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis sebuah karya ini, diri saya sendiri, Dewi Mutia. Seorang perempuan sederhana yang berumur 22 tahun pada saat menciptakan karya tulis ini. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini melewati banyaknya rintangan hidup yang tidak tertebak adanya. Terima kasih tetap memilih hidup dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walaupun sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Berbahagialah selalu dimanapun berada Dewi, rayakan selalu kehadiranmu.
4. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung sebagai tempat penulis belajar dan berproses menjadi lebih baik. Khususnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah tempat penulis menuntut ilmu .

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Dewi Mutia, dilahirkan di Desa Tanjung Setia pada tanggal 12 Februari 2001. Penulis merupakan anak ke empat dari pasangan Bapak Maralil dan Ibu Zalipah. Adapun jenjang pendidikan yang ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. TK Aisyah Bustanul Athfal (ABA) Tanjung Setia, selesai tahun 2007.
2. SD Negeri 1 Tanjung Setia, selesai tahun 2013.
3. SMP Negeri 1 Tanjung Jati, selesai tahun 2016.
4. SMA Negeri 1 Pesisir Selatan, selesai tahun 2019.
5. Melanjutkan Melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung jurusan Perbankan Syariah dimulai pada semester 1 tahun akademik 2019.

Demikian riwayat hidup penulis dari aspek pendidikan yang dapat dibagikan.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah *robbil'alamin*, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Shalawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang selalu berjuang di jalan Allah SWT yang telah memberikan banyak contoh suritauladan yang baik sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari menuntut ilmu.

Selama penyusunan skripsi ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang dialami oleh penulis, baik menyangkut waktu, pengumpulan data, biaya maupun lainnya. Namun hidayah dan inayah Allah SWT serta berkat usaha disertai dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka kesulitan dan hambatan itu dapat diatasi sebaik-baiknya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam keberhasilan skripsi ini tidak terlepas dari adanya bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Wan Jamaluddin Z., M.Ag., Ph.D selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto., S.E., M.M., Akt., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
3. Ibu Any Eliza., S.E., M.Ak., selaku ketua jurusan Perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
4. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E selaku pembimbing I dan Ibu Diah Mukminatul Hasyim, M.E.Sy selaku pembimbing II atas segala waktu dan arahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya dengan waktu yang tepat.

5. Seluruh Dosen, staf dan karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam dan perpustakaan umum UIN Raden Intan Lampung yang Telah memberikan data refrensi dan lain-lain.
6. Seluruh Pegawai Bank BSI KCP Pringsewu yang telah memberikan kesempatan, pengalaman dan izin serta data yang peneliti perlukan.
7. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan serta tiada hentinya memberikan doa dan kasih sayangnya dalam setiap langkah sehingga penulis bisa mencapai harapan dan cita-cita.
8. Kakak-kakak ku tersayang, ngah Meri, ngah Rika dan abang Yogi terima kasih sudah selalu mendukung dan selalu mendoakan ku agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat-sahabatku, dan seluruh teman Perbankan Syariah angkatan 2019 khususnya perbankan syariah kelas F seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan dukungan selama perkuliahan dan berbagai keluh kesah serta keceriaan.
10. Untuk diriku sendiri yang sudah kuat dan pantang menyerah hingga saat ini, yakinlah Allah akan menguji tetapi Allah juga yang berjanji akan setia membersamai.
11. Almamater UIN Raden Intan Lampung dan semua pihak yang turut dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga atas bantuan semua pihak yang tidak semua penulis bisa sebutkan dapat dibalas oleh Allah SWT dengan segala kebaikan-Nya, Aamiin Allahumma Aamiin. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, untuk kesempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak.

Demikian Pengantar dari saya, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti berikutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bandar Lampung, 14 Agustus 2023

Penulis

Dewi Mutia
NPM.1951020297

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| PERSETUJUAN..... | v |
| PENGESAHAN..... | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN..... | viii |
| RIWAYAT HIDUP | ix |
| KATA PENGANTAR..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---|----|
| A. Penegasan Judul..... | 1 |
| B. Latar Belakang..... | 2 |
| C. Fokus dan Subfokus Penelitian | 11 |
| D. Rumusan Masalah..... | 11 |
| E. Tujuan Penelitian | 11 |
| F. Manfaat Penelitian | 12 |
| G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan | 12 |
| H. Metode Penelitian | 26 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|---|----|
| A. Strategi Pemasaran..... | 32 |
| 1. <i>Theory Of Reasoned Action</i> | 32 |
| 2. Pengertian Strategi Pemasaran | 33 |
| 3. Bauran Pemasaran | 35 |
| 4. Indikator Strategi Pemasaran..... | 37 |
| B. Gadai dan Cicilan Emas | 38 |
| 1. Gadai Emas | 38 |
| a. Pengertian Gadai Emas | 38 |
| b. Rukun dan Syarat Gadai..... | 40 |
| c. Prinsip Gadai Emas Syariah..... | 42 |
| d. Dasar Hukum Gadai Emas | 43 |

| | |
|---|----|
| e. Persamaan Gadai Konvensional dan Gadai Syariah | 45 |
| f. Perbedaan Gadai Konvensional dan Gadai Syariah | 49 |
| 2. Cicilan Emas | 52 |
| a. Pengertian Cicilan Emas..... | 52 |
| b. Keuntungan Investasi dengan Produk Cicilan Emas..... | 52 |
| C. Etika Bisnis Islam | 53 |
| 1. Pengertian Etika Bisnis Islam..... | 54 |
| 2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam..... | 54 |
| 3. Prinsip Etika Bisnis Islam..... | 55 |
| 4. Fungsi Etika Bisnis Islam | 57 |

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 59 |
| 1. Sejarah Bank Syariah Indonesia | 59 |
| 2. Profil Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu | 60 |
| 3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia..... | 61 |
| 4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu..... | 62 |
| B. Penyajian Fakta Dan Data Penelitian | 63 |

BAB IV ANALISIS DATA

| | |
|--|----|
| A. Strategi Pemasaran Produk Gadai Dan Cicilan Emas Yang Dilakukan BSI KCP Pringsewu | 67 |
| B. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Produk Gadai Dan Cicilan Emas Di BSI KCP Pringsewu | 77 |

BAB V PENUTUP

| | |
|----------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 97 |
| B. Rekomendasi | 97 |

| | |
|----------------------------|-----------|
| DAFTAR RUJUKAN..... | 99 |
|----------------------------|-----------|

| | |
|----------------------|------------|
| LAMPIRAN..... | 105 |
|----------------------|------------|

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 1.1 Jumlah Nasabah BSI KCP Pringsewu..... | 10 |
| Tabel 1.2 Kajian Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| Tabel 2.1 Persamaan Gadai Konvensional dan Gadai Syariah..... | 45 |
| Tabel 2.2 Perbedaan Gadai Konvensional dan Gadai Syariah..... | 49 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Menjadi langkah awal untuk memahami penelitian ini, maka diperlukan penegasan arti serta makna dari setiap istilah dalam judul penelitian ini. Penegasan judul ini dilakukan untuk mempermudah serta menghindari kesalahpahaman bagi para pembaca. Adapun judul penelitian ini ialah “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Gadai Dan Cicilan Emas Di Bank BSI KCP Pringsewu*”

1. Implementasi adalah pelaksanaan atau penerapan.¹
2. Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).²
3. Bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan.³
4. Strategi adalah rencana yang cermat mengani kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁴
5. Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan.⁵
6. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁶

¹ “Pengertian Implementasi,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d.

² “Etika,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d., <https://kbbi.web.id/etika>.

³ “Bisnis,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d., <https://kbbi.web.id/bisnis>.

⁴ “Pengertian Strategi,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d., <https://kbbi.web.id/strategi>.

⁵ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2011).

⁶ Daryanto, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Satu Nusa, 2011).

7. Gadai adalah barang yang diserahkan sebagai tanggungan utang.⁷
8. Cicilan adalah uang untuk mencicil atau angsuran.⁸
9. Emas adalah logam yang bersifat lunak dan mudah ditempa, kekerasannya berkisar antara 2,5 – 3 (skala Mohs), serta berat jenisnya tergantung pada jenis dan kandungan logam lain yang berpadu dengannya.⁹

B. Latar Belakang Masalah

Kegiatan usaha pada dasarnya adalah kegiatan manusia untuk mencukupi kebutuhan hidupnya baik berupa produksi, konsumsi, distribusi, dan kegiatan lainnya. Bagi umat muslim, kegiatan tersebut merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari tugas kekhalifahan dan ibadah kepada Allah SWT. Oleh karena itu, kegiatan tersebut harus dilandasi dan terikat dengan prinsip dan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-quran dan as-Sunnah.¹⁰ Sebagai aktivitas berorientasi duniawi, bisnis dapat dikaitkan dengan pedoman syariah dan dikaitkan dengan nilai-nilai islam yang shaleh untuk mengurangi bahkan menghilangkan penipuan bisnis. Islam menghargai aktivitas bisnis meskipun merupakan aktivitas dunia yang didalamnya penuh dengan nafsu, bahkan kepentingan dan mungkin keserakahan.¹¹

⁷ “Gadai,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d., <https://kbbi.web.id/gadai>.

⁸ “Cicilan,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d., <https://kbbi.web.id/cicil>.

⁹ “Emas,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d., <https://kbbi.web.id/emas>.

¹⁰ Erik Lesmana, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Oleh :” 15, no. 2 (2010): 341–58.

¹¹ Ika Rinawati, M.Yusuf Azwar Anas, and Yuliyanti M. Manan, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Manajemen Pemasaran,” *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2021): 126, <https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.5706>.

Secara umum, etika terdiri dari etika umum dan etika khusus. Etika umum, umumnya membahas norma dan nilai moralitas, kondisi mendasar bagi orang untuk bertindak secara etis, bagaimana orang membuat keputusan etis, bagaimana orang membuat keputusan etis, teori etika, lembaga-lembaga normatif (yang terpentingnya adalah hati) dan sejenisnya. Etika umum sebagai ilmu moral sebagai ilmu moral atau filsafat itu dapat dianggap sebagai etika teoritis, meskipun istilah ini tidak tepat karena etika selalu dikaitkan dengan perilaku dan keadaan praktis dan terkini dari orang-orang dalam kehidupan sehari-hari mereka tidak hanya tentang teoritis saja. Sementara itu, etika khusus itu adalah penerapan prinsip atau norma-norma moral dasar dalam bidang kehidupan.¹²

Masalah etika merupakan salah satu landasan yang harus diciptakan dan dimiliki oleh setiap pelaku bisnis. Etika pada dasarnya adalah standar atau moralitas tentang benar dan salah, baik dan buruk. Etika bertujuan untuk merangsang kesadaran manusia untuk bertindak secara otonom daripada heteronom. Etika yang dimaksudkan untuk membantu manusia bertindak bebas tetapi dipertanggungjawabkan. Kebebasan dan tanggung jawab adalah elemen mendasar dari otonomi moral yang merupakan salah satu prinsip dasar moralitas termasuk etika bisnis.¹³

Etika dalam ajaran islam mengatur semua aspek perilaku manusia, dan kebanyakan orang menghadapi banyak masalah etika, baik dalam bisnis maupun kehidupan sehari-hari. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang beretika. Pengusaha muslim harus memiliki dasar etika bisnis yang kuat untuk memberikan pengalaman bisnis yang nyaman dan

¹² Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis*, Cv Irdh, 2019.

¹³ Abdul Hamid and Muhammad Kamal Zubair, "Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah," *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2019): 16–34, <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037>.

bermanfaat.¹⁴ Seiring berjalannya waktu, bisnis saat ini semakin berkembang. Seorang pengusaha tidak hanya harus memiliki keberanian dalam mengambil tindakan, tetapi juga harus dengan pengetahuan dan wawasan yang mendukung, sehingga keputusan bisnis yang diambil dapat ditekan seminimal mungkin risikonya dan mengoptimalkan profitnya.¹⁵

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pemantauan program yang dirancang untuk menghasikan transaksi ditarget pasar, sehingga produk, harga, promosi dan distribusi berdasarkan prinsip yang saling menguntungkan, dapat memenuhi kebutuhan individu atau kelompok. Dengan sejarah umat manusia, ada yang meminta da nada yang menawarkan untuk memenuhi kebutuhannya. Pemasaran telah menerima banyak perhatian baik dari perusahaan, instansi, dan Negara.¹⁶ Sesuai prinsip syariah kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang melakukan segala upaya untuk kepentingan diri sendiri. Pada masa Nabi istilah pemasaran tidak banyak dikenal, saat itu konsep yang dikenal adalah jual beli (bay') yang memang sudah ada sebelum islam dating. Pemasaran pada saat itu dilakukan dengan cara komunikasi dan silaturahmi untuk memperkenalkan produk atau barang dagangan.¹⁷

Dengan perkembangan teknologi informasi dan bisnis global, teknik pemasaran telah berubah dan berkembang pesat. Semuanya dapat dilakukan dengan cepat, efisien dan tanpa batas ruang dan waktu. Oleh karena itu pemasar produk perbankan perlu kreatif dan inovatif dalam melakukan

¹⁴ Kurniasari, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Mandiri Di Polewali Mandar," *Skripsi*, 2020, <http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1518>.

¹⁵ Abd.ghafur, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Abd. Ghafur 1," *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, no. 2 (2018): 1–21.

¹⁶ Hamid and Zubair, "Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah."

¹⁷ Widyastuti, *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis*.

kegiatan pemasaran tersebut. Seorang pemasar harus merasakan bahwasanya dalam setiap kegiatan pemasarannya ia selalu diawasi oleh Allah SWT, sehingga dalam melaksanakan kegiatan memasarkan produk yang dijualnya dilakukan dengan cara hati-hati. Dalam Al-qur'an surat Al-Mujadilah ayat 7 Allah berfirman:

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ مَا يَكُونُ مِنْ نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ رَابِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ وَلَا آدْنَىٰ مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرَ إِلَّا هُوَ مَعَهُمْ أَيْنَ مَا كَانُوا ثُمَّ يُنَبِّئُهُمْ بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ الْقِيَامَةِ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya : *“Tidaklah kamu perhatikan, bahwa sesungguhnya Allah mengetahui apa yang ada di langit dan di bumi? Tiada pembicaraan rahasia antara tiga orang, melainkan Dialah keempatnya. Dan tiada (pembicaraan antara) lima orang, melainkan Dialah keenamnya. Dan tiada (pula) pembicaraan antara jumlah yang kurang dari itu atau lebih banyak, melainkan dia berada bersama mereka di manapun mereka berada. Kemudian Dia akan memberitahukan kepada mereka pada hari kiamat apa yang telah mereka kerjakan. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu.”* (Q.S. Al-Mujadilah : 7)

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia dapat diklasifikasikan cepat dan factor yang menjadikan salah satunya adalah keyakinan pada masyarakat muslim bahwa bank secara konvensional mengandung unsur riba yang dilarang oleh islam. System keuangan adalah tatanan ekonomi disuatu Negara yang berperan dan bekerja diberbagai layanan keuangan yang diselenggarakan oleh lembaga keuangan.¹⁸ Bank memainkan peran yang sangat

¹⁸ Hotma Anni Nasution, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas,” 2014.

penting dalam kehidupan sehari-hari. Terutama karena masalah berkembangnya ekonomi. Bank adalah lembaga keuangan dengan tugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat serta memberikan jasa lainnya, baik hanya menghimpun dana, menyalurkan dana saja atau keduanya menghimpun dan menyalurkan untuk tujuan menerima manfaat. Peraturan terkait bank syariah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank Syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah, unit usaha syariah, dan pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Bank syariah tidak hanya bank bebas bunga, tetapi berorientasi pada kinerja kesejahteraan.¹⁹

Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dalam strategi yaitu bahwa para manager memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.²⁰ Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya usaha suatu organisasi. Dengan kata lain, strategi yaitu sebuah rencana yang dilakukan untuk mencapai misi perusahaan.

Salah satu Perbankan Syariah yang ada dan eksis di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia adalah bank yang bermarger dari tiga bank besar di Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Penyatuan ini akan menggabungkan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih

¹⁹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali, 2013).

²⁰ Ahmad Ainul Yaqin, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2019): 229–37.

besar. Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas.²¹ Bank Syariah Indonesia memiliki produk yang diminati oleh masyarakat dan digunakan untuk investasi masa depan. Berinvestasi secara umum sebuah istilah yang memiliki beberapa arti terkait dengan keuangan dan ekonomi, *to use (money) make more money out off something that expected to increase in value*. Istilah ini terkait dengan akumulasi suatu bentuk aset dengan harapan menghasilkan keuntungan masa depan. Salah satunya adalah emas yang dapat digunakan konsumen, investor untuk di investasi sebagai simpanan masa depan, untuk pendidikan anak-anak, dan aset darurat yang mempunyai nilai lebih.²²

Dalam hal pembiayaan di Bank Syariah Indonesia, ada dua jenis produk yang berkaitan dengan pembiayaan emas di perbankan syariah, yakni gadai (Rahn) emas dan cicil (murabahah) emas yang telah dipraktikkan oleh beberapa bank di Indonesia. Pengertian gadai adalah penyerahan suatu benda berharga dari seseorang kepada orang lain untuk berhutang. Benda tersebut dijadikan jaminan utang (pinjaman) agar dapat dibayar dengan harganya oleh pihak yang wajib membayarnya, apabila ia gagal (berhalangan) melunasinya.²³

Gadai adalah salah satu struktur peminjaman yang dapat diperoleh dengan menyerahkan jaminan aset atau harta. Gadai emas di bank syariah dapat dilakukan dengan beberapa opsi akad seperti akad qardh dalam konteks rahn dan akad ijarah. Akad qardh dalam rangka rahn adalah akad yang memberikan pinjaman kepada nasabah melalui bank syariah dengan memberikan jaminan emas yang diserahkan. Akad ijarah digunakan untuk memungut pajak sewa atas pemeliharaan agunan emas di bank. Akad rahn sendiri dapat

²¹ "Bank Syariah Indonesia," bsi.co.id, n.d., <https://www.bankbsi.co.id/>.

²² Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syariah* (Bandung: Cv Alfabet, 2010).

²³ Sigit Triandaru, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: Edisi 2 Salemba Empat, 2006).

didefinisikan sebagai perjanjian pinjaman yang diberikan oleh bank dengan penyerahan agunan barang diserahkan oleh nasabah. Dalam hal akad qard dalam konteks rahn, ada juga bank syariah yang memisahkan penggunaan akad qardh dan akad rahn.²⁴

Bank Indonesia telah mengeluarkan peraturan tentang produk-produk yang akan ditawarkan oleh bank syariah kepada nasabahnya, yaitu melalui peraturan Bank Indonesia Nomor 10/17/PBI/2008 tentang produk bank syariah dan unit usaha syariah. Praktik Gadai emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu juga didasarkan oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang rahn dan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang rahn emas.²⁵ Dengan adanya kecenderungan nasabah akan menggadaikan emasnya pada harga emas sedang naik, maka dengan adanya harga emas yang sedang naik tersebut nasabah akan mendapatkan pinjaman yang lumayan cukup besar. Sebaliknya saat harga turun masyarakat akan cenderung untuk menahan atau membeli emas.

Produk cicilan emas merupakan salah satu produk yang dikeluarkan oleh bank syariah Indonesia KCP Pringsewu dimana produk ini merupakan fasilitas perbankan sebagai kepemilikan emas bagi nasabah atau masyarakat. Produk cicilan emas memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki emas batangan melalui dengan cicilan bulanan selama dua hingga lima tahun. Produk menggunakan akad murabahah, yang artinya akad penyediaan barang berdasarkan sistem jual beli, bank sebagai penjual menyediakan kebutuhan nasabah dengan harga perolehan ditambah keuntungan yang

²⁴ Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung and Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung, "Analisa Pembiayaan Gadai Emas Di Pt. Bank Syari'Ah Mandiri Kcp Setia Budi," *Jurnal Al-Qasd* 1 (2020): 117.

²⁵ Renny Tri Setiani, "Penerapan Akad Murabahah Dalam Produk Gadai Emas Bank Syariah Mandiri (Bsm) Di Kantor Cabang Sleman," *Jurnal Kajian Hukum* Vol.3, no. No.2 (2018): 579–95, www.journal.uta45jakarta.ac.id.

disepakati. Jenis emas yang dibiayai adalah emas lantakan (batangan) minimal 10 gram maksimal 250 gram.

Akad yang digunakan sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yaitu Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai menjelaskan bahwa pada cicil emas itu diperbolehkan selama emas tidak menjadi alat tukar (uang), baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah. Dalam transaksi ini ada tiga batasan dan ketentuan sebagai berikut.²⁶

- Harga jual (*tsaman*) tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perjanjian waktu setelah jatuh tempo.
- Emas yang dibeli dengan pembayaran tidak tunai boleh dijadikan jaminan (*rahn*).
- Emas yang dijadikan jaminan sebagaimana dimaksud diatas tidak boleh diperjualbelikan atau dijadikan obyek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu merupakan salah satu bank syariah yang memiliki peran sebagai fasilitator sekaligus pendukung bagi kebutuhan masyarakat dalam hal gadai dan cicil emas. Dengan adanya peran seperti itu, masyarakat dapat menyalurkan dana kepada bank untuk investasi ataupun disalurkan kepada pihak lain. Selain itu, masyarakat juga dapat melakukan pembiayaan kepada bank untuk memenuhi kebutuhan yang ada.

Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu melakukan strategi pemasarannya dengan mengetahui pasar yang akan ditempati untuk memasarkan produknya, apakah akan menarik calon nasabah atau tidak. Berdasarkan wawancara dengan bapak Faisal bahwa pemasarannya dilakukan dengan langsung mendatangi instansi-instansi, sekolah, rumah sakit,

²⁶ Damayanti, Ambardi, and Mukhaer Pakkana, "Analisis Komparasi Pengaruh Model Aida Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Cicilan Emas Pada Dua Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri," *LIQUIDITY: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen* Vol. 9, no. 2 (2020): 123–32.

pasar, nasabah eksisting, dan nasabah baru. Pemasaran yang dilakukan tidak hanya itu melainkan juga dengan menyebarkan brosur yang berisikan ulasan mengenai produk.

Berdasarkan informasi yang telah diperoleh dari Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu, bahwa layanan gadai dan cicil emas mendapat animo yang cukup besar dari masyarakat. Dengan banyaknya minat masyarakat terhadap gadai dan cicil emas, membuat produk ini menjadi salah satu produk unggulan di BSI KCP Pringsewu. Jaminan gadai emas yang diberikan masyarakat berupa perhiasan dari 16 krat sampai dengan emas 24 dan logam mulia (lokal, antam, dan uhs) mulai dari kadar yang rendah sampai kadar yang lebih tinggi.²⁷ Jumlah nasabah dari produk gadai dan cicilan emas empat tahun terakhir ditunjukkan dengan data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Peningkatan Nasabah BSI KCP Pringsewu

| Tahun | Gadai | Cicil |
|--------------|--------------|--------------|
| 2019 | 54 | 67 |
| 2020 | 105 | 152 |
| 2021 | 88 | 143 |
| 2022 | 136 | 172 |

Sumber : Pawning Apresial BSI Pringsewu

Dari tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu mengalami peningkatan dan penurunan. Dimana nasabah yang menggunakan produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu pada tahun 2022 yaitu sebanyak 136 untuk produk gadai dan 172 produk cicil emas dan jumlah tersebut lebih banyak peminatnya dibandingkan dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas dengan mengangkat judul

²⁷ Faisal, *Wawancara Dengan Pegawai Bank BSI KCP Pringsewu Selaku Pawning Apresial* (Pringsewu, 8 Desember 2022, n.d.).

penelitian “**Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Produk Gadai Dan Cicilan Emas Di Bank BSI KCP Pringsewu**”.

C. Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, untuk lebih efektif dalam melaksanakan penelitian ini dan mengingat luasnya penelitian ini, maka kajian penelitian ini dibuat fokus penelitian untuk menghindari kesalahpahaman yang menimbulkan kekacauan dalam penulisan skripsi ini. Didalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup dan fokus masalah yang diteliti yaitu “Implementasi etika bisnis islam dalam strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di bank BSI KCP Pringsewu”.

Adapun subfokus penelitian antara lain:

1. Strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas yang dilaksanakan oleh bank BSI KCP Pringsewu
2. Kegiatan strategi pemasaran produk yang dilakukan bank BSI KCP pringsewu sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis islam

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis islam dalam strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu
2. Untuk mengetahui implementasi etika bisnis islam dalam strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di Bank BSI KCP Pringsewu

F. Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan lainnya, lebih rincinya sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk mengetahui etika bisnis islam yang diterapkan terhadap strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas. Dapat menambah wawasan serta pengetahuan sebagai aplikasi ilmu yang telah diperoleh selama dibangku perkuliahan dan penerapan teori yang berkaitan dengan manajemen pembiayaan pada produk investasi emas di perbankan syariah.

2. Bagi Lembaga Keuangan

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi lembaga keuangan syariah dan lainnya sebagai bahan solusi yang nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan bank dan lembaga keuangan syariah untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam persaingan inovasi produk, layanan, promosi antar bank dengan lembaga keuangan lainnya, dan sebagai bahan pertimbangan dalam memberikan pembiayaan, kepuasan dan pelayanan kepada nasabah.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat sehingga dapat memilih bank syariah sebagai mitra bisnis, menabung dan berinvestasi dengan menjadikan konsep persaudaraan muslim dengan kepercayaan yang tinggi tentang investasi agar bank syariah dapat berkembang di Indonesia dan penelitian ini bertujuan untuk menjadi informasi terkait produk gadai dan cicilan emas sebagai pilihan untuk berinvestasi.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu dimaksudkan untuk menggali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yang dapat

membantu dalam penyempurnaan hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Kajian Penelitian Terdahulu

| No | Penulis | Judul Penelitian | Hasil |
|----|---------------------|--|---|
| 1. | Edi Siswanto (2018) | Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Layanan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu | Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas layanan produk gadai emas pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu menurut tinjauan etika bisnis islam sesuai dengan etika bisnis islam, hal ini dapat dilihat dari transparansi dalam pengetahuan sistem dan mekanisme penentuan harga, keadilan dan keseimbangan. Dalam proses transaksi petugas gadai memulai pelayanan dengan mengucapkan salam, berpenampilan rapi, menjaga kebersihan, mempunyai pengetahuan yang mumpuni terkait jasa gadai emas dan |

| | | | |
|----|----------------------------|---|---|
| | | | ditutup dengan salam. ²⁸ |
| 2. | Hotma Anni Nasution (2021) | Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan | Menyimpulkan strategi pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) dengan 4P (<i>product, price, place, dan promotion</i>). Dimana dengan strategi tersebut produk yang paling diminati oleh nasabah adalah produk gadai emas, harga yang diberikan juga sangat murah dan sesuai dengan barang yang dijaminan. ²⁹ |
| 3. | Cut Nurvajri TR (2019) | Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh | Menimpulkan bahwa strategi pemasarn produk cicil emas yang diterapkan adalah menggunakan langkah-langkah pemasaran yang terdiri dari <i>segmentation, tergeting, positioning, dan</i> |

²⁸ E D I Siswanto, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Layanan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri," 2019.

²⁹ Nasution, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas."

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | <p>marketing mix. Segmentasi pasar yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh ini sangat membantu dalam penentuan sasaran pasar. Kemudian dalam menentukan targeting pasar Bank Syariah Mandiri ingin menjangkau semua kalangan tanpa terkecuali, sedangkan dalam positioningnya bank syariah mandiri memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang merupakan solusi terbaik untuk memberikan berbagai fasilitas produk dan jasa kepada masyarakat. Kemudian dalam marketing mix BSM KCP Darussalam menerapkan bauran strategi promosi berupa periklanan (advertising), penjualan pribadi (personal selling), dan publisitas.</p> |
|--|--|--|--|

| | | | |
|----|-------------------|--|--|
| 4. | Kurniasari (2020) | Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Mandiri di Polewali Mandar | Menyimpulkan bahwa proses pemasaran pada Bank Syariah Mandiri meliputi analisis peluang dan promosi serta dilakukan bantuan sponsor ke instansi mitra (yang sudah bekerja sama). Implementasi pemasaran berdasarkan etika bisnis islam pada Bank Syariah Mandiri di Polewali Mandar telah diterapkan dengan baik, baik itu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, maupun prinsip kebenaran dalam melakukan transaksi maupun pembiayaan telah transparan serta mengutamakan kejujuran juga harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan aturan bisnis yang di syariatkan oleh Allah SWT., bukan hanya sekedar |
|----|-------------------|--|--|

| | | | |
|----|-------------------------|--|---|
| | | | mencari keuntungan saja tetapi mengikuti aturan bisnis yang ada. ³⁰ |
| 5. | Ahmad Maulidizen (2016) | Aplikasi Gadai Emas Syariah: Studi Kasus Pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru | Hasil penelitiannya adalah pembiayaan gadai emas syariah pada Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru diberikan dalam waktu 120 hari dan pelunasan dapat dibayar sekaligus atau dicicil. Implementasi pembiayaan gadai emas syariah dapat memberikan manfaat untuk pihak yang berakad (Bank dan nasabah), bank mendapatkan pendapatan berupa <i>fee</i> dan nasabah dapat memenuhi kebutuhannya terhadap sesuatu yang diinginkan. Implementasi pembiayaan syariah pada Bank BRI Syariah sudah sesuai dengan apa |

³⁰ Kurniasari, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Mandiri Di Polewali Mandar."

| | | | |
|----|---------------------|--|--|
| | | | yang diatur dalam fatwa DSN-MUI. ³¹ |
| 6. | Eva Fauziyah (2019) | Analisis Mekanisme Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam | Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa mekanisme dan penerapan akad produk cicil emas sudah akurat dan terpercaya namun masih belum maksimal dalam pelaksanaan disetiap proses dan tahapan pada produk cicil emas khususnya pada saat proses pengangkatan kurang maksimalnya kualitas pelayanan mekanisme dan penerapan akad produk cicil emas berdampak pada peningkatan nasabah pada produk yang akan ditawarkan kepada nasabah. ³² |
| 7. | Salma (2016) | Strategi Pemasaran | Hasil dari penelitian |

³¹ Ahmad Maulidizen, "Aplikasi Gadaai Emas Syari'ah: Studi Kasus Pada BRI Syari'ah Cabang Pekanbaru," *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2016): 76, <https://doi.org/10.22219/jes.v1i1.2698>.

³² Eva Fauziyah, "Analisis Mekanisme Dan Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang)," *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | <p>Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Nasabah Di Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kab. Pinrang</p> | <p>menyimpulkan perencanaan strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh pegadaian syariah watang sawitto dalam memasarkan produk gadai syariah dapat meningkatkan minat nasabah terhadap pelayanan syariah, dilihat dari banyaknya nasabah baru yang melakukan transaksi gadai syariah dan nasabah yang lama pindah kembali lagi ke pegadaian syariah. Strategi pemasaran yang dipasarkan dapat meningkatkan jumlah nasabah tiap tahunnya, karena strategi pemasaran yang disampaikan kepada nasabah memang benar terbukti kebenarannya dari membagi brosur sampai melakukan sosialisasi yang dilakukan dengan jujur, benar, dan tidak unsur kebohongan, paksaan, dan</p> |
|--|--|---|--|

| | | | |
|----|-----------------------------|--|---|
| | | | lainnya. ³³ |
| 8. | Rika Rahmadina Putri (2020) | Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Prabumulih | Hasil penelitiannya adalah strategi pemasaran pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Prabumulih belum memenuhi bauran pemasaran antara teori dan praktek di lapangan. Terutama pada strategi promosi yang sangat berperan penting dalam pemasaran. Sehingga produk cicil emas (lantakan) ini belum dikenal banyak orang selain dari itu kebanyakan masyarakat menengah kebawah masih mengalami kesulitan dalam hal keuangan terlebih kondisi perekonomian ditengah wabah pandemi Corona virus Disease 2019 dimana masyarakat menengah ke bawah lebih mementingkan |

³³ Salma, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Nasabah Di Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kab. Pinrang," *Https://Medium.Com/*, 2016, <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

| | | | |
|----|--------------------------------|--|---|
| | | | kebutuhan daripada keinginan. Dibuktikan dengan adanya penurunan pembiayaan produk tersebut di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Prabumulih. ³⁴ |
| 9. | Fachrudin Fiqri Affandy (2020) | Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura | Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa strategi yang digunakan mampu menarik minat masyarakat terutama di produk gadai emas (rahn) yang merupakan salah satu alternatif pendanaan yang tidak menyulitkan nasabah untuk mendapatkan pinjaman uang. Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga. Namun, pegadaian syariah sendiri memperoleh keuntungan dari biaya penitipan jasa (barang) yang digadaikan. Promosi yang dilakukan dengan |

³⁴ Rika Rahmadina Putri, "Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Prabumulih," *Mekari* 2, no. November (2017): 147–60.

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>cara pembagian brosur, melalui media sosial, dan juga pemasangan pamflet. Strategi tempat yang dinilai sangat strategis karena berada dipinggir jalan mampu memberikan kemudahan masyarakat untuk tidak terlalu susah mencari outlet di Pegadaian Syariah sendiri. Para pegawai yang sudah mahir serta ramah dan sopan serta proses peminjaman yang cepat dan juga fasilitas yang membuat nyaman para nasabah. Kendala yang dihadapi seperti cuaca yang menghambat dalam pembagian brosur namun untuk mengatasi kendala tersebut mereka juga memasarkan kepada para nasabah yang datang ke outlet atau kantor.³⁵</p> |
|--|--|--|

³⁵ Fachrudin Fiqri Affandy and Siti Jum Iyyah, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura" 1 (2020): 89.

| | | | |
|-----|-------------------------------------|---|--|
| 10. | Dita Rohmaniyatu l Mughniyah (2012) | Implementasi Strategi Promosi Pada Produk Cencil Emas PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lawang | Hasil penelitiannya adalah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lawang telah mengimplementasikan strategi promosi pada produk cencil emas mulai dari <i>advertising, sales promotion, public relation, personal selling</i> dan <i>direct marketing</i> . Dengan berbagai strategi yang telah diterapkan dapat memberikan dampak positif terhadap PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lawang. Semakin banyaknya masyarakat yang mengenal produk ini, hal tersebut yang menjadi puncak dari keberhasilan sebuah strategi tersebut. ³⁶ |
|-----|-------------------------------------|---|--|

³⁶ Dita Rohmaniyatul Mughniyah, "Implementasi Strategi Promosi Pada Produk Cencil Emas PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lawang" (2012).

Dari tabel penelitian terdahulu diatas, maka penelitian ini memiliki perbedaan diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Edi Siswanto tahun 2018 dengan judul Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Layanan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa penelitian tersebut hanya meneliti layanan produk gadai saja dan objeknya Bank Syariah Mandiri. Sedangkan dalam penelitian ini juga meneliti produk cicil emas serta objeknya adalah Bank Syariah Indonesia.
2. Penelitian Hotma Anni Nasution tahun 2021 yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa penelitian tersebut hanya melakukan penelitian terhadap strategi pemasarannya saja dan objeknya adalah pegadaian sedangkan dalam penelitian ini meneliti pengaruh terhadap etika bisnis islam dan objeknya pada Bank Syariah Indonesia.
3. Penelitian yang dilakukan Cut Nurvajri TR tahun 2019 dengan judul Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa dalam penelitian tersebut objeknya di Bank Syariah Mandiri dan hanya meneliti tentang produk cicil emas saja. Sedangkan dalam penelitian ini melakukan penelitian pada produk gadai juga.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari tahun 2020 dengan judul Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Mandiri di Polewali Mandar memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa penelitian tersebut melakukan penelitian pada semua produk yang ada di Bank Syariah Mandiri yang ada di Polewali Mandar, sedangkan penelitian ini berfokus pada produk gadai dan cicilan emas yang di Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Maulidizen dengan judul Aplikasi Gadai Emas Syariah: Studi Kasus Pada BRI

Syariah Cabang Pekanbaru memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa penelitian tersebut hanya berfokus pada aplikasi gadai emasnya saja, sedangkan penelitian ini meneliti produk gadai dan cicilan emas serta pengaruh strategi pemasarannya dengan etika bisnis islam.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Eva Fauziyah tahun 2019 dengan judul Analisis Mekanisme Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa penelitian tersebut meneliti penerapan akad pada produk cicil terhadap minat nasabah, sedangkan dalam penelitian ini tidak berfokus pada produk cicilnya saja melainkan produk gadainya juga serta meneliti pengaruh strategi pemasarannya terhadap etika bisnis islam.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Salma tahun 2016 dengan judul Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Nasabah Di Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kab. Pinrang memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa penelitian tersebut hanya meneliti produk gadainya saja dan objeknya di Pegadaian Syariah, sedangkan penelitian ini juga meneliti produk cicil emas dan objeknya di Bank Syariah Indonesia.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Rika Rahmadina Putri tahun 2020 dengan judul Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Prabumulih memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa penelitian tersebut meneliti implementasi strategi pemasarannya pada produk cicil emas, sedangkan penelitian ini meneliti strategi pemasaran produk gadai dan cicil emas apakah berpengaruh dengan etika bisnis islam.
9. Penelitian yang dilakukan oleh Fachrudin Fiqri Affandy tahun 2020 dengan judul Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa penelitian tersebut objeknya pada Pegadaian Syariah yang ada di Pasar

Baru Abepura dan hanya meneliti produk gadai saja, sedangkan penelitian ini objeknya pada Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu dan meneliti produk cicil emas juga.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Dita Rohmaniyatul Mughniyah tahun 2012 dengan judul Implementasi Strategi Promosi Pada Produk Cicil Emas PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lawang memiliki perbedaan dengan penelitian ini bahwa penelitian tersebut hanya meneliti strategi promosi pada produk cicil emas-nya saja, sedangkan penelitian dalam penelitian ini tidak hanya pada produk cicilnya melainkan pada produk gadai emasnya juga serta implementasi etika bisnis islam terhadap strategi pemasarannya.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara kerja untuk dapat memahami obyek yang menjadi sasaran atau tujuan penelitian. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.³⁷ Dengan menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan metode kualitatif yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah. Hakikatnya penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari

³⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016).

lokasi atau lapangan penelitian.³⁸ Tujuan penelitian ini untuk menemukan data-data yang bersumber dari lapangan yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu. Penelitian ini juga didukung dengan penelitian kepustakaan (*library reseach*) yang bertujuan untuk mengumpulkan data atau informasi dengan bantuan seperti buku-buku, catatan, dokumen, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan pemasaran produk gadai dan cicilan emas Bank Syariah Indonesia.

2. Sifat Penelitian

Berdasarkan sifat penelitiannya, penelitian ini bersifat deskriptif dengan data kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan, menggambarkan, merekam, menganalisis kondisi yang ada dan saat ini terjadi. Deskriptif yang dimaksud oleh penulis adalah pencarian yang menjelaskan tentang strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di BSI KCP Pringsewu.

3. Subjek/ Informan Penelitian

Adapun informan penelitian ini yaitu divisi pawning apresial Bank BSI KCP Pringsewu yang berjumlah 1 orang dan nasabah gadai dan cicilan emas berjumlah 10 orang. Teknik pengumpulan informan dalam penelitian ini yaitu *random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

4. Data dan Sumber Data

Adapun data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Data yang dihasilkan dan dikumpulkan langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan

³⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka BaruPress, 2015).

penelitian dimana dalam penelitian ini penulis mendapatkan data langsung dari Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu, yang terkait dengan strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang didapatkan secara tidak langsung atau melalui perantara. Dalam hal ini data sekunder yang dimaksud adalah yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya.

5. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data penelitian, yaitu sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa objek, atau kondisi atau suasana tertentu.³⁹ Yakni dimana mencermati tentang strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu.

b. Metode Wawancara (Interview)

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Penelitian ini adalah proses untuk mendapatkan informasi dengan cara tanya jawab secara tatap muka antara peneliti dengan subyek yang diteliti. Penulis memberikan kebebasan kepada subyek untuk menjawab pertanyaan sesuai

³⁹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014).

maksud mereka.⁴⁰ Penelitian ini wawancara dilaksanakan secara terbuka, yakni wawancara dilakukan penulis dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang tidak dibatasi jawabannya dengan karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Penggalan data-data ini dengan menganalisa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.⁴¹

6. Pengolahan Data

Kartini Kartono menyampaikan, pengolahan data adalah sebagai berikut: pengolahan data berarti menimbang, menyaring, mengatur dan menggolongkan. Menimbang dan menyaring data adalah yang benar-benar memilih secara hati-hati data relevan tepat dan berkaitan dengan masalah yang tengah diteliti. Untuk mengatur dan menggolongkan adalah untuk mengklasifikasikan dan mengatur menurut aturan tertentu.⁴² Setelah data dikumpulkan melalui tahapan diatas, penulis dalam mengelola datanya menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

- a. Editing (pemeriksaan data) adalah mengoreksi apakah data yang dikumpulkan telah lengkap, benar dan sesuai atau relevan dengan masalah.

⁴⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian* (Yogyakarta: Pusaka Bani Press, 2014).

⁴¹ Ibid. hal. 240

⁴² Cholid Narbuko and Abu Ahmadi, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).

- b. Klasifikasi adalah pengelompokan atau menyusun kembali data yang telah didapat sesuai dengan jenis dan penggolongannya setelah diadakan pengecekan.
- c. Interpretasi adalah memberikan penafsiran terhadap hasil presentase yang diperoleh dari observasi dan wawancara sehingga memudahkan penulis menganalisa dan menarik kesimpulan penelitian.

7. Analisis Data

Analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis dan yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting serta yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif, metode ini digunakan untuk memperoleh gambaran tentang suatu keadaan secara langsung. Klasifikasi data maksudnya setelah semua data terkumpul yang didapat penulis dari hasil terjun kelapangan, data tersebut dikelompokkan. Setelah semua data dikumpulkan dan diolah lalu yang terakhir adalah dianalisis kemudian diambil kesimpulan.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika merupakan urutan penyajian dari masing-masing bab secara terperinci, singkat dan jelas serta diharapkan dapat mempermudah dan memberikan gambaran yang jelas mengenai isi skripsi ini dengan susunan sistematis dan komprehensif. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai acuan untuk masalah yang diteliti, meliputi Strategi Pemasaran, Gadai Dan Cicilan Emas, Etika Bisnis Islam.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum dari penelitian yang dilakukan. Yang berisikan gambaran umum tentang BSI KCP Pringsewu dan deskripsi data penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian yang telah dilakukan di BSI KCP Pringsewu. Dalam bab ini berisikan tentang analisis data penelitian strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas yang dilakukan BSI KCP Pringsewu dan implementasi etika bisnis islam dalam strategi pemasaran produk gadai dan cicilan emas di BSI KCP Pringsewu.

BAB V PENUTUP

Dalam bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta menjawab masalah-masalah yang ada. Selain itu juga berisi saran-saran yang diajukan kepada berbagai pihak dan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. *Theory Of Reasoned Action*

Theory of Reasoned Action (TRA) pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen dalam Jogiyanto (2007).⁴³ Teori ini menggambarkan tentang antara keyakinan (belief), sikap (attitude), dan perilaku (behavior). TRA menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma sosial yang mana bentuk keinginan konsumen dalam berperilaku baik dipandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu. Kehendak merupakan prediktor terbaik perilaku, artinya bahwa jika suatu perusahaan ingin mempromosikan suatu produk mereka kepada konsumen, perusahaan harus mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang, dimana cara terbaik yang dapat dilakukan ialah mengetahui kehendak orang tersebut.

Hubungan teori ini dengan judul peneliti yaitu dimana seorang/nasabah yang ingin memutuskan menggunakan produk pasti akan memiliki alasan mengapa mereka melakukan/menggunakan produk di pegadaian syariah tersebut. Seperti kebutuhan yang mendesak yang memerlukan proses pencairan dana yang cepat, sehingga terjadinya tindakan nasabah ingin menggunakan produk di pegadaian syariah tersebut.

Penggunaan teori TRA dalam penelitian ini teori TRA menghubungkan antara keyakinan, sikap, kehendak dan perilaku, yang mana kehendak menjadi prediktor terbaik dari perilaku. Akan tetapi, dalam membuat keputusan seseorang akan mengambil keputusan berdasarkan alasan,

⁴³ Muhammad Ali Adriansyah And Others, 'Kwangkai : Menguak Makna Ritual Puncak Adat Kematian Suku Dayak Benuaq Kalimantan Timur Ditinjau Dalam Perspektif Psikologi Teori Tindakan Beralasan', *Jurnal Psikologi*, 6.2 (2017), h. 12.

adapun konsep dalam teori ini adalah mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting.

Maka *Theory of Reasoned Action* (TRA) mampu menjadi dasar bahwa keputusan untuk melakukan sesuatu tertentu adalah hasil dari proses pertimbangan dari alasan-alasan dan alternatif apakah akan bertingkah laku atau tidak kemudian keputusan ini direfleksikan dalam tujuan tingkah laku, yang mana kosekuensi dari hasil keputusan akan dievaluasi.

Menurut Fishbein dan Ajdzen mendefinisikan sikap menunjukkan kecenderungan (predispositions) yang dipelajari untuk menanggapi suatu objek dalam cara menyukai atau tidak menyukai (favourable or unfavourable) secara konsisten. Perilaku konsumen dalam membeli suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh sikap seseorang, tetapi juga norma subyektif, dalam mempelajari perilaku banyak faktor yang mempengaruhinya salah satu faktor penting yaitu mempelajari faktor psikologis (sikap konsumen). Perilaku seseorang dapat dilihat pada minat/niatnya (intention), dan niat untuk berperilaku dapat dilihat dari segi sikap (attitude) norma subyektif atas perilaku.

2. Pengertian Strategi Pemasaran

Pada awalnya konsep strategi didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat diartikan sebagai pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan di capai oleh perusahaan.⁴⁴

Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu. Jadi pada dasarnya, perusahaan menetapkan

⁴⁴ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik* (Bandung: Erlangga, 2012).

strategi melalui penyesuaian kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri. Strategi merupakan suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Strategi pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Disamping itu, tujuan strategi pemasaran juga digunakan untuk menjatuhkan, melawan, atau menghadapi serangan pesaing yang ada dan yang akan masuk.

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan suatu rencana yang utuh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkat dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.⁴⁵

menurut Muhammad Syakir strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik eksplisit maupun implisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Selanjutnya Tull dan Kehle dalam Josep P Cannon mengungkapkan strategi pemasaran adalah alat yang fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga dengan mengembangkan keunggulan yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program-program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arahan kepada

⁴⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015).

usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.⁴⁶

Seperti yang kita semua tahu, strategi pemasaran adalah seperangkat prinsip yang dilaksanakan secara memadai, konsisten, dan benar oleh perusahaan agar dapat mencapai target pasar yang diharapkan (target market) dalam jangka panjang dan tujuan bisnis perusahaan jangka panjang (*objectives*), dalam situasi persaingan tertentu. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.

3. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Dapat disimpulkan bauran pemasaran adalah suatu alat pemasaran yang baik yang ada pada suatu perusahaan. Dimana perusahaan dapat mengendalikannya untuk mempengaruhi respon pasar yang dituju.

Strategi *marketing mix* adalah bagian dari strategi pemasaran (*marketing strategy*), dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur atau variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan-pimpinan perusahaan agar bisa mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.⁴⁷

Konsep bauran pemasaran dibagi menjadi 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi), yaitu dijelaskan sebagai berikut:

a. *Product* (produk)

⁴⁶ Muhammad Syakir, *Syari'ah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006).

⁴⁷ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).

Produk adalah bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk bisa berupa apa saja yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Keputusan bauran produk yang dihadapi pemasar jasa bisa sangat berbeda dengan yang dihadapi pemasar barang.

b. *Price* (harga)

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, tingkat diskriminasi, harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Karakteristik ini menyebabkan harga jasa menjadi indikator signifikan atas kualitas. Sedangkan karakter personal dan transferable pada beberapa tipe jasa memungkinkan diskriminasi harga dalam pasar jasa tersebut, sementara banyak pula jasa yang dipasarkan oleh sector publik dengan harga yang disubsidi atau bahkan gratis. Hal ini menyebabkan kompleksitas dalam menetapkan harga jasa.⁴⁸

c. *Place* (tempat)

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik (misalkan dimana sebuah perusahaan harus didirikan), keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan, dan keputusan non lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah usaha perusahaan untuk mempengaruhi dengan merayu (*persuasive communication*) calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran. Kombinasi dari unsur-unsur atau

⁴⁸Ibid.

peralatan promosi dikenal dengan acuan/bauran promosi (promotional mix), yang terdiri dari: advertensi, personal selling, promosi penjualan (Sales promotion), dan publisitas (publicity).

- 1) Advertensi, merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat nonpersonal. Media yang sering digunakan dalam advertensi ini adalah radio, televisi, majalah, surat kabar dan billboard.
- 2) Personal selling, merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan.
- 3) Promosi penjualan (sales promotion), yang merupakan segala kegiatan pemasaran selain personal selling, advertensi dan publisitas, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur atau kontinyu. Biasanya sales promotion dilakukan pada periode tertentu. Tujuan diadakan sales promotion:
 - a) Menarik para pembeli baru
 - b) Memberi penghargaan kepada pemakai yang lama
 - c) Meningkatkan daya beli
 - d) Menghindarkan konsumen lari ke merek lain
 - e) Meningkatkan jumlah penjualan jangka pendek

3. Indikator Strategi Pemasaran

Indikator strategi pemasaran terdiri atas empat yang saling berkaitan, kelima indikator tersebut adalah⁴⁹:

⁴⁹ Nasruddin, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di Pt. Hadji Kalla Cabang Palopo," *Ekonomi* 3, no. 2 (2021): 19–27.

- a. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang akan dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, nama merk produk, ketersediaan produk, jaminan atau garansi, jasa reparasi, dan bantuan teknis yang disediakan penjual, serta hubungan personal yang mungkin terbentuk diantara pembeli dan penjual.
- b. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pembeli.
- c. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Pemilihan pasar dilakukan dengan segmentasi pasar dan kemudian memilih target pasar yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh perusahaan.
- d. Komunikasi pemasaran (promosi), yaitu dengan periklanan, *personal selling*, dan *public relation*.⁵⁰

B. Gadai dan Cicilan Emas

1. Gadai Emas

a. Pengertian Gadai emas

Gadai (rahn) menurut bahasa : tetap. Sedangkan menurut istilah syara' adalah menaruh barang (dijadikan) sebagai uang, untuk penguat perjanjian hutang, dan barang tersebut akan menutup (hutang), ketika terhalang (tidak dapat) melunasinya.⁵¹

Dalam istilah bahasa arab, gadai diistilahkan dengan rahn dan dapat juga dinamai al-habsu, secara etimologis, arti rahn adalah tetap dan lama, sedangkan al-habsu berarti penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat dijadikan sebagai pembayaran dari barang tersebut, sedangkan menurut sabiq, rahn adalah menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut

⁵⁰ Nasruddin.

⁵¹ Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah Di Indonesia, Konsep, Implementasi, Dan Institusional* (Gajah Mada University Press, 2006).

padangan syara sebagai jaminan hutang, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutang atau ia bisa mengambil sebagian (manfaat) barangnya itu. Pengertian ini didasarkan pada praktek bahwa apabila seseorang ingin berhutang kepada orang lain, ia menjadikan barang miliknya baik berupa barang tak bergerak atau berupa barang ternak berada dibawah penguasaan pemberi pinjaman sampai penerima pinjaman melunasi hutangnya.⁵²

Gadai (Ar-Rahn) adalah salah satu sifat yang memegang Peminjam berfungsi sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima. Barang yang ditahan memiliki nilai ekonomi. Oleh karena itu. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangannya. Secara sederhana dapat diartikan rahn adalah jaminan utang atau gadai.

Gadai Emas merupakan salah satu produk yang termasuk kategori pemberian pembiayaan berdasarkan al-qardh (pemberian) yang dananya wajib dikembalikan oleh nasabah kepada bank secara sekaligus atau mengangsur sampai dengan tanggal jatuh tempo dan dijalankan dengan menerapkan prinsip kehati-hatian (*prudent banking principle*) serta prinsip mengenal nasabah (*know customer*).⁵³

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio: Gadai dalam bahasa arab disebut dengan rahn. Ar-Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian

⁵² Ibid.

⁵³ Maulidizen, "Aplikasi Gadai Emas Syari'ah: Studi Kasus Pada BRI Syari'ah Cabang Pekanbaru."

piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.

Beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa gadai syariaah (rahn) dalam padangan Islam adalah harta yang dijadikan oleh pemiliknya sebagai jaminan hutang dan kepercayaan terhadap hutang, yang dapat dijadikan (seluruh atau sebagiannya) untuk pembayaran hutang apabila orang yang berhutang tidak dapat membayar hutangnya.

b. Rukun dan Syarat Gadai

Rukun rahn ada empat, yaitu pemberi gadai (Raahin), penerima gadai (murtahin), barang jaminan (marhun), dan hutang (marhun bih). Sementara rukun rahn adalah dua pihak yang berakad, akad rahn adalah ijab kabul dari rahin dan murtahin.⁵⁴

Dalam setiap akad, unsur dan rukunnya harus memenuhi syarat. Berkaitan dengan rahn, syarat bagi para pihak berakad sama dengan syarat akad lainnya. Syarat tersebut adalah para pihak harus berakal, sudah balish, tidak dalam paksaan atau tidak terpaksa.

Berdasarkan kesepakatan ulama, syarat yang terkait dengan barang yang digadaikan atau yang menjadi jaminan utang adalah sama halnya dengan syarat barang yang menjadi objek jual beli. Hal karena barang jaminan tersebut harus dapat dijual oleh penerima jaminan (murtahin) disaat orang yang menggadaikan tidak mampu membayar hutangnya. Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang menjadi objek jual beli adalah:

- 1) Barang yang digadai harus benar-benar ada dan nyata transaksi terhadap barang yang belum atau tidak ada tidak sah, begitu juga barang yang belum pasti adanya, seperti binatang yang masih didalam kandungan induknya.

⁵⁴ Ibid.

- 2) Objek transaksi berupa barang yang dinilai, halal, dapat dimiliki, dapat disimpan dan dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan.
- 3) Barang yang dijadikan objek transaksi merupakan hak milik secara sah dan kepemilikan sempurna. Berdasarkan syarat ini, maka tidak sah menggadaikan pasir ditengah padang atau air laut yang masih di laut atau menggadaikan panas matahari, karena tidak adanya kepemilikan yang sempurna.
- 4) Objek harus dapat diserahkan saat transaksi. Berdasarkan saat ini maka tidak sah menggadaikan binatang liar, ikan di lautan atau burung yang ada di awang, karena tidak dapat diserahkan kepada pembeli.
- 5) Selain syarat diatas, ada satu syarat lagi yang mutlak harus terpenuhi, yaitu barang yang digadaikan harus tahan lama dan tidak mudah rusak, seperti emas, perak, logam mulia, kendaraan dan seterusnya. Berdasarkan syarat ini, maka tidak sah menjadikan makanan yang mudah busuk, seperti kue basah sebagai jaminan utang, karena tidak bertahan lama.⁵⁵

c. Prinsip Gadai Emas Syariah

Prinsip pengembangan ekonomi tidak saja mengacu pada proses dimana masyarakat dari suatu negara memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan kenaikan produksi barang dan jasa secara terus-menerus. Akan tetapi, Islam memiliki prinsip-prinsip pengembangan yang dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah dan menyeimbangkan antara kehidupan di

⁵⁵ Maulidizen, "Aplikasi Gadai Emas Syari'ah: Studi Kasus Pada BRI Syari'ah Cabang Pekanbaru."

dunia dan akhirat. Diantara prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:⁵⁶

1) Prinsip Tauhid

Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dalam pokok ajaran ini, menyatakan bahwa Allah adalah pencipta alam semesta dan segala isinya dan sekaligus pemiliknya termasuk manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah adalah pemilik hakiki, sedangkan manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.

2) Prinsip Ta`awun (Tolong-Menolong)

Abu Yusuf dalam al-Kharaj menyebutkan bahwa prinsip yang harus diletakkan dalam transaksi gadai adalah ta`awun(tolong-menolong), yaitu prinsip saling membantu antar sesama dalam meningkatkan taraf hidup melalui mekanisme kerja sama ekonomi dan bisnis.

3) Prinsip Bisnis

Afzalur Rahman menyatakan bahwa bisnis (perdagangan) adalah kegiatan yang dianjurkan dalam Islam. Nabi sering kali menekankan pentingnya bisnis dalam kehidupan manusia. Namun demikian, dalam mencari laba harus dengan cara yang dibenarkan oleh syariah. Hal ini bertujuan agar kesejahteraan tercapai.

Dengan demikian, ketiga prinsip diatas menjadi acuan dasar dalam pengembangan Pegadaian Syariah, serta penetapannya dalam kehidupan sosial ekonomi. Kurang kuatnya salah satu dasar tersebut, maka akan menyebabkan lambatnya gerak pengembangan lembaga bisnis itu sendiri, serta tidak akan mampu mencapai kesejahteraan hidup.

⁵⁶ Nasruddin, “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di Pt. Hadji Kalla Cabang Palopo.”

d. Dasar Hukum Gadai Emas

Mengenai dasar hukum gadai emas para ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa *ar-rahn* boleh dilakukan sebagaimana dikutip oleh Nasrun Harun bahwa:

Ar-rahn boleh dilakukan dalam perjalanan dan dalam keadaan hadir ditempat, asal barang jaminan itu bisa dipegang/dikuasai (*al-qabdh*), secara hukum oleh pemberi piutang secara langsung, maka paling tidak ada semacam pegangan yang dapat menjamin bahwa barang dalam status *marhun* (menjadi agunan utang). Misalnya, apabila barang jaminan itu berbentuk sebidang tanah, maka yang dikuasai (*al-qabdh*) adalah surat jaminan tanah itu.⁵⁷

Selanjutnya mengenai gadai ini Adrian Sutedi menjelaskan:

Jaminan itu tidak sah kecuali dengan ijab dan qabul. Dan tidak dengan serah terima jika keduanya sepakat bahwa barang jaminan itu berada di tangan yang berpiutang (pemegang surat hipotik) maka hukumnya boleh. Dan jika keduanya sepakat barang jaminan itu berada ditangan seorang adil, maka hukumnya juga boleh. Dan jika keduanya masing-masing menguasai sendiri maka hakim menyerahkannya kepada orang yang adil. Semua barang (benda) yang boleh dijual boleh pula dijaminkan.

Mengenai prinsip-prinsip syariah yang dibuat dalam operasi pegadaian syariah Muhammad Sholikul Hadi menjelaskan bahwa:

⁵⁷ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007).

Jika ditinjau dari kedudukan barang gadai, pemanfaatan barang gadai, risiko atas kerusakan barang gadai, pemeliharaan barang gadai, kategori barang gadai, hak gadai atas harta peninggalan, pembayaran atau pelunasan utang gadai serta prosedur pelelangan barang gadai.⁵⁸

Ketika melakukan transaksi gadai, diserahkan barang untuk mendapatkan pinjaman dana. Atas pinjaman dana tersebut, kita dibebankan beberapa macam biaya hingga waktu kita dapat melunasi pinjaman tersebut. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2): 283:

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝٤٤﴾

Artinya : *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.*

e. Persamaan Gadai Konvensional dan Gadai Syariah

Kitab undang-undang Hukum Perdata pasal 1150 memberikan pengertian bahwa gadai adalah suatu hak yang

⁵⁸ Sholikul Muhammad Hadi, *Pegadaian Syariah* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003).

diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau orang lain atas namanya, dan memberikan kekuasaan kepada si berpiutang untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang berpiutang lainnya, dengan kekecualian biaya untuk melelang barang tersebut biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan, setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan. Gadai dalam islam disebut *Rahn* (agunan) yaitu harta yang dijadikan jaminan utang (pinjaman) agar bisa dibayar dengan harganya oleh pihak yang wajib membayarnya, jia dia gagal (berhalangan) menunaikannya.⁵⁹

Tabel 2.1
Persamaan Gadai Konvensional dan Gadai Syariah

| No | Persamaan | Gadai Konvensional | Gadai Syariah |
|-----------|--------------------------|--|--|
| 1. | Pemberi gadai | Debitur atau pihak III | Debitur |
| 2. | Penerima gadai | Orang/Perseorangan Bank | Orang/ Perseorangan, Bank |
| 3. | Pemanfaatan barang gadai | Tidak boleh mengambil manfaat barang yang digadaikan | Tidak boleh mengambil manfaat barang yang digadaikan |
| 4. | Hak penerima gadai | Hak menjual/lelang untuk mengambil pelunasan apabila waktu peminjaman uang telah habis | Hak menjual/lelang untuk mengambil pelunasan apabila waktu peminjaman uang telah habis |
| 5. | Kewajiban penerima gadai | 1) Memelihara dan menyimpan | 1) Memelihara dan menyimpan |

⁵⁹ Sainul Gunawan, Febri, Raha B., “Studi Komparatif Antara Gadai Konvensional Dan Gadai Syariah (Rahn),” *Mu’amalah Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2022): 53–80, file:///C:/Users/DELL/Downloads/5102-327-17190-1-10-20220623 (1).pdf.

| | | | |
|----|-------------------------|---|---|
| | | <p>benda gadai</p> <ol style="list-style-type: none"> 2) Memberitahu debitur agar segera melunasi hutangnya 3) Mengembalikan uang sisa eksekusi | <p>benda gadai</p> <ol style="list-style-type: none"> 2) Memberitahu debitur agar segera melunasi hutangnya 3) Mengembalikan uang sisa eksekusi |
| 6. | Hak pemberi gadai | <ol style="list-style-type: none"> 1) Menerima pengembalian uang sisa eksekusi 2) Menerima ganti rugi kalau benda gadai hilang/rusak | <ol style="list-style-type: none"> 1) Menerima pengembalian uang sisa eksekusi 2) Menerima ganti rugi kalau benda gadai hilang/rusak |
| 7. | Kewajiban pemberi gadai | <ol style="list-style-type: none"> 1) Kewajiban melunasi pinjaman yang telah diterimanya dalam tenggang waktu yang ditentukan, termasuk biaya-biaya yang ditentukan oleh penerima gadai. 2) Menjamin bahwa benda gadai adalah milik pemberi gadai | <ol style="list-style-type: none"> 1) Kewajiban melunasi pinjaman yang telah diterimanya dalam tenggang waktu yang ditentukan, termasuk biaya-biaya yang ditentukan oleh penerima gadai. 2) Menjamin bahwa benda gadai adalah milik pemberi gadai |

Persamaan antara gadai konvensional dengan gadai syariah adalah sebagai berikut:⁶⁰

1. Hak gadai merupakan hak yang berlaku atas perjanjian utang atau kredit.
2. Adanya harta benda/agunan yang dijadikan sebagai jaminan utang.
3. Tidak diperkenankan menggunakan atau memanfaatkan barang yang digadaikan tanpa izin baik oleh pemberi gadai maupun penerima gadai.
4. Segala biaya barang gadai yang telah dikeluarkan pemegang gadai menjadi tanggungan pemberi gadai.
5. Barang gadai boleh dijual atau dilelang jika telah jatuh tempo, dan hutang belum dilunasi.
6. Merupakan perjanjian yang bersifat *accessoir*, yaitu adanya perjanjian pokok sebelumnya.
7. Adanya pelepasan barang jaminan dan keharusan penyerahan barang jaminan secara nyata (*levering*) dari pemberi gadai kepada pemegang gadai, dan barang jaminan tersebut harus berada dalam kekuasaan pemegang gadai.
8. Para pihak selaku subjek hukum haruslah memiliki kecakapan hukum atau berwenangan untuk melakukan gadai.
9. Barang gadai haruslah bersifat ekonomis.
10. Barang gadai tidak dapat dibagi-bagi (*ondelbaar*).
11. Pemegang gadai memiliki hak untuk menahan (*retensi*).
12. Hak untuk mendapat ganti kerugian bagi pemberi gadai jika barang rusak atau hilang.
13. Hak untuk dapat memperoleh kembali barang gadainya bagi pemberi gadai jika hutang telah dilunasi.

⁶⁰ Gunawan, Febri, Raha B.

14. Hak untuk dapat memperoleh sisa penjualan atau lelang bagi pemberi gadai.

Persamaan ciri-ciri gadai konvensional dan gadai syariah adalah sebagai berikut:

1. Gadai diberikan atas benda bergerak/tidak bergerak.
2. Barang gadai harus dikeluarkan dari penguasaan pemberi gadai.
3. Memberikan hak kepada kreditur untuk memperoleh pelunasan terlebih dahulu atas piutang kreditur.
4. Memberikan kewenangan kepada kreditur untuk mengambil sendiri pelunasan utang tersebut.⁶¹

Gadai konvensional dan gadai syariah akan berakhir bila telah terjadi hal-hal seperti berikut ini:

1. Barang telah diserahkan kembali pada pemiliknya.
2. Rahn membayarkan hutangnya.
3. Rusaknya barang gadai bukan oleh tindakan atau pengguna *murtahin*.
4. Memanfaatkan barang gadai dengan barang penyewaan, hibah, atau shadaqah.

Persamaan antara gadai konvensional dengan gadai syariah adalah jangka waktu tempo yaitu sama-sama 120 hari. Jika setelah 120 hari si peminjam tidak dapat membayar hutangnya, maka barang jaminan akan dijual atau dilelang. Tetapi nasabah diberi waktu tambahan selama 2 hari karena sebelum dilelang dibuat dahulu panitia lelang. Pada saat pelelangan, nasabah masih diberi kesempatan dan tambahan waktu selama 2 jam jika ingin menebus barang jaminannya. Jika tidak ditebus maka barang jaminan tersebut dilelang, uang pelelangan tersebut digunakan untuk membayar hutang

⁶¹ Delima Sari Lubis, "Kontroversi Hukum Pegadaian Syariah," *Jurnal Al-Maqasid* 4, no. 2 (2018): 1–13.

rahn. Jika hasil lelang tersebut mengalami kelebihan akan dikembalikan oleh nasabah tetapi uang kelebihan tersebut akan dimasukkan kedalam dana ZIS (Zakat, Infaq, Shadaqah) pegadaian syariah, sedangkan pada pegadaian konvensional uang kelebihan yang tidak diambil akan menjadi milik pegadaian. Dan apabila dari hasil lelang tersebut ternyata kurang untuk membayar hutang, maka nasabah diharuskan membayar sisa hutangnya.

f. Perbedaan Gadai Konvensional dan Gadai Syariah

Gadai konvensional dan gadai syariah merupakan dua sistem hukum yang berbeda antara satu dengan lainnya, hal ini disebabkan oleh sistem hukum yang berlaku di Indonesia bersifat *pluralisme*, dimana terdapat tiga sistem hukum yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam bidang perdata, yakni sistem hukum perdata, hukum adat, dan hukum Islam.

Selain memiliki persamaan antara gadai konvensional dan gadai syariah, gadai konvensional dan gadai syariah juga memiliki perbedaan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Rahn dalam hukum Islam dilakukan secara suka rela atas dasar tolong menolong tanpa mencari keuntungan, sedangkan gadai menurut hukum perdata disamping prinsip tolong menolong juga menarik keuntungan dengan cara menarik bunga atas sewa modal yang ditetapkan.
2. Dalam hukum perdata hak gadai hanya berlaku pada benda yang bergerak, sedangkan dalam hukum Islam rahn berlaku pada seluruh harta, baik harta yang bergerak maupun yang tidak bergerak.⁶²

Tabel 2.2

Perbedaan Gadai Konvensional dan Gadai Syariah

⁶² Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005).

| No | Perbedaan | Gadai Konvensional | Gadai Syariah |
|----|-------------------------------|---|--|
| 1. | Landasan | Kitab undang-undang Hukum Perdata khususnya pada pasal 1150 KUHP Perdata pasal 1160 sampai pasal 1160 KUHP Perdata | Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas. |
| 2. | Bukti perjanjian kredit gadai | Kredit Bukti Surat (SBK) | Surat Bukti Rahn (SBR) |
| 3. | Pelaksanaan gadai | Hanya terdapat 1 (satu) perjanjian kredit sebab perjanjian gadai hanya merupakan suatu perjanjian <i>accessoir</i> (perjanjian tambahan) dimana kedudukan perjanjian pokok lebih tinggi dibandingkan dengan perjanjian tambahan | Terdapat 2 (dua) akad yaitu akad Rahn (gadai syariah) dan akad ijarah (jasa sewa tempat penitipan dan penyimpanan barang jaminan) dimana kedudukan kedua akan tersebut sejajar dan merupakan akad yang penting dalam gadai syariah |
| 4. | Pemberi | Berupa sewa | Tidak menekankan |

| | | | |
|----|---|---|---|
| | keuntungan dari nasabah kepada pegadaian | modal yang ditentukan berdasarkan besarnya nilai pinjaman yang diminta oleh nasabah | pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, gadaai syariah memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yaitu memberlakukan biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman |
| 5. | Penetapan periode (jumlah hari) dalam perhitungan | Penetapan tarif sewa modal ditentukan per 15 hari | Penetapan tarif ijarah ditentukan per 10 hari |
| 6. | Badan pengawas | Diawasi oleh kementerian BUMN | Diawasi oleh Badan Pengawas Syariah (BPS) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) |

Pegadaian konvensional dan pegadaian syariah memiliki konsep yang berbeda dalam pelaksanaannya, dimana pegadaian syariah lebih mengutamakan prinsip-prinsip pelaksanaannya berdasarkan hukum islam, sedangkan pegadaian konvensional dalam pelaksanaannya lebih mengacu pada sistem hukum perdata barat. Perbedaan antara pegadaian konvensional dan pegadaian syariah secara signifikan tampak pada sistem operasionalnya, yakni dimana pegadaian konvensional mengenakan bunga pinjaman sedangkan pegadaian syariah menggunakan pendekatan bagi

hasil (mudharabah) atau *fee based income*, dan menggunakan sistem ijarah (biaya penitipan/penyimpanan barang). Selain itu dalam pelaksanaannya ternyata pegadaian syariah tidak hanya diminati oleh kalangan orang-orang muslim saja, tetapi pegadaian syariah ini juga diminati oleh orang-orang non muslim kendati mereka tidak tahu apa sebenarnya persamaan dan perbedaan antara gadai syariah dan gadai konvensional.⁶³

2. Cicilan Emas

a. Pengertian Cicilan Emas

Cicilan emas merupakan salah satu investasi yang menguntungkan terutama untuk jangka panjang. Sekarang ini banyak penggadaian yang menyediakan layanan dan menjual produk cicilan emas. Persaingan semakin ketat dipasaran, harus ada strategi tersendiri agar mampu bersaing dipasaran. Strategi pemasaran memiliki kekuatan besar terhadap konsumen dan masyarakat luas. Untuk menciptakan suatu organisasi pemasaran yang kuat, pemasaran yang harus berfikir seperti eksekutif didepartemen-departemen lain harus berfikir seperti pemasar (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2008).⁶⁴

Produk cicil emas merupakan produk kepemilikan untuk masyarakat dapat memiliki emas batangan dengan cara mencicil. Akad yang digunakan pada emas ini adalah murabahah dengan jaminan diikat dengan akad Rahn (gadai). Pengikat jaminan dilakukan selama pembiayaan sehingga jaminan disimpan dibank dan tidak dapat ditukar dengan agunan lain. Bank Syariah Mandiri Kaliurang dapat membiayai jenis mas batangan dengan berat minimal 10gram hingga 250 gram.

b. Keuntungan Investasi dengan Produk Cicilan Emas

⁶³ Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010).

⁶⁴ Yaqin, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga."

Produk cicil emas mempunyai beberapa keunggulan untuk berinvestasi, yaitu:

- 1) Emas merupakan salah satu investasi untuk memproteksi kekayaan, khususnya jangka panjang
- 2) Dengan mencicil emas, dapat mewujudkan rencana dan impian di masa datang.
- 3) Dapat mewujudkan impian untuk memiliki emas dengan lebih mudah
- 4) Lebih ringan untuk memiliki emas dengan mencicil.

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis

Dalam Islam, etika diistilahkan dengan akhlak yang berasal dari bahasa Arab al-akhlak (al-khuluq) yang berarti budi pekerti, tabiat atau watak. Dalam al-Qur'an disebutkan bahwa "Sesungguhnya engkau Muhammad berada di atas budi pekerti yang agung". Oleh karena itu, etika dalam Islam identik dengan ilmu akhlak, yakni ilmu tentang keutamaan-keutamaan dan bagaimana cara mendapatkannya agar manusia berhias dengannya; dan ilmu tentang hal yang hina dan bagaimana cara menjauhinya agar manusia terbebas dari padanya. Etika, di lain pihak, seringkali dianggap sama dengan akhlak.⁶⁵ Persamaannya memang ada, karena keduanya membahas masalah baik-buruknya tingkah laku manusia, akan tetapi akhlak lebih dekat dengan "kelakuan" atau "budi pekerti" yang bersifat aplikatif, sedangkan etika lebih cenderung merupakan landasan filosofinya, yang membahas ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk. Dalam beberapa literatur Islam disebut sebagai falsafah akhlaqiyyah sering terabaikan dari perhatian dari pemikir Islam.

Secara sederhana, mempelajari etika bisnis adalah belajar tentang apa yang baik/buruk, benar/salah dalam bisnis pada prinsip moralitas. Studi etika bisnis terkadang

⁶⁵ Widyastuti, *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis*.

merujuk pada etika manajerial atau etika organisasi. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.⁶⁶

Moralitas di sini, seperti yang disebutkan di atas, berarti: tentang baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia.

Etika bisnis islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syari'ah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Sedangkan menurut Djakfar, etika bisnis islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.⁶⁷

Dalam islam, etika bisnis menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah SWT termasuk dalam melaksanakan aktivitas ekonomi. Manusia bebas melakukan kegiatan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidupnya. Etika dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis yang mereka hadapi. Etika bisnis islam harus dipahami secara benar sehingga kemungkinan kehancuran bisnis akan kecil dan dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual beli yang dilakukan.

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Mempelajari etika dari sudut pandang agama islam, tidak lepas dari dasar hukum atau aturan yang menjadi

⁶⁶ Abd.Ghafur, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Abd. Ghafur 1."

⁶⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012).

payungnya, atau ketentuan yang mengatur hubungan hidup umat islam di dunia. Baik hubungan dengan Allah (Sang Khalik), maupun dengan sesama manusia (*hablum minannas*). Aturan pokok bagi pedoman hidup umat islam mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi (Rasulullah Muhammad Saw).⁶⁸

1) Al-Qur'an

a. QS. An-Nisa (4) ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

b. QS. Al-Baqarah (2) ayat 42

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Janganlah kamu campuradukkan kebenaran dengan kebatilan²¹) dan (jangan pula) kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahuinya”.

3. Prinsip Etika Bisnis Islam

a. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan ialah prinsip-prinsip yang tereleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek dalam kehidupan manusia baik dalam

⁶⁸ Ibid.

bidang politik, sosial dan ekonomi yang menjadi kesatuan yang homogen dan konsisten secara teratur dan menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan inilah etika dan bisnis menjadi terpadu sehingga membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam bisnis sistem Islam.⁶⁹

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan ('adl) ialah keadilan dan kesetaraan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang tidak terkecuali bagi para pelaku bisnis untuk tetap berlaku adil bahkan kepada pihak yang tidak disukai. Karna Islam mengharuskan penganutnya untuk tetap berlaku dan berbuat kebajikan, dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari pada berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar ialah dalam membentuk mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Berdasarkan prinsip ini, manusia dianugerahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah yang dalam dunia bisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, serta berkreasi untuk mengembangkan potensi bisnis yang ada. Kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai etika bisnis Islam, yang terpenting kebebasan itu tidak akan merugikan kepentingan kolektif. Kebebasan individu dibuka lebar dan tidak ada batasan bagi seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja sesuai dengan potensi yang dimilikinya.

⁶⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Islam, Cet II* (Jakarta: Kencana, 2007).

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang sangat mustahil dilakukan jika tidak ada pertanggungjawaban. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya haruslah memiliki batasan tertentu dan tidak digunakan sebebas-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma, dan etika yang harus dipatuhi serta pertanggungjawaban atas semua yang dilakukan. Apabila sumber daya digunakan untuk kegiatan bisnis yang halal maka cara pengelolaannya juga harus benar, adil, dan mendatangkan manfaat yang optimal bagi seluruh masyarakat.

e. Kebenaran

Kebenaran dalam hal ini ialah lawan kata dari kesalahan yang mengandung unsur kebajikan dan kejujuran yang tidak bertentangan dengan ajaran islam. Kebajikan ialah sikap ikhsan yang artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain. Sedangkan, kejujuran ialah menunjukkan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya unsur penipuan. Sikap seperti ini dalam khazanah islam disebut amanah.⁷⁰

Dalam dunia bisnis kebenaran yang dimaksud ialah kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang menjadi prioritas perilaku yang benar. Yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari dan memperoleh komoditas, serta proses usaha pengembangan untuk meraih keuntungan (laba).

⁷⁰ Ibid.

4. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis islam diantaranya adalah:

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyalurkan dan menyalurkan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai fungsi untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang berbisnis, terutama bisnis islami dan biasanya dengan cara memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis. Etika bisnis islam juga berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern yang semakin jauh dari nilai-nilai etika, dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qu'an dan Hadist.
3. Fungsi etika bisnis islam tersebut sangat berpengaruh besar dalam hasil suatu usaha tingkah wirausaha yang baik akan menentukan suatu usahanya tersebut dapat ke arah yang berhasil atau gagal.⁷¹

⁷¹ Abd.Ghafur, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Abd. Ghafur 1."

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Gadai Syariah Di Indonesia, Konsep, Implementasi, Dan Institusional*. Gajah Mada University Press, 2006.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Gadai Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Aziz, Abdul. *Manajemen Investasi Syariah*. Bandung: Cv Alfabet, 2010.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Islam, Cet II*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Daryanto. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa, 2011.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Hadi, Sholikul Muhammad. *Pegadaian Syariah*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2003.
- Haroen, Nasrun. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali, 2013.
- Muslich. *Etika Bisnis Islam, Ekonisia*. Yogyakarta, 2004.
- Narbuko, Cholid, and Abu Ahmadi. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya

Press (UB Press), 2011.

Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010.

Sofjan, Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Solihin, Ismail. *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga, 2012.

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pusaka Bani Press, 2014.

Syakir, Muhammad. *Syari'ah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka, 2006.

Triandaru, Sigit. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Edisi 2 Salemba Empat, 2006.

Jurnal

Abd.ghafur. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Abd. Ghafur 1." *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, no. 2 (2018): 1–21.

Adriansyah, Muhammad Ali, Zunea Farizka, Azyzah Harro, Gigih Permadi Pulunggono, Rani Gemelly, Uswatun Hasannah, and Nurlita Adha Apriliani. "Kwangkai : Menguak Makna Ritual Puncak Adat Kematian Suku Dayak Benuaq Kalimantan Timur Ditinjau Dalam Perspektif Psikologi Teori Tindakan Beralasan" 6, no. 2 (2017): 12.

Damayanti, Ambardi, and Mukhaer Pakkanna. "Analisis Komparasi

- Pengaruh Model Aida Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Cicilan Emas Pada Dua Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri.” *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen* Vol. 9, no. 2 (2020): 123–32.
- Gunawan, Febri, Raha B., Sainul. “Studi Komparatif Antara Gadai Konvensional Dan Gadai Syariah (Rahn).” *Mu’amalah Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2022): 53–80. file:///C:/Users/DELL/Downloads/5102-327-17190-1-10-20220623 (1).pdf.
- Hamid, Abdul, and Muhammad Kamal Zubair. “Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah.” *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2019): 16–34. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037>.
- Hutagalung, Muhammad Abrar Kasmin, and Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung. “Analisa Pembiayaan Gadai Emas Di Pt. Bank Syari’Ah Mandiri Kcp Setia Budi.” *Jurnal Al-Qasd* 1 (2020): 117.
- Lesmana, Erik. “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Oleh :” 15, no. 2 (2010): 341–58.
- Lubis, Delima Sari. “Kontroversi Hukum Pegadaian Syariah.” *Jurnal Al-Maqasid* 4, no. 2 (2018): 1–13.
- Maulidizen, Ahmad. “Aplikasi Gadai Emas Syari’ah: Studi Kasus Pada BRI Syari’ah Cabang Pekanbaru.” *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2016): 76. <https://doi.org/10.22219/jes.v1i1.2698>.
- Nasruddin. “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di Pt. Hadji Kalla Cabang Palopo.” *Ekonomi* 3, no. 2 (2021): 19–27.
- Rinawati, Ika, M.Yusuf Azwar Anas, and Yuliyanti M. Manan. “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Manajemen Pemasaran.” *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan*

Hukum Ekonomi Syariah 7, no. 2 (2021): 126.
<https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.5706>.

Setiani, Renny Tri. “Penerapan Akad Murabahah Dalam Produk Gadai Emas Bank Syariah Mandiri (Bsm) Di Kantor Cabang Sleman.” *Jurnal Kajian Hukum* Vol.3, no. No.2 (2018): 579–95.
www.journal.uta45jakarta.ac.id.

Widyastuti, Sri. *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis*. Cv Irdh, 2019.

Yaqin, Ahmad Ainul. “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicilan Emas Di Bank X Syariah KCP Dramaga.” *Amwaluna : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2019): 229–37.

Skripsi

Affandy, Fachrudin Fiqri, and Siti Jum Iyyah. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Kantor Pegadaian Syariah Unit Pasar Baru Abepura” 1 (2020): 89.

Eva Fauziyah. “Analisis Mekanisme Dan Penerapan Akad Pada Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang).” *Africa’s Potential for the Ecological Intensification of Agriculture* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

Kurniasari. “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Mandiri Di Polewali Mandar.” *Skripsi*, 2020. <http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1518>.

Mughniyah, Dita Rohmaniyatul. “Implementasi Strategi Promosi Pada Produk Cicil Emas PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Lawang,” 2012.

Nasution, Hotma Anni. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas,” 2014.

Putri, Rika Rahmadina. “Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Produk Cencil Emas Pada PT. Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Prabumulih.” *Mekari* 2, no. November (2017): 147–60.

Salma. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Nasabah Di Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kab. Pinrang.” *Https://Medium.Com/*, 2016. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

Siswanto, Edi. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Layanan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri,” 2019

Website

“Bank Syariah Indonesia.” bsi.co.id, n.d. <https://www.bankbsi.co.id/>.

“Bisnis.” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d. <https://kbbi.web.id/bisnis>.

Bsi, Bank. “Bank Syariah Indonesia,” n.d. <https://ir.bankbsi.co.id>.

“Cicilan.” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d. <https://kbbi.web.id/cicil>.

“Emas.” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d. <https://kbbi.web.id/emas>.

“Etika.” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d. <https://kbbi.web.id/etika>.

“Gadai.” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d. <https://kbbi.web.id/gadai>.

“Pengertian Implementasi.” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d.

“Pengertian Strategi.” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d.
<https://kbbi.web.id/strategi>.

Wawancara

Faisal Rahman Eka S. *Wawancara Dengan Pegawai Bank BSI KCP Pringsewu Selaku Pawning Apresial*. Pringsewu, 8 Desember 2022, n.d.



LAMPIRAN



Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

A. Etika Bisnis Islam

| Variabel | Indikator | Pertanyaan |
|--------------------|----------------------------|---|
| Etika Bisnis Islam | Kesatuan (Unity)/Tauhid | 1. Apakah karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu tidak membedakan nasabah dalam memberikan pelayanan? |
| | | 2. Apakah karyawan BSI Pringsewu selalu bekerja dengan ikhlas dalam mengabdikan di BSI yang berupa melayani nasabah dengan baik tanpa pamrih? |
| | | 3. Apakah karyawan BSI Pringsewu melaksanakan ibadah tepat waktu meskipun sedang bekerja? |
| | Keseimbangan (Equilibrium) | 4. Apakah karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu adil dalam memberikan pelayanan kepada nasabah? |
| | | 5. Apakah karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu tidak membedakan status atau golongan nasabah? |
| | | 6. Apakah alur pelayanan BSI Pringsewu mudah dan tidak mempersulit nasabah? |
| | Kehendak Bebas (Free Will) | 7. Apakah Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu memberikan kebebasan pada nasabah untuk |

| | | |
|--|---------------------------------|--|
| | | memilih produk yang diinginkan? |
| | | 8. Apakah Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu dalam mempromosikan produk tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produk tersebut? |
| | Tanggung Jawab (Responsibility) | 9. Apakah pihak Bank Syariah KCP Pringsewu menjual produknya sesuai dengan kesepakatan? |
| | | 10. Apakah Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu bertanggung jawab dalam perhitungan margin dan bagi hasil? |
| | Kebenaran | 11. Apakah karyawan Bank Syariah Indonesia memberikan semua informasi mengenai detail produk yang dijual sebelum bertransaksi? |
| | | 12. Apakah Bank Indonesia KCP Pringsewu menyampaikan penetapan margin secara jelas? |

B. Strategi Pemasaran Produk

| | | |
|---------------------------|-----------------|---|
| Strategi Pemasaran Produk | Pemilihan Pasar | 1. Apakah yang menjadi tolak ukur Bank Syariah KCP Pringsewu dalam memilih pasar untuk produk gadai dan cicil emas? |
| | | 2. Bagaimana strategi BSI Pringsewu |

| | | |
|------------------------|----|--|
| | | untuk memilih pasar/lokasi agar dapat membidik nasabah yang potensial? |
| Perencanaan Produk | 3. | Bagaimanakah perencanaan BSI Pringsewu dalam pembentukan terhadap lini produk yang ditawarkan? |
| | 4. | Strategi/rencana seperti apakah yang diterapkan BSI Pringsewu terhadap desain penawaran pada produk yang ditawarkan? |
| Penetapan Harga Produk | 5. | Bagaimana harga produk emas yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia Pringsewu? |
| | 6. | Apakah harga emas tiap tahun selalu naik atau bahkan turun? |
| Promosi | 7. | Bagaimana strategi promosi produk gadai dan cicil emas yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu? |
| | 8. | media apa yang digunakan dalam memasarkan produk gadai dan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Pringsewu? |

21 Desember 2022
No. 2/2438-3/RO III Palembang

Kepada
PT Bank Syariah Indonesia
Area Office Bandar Lampung
Jln. Diponegoro No. 189
Bandar Lampung

U.p.: Sdr. Habiburrahman, Area Manager

Perihal : **PERSETUJUAN IZIN PENELITIAN**

Ref :- Surat Area Office Bandar Lampung No.02/1633-3/037a dan No. 02/1667-3/037a

Assalamu'alaikum wr.wb.

Semoga Bapak beserta seluruh jajaran senantiasa dalam keadaan sehat wal 'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT, Aamin.

Menunjuk referensi tersebut diatas dengan ini kami sampaikan bahwa pelaksanaan riset penulisan penelitian skripsi dapat dilaksanakan di Cabang Saudara dengan keterangan sebagai berikut:

| No | Nama, NIM | Universitas/ Fakultas | Periode Penelitian | Judul Penelitian | Unit Kerja Penelitian |
|----|--|---|---|---|---------------------------------------|
| 1 | Novy Ryansyah, 1941030063 | UIN Raden Intan/Dakwah dan Ilmu Komunikasi | 26 Desember 2022 s.d 8 Januari 2023 | Fungsi Manajemen Dakwah Membangun Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia | Area Bandar Lampung |
| 2 | Indah Syafira Cahya, 1951020337 | UIN Raden Intan/Ekonomi dan Bisnis Islam | 26 Desember 2022 s.d 8 Januari 2023 | Analisa Manajemen Resiko Pada Pembiayaan BSI dalam Meningkatkan Profitabilitas Bank | KCP Bandar Lampung Kedaton |
| 3 | Trubus Titik P, 1951020467 | UIN Raden Intan/Ekonomi dan Bisnis Islam | 26 Desember 2022 s.d 8 Januari 2023 | Analisa Transaksi Tarik Tunai Tanpa Kartu ATM Melalui Aplikasi BSI Mobile di Kalangan Generasi Milenial | KCP Bandar Lampung Kedaton |
| 4 | Dewi Mutia, 1951020297 | UIN Raden Intan/Ekonomi dan Bisnis Islam | 26 Desember 2022 s.d 8 Januari 2023 | Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Gadai dan Cicil Email | KCP Pringsewu |
| 5 | Rani Nurmaniswara, 1951020410 | UIN Raden Intan/Ekonomi dan Bisnis Islam | 26 Desember 2022 s.d 8 Januari 2023 | Strategi Telemarketing Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking | KCP Bandar Lampung Teluk Betung |

1. Peserta harus mematuhi UJ Perbankan No. 10 Tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Indonesia yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta harus mematuhi SPO HC perihal Riset, Survey, Penelitian ilmiah, Pengisian Questioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi; program studi S1 – S3 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma.
3. Peserta hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarluaskan kepada pihak lain.
4. Peserta tidak diperkenankan menyalin (fotocopy) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
5. Peserta melaksanakan riset selama ± 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan.
6. Peserta akan dibawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.

7. Setelah melaksanakan penelitian/riset, peserta menyerahkan 1 (satu) buah copy hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Indonesia.
8. Peserta wajib menandatangani **Surat Pernyataan** bermaterai (terlampir).

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA
REGION III PALEMBANG

Dani Rahmatillah
RBC Manager

Solihin
HCBP Team Leader

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
Region III Palembang
Gedung Bank Mandiri
Cabang A. Rivali Lt.2
Jl. Kapri. A. Rivali No.39
Palembang
T (0711) 318903
www.bankbsi.co.id

Lampiran 2 : Dokumentasi











KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
 Telp.(0721) 780087-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B- 218³ /Un.16 / P1 /KT/ IX/ 2023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
 NIP : 197308291998031003
 Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI
 PEMASARAN PRODUK GADAI DAN CICILAN EMAS
 (Studi Pada Nasabah Bsi Kcp Pringsewu)**

Karya :

| NAMA | NPM | FAK/PRODI |
|------------|------------|-----------|
| DEWI MUTIA | 1951020297 | FEBI/ PS |

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 17 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 19 September 2023

Kepala Pusat Perpustakaan



Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
 197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI DAN CICILAN EMAS (STUDI PADA NASABAH BSI KCP PRINGSEWU)

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** Fachrudin Fiqri Affandy, Siti Jum Iyyah. "STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS PADA KANTOR PEGADAIAN SYARIAH UNIT PASAR BARU ABEPURA", OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020
Publication **2%**
- 2** Submitted to UIN Raden Intan Lampung
Student Paper **1%**
- 3** Destiya Wati, Suyudi Arif, Abrista Devi. "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2021
Publication **1%**
- 4** Submitted to IAIN Padangsidimpuan
Student Paper **1%**
- 5** Febrina Sophianti Pai, Silvy L. Mandey, Hendra N. Tawas. "STRATEGI PEMASARAN **1%**

PRODUK TABUNGAN EMAS DALAM UPAYA
MENARIK MINAT NASABAH (Studi Kasus di
PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah
Istiqlal Manado)", Jurnal EMBA : Jurnal Riset
Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi,
2023

Publication

6

Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Student Paper

1 %

7

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

1 %

8

Mela Anggilia, Joko Hadi Purnomo, Niswatin
Nurul Hidayati. "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS
ISLAM DALAM PENGELOLAAN HCG (HIKMA
COLLECTION GROUP) DI PONDOK
PESANTREN MIFTAHUL HIKMAH KARANG
KECAMATAN PARENGAN KABUPATEN
TUBAN", LISAN AL-HAL: Jurnal
Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan,
2021

Publication

1 %

9

Submitted to STIE Perbanas Surabaya

Student Paper

1 %

10

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Ponorogo

Student Paper

1 %

11

Teguh Gunawan, Ahmad Mulyadi Kosim, Sutisna Sutisna. "Analisis Mekanisme dan Penerapan Akad pada Pembiayaan Kepemilikan Emas:", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2021

Publication

1 %

12

Lula Akmal Afifah, Ahmad Mulyadi Kosim, Hilman Hakiem. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syari'ah Indonesia: Studi Kasus Bank Syari'ah Indonesia KCP Sudirman", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2022

Publication

<1 %

13

Yanti Yandri Kusuma. "Analisis Kesiapan Guru Kelas Dalam Mengimplementasikan Pembelajaran Tematik Di Masa Pandemi Covid-19 di SD Pahlawan", Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK), 2021

Publication

<1 %

14

Submitted to Universitas Muhammadiyah Makassar

Student Paper

<1 %

15

Sibro Malisi, Sutikno Sutikno. "Analysis of the Application of Marketing Mix as an Effort to Increase the Number of Deposit Customers at Bank Kb Bukopin Kc Cilegon", Jurnal Keuangan dan Perbankan (KEBAN), 2021

Publication

<1 %

16

Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya

Student Paper

<1 %

17

Dewi Masita. "Motivasi Bisnis Travel Umroh Di Era Globalisasi", *al-Rasākh: Jurnal Hukum Islam*, 2017

Publication

<1 %

18

Zainuddin Zainuddin, Ummal Khoiriyah. "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN JASA", *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan*, 2021

Publication

<1 %

19

Submitted to Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Kementerian Agama

Student Paper

<1 %

20

Submitted to IAIN Pontianak

Student Paper

<1 %

21

Nursyamsu, Aldi Abidin. "Analisis Motif Driver Ojek Online Dalam Menjalin Lebih Dari Satu Kemitraan Perspektif Etika Bisnis Islam Di Kota Palu", *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2021

Publication

<1 %

22

Syarifatul Muawanah, Suyudi Arif, Hilman Hakiem. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dalam Meningkatkan

<1 %

Pendapatan Bank", El-Mal: Jurnal Kajian
Ekonomi & Bisnis Islam, 2022

Publication

23

Syafrudin ., Ahmad Dasuki Aly S., Teja Subakti.
"PEMASARAN PRODUK DISTRIBUTOR OUTLET
DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM", Al-
Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi
Syariah, 2018

Publication

24

Junia Farma, Khairil Umuri. "Implementasi
Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi
Produk Asuransi Takaful", Cakrawala: Jurnal
Studi Islam, 2020

Publication

25

Shofia Purnamasari. "STRATEGI PEMASARAN
PEGADAIAN SYARIAH DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN JASA PRODUK
(Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan
Syariah Sultan Adam Banjarmasin)", At-
Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi, 2018

Publication

26

Submitted to Universitas Jember

Student Paper

27

Submitted to Kumoh National Institute of
Technology Graduate School

Student Paper

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

28

Submitted to UIN Sunan Gunung Djati
Bandung

Student Paper

<1 %

29

Submitted to unars

Student Paper

<1 %

30

Nur Adinda Putri, Farid Ardyansyah.
"Implementasi Islamic Marketing Mix pada
Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia
Kantor Cabang Basuki Rahmat Surabaya
Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Al-Kharaj :
Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah,
2023

Publication

<1 %

31

Zulfa Nabillatu Rozhania, Kholil Nawawi,
Syarifah Gustiawati. "Tinjauan Etika Bisnis
Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana
Muslim Studi pada Almeera Moslem Store
Bogor", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis
Islam, 2021

Publication

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On