

**KONTRIBUSI DUTA PEGADAIAN SEBAGAI STRATEGI PEGADAIAN
SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PEGETAHUAN PRODUK
(Studi Kasus Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**FIDA NURISKA
NIM. 1817202058**

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fida Nuriska
NIM : 1817202058
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Kontribusi Duta Pegadaian Sebagai Strategi Pegadaian
Syariah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Produk

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purbalingg, 16 November 2022

Saya yang menyatakan,



Fida Nuriska

NIM. 1817202058



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**KONTRIBUSI DUTA PEGADAIAN SEBAGAI STRATEGI PEGADAIAN
SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN PRODUK
(Studi Kasus Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Fida Nuriska NIM 1817202058** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **04 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Slamet Akhmadi, M.S.I.
NIDN. 2111027901

Sekretaris Sidang/Penguji

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I.
NIDN. 2031078802

Pembimbing/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 19 Januari 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof.KH.Syaifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

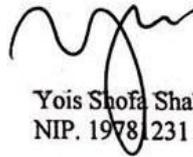
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Fida Nuriska dengan NIM 1817202058 yang berjudul :

Kontribusi Duta Pegadaian Sebagai Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Produk (Studi Kasus Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purbalingga, 21 November 2022
Pembimbing,



Yois Shofa Shafrani, M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

MOTO

“ Jadikan Pengalaman Sebagai Guru Terbaik Dalam Hidup “

“Fida Nuriska”



**Contribution of Duta Pegadaian as a Strategy for Pegadaian Syariah in
Increasing Product Knowledge
(Case Study of Pegadaian Syariah Purwokerto Branch Office)**

Fida Nuriska

NIM 1817202058

Email : fidanuriska95@gmail.com

Departement of Islamic Economic and Busines Faculty of Islamic Economics and
Busines

State Islamic University Prof. KH. Syaifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACK

Pegadaian Syariah is a sharia business service unit implemented by the Pegadaian Public Company using Islamic shariah principles. There are several Pegadaian Syariah Branch Offices, one of which is the Pegadaian Syariah Purwokerto Branch Office. According to current conditions, many people do not know the products of Pegadaian Syariah. To overcome this, one of the new strategies used by Pegadaian Syariah is by selecting a person to become a Duta Pegadaian.

Duta Pegadaians are figures who become company representatives who can encourage, accompany and introduce the heads of the company's work units together with the Company's Marketing and Sales Team in approaching Institutional Partners (Heads of Offices/Divisions/Departments/Management of Institutions/Organizations etc.). The purpose of this study is to find out how the Duta Pegadaian contributes as a Pegadaian Syariah strategy in increasing product knowledge.

Based on its purpose, this research includes field research using qualitative methods. Data obtained through observation techniques, interviews and documentation. In this study, researchers try to describe, explore and explain the contribution of Duta Pegadaian as a strategy for Pegadaian Syariah in increasing product knowledge.

The results of this study reveal that Duta Pegadaian's contribution as a strategy for Pegadaian Syariah in increasing product knowledge has a positive influence on the company (Pegadaian Syariah Purwokerto Branch Office). This is evidenced by the fact that after Duta Pegadaian carried out their duties and responsibilities, namely conducting socialization in various institutions, the results were that there was a cooperative relationship between Pegadaian Syariah Purwokerto Branch Office and BMT Mentari in Cilongok, PCNU Brebes and PC Muhammadiyah and also had an impact on increasing product turnover. that is equal to 6.04%.

Keywords: Contribution, Duta Pegadaian, Strategy.

**Kontribusi Duta Pegadaian Sebagai Strategi Pegadaian Syariah Dalam
Meningkatkan Pengetahuan Produk
(Studi Kasus Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto)**

Fida Nuriska

NIM 1817202058

Email : fidanuriska95@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Pegadaian Syariah adalah unit layanan usaha syariah yang dilaksanakan oleh Perusahaan Umum Pegadaian dengan menggunakan prinsip syariah islam. Terdapat beberapa Kantor Cabang Pegadaian Syariah salah satunya Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto. Menurut kondisi saat ini, banyak masyarakat yang belum mengetahui produk-produk dari pegadaian syariah. Untuk mengatasi hal tersebut, Salah satu strategi baru yang digunakan oleh Pegadaian Syariah yaitu dengan pemilihan seorang menjadi Duta Pegadaian.

Duta Pegadaian merupakan figur yang menjadi wakil perusahaan yang dapat mendorong, mendampingi dan memperkenalkan pimpinan unit kerja perusahaan bersama Tim Pemasaran dan Penjualan Perusahaan dalam melakukan pendekatan kepada para Mitra Instansi Kelembagaan (Kepala Kantor/Divisi/Bagian/Pengurus Lembaga/Organisasi dll). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kontribusi duta pegadaian sebagai strategi pegadaian syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk.

Berdasarkan tujuannya, Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. Data yang diperoleh melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menggambarkan, mengeksplorasi dan menjelaskan kontribusi Duta Pegadaian sebagai strategi Pegadaian Syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kontribusi Duta Pegadaian sebagai strategi Pegadaian Syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk memberikan pengaruh yang positif bagi perusahaan (Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto). Hal tersebut dibuktikan dengan setelah Duta Pegadaian melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya yaitu melakukan sosialisasi di berbagai lembaga, memberikan hasil yaitu adanya hubungan kerja sama antara Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto dengan BMT Mentari di Cilongok, PCNU Brebes dan PC Muhammadiyah serta berdampak juga pada peningkatan omset produk yaitu sebesar 6,04%.

Kata Kunci : *Kontribusi, Duta Pegadaian, Strategi.*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Sa	ṡ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	Za (dengan titik diatas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	D'ad	Ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik

			dibawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Gaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. **Konsonan karena rangkap syaddah ditulis rangkap**

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. **Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.**

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jisyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap kedalam Bahasa Indonesia seperti zakat, solat, dan sebagainya kecuali bisa dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة لولياء	Ditulis	<i>Karâmah al-aulyâ</i> ”
--------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta’marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan *t*.

زكاة لغير	Ditulis	<i>Zakât al-fitr</i>
-----------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

--َ---	Fathah	Ditulis	A
--ِ---	Kasrah	Dituli	I
--ُ---	D'ammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1	Fathah+Alif	Ditulis	A
2	جاهلية	Ditulis	<i>Jâhiliyah</i>
3	Fathah+ya"mati	Ditulis	A
4	تنس	Ditulis	<i>Tansa</i>
5	Kasrah+ya"mati	Ditulis	I
6	كريم	Ditulis	<i>Karîm</i>
7	Dammah Wawu Mati	Ditulis	U
8	فروض	Ditulis	<i>Furûd</i>

6. Vokal Rangkap

1	Fathah+ya"maati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	Fathah+Wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a"antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u"iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-qiyâs</i>

b. Bila diikuti huruf *samsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-ya.

السماء	Ditulis	<i>as-samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوئ الفروض	Ditulis	<i>Żawi al-furûd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Segala dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Kontribusi Duta Pegadaian Sebagai Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Produk”. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa selama penyusunan skripsi telah mendapat banyak dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dewan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., m.Si., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan selaku Dosen Pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, ketulusan serta kesabarannya dalam membimbing penulis demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan Beliau.
4. Segenap Dosen dan Staf Administrasi Universitas Negeri Islam Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purokerto.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Untuk keluarga terutama kedua Orang Tua tercinta, yaitu Bapak Ruswanto dan Ibu Nasriyah yang selalu memberikan do'a-Nya yang terbaik dan kasih

sayang-Nya untuk penulis, serta telah memberikan banyak pengorbanan yang tidak dapat digantikan oleh apapun. Sehingga, penulis dapat menyelesaikan bangku pendidikan ini. Semoga beliau selalu diberikan kesehatan, umur panjang, keberkahan dan kebahagiaan duni dan akhirat serta selalu dalam lindungan Allah SWT.

7. Untuk pihak pegadaian yang telah memberikan waktu dan ilmunya serta bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan.
8. Untuk support system Amin Gianto yang selalu memberikan semangat, motifasi dan selalu memberikan bantuan selama masa perkuliahan berlangsung sampai dengan sekarang.
9. Untuk teman dan sahabat penulis, terima kasih atas bantuan dan dukungannya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini, semoga kebaikan yang kalian berikan berbalik padanya.
10. Untuk keluarga besar Perbankan Syariah B Tahun Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, terima kasih atas waktu, dukungan dan kebersamaan-Nya selama ini, yang telah mengisi hari-hari di kala berlangsungnya perkuliahan. Sukses terus buat kita semua.
11. Dan Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan saru persatu, terima kasih atas bantuan yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan adanya keterbatasan dari pengalaman ataupun pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karenanya, penulis berharap atas kritik, saran dan masukan yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Manajemen Perbankan Syariah.

Purbalingga, 21 November 2022



Fida Nuriska
NIM. 1817202058

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Tabel Produk Dan Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah
Kantor Cabang Purwokerto Terbaru
- Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Proses Analisis Data
Gambar 2.2 Logo Perusahaan
Gambar 2.3 Struktur Organisasi



DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan dan Hasil Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 4 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 5 Surat Rekomendasi Munaqosah
- Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 8 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 9 Sertifikat PPL
- Lampiran 10 Sertifikat PBM
- Lampiran 11 Sertifikat KKN
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTO	iv
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kerangka Teori	10
B. Kajian Pustaka	18
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian	22
C. Subjek dan Objek Penelitian	23
D. Data dan Sumber Data.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian	24
F. Teknik Analisis Data Penelitian	26
G. Uji Keabsahan Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
B. Hasil Dan Pembahasan	47
BAB V PENUTUP	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	59



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian berperan penting dalam perkembangan di suatu negara. Negara yang maju didukung dengan adanya perekonomian yang kuat. Perekonomian yang kuat dapat dilihat dari segi kesejahteraan ekonomi dan dari pendapatan masyarakat. Sehubungan dengan hal tersebut, Masyarakat di Indonesia tergolong masih tertinggal dalam mengelola keuangan pribadi yang terlihat dari sifat konsumtif masyarakat yang lebih besar dibandingkan dengan sikap produktifnya. Sebagian pekerja setelah memperoleh pendapatan hasil kerjanya, dipakai secara berlebih-lebihan tanpa memperhatikan pentingnya pengelolaan keuangan secara efisien. Sehingga, dengan penggunaan keuangan yang tidak terkontrol, maka permasalahan yang timbul di tengah masyarakat yaitu terjadinya hutang dimana-mana. Dengan timbulnya permasalahan tersebut, masyarakat perlu mendapatkan pengawalan dari lembaga keuangan. Lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan akses keuangan serta mengelola keuangan bagi masyarakat (Purnama Sari, 2021).

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Rasbin dkk, (2015:79), yaitu beberapa ekonom telah sepakat dan percaya bahwa perkembangan sektor keuangan menjadi kunci bagi perkembangan ekonomi negara. Di Indonesia secara umum sektor keuangan di gerakkan oleh dua lembaga, yaitu lembaga perbankan yang terdiri dari bank-bank umum dan lembaga non bank seperti lembaga pembiayaan, asuransi, pegadaian, pasar modal dan dana pensiun. Berkembangnya perekonomian di suatu negara dapat mengubah atau mempengaruhi segala aktivitas dan kegiatan di lingkungan masyarakat seperti kebutuhan pendanaan bagi kehidupan masyarakat. Salah satu lembaga keuangan non bank yang dapat memberikan jasa berupa pembiayaan yaitu Pegadaian.

Menurut Subagyo, (1999 : 88) Pegadaian merupakan lembaga keuangan bukan bank yang memberikan kredit pembiayaan kepada masyarakat dengan menggunakan hukum gadai yaitu menjamin barang barang berharga untuk memperoleh sejumlah uang dan barang tersebut bisa ditebus kembali sesuai kesepakatan antara nasabah dengan pihak pegadaian (Saputra & Mahalli, 2014). Pegadaian sebagai salah satu perusahaan dibawah naungan kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertugas untuk menjembatani kebutuhan dana masyarakat. Seiring dengan berkembangnya produk syariah di Indonesia, Tahun 2003 sektor Pegadaian mendirikan Pegadaian Syariah dalam bentuk Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS), yang dalam praktik pelaksanaannya berpegang pada prinsip syariah (Yuyun Juwita & Iza hanifuddin, 2021).

Menurut Jefry dkk, 2019 Pegadaian Syariah adalah salah satu unit layanan syariah yang dijalankan oleh perusahaan umum (Perum) Pegadaian, disamping unit layanan Pegadaian Konvensional. Berdirinya unit layanan syariah didasarkan adanya perjanjian antara Bank Muamalat Indonesia (BMI) dengan Perusahaan Umum Pegadaian dengan menggunakan prinsip musyarakah Nomor 446/SP.300.233/2002 dan Nomor 015/BMI/PKS/XII/2002. Adapun prinsip tersebut bertujuan untuk melayani nasabah yang mempunyai keinginan terhadap perusahaan atau lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah islam untuk mereka manfaatkan sebagai tempat pembiayaan gadai (Rahn). Selain sebagai tempat pembiayaan gadai (Rahn), Pegadaian Syariah juga memiliki inovasi baru yaitu berupa produk Amanah (Pinjaman), Arrum (Pembiayaan) dan Investasi Emas, produk tabungan haji dan lain sebagainya (Saputri & Dewi, 2020). Gadai syariah (Rahn) merupakan kegiatan menjaminkan suatu barang dimilikinya untuk memperoleh sejumlah uang dengan jangka waktu yang telah disepakati bersama dan apabila nasabah tidak menebusnya, maka barang tersebut akan dilelang. hasil perlelangan tersebut untuk membayar hutang atau rahin (Lesmono, 2022). Amanah (Pinjaman) yaitu suatu pemberian pinjaman dengan prinsip syariah kepada karyawan, pengusaha mikro/kecil dan lainnya

guna pembelian sepeda motor. Produk Arrum merupakan produk pembiayaan syariah untuk mengembangkan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) dengan menggunakan jaminan BPKB kendaraan bermotor. Menurut (Mohammad, 2014), Investasi emas merupakan investasi yang paling aman dibandingkan dengan jenis investasi lainnya. Investasi emas bisa membuka peluang bahwa investasi emas bisa memberikan imbalan dan hasil atau keuntungan melebihi investasi high risk saja situasi dan kondisi memungkinkan seperti lonjakan inflasi dan naiknya harga emas dunia (Habibah, 2017).

Berbagai produk syariah yang ditawarkan tersebut, kini kian marak di Indonesia. Sehingga, membuat Pegadaian Syariah akan mampu bersaing dengan banyaknya lembaga keuangan yang ada. Produk atau jasa berbasis syariah ini pada dasarnya memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar sebagai komoditas yang diperdagangkan dan menjalankan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dengan sistem bagi hasil (Nurhidayah, 2018). Dari karakteristik tersebut, memberikan manfaat yang sangat besar bagi masyarakat untuk membantu mereka yang membutuhkan pinjaman atau modal tanpa menyulitkan dengan adanya praktek riba. Akan tetapi, hal tersebut seringkali tidak diperhatikan oleh masyarakat. Sehingga banyak dari masyarakat yang kurang tepat dalam mengambil keputusan untuk memilih lembaga keuangan yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan kurangnya pengetahuan dari masyarakat, maka bukan solusi yang akan mereka dapat. Akan tetapi, mereka justru menambah masalah dengan terjebak bunga yang membengkak apabila terjadi ketidak sanggupannya mereka dalam membayarnya. Dengan begitu, pemahaman masyarakat terhadap lembaga keuangan sangat penting agar tidak terjadi kesalahan dalam memilih atau mengambil keputusan terutama melakukan pinjaman kepada rentenir. Oleh karena itu, sangat penting pengetahuan masyarakat mengenai produk atau jasa yang ditawarkan di setiap lembaga keuangan.

Setiap lembaga keuangan baik itu perbankan maupun non bank memiliki tujuan yang sama yaitu bagaimana meningkatkan jumlah nasabah. Untuk meningkatkan jumlah nasabah, setiap lembaga keuangan akan berlomba-lomba agar dapat bersaing menciptakan suatu produk pembiayaan atau jasa terbaik yang dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat. Dengan banyaknya produk atau jasa yang telah ditawarkan disetiap lembaga keuangan, perlu adanya strategi khusus yang dapat menarik perhatian masyarakat.

Menurut hasil wawancara dari Bapak Teguh Subagyo pada Senin, 08 November 2021, menurut kondisinya saat ini, banyak masyarakat yang masih belum paham mengenai sistem operasionalnya maupun produk-produk yang terdapat di pegadaian syariah. Kurangnya pengetahuan masyarakat disebabkan dari beberapa faktor salah satunya yaitu kurangnya promosi atau faktor lain seperti rendahnya pengetahuan produk pada masyarakat terhadap produk-produk Pegadaian Syariah (Hasil Wawancara, Teguh Subagyo:2021). Oleh karena itu, Salah satu inovasi yang muncul untuk mengatasi hal tersebut yaitu dengan penggunaan *Brand Ambassador*.

Menurut Doucset (2008), *Brand Ambassador* merupakan Figure yang memiliki passion terhadap brand, mau memperkenalkannya dan sukarela memberikan informasi mengenai brand (Firmansyah, 2019). *Brand Ambassador* berperan penting sebagai iklan atau promosi bagi instansi perusahaan terutama produk perusahaan. Adanya peran *Brand Ambassador* dapat memberikan efek yang positif bagi perusahaan salah satunya sebagai pehubung atau alat komunikasi antara masyarakat dengan perusahaan yang mampu memberikan daya tarik sesuai dengan kemampuannya dalam menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat (Rosyadi, 2021). Dalam hal ini, Peran *Brand Ambassador* memiliki keterkaitan yang sama seperti halnya peran dari Duta Pegadaian yang terdapat di Pegadaian Syariah. Duta Pegadaian merupakan Bentuk implementasi dari *Brand Ambassador* yang terdapat di Pegadaian Syariah.

Menurut hasil wawancara dari Bapak Teguh Subagyo pada 17 November 2021, Duta Pegadaian merupakan seorang tokoh masyarakat yang ditunjuk

dan dipilih secara langsung sesuai dengan syarat dan ketentuan dari Perusahaan. Duta Pegadaian yang dipilih adalah seorang yang memiliki pengaruh besar di lingkungan masyarakat dan memiliki banyak relasi di lembaga-lembaga/komunitas/instansi seperti instansi pendidikan, instansi keagamaan, instansi sosial dan lain sebagainya. Selain itu, Duta Pegadaian memiliki kemampuan pemahaman dan pengetahuan yang lebih mengenai informasi perusahaan baik dari profile perusahaan, produk-produk serta sistem operasional yang terdapat di perusahaan. Fungsi utama dari Duta Pegadaian adalah sebagai penghubung antara Pegadaian dengan masyarakat/Komunitas/Lembaga-lembaga Instansi tersebut. Tujuan dipilihnya seorang Duta Pegadaian yaitu agar Pegadaian lebih dikenal oleh masyarakat baik dari segi profile perusahaan, produk-produk dan sistem operasional yang ada di Pegadaian Syariah. Pembentukan Duta Pegadaian pada 13 September 2021. Alasan dibentuknya Duta Pegadaian yaitu dikarenakan banyak masyarakat awam yang saat ini mengetahui bahwa Pegadaian Syariah hanya sebagai tempat untuk mengadaikan sebuah barang. Dengan dibentuknya Duta Pegadaian, diharapkan hal tersebut mampu teratasi dengan apa yang dilakukan oleh Seorang tugas dari Duta Pegadaian. Strategi yang dilakukan Duta Pegadaian yaitu dengan melakukan sosialisasi diberbagai komunitas/lembaga-lembaga instansi untuk menyampaikan informasi terkait profile perusahaan, sistem operasional yang terdapat di perusahaan terutama produk-produk yang terdapat di Pegadaian Syariah.

Berikut adalah tabel produk-produk yang terdapat di Pegadaian Syariah Purwokerto :

Tabel 1.1

NO	PRODUK	JUMLAH NASABAH
1	Gadai Rahn	1766
2	Rahn Tasjily Tanah	28
3	Arum BPKB	50
4	Arrum Emas	34
5	Arrum Haji	27

6	Amanah	25
7	Mulia	19
JUMLAH		1949

Sumber : *Hasil surve pendahuluan di PT. Pegadaian Syariah KC Purwokerto.*

Dari tabel diatas diketahui bahwa nasabah atau masyarakat yang memilih menggunakan produk gadai (Rahn) sebanyak 1766, Rahn Tasjily Tanah sebanyak 28, Arrum BPKB sebanyak 50, Arrum Emas sebanyak 34, Arrum Haji sebanyak 27, Amanah sebanyak 25 dan Mulia sebanyak 19. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah yang menggunakan jasa gadai (Rahn) lebih banyak dibandingkan dengan produk yang lain yang di pegadain syariah purwokerto.

Oleh karena itu, dengan melihat penerapan strategi yang dilakukan Pegadaian Syariah Purwokerto terkait dengan pengetahuan produk, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Kontribusi Duta Pegadaian Sebagai Startegi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Produk (Studi Kasus Kantor Pegadaian Syariah Purwokerto).**

B. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu bagian dimana penulis akan menjelaskan tentang variabel-variabel yang akan diteliti. Adanya definisi operasional bertujuan agar tidak terjadi kesalahpahaman saat mengatikan istilah pada penelitian. Berikut adalah istilah-istilah penting dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kontribusi Duta Pegadaian

Kotribusi adalah suatu keterlibatan atau sumbangan yang diberikan dalam berbagai bentuk baik sumbangan ide, pemikiran ataupun tindakan untuk mencapai tujuan (Gozali & Isfa, 2020). Kontribusi disini dapat diartikan sebagai suatu keterlibatan duta pegadain di pegadaian syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk.

2. Strategi Pegadaian Syariah

Dalam dunia bisnis baik dari lembaga keuangan perbankan maupun non bank mempunyai strategi bisnis yang berbeda-beda yang dijadikan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Strategi bisnis sebagai indikator yang perlu diterapkan agar perusahaan mampu bertahan dan mengalami kemajuan. Strategi mempunyai pengaruh besar bagi kesuksesan suatu perusahaan. Oleh karena itu, Strategi yang diterapkan harus sesuai dengan kebutuhan usaha. sehingga, dengan menyusun strategi yang tepat dapat memudahkan perusahaan dalam mencapai tujuan dan meraih kesuksesan.

3. Produk-produk Pegadaian Syariah

a. *Rahn* (Gadai Syariah)

Pengertian Gadai syariah (*Rahn*) Abdulk Ghofar Anshori yaitu menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang mungkin ditarik kembali. Selain itu, *Rahn* memiliki arti menjadikan barang yang mempunyai nilai jual menurut pandangan syariah yang dijadikan sebagai jaminan hutang. Sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutangnya .

b. Produk Arrum BPKB

Produk pembiayaan Ar-rum adalah pinjaman yang diberikan dengan sistem syariah kepada seseorang yang membutuhkan dana dana untuk pengembangan usaha mikro dengan jaminan berupa BPKB kendaraan. Untuk mendapatkan pinjaman tersebut, nasabah harus memiliki usaha yang sudah berjalan sekitar 1 (satu) tahun dengan melampirkan persyaratan yang dibutuhkan.

c. Produk Tabungan Emas

Emas merupakan salah satu objek investasi yang mempunyai nilai cenderung naik. Investasi emas dikatakan hampir selalu menguntungkan dengan resiko yang relative kecil. Oleh karena itu investasi emas dapat dikatakan sebagai investasi yang paling aman dan menguntungkan dibandingkan dengan investasi yang lain (Fauziah, 2019).

d. Produk Arrum Haji

Produk arum haji merupakan produk yang saat ini sudah dikembangkan oleh pegadaian syariah. Adanya produk arum haji, memberikan kemudahan kepada masyarakat yang mempunyai keinginan menunaikan ibadah haji tetapi belum mempunyai dana yang cukup terutama untuk melengkapi setoran awal BPIH dalam rangka memperoleh nomor porsi haji (Luthfina, 2019).

e. Produk Amanah

Produk amanah merupakan produk layanan dalam pembelian kendaraan baik kendaraan sepeda motor maupun mobil. Untuk kendaraan sepeda motor nasabah membayar 20 % dari harga dan 25 % untuk mobil dari harga.

f. Produk Mulia

Produk mulia yaitu produk yang ditawarkan untuk melayani penjualan emas batangan kepada masyarakat. Produk ini bisa digunakan sebagai alternatif pilihan investasi masa depan (KN, 2019).

g. Produk Rahn Tajily Tanah

Pembiayaan produk rahn tajily tanah dirancang untuk petani dan pengusaha mikro. Produk ini diberikan kepada nasabah yang ingin mengembangkan usaha yang dimilikinya dengan memanfaatkan akad Rahn Tasjily dari Pegadaian Syariah (Pratiwi et al., 2023).

C. Rumusan Masalah

Bagaimana kontribusi duta pegadaian sebagai strategi pegadaian syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana kontribusi duta pegadaian sebagai strategi pegadaian syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk

Adapun Manfaat dari penelitian tersebut meliputi ;

a. Manfaat secara akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kontribusi duta pegadaian sebagai strategi pegadaian syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk.

b. Manfaat secara umum atau praktis

Bagi pegadaian syariah hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang mengenai kontribusi duta pegadaian sebagai strategi pegadaian syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. *Brand Ambassador*

a. Definisi *Brand Ambassador*

Lea-Greenwood menyatakan bahwa *Brand Ambassador* merupakan seseorang yang terkenal yang dipilih dan dipercaya perusahaan untuk dijadikan alat penghubung komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat (publik) dengan harapan dapat meningkatkan penjualan. Sedangkan menurut Andrews and Shimp (2018), *Brand Ambassador* yaitu dikenal sebagai seorang bintang iklan yang bertindak sebagai alat pemasaran untuk mewakili produk perusahaan (Purwati & Cahyanti, 2022). Penggunaan *Brand Ambassador* dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi dan mengajak konsumen agar tertarik sehingga menggunakan produk perusahaan. Pemilihan *Brand Ambassador* biasanya didasarkan pada pencitraan melalui tokoh masyarakat yang yang memiliki ketenaran atau memiliki pengaruh besar dilingkungan masyarakat sepertihalnya selebriti atau selebgram yang terkenal (Putra, 2014).

b. Bentuk karakteristik *Brand Ambassador*

Perusahaan harus memperhatikan karakteristik selebriti pada saat pemilihan *Brand Ambassador*. Hal ini akan berdampak besar pada kesuksesan atau tidaknya promosi yang dijalankan oleh perusahaan nantinya. Menurut Rossiter dan Percy dalam (Royan , 2005:1), karakteristik *Brand Ambassador* terdiri dari:

1) *Visibility* (Kepopuleran)

Kepopuleran yaitu popularitas yang ada dan melekat pada diri seorang *brand ambassador*. Karakteristik tersebut mengarah pada seberapa terkenalnya seorang brand ambassador di lingkungan atau masyarakat umum.

2) *Creadibility* (Kreadibilitas)

Menurut (Mulyana, Deddy 2000:175) Kreadibilitas yaitu sebuah persepsi komunikasi tentang sifat-sifat komunikator. Persepsi yang dimiliki setiap individu melalui panca indera. Namun, Masing-masing individu tidak semua memiliki daya tarik yang sama. Masing-masing individu akan mempersepsikan segala sesuatu dengan cara yang berbeda sesuai dengan budaya, pengalaman, latar belakang dan suasana psikologis.

3) *Attraction* (Daya Tarik)

Terdapat dua karakteristik pada brand ambassador yaitu Kepesonaan yang merupakan daya tarik pada penampilan fisik dan kepribadian. Kesukaan merupakan yang paling relevan untuk merubah sikap pada sebuah merek. Kesamaan target penonton haruslah menyamakan dengan gambaran emosional dalam iklan dan hal ini ditambah dengan memperlihatkan seseorang di iklan yang memiliki gaya serupa dengan anggota target penonton.

4) *Power*

Power merupakan kemampuan atau tingkat kharisma yang dimiliki oleh brand ambassador untuk membujuk atau mempengaruhi konsumen dan meningkatkan intensitas pembelian barang (Nancy et al., 2020).

Sedangkan menurut Royan (2004), ada 3 kualitas yang harus dimiliki oleh seorang *Brand Ambassador* yaitu :

1) Daya Tarik (*Attractiveness*)

Daya tarik yang terdapat pada Brand Ambassador bukan hanya pada daya tarik fisik. Namun, bisa dilihat juga pada kecerdasan, sifat-sifat kepribadian, kepribadian, gaya hidup dan keatletisan tubuh.

2) Kepercayaan (*Trustworthiness*)

Tingkat kepercayaan dan ketergantungan yang menunjukkan seseorang dapat dipercaya.

3) Keahlian (*Expertise*)

Keahlian mengacu pada pengalaman, pengetahuan, atau keterampilan pendukung tentang topik yang diwakili.

c. Fungsi dan peran Penggunaan *Brand Ambassador*

Menurut Royan (2004), *Brand Ambassador* memiliki fungsi dan manfaat bagi perusahaan. *Brand Ambassador* yang dipilih adalah orang-orang terkenal dan berpengaruh untuk mempromosikan produk perusahaan yang berfungsi untuk:

1) Memberikan Kesaksian (Testimoni).

Seorang *Brand Ambassador* yang menggunakan produk tersebut bisa memberikan kesaksian tentang kualitas dan manfaat dari produk yang dipromosikan.

2) Memberikan dorongan dan penguatan (endorsement).

Seorang *Brand Ambassador* membimbitangi atau mempromosikan produk tetapi dia tidak ahli dalam bidang tersebut.

3) Bertindak sebagai aktor dalam topik (iklan) yang diwakilinya.

Seorang *Brand Ambassador* diminta untuk mempromosikan produk tertentu terkait dengan peran yang sedang dia bintang di dalam suatu program kegiatan tertentu.

4) Sebagai juru bicara perusahaan

Penampilan *Brand Ambassador* akan diasosiasikan dengan merek atau produk yang mereka wakili (Firmansyah, 2019).

Menurut Sumarwan (2003), kredibilitas yang dimiliki oleh *Brand Ambassador* itulah yang mampu memberikan persepsi di benak konsumen terhadap keahlian dan pengetahuan selebriti mengenai produk yang diiklankan serta kepercayaan atau kejujuran dari seorang selebriti mengenai produk yang diiklankan.

d. Manfaat *Brand Ambassador*

Lea-Greenwood (2012:87), menyatakan bahwa manfaat penggunaan Brand Ambassaor antara lain:

1) *Press Covverage*

Dapat memberikan dan membentuk citra sebuah merk dimata konsumen.

2) *Changing perceptions of the brand*

Brand Ambassador berperang penting yang dapat mengubah persepsi mengenai suatu brand. Dengan penggunaan brand ambassador yang tepat, maka dapat mendukung citra dan persepsi sebuah brand.

3) *Attracting new customer*

Dapat menarik konsumen agar dapat menggunakan produknya. Oleh karena itu, perlu diperhatikan dan kesesuaian dalam pemilihan brand ambassador dengan target konsumen.

4) *Freshening up an existing campaign*

Dapat mengingatkan kembali masyarakat atau konsumen kepada perusahaan melalui slogan atau ivent (acara) yang diikuti ataupun diadakan perusahaan. (Putra, 2014).

e. *Brand Ambassador* dalam perspektif Islam

Dalam ajaran islam, kejujuran merupakan etika yang sangat penting saat berkomunikasi dengan orang lain. Sebagai seorang muslim harus dapat menyampaikan informasi secara jujur berdasarkan data dan fakta yang terjadi sebenarnya tanpa ada suatu tambahan atau kekurangan dari informasi yang disampaikan. Etika tersebut harus ada pada *Brand Ambassador* ketika menyampaikan informasi atau mempromosikan produknya kepada masyarakat.

Selanjutnya, etika yang harus ada pada diri *Brand Ambassador* yaitu:

1) *Shiddiq* (Jujur)

Secara bahasa ash-shidq berarti sifat yang jujur atau berkata jujur. Para Rasul dalam mengatakan atau menyampaikan sesuatu

sesuai atau berdasarkan dengan kenyataan yang ada. Allah SWT telah memerintahkan kepada umat manusia agar senantiasa bersikap jujur dalam (QS. An-Nisa' ayat 69).

وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَأُولَٰئِكَ مَعَ الَّذِينَ أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنَ النَّبِيِّينَ
وَالصَّٰدِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّٰلِحِينَ وَحَسُنَ أُولَٰئِكَ رَفِيقًا

Artinya: “Dan siapa yang taat kepada Allah dan Rasul, maka mereka akan bersama-sama dengan orang-orang yang diberikan nikmat oleh Allah, (yaitu) para Nabi, para Siddiqin, para syuhada’ dan orang-orang yang shaleh. Dan mereka itu sebaik-baiknya teman”. (QS. An-Nisa’ :69).

Sesuai dengan QS. An-Nisa’ :69 diatas, *Brand Ambassador* juga harus memiliki sifat shiddiq atau jujur ketika menyampaikan informasi terkait produk yang dipromosikannya kepada masyarakat dengan benar tanpa adanya kebohongan. Sehingga, konsumen tidak akan merasa kecewa setelah penggunaan produk yang sesuai dengan apa yang disampaikan oleh *Brand Ambassador*.

2) Amanah (Dapat Dipercaya)

Orang yang disertai tugas oleh orang lain harus dapat melaksanakan tugasnya dengan baik sesuai tugas yang diberikan. Hal ini sejalan dengan teladan para Rasul dalam tugas kenabiannya. Para Rasul menjalankan tugasnya sesuai dengan perintah Allah SWT tanpa mengurangi atau menambahnya. Allah SWT berfirman dalam QS-nya. Ayat 27 dalam Al-Anfal ayat berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: ”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul-Nya (Muhammad), dan jangan mengkhianati kepercayaan yang diberikan kepadamu, padahal kamu mengetahuinya“ (QS. Al-Anfal:27).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa siapa saja yang diberi atau dititipkan amanah maka seseorang tersebut telah diberi kepercayaan untuk menjaga amanah dengan baik. Hal tersebut

sama halnya dengan *Brand Ambassador* yang diberikan amanah dan kepercayaan untuk menyampaikan informasi dengan jujur dan benar kepada masyarakat. Seorang *Brand Ambassador* harus dapat mempertahankan kepercayaan dari masyarakat terhadap produk yang mereka wakili sehingga masyarakat yakin untuk selalu menggunakan produk tersebut.

3) Fathanah

Fathanah memiliki arti cerdas. Sifat tersebut merupakan sifat dari para Rasul yang sangat cerdas ketika menghadapi umatnya bahkan untuk mengatasi orang-orang yang masih ragu serta menentangnya. Para Rasul memiliki kecerdasan untuk menjalankan amanah atau tugas dengan jujur. Allah SWT berfirman dalam (QS. Al-Baqarah :269) yang berbunyi :

يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ ۚ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا ۗ وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ

Artinya : “Dia memberikan hikmah kepada siapa yang Dia kehendaki. Barang siapa diberi hikmah, sesungguhnya dia telah diberi kebaikan yang banyak. Dan tidak ada yang dapat mengambil pelajaran kecuali orang-orang yang mempunyai akal sehat” (QS. Al-Baqara:269).

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT telah memberikan hikmah kepada siapa saja yang telah di kehendaki-Nya yaitu berupa ilmu yang dapat digunakan oleh manusia agar dapat mendorong pekerjaan serta karya mereka. Sifat fathaanah harus dimiliki oleh seorang *Brand Ambassador*. Seorang *Brand Ambassador* harus memiliki ide-ide yang cerdas untuk menarik perhatian masyarakat (Siswanto, 2022).

2. Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*)

Pengetahuan menurut Yasin, Zarlis & Nasution (2018), adalah pengetahuan tentang pemahaman diri sendiri yang diperoleh seseorang setelah melakukan penelitian pada subjek tertentu. Selain itu, pengetahuan didefinisikan sekumpulan informasi dan data yang diketahui sehingga

muncul berbagai pertanyaan untuk menilai keterampilan yang berkaitan dengan informasi yang diperoleh. Menurut (Kotler, 2018) pengertian produk yaitu segala sesuatu dalam bentuk barang fisik, layanan, pengalaman, organisasi, informasi dan ide yang di tawarkan pasar kepada pelanggan untuk tujuan memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. (Romdhoni & Ratnasari, 2018).

Menurut Resmawa dalam Ridwan (2018:69), pengetahuan produk bergantung pada tingkat kesadaran dan pemahaman konsumen mengenai suatu produk, dan berbagai informasi yang akurat tersimpan dalam benak konsumen dan nantinya dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan berdasarkan informasi tersebut (Sanita et al., 2019).

Sedangkan Sumarwan (2003), menyatakan pengetahuan produk yaitu kumpulan informasi tentang suatu produk yang meliputi merek, kategori produk, istilah produk, fitur atau atribut produk, dan kepercayaan terhadap suatu produk. Setiap konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda-beda. Beberapa orang mencari informasi di sumbernya, mapun mencari mencari informasi di sekitarnya.. Dalam kegiatan pemasaran, pengetahuan produk bagi konsumen sangatlah penting. Konsumen yang baik, biasanya mengetahui informasi produk dengan teliti. Ketika konsumen mengetahui lebih banyak tentang produk, mereka dapat membuat sebuah keputusan dengan baik yang dapat memberikan manfaat bagi dirinya. Menurut sumarwan (2003), terdapat tiga jenis *Product Knowledge* yaitu:

a. Pengetahuan terkait karakteristik atau atribut produk

Pengetahuan atribut produk dibagi menjadi dua bagian, yaitu atribut fisik dan atribut. Atribut fisik di gambarkan melalui sifat fisik yang terkandung dalam produk. Atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif suatu produk berdasarkan persepsi konsumen itu sendiri. Seperti kenyamanan dalam menggunakan barang.

b. Pengetahuan terkait manfaat produk

Terdapat dua jenis manfaat yang dirasakan konsumen setelah menggunakan suatu produk yaitu manfaat fungsional (manfaat yang dirasakan konsumen secara psikologis) dan manfaat psikosial (meliputi aspek psikologis seperti sensasi, emosi dan suasana hati).

c. Pengetahuan terkait kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen

Pengetahuan tentang kepuasan produk yang mempengaruhi keputusan pembelian (Stanislaus, 2016) .

Dalam islam, ajarannya memainkan peranan yang sangat penting sebagai pedoman bagi orang beriman untuk menjalani kehidupan yang benar. Artinya, mengajarkan bagaimana menjalin hubungan antara manusia dengan Tuhan, antara manusia dengan manusia dan antara manusia dengan makhluk lainnya. Selain pentingnya menjaga silaturahmi, Islam juga memandang bahwa bumi dan seisinya merupakan amanat Allah SWT kepada khalifah yang harus dijaga dan dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk kepentingan bersama. Islam mengajarkan kepada khalifah untuk menggunakan landasan hukum yang benar agar terhindar dari kesalahan dan mendapatkan ridha Allah SWT. Dasar yang benar dan diyakini adalah dasar hukum yang bersumber dari ketentuan Islam (Al-Qur'an dan Hadist) yang harus mereka patuhi.

Pengetahuan konsumen terhadap produk diatas, mungkin terkait dengan hadits qauliyah Nabi Muhammad SWA yang dituturkan oleh Ibnu Majah yang berbunyi:

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ، وَوَضِعُ الْعِلْمِ عِنْدَ غَيْرِ أَهْلِهِ كَمَقْتَدِ
الْخَنَازِيرِ الْجَوْهَرَ وَاللُّؤْلُؤَ وَالذَّهَبَ

Artinya : “Menuntut ilmu itu wajib hukumnya bagi setiap muslim, memberikan ilmu kepada orang yang bukan ahlinya, seperti orang yang mendandani babi dengan permata, mutiara atau emas” (HR. Ibnu Majah).

Hadis diatas menunjukkan bahwa setiap muslim wajib mencari ilmu, sedangkan yang dimaksud dengan meletakkan ilmu adalah mencari ilmu. Mendapatkan pengetahuan dari seseorang yang tidak kompeten di bidangnya adalah tindakan yang sia-sia, dan berdasarkan penjelasan ini, bisnis merupakan pihak penting dalam memberikan pengetahuan terbaik kepada konsumen tentang produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan tujuan agar dapat memberikan kepercayaan bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Fuad, 2019).

B. Kajian Pustaka

Menurut (Hidayatullah, 2018: 27). Kajian atau tinjauan pustaka merupakan kegiatan penelitian dimana peneliti mencoba melakukan peyelidikan dan analisis secara menyeluruh tentang bagaimana konsep dan teori yang berkaitan dengan masalah atau fenomena yang terjadi pada penelitian sebagai landasan atau dasar untuk melangkah ke tahap penelitian selanjutnya. Kajian atau tinjauan pustaka juga digunakan sebagai sumber referensi untuk penelitian terdahulu tentang topik yang berkaitan dengan penelitian sehingga menunjukkan perbedaan dan keaslian untuk peneliti selanjutnya.

Dengan demikian peneliti menemukan informasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang terdapat pada jurnal yang berkaitan dan dianggap sangat penting yaitu diantaranya:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun, Judul,	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Nurmaulina (2020), Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Mulia Di Pt. Pegadaian Ups Paus	Promosi berpengaruh positif terhadap minat pelanggan terhadap produk Mulia UPS Paus Ujung Pegadaian. Dengan Uji-t disimpulkan bahwa promosi berdampak	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang

	Ujung Menurut Ekonomi Syariah	besar pada minat pelanggan dengan dibuktikan nilai t hitung sebesar $3,88 > t$ tabel sebesar $1,66$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima, diketahui bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara promosi terhadap minat nasabah terhadap produk Mulia di Pegadaian, nilai koefisien determinasi model adalah $0,16$.	promosi . Sementara itu terdapat perbedaan yaitu objek yang berbeda.
2	Muhammad Fuad (2019), Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra, Merek, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung di Kota Makassar	Disimpulkan dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan produk dan citra merek secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.	Persamaan dalam penelitian ini adalah terdapat variabel atau grand teori yang sama yaitu membahas pengetahuan produk. Sementara itu, terdapat perbedaan yaitu Objek dan jenis penelitian serta terdapat variabel yang berbeda
3	Elni Purnama Sari (2021), Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Batusangkar	Strategi yang dilakukan Pegadaian Syariah Unit Batusangkar untuk meningkatkan literasi keuangan syariah pada masyarakat dilakukan melalui program yaitu melakukan sosialisasi	Persamaan dalam penelitian ini adalah terdapat variabel yang sama dan sama-sama

		<p>dan edukasi kepada masyarakat tentang literasi keuangan syariah yang dilakukan secara langsung dengan mendatangi nasabah atau calon nasabahnya maupun nasabah langsung yang datang ke kantor Pegadaian Syariah, memberikan edukasi tentang literasi keuangan syariah melalui media massa. Pegadaian Syariah Batusangkar melakukan program edukasi untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat berupa kegiatan semina kelompok masyarakat, menjalankan promosi melalui media sosial (<i>Facebook, Instagram, Zoom</i> dan <i>Youtube</i>), membagikan brosur atau media cetak lainnya dan juga melalui website serta aplikasi digital pegadaian syariah.</p>	<p>menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sementara itu terdapat perbedaan yaitu judul dan objek yang berbeda.</p>
4	<p>Reni Ferbriani (2016), Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Arrum Pada Pt. Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Kolonel Atmo Palembang</p>	<p>Berdasarkan data yang ditampilkan pada penelitian, menunjukkan bahwa terdapat nasabah yang masih aktif yang melakukan top up lebih dari sekali atau melakukan kembali pembiayaan. hal tersebut menandakan bahwa Unit Pegadaian Syariah Kolonel Atmo mampu membuat separuh nasabah arrum kembali bertransaksi.</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas promosi pada PT. Pegadaian syariah serta menggunakan jenis penelitian yang sama yaitu kualitatif.. Sementara itu,</p>

			perbedaannya adalah Judul dan lokasi yang berbeda
5	Rini Elvira (2017), Strategi Produk, Penetapan Harga, Promosi, Dan Lokasi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Arrum (Studi : Pt.Pegadaian Syariah Cabang Simpang Sekip Kota Bengkulu)	Menurut hasil analisis internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang dimiliki PT. Pegadaian Syariah Cabang Simpang Sekip Kota Bengkulu serta analisis eksternal peluang (opportunities) yang dapat diraih dan ancaman (threats) yang dihadapi terdapat 6 strategi produk, 4 strategi penetapan harga, 2 strategi lokasi dan 3 strategi promosi yang perlu diperhatikan dan dijalankan.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas promosi pada PT. Pegadaian Syariah dan menggunakan jenis penelitian yang sama yaitu kualitatif, sementara itu, terdapat perbedaan yaitu adanya fariabel yang berbeda serta lokasi yang berbeda.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu penelitian yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2007: 1), pendekatan kualitatif merupakan pendekatan atau metode yang fokus pada pengamatan secara mendalam terhadap suatu objek yang bersifat alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci (Prasanti, 2018). Pendekatan ini berusaha memahami dan menganalisis suatu fenomena yang terjadi atau peristiwasecara mendalam menurut perspektif dari peneliti sesuai dengan data yang diperoleh baik berupa kata-kata, gambar dan lain-lain. Penelitian memberikan gambaran secara detail atau terperinci terkait proses atau urutan-urutan suatu kejadian.

Penelitian ini menggambarkan suatu fenomena yang terjadi dengan data yang diperoleh di lapangan. Dalam hal ini gambarang tentang kontribusi duta sebagai salah satu strategi yang diterapkan di Pegadaian Syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Puwokerto, Windusara, Karanglesem, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Bnayumas, Jawa Tengah pada tahun 2021/2022-Selesai.

Subjek penelitian adalah sumber informasi dimana peneliti untuk mencari data dan masukan untuk memecahkan masalah pada penelitian atau lebih dikenal dengan nama “informal” yaitu orang yang dimanfaatkan untuk dijadikan sebagai sumber informasi.

Peneliti menentukan kriteria informan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Informan merupakan orang aktif di bidang kepengurusan kegiatan yang sedang diteliti.

2. Informan yang memiliki peran di tempat penelitian seperti pimpinan di Pegadaian Syariah KC Purwokerto.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto Yang meliputi :

1. Pimpinan Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto Tahun 2021 yaitu Bapak Teguh Subagyo.
2. Bapak Adhan Septia Wildan Satrio selaku kepengurusan Duta Pegadaian area Purwokerto.
3. Anggira Adi S. Selaku kepengamanan (Security) Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto.

Objek penelitian merupakan fenomena yang menjadi topik dalam penelitian. Adapun yang menjadi objek dari penelitian ini yaitu meneliti tentang kontribusi Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk.

D. Data dan Sumber Data

Sumber data merupakan faktor yang sangat penting di dalam penelitian. Sumber data dapat berupa dokumen maupun informasi yang tepat, valid, dan lengkap. Ketepatan, validitas dan kelengkapan data akan sangat menentukan ketepatan dan kekayaan data dan informasi yang diperoleh (Pritandhari Meyta, 2018). Adapun sumber data untuk melengkapi data pada penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data atau informasi secara langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Menurut (Indriartono dan Supmo, 2009) Data primer dapat berupa opini subjek, hasil observasi terhadap suatu perilaku kejadian, dan hasil dari pengujian. Data primer

dianggap lebih akurat dikarenakan dapat disajikan secara terperinci (Purhantara,2010)

Penelitian yang akan dilakukan dalam tesis ini adalah meneliti kontribusi duta pegadaian sebagai strategi pegadaian syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk. Peneliti mengambil sumber data dari Kantor Cabang Pegadaian Syariah Purwokerto adalah :

- a. Profile Pegadaian Syariah Purwokerto
- b. Laporan terbaru jumlah nasabah di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Purwokerto
- c. Wawancara Pimpinan/Staff Pegadaian Syariah KC Purwokerto

Adapun sumber primer dalam penelitian ini yaitu Pimpinan dan staff pengurus Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah KC Purwokerto terkait dengan adanya kontribusi Duta Pegadaian sebagai strategi Pegadaian Syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk. Alasan penelitian ini memilih responden tersebut, dikarenakan beliau merupakan salah satu objek yang akan memberikan banyak informasi atas pemenuhan data dalam penelitian ini.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat 24anya24, yang terdiri dari dokumen, laporan-laporan, buku-buku, data kearsipan, jurnal dan lain sebagainya yang mempunyai keterkaitan dengan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini. Pengumpulan data sekunder pada penelitian ini adalah dokumen-dokumen/arsip yang ada di kantor cabang pegadaian syariah purwokerto dan buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu hal yang penting untuk pengujian penelitian yang sedang dilakukan. Sehingga dengan begitu, informasi yang telah di peroleh dapat akurat, tepat, dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya serta sesuai dengan kondisi atau fenomena di

lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data melalui pengamatan dengan cermat dan sistematis atas fenomena yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi dalam penelitian ini menggunakan teknik langsung yaitu observasi yang dilakukan dengan cara peneliti mendatangi langsung ke tempat tujuan observasi (Objek Penelitian) sesuai dengan kesepakatan bersama antara peneliti dengan sumber informasi terkait waktu, tempat dan alat apa saja yang boleh digunakan dalam observasi.

Berikut langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu :

- a. Mengunjungi lokasi penelitian dan meminta izin penelitian.
- b. Mengamati dan memahami dengan seksama terhadap kegiatan di PT. Pegadaian Syariah KCA Purwokerto.
- c. Menulis apa yang telah diamati dan dipahami kemudian ditransfer menjadi tulisan.
- d. Menyiapkan pertanyaan terkait penelitian.
- e. Menanyakan kepada pimpinan dan staf pegawai di PT. Pegadaian Syariah KCA Purwokerto.
- f. Menyusun jawaban dari masing-masing informan.
- g. Klarifikasi apa yang sudah kita tangkap dengan teori atau pernyataan lain dari informan yang ada sesuai dengan yang sudah ditentukan.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan peneliti, peneliti mendapatkan jawaban atas informasi yang diberikan terkait dengan Kontribusi Duta Pegadaian Sebagai Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Produk.

2. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah bentuk komunikasi verbal, dimana peneliti memperoleh informasi secara langsung melalui tanya jawab

kepada pihak yang berkaitan sebagai sumber informasi pada penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pimpinan dan staff/karyawan dari Kantor Cabang Pegadaian Syariah Purwokerto untuk memperoleh informasi dan data terkait dengan kontribusi duta pegadaian sebagai strategi pegadaian syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk melalui daftar pertanyaan yang telah peneliti siapkan sebelumnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian baik berupa buku, arsip, catatan, internet dan lain sebagainya yang dapat memberikan informasi bagi proses penelitian. Metode ini digunakan untuk menggali data-data skunder yang bersumber dari literature atau dokumen-dokumen yang berhubungan dengan kajian penelitian (Nilamsari, 2014). Dalam penelitian yang dilakukan di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Purwokerto dokumentasi yang diperoleh peneliti yaitu data/laporan terbaru jumlah nasabah pegadaian syariah Purwokerto, data terkait panduan dan pemilihan duta pegadaian serta rekaman suara atau recording saat melakukan wawancara dengan pimpinan Kantor Cabang Pegadaian Syariah Purwokerto terkait dengan kontribusi duta pegadaian sebagai salah satu strategi pegadaian syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk.

F. Teknik Analisis Data Penelitian

Analisis data adalah suatu proses pengolahan data yang bertujuan untuk menemukan sebuah informasi penting yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan sebagai solusi dalam sebuah permasalahan. Menurut Noeng Muhadjir (1998:104), analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil dari observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai kasus yang akan diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. (Rijali, 2018).

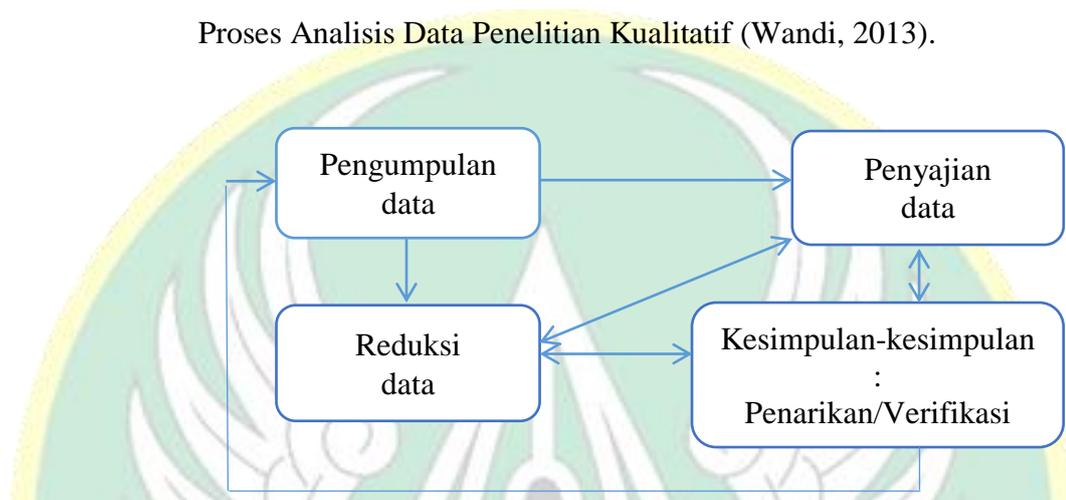
Sesuai dengan jenis penelitian di atas, maka peneliti menggunakan model interaktif yang dikembangkan Miles dan Huberman (1994: 12) dimana model tersebut di gunakan untuk menganalisis data hasil penelitian. Model interaktif

dari Miles dan Huberman membagi kegiatan analisis menjadi beberapa bagian yaitu, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data (Ilyas, 2016).

Berikut adalah gambaran proses analisis data penelitian kualitatif pada model model “*Analysis Interactive*” menurut Miles dan Huberman :

Gambar 3.1

Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif (Wandi, 2013).



Sumber: Miles dan Huberman (1992: 90).

1. Pengumpulan data

Dalam hal ini, peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi lapangan secara obyektif.

2. Reduksi data

Menurut (Sugiyono, 2008: 247), mereduksi data yaitu merangkum, memilih dan memfokuskan terhadap hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dan polanya. Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis.

3. Penyajian data

Menurut (Miles dan Huberman, 1992:18), Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

4. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah usaha mencari, menguji, mengecek kembali atau memahami makna atau arti, keteraturan, penjelasan, alur, pola, sebab-akibat, atau preposisi. Sedangkan yang dimaksud dengan kesimpulan Menurut (Sugiyono, 2008: 253), yaitu deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Wandi, 2013).

G. Uji Keabsahan Data

Setelah peneliti mengumpulkan data dan memperoleh hasil penelitian sementara, maka langkah yang diambil selanjutnya oleh peneliti yaitu melakukan pengecekan keabsahan data. Tahap ini berfungsi untuk mengecek kebenaran data yang telah peneliti peroleh agar hasil dari penelitian dapat dipertanggung jawabkan.

Untuk menguji keabsahan data pada penelitian kualitatif yaitu meliputi :

1. Memperpanjang Pengamatan atau Observasi

Tahap ini peneliti melakukan pengecekan kebenaran data yang telah didapat. Apabila data yang diperoleh kurang valid, maka peneliti harus melakukan pengamatan ulang secara teliti dan lebih mendalam sampai dengan data yang diperoleh sudah pasti kebenarannya atau dinyatakan valid.

2. Meningkatkan Penelitian

Peneliti melakukan observasi secara berkelanjutan sehingga peristiwa atau data yang diperoleh menjadi sistematis. Peneliti dapat meningkatkan ketelitian dengan melakukan perpanjangan waktu penelitian.

3. Triangulasi

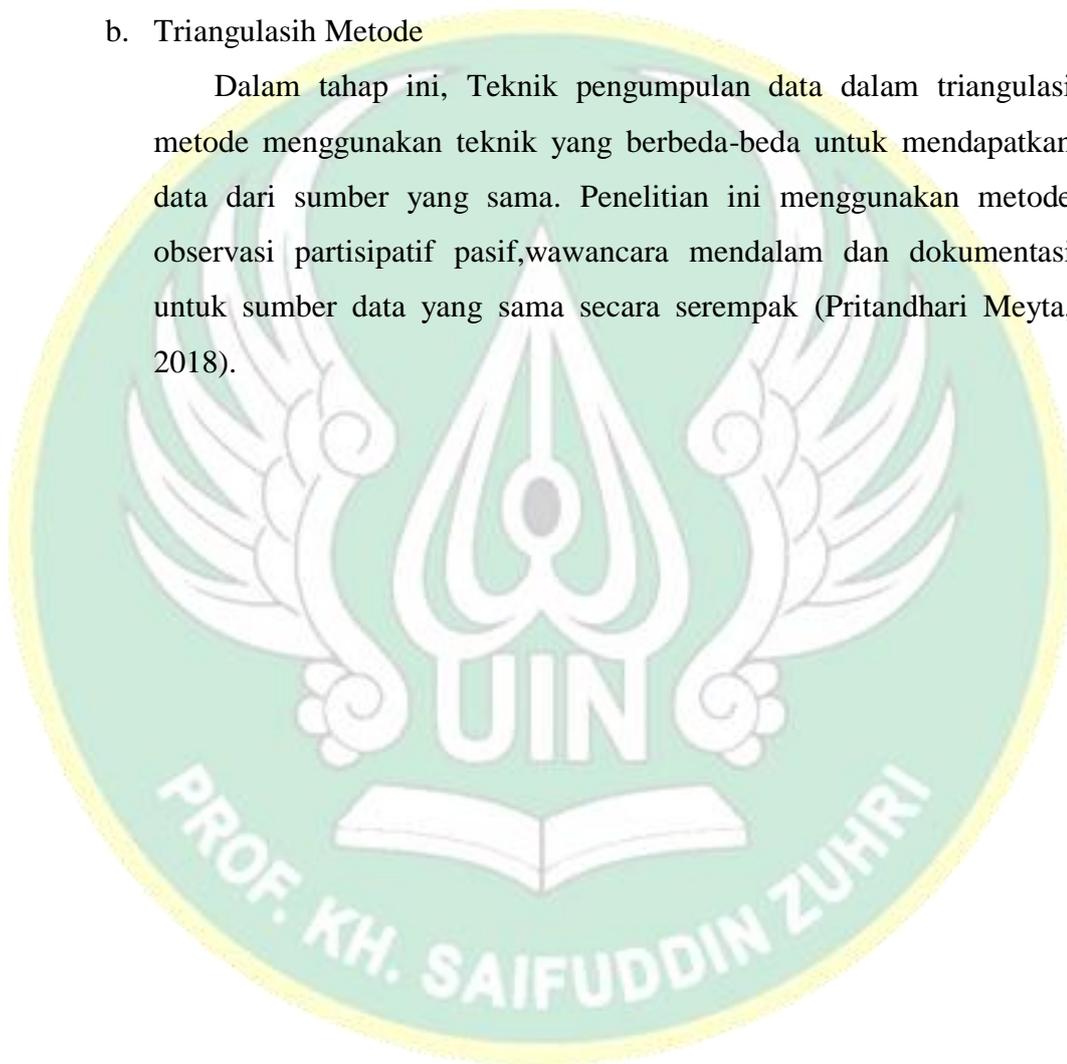
Moleong (2007) menegaskan bahwa, Triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan validitas data yang memanfaatkan sesuatu selain dari data itu sendiri untuk kepentingan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui sumber-sumber yang berbeda. Pada penelitian ini, peneliti mewawacarai dari beberapa informan yang merupakan Pimpinan dan Pegawai atau staf di PT. Pegadaian Syariah KC area Purwokerto.

b. Triangulasi Metode

Dalam tahap ini, Teknik pengumpulan data dalam triangulasi metode menggunakan teknik yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Penelitian ini menggunakan metode observasi partisipatif pasif, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak (Pritandhari Meyta, 2018).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah

Pegadaian merupakan lembaga keuangan bukan bank yang menawarkan pembiayaan kepada masyarakat umum dengan cara menyalurkan dana secara gadai. Misi Pegadaian adalah untuk menjembatani kebutuhan pendanaan publik dengan menyediakan dana pinjaman hukum gadai (Hidayah & Suharyono, 2020). Pegadaian menjadi semakin populer di negara-negara Eropa seperti Italia, Inggris dan Belanda. Pegadaian di perkenalkan ke Indonesia sekitar abad XIX, ketika Gubernur Jenderal VOC mendirikan Bank Van Leening. Bank memberikan pelayanan kredit kepada masyarakat yang membutuhkan dana dengan syarat memberikan barang atau benda yang memiliki nilai jual untuk dijadikan sebagai jaminan (Laelatul, 2020).

Pegadaian sempat mengalami perubahan beberapa kali pada awal pemerintahan republik Indonesia. Semula merupakan Badan Usaha Milik Negara (PN), Menjadi Badan Usaha Perkantoran (PERJAN) berdasarkan PP.No.7/1969, dilanjutkan dengan PP. Kembali No. 10/1990 (update PP. No. 103/2000), dan diubah kembali ke Perusahaan Umum (PERUM). Pada tahun 2011, bentuk hukum Pegadaian Syariah diubah menjadi Perseroan Terbatas (Persero). Berdasarkan keputusan Pemerintah Republik Indonesia No. 51 Tahun 2011, tanggal 31 Desember, status badan hukum Perum Pegadaian telah berubah menjadi PT. Pegadaian. Perubahan nama tersebut bertujuan untuk memudahkan pegadaian dalam meningkatkan modal kerja (Safitri, 2019). Selain itu, tujuan utama didirikannya lembaga ini yaitu untuk memberantas adanya praktek ijon, tengkulak dan rentenir yang menimbulkan keresahan di lingkungan masyarakat terutama kalangan masyarakat kebawah (Laelatul, 2020).

PT. Pegadaian Syariah yaitu perusahaan yang bergerak di bidang jasa peminjaman uang dengan menggadaikan barang yang dijadikan jaminan atas pinjaman yang diberikan oleh perusahaan kepada peminjam sesuai dengan hukum atau prinsip Islam (Fitroh, 2016). Menurut (Soemitra, 2009:19), Prinsip syariah adalah prinsip yang didasarkan pada ajaran Al-Quran dan Sunnah. Hal tersebut bertujuan agar terciptanya kesejahteraan masyarakat sesuai dengan syariat Islam (Laelatul, 2020). Hukum gadai syariah berpegang pada prinsip-prinsip syariah yaitu pada fatwa DSN MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 Tanggal 26 Juni 2002 tentang *rahn* yang menyatakan apabila pinjaman yang dilakukan dengan menggadaikan barang sebagai jaminan hutang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan. Kemudian fatwa DSN MUI No.26/DSN-MUI/III/2002 terkait tentang gadai emas. DSN-MUI juga menerbitkan fatwa No. 68/DSN-MUI/III/2008 tentang *rahn* tasjily. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap menginduk pada peraturan pemerintah Nomer 103 Tahun 2000 (Hidayah & Suharyono, 2020).

PT. Pegadaian Syariah hadir di Indonesia dengan mendirikan Unit Pelayanan Pegadaian Syariah di beberapa kota di Indonesia. Pegadaian Syariah mulai beroperasi pada tahun 2003 dengan Unit Pelayanan Syariah (ULGS) di Jakarta yang melayani masyarakat umum, khususnya umat Islam, yang ingin bertransaksi dengan gadai syariah. Karena permintaan yang terus meningkat, hal ini memberikan dampak positif bagi bisnis, yang mengarah pada pembentukan ULGS di beberapa kota besar di Indonesia, antara lain Makassar, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan, (Safitri, 2019).

Pegadaian Syariah membuka kantor cabang Pegadaian Syariah Purwokerto yang bertempat di Windusara, Karangklesem, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jl. KH Wahid Hasyim 8A Purwokerto, Jawa Tengah yang merupakan kantor cabang pegadaian yang berada di bawah kanwil Semarang. Pegadaian Syariah KC Purwokerto mulai beroperasi secara resmi sejak Tahun 2008. Menurut hasil

wawancara dari Bapak Anggira Adi pada Selasa 13 September 2022, Seiring dengan berjalannya waktu, KC Pegadaian Syariah berkembang menjadi kantor cabang yang besar yang dimana Pegadaian Syariah KC Purwokerto mengawasi beberapa unit-unit cabang antara lain UPC Senopati yang berada di wilayah Pasar Wage Purwokerto, UPC Jendral Soedirman yang berada di Purbalingga, UPS Ajibarang yang berada di Ajibarang, UPC Pasar Sangkal Putung yang berada di Cilacap dan yang terakhir UPC Kali Ireng yang berada di Bumiayu. Adapun tujuannya adalah untuk membantu program pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya golongan masyarakat menengah kebawah dengan cara memberikan solusi terkait pembiayaan melalui penyaluran pinjaman kepada usaha mikro kecil dan menengah. Hadirnya Pegadaian Syariah KC Purwokerto memberikan solusi untuk pembiayaan cepat, amanah dan mudah yang diharapkan dapat membantu memenuhi kebutuhan pendanaan masyarakat dengan cepat sesuai syariah islam (Safitri, 2019).

2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah

a. Visi

Selalu menjadi market leader, akan menjadi solusi bisnis berbasis simpanan terintegrasi terbaik untuk kelas masyarakat menengah kebawah.

b. Misi

- 1) Membantu pemerintah meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya masyarakat menengah kebawah dengan memberikan solusi keuangan yang sebaik-baiknya melalui pemberian pinjaman kepada usaha mikro.
- 2) Melakukan usaha lain untuk mengoptimalkan sumber daya.
- 3) Memberikan keuntungan kepada stakeholders dan senantiasa menerapkan tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten.

3. Lambang dan Moto Perusahaan

a. Logo Pegadaian Syariah

Gambar 4.1

Bentuk lambang Pegadaian Syariah



Sumber : (Pegadaian Syariah 2022).

Logo perusahaan adalah ilustrasi yang menjadi ciri khas bagi setiap perusahaan. Setiap logo yang dipilih dan dibuat mencerminkan kepribadian bisnis yang terkait dengannya.

Adapun logo dari Pegadaian Syariah terdiri atas tiga komponen :

- 1) Tiga lingkaran khusus, masing-masing dengan warna hijau yang berbeda. Ini mewakili ketersediaan tiga layanan utama, yaitu pembiayaan gadai dan mikro, emas dan berbagai yang tersedia.
- 2) Timbangan memanifestasikan dirinya sebagai bentuk kecepatan, ketetapan, dan keseimbangan dalam pelayanan serta keadilan.
- 3) Terdapat tulisan Pegadaian dengan huruf kapital diawal dan huruf kecil ditengah melambangkan sikap rendah hati, jujur, ramah dalam membantu masyarakat.

b. Moto Pegadaian Syariah

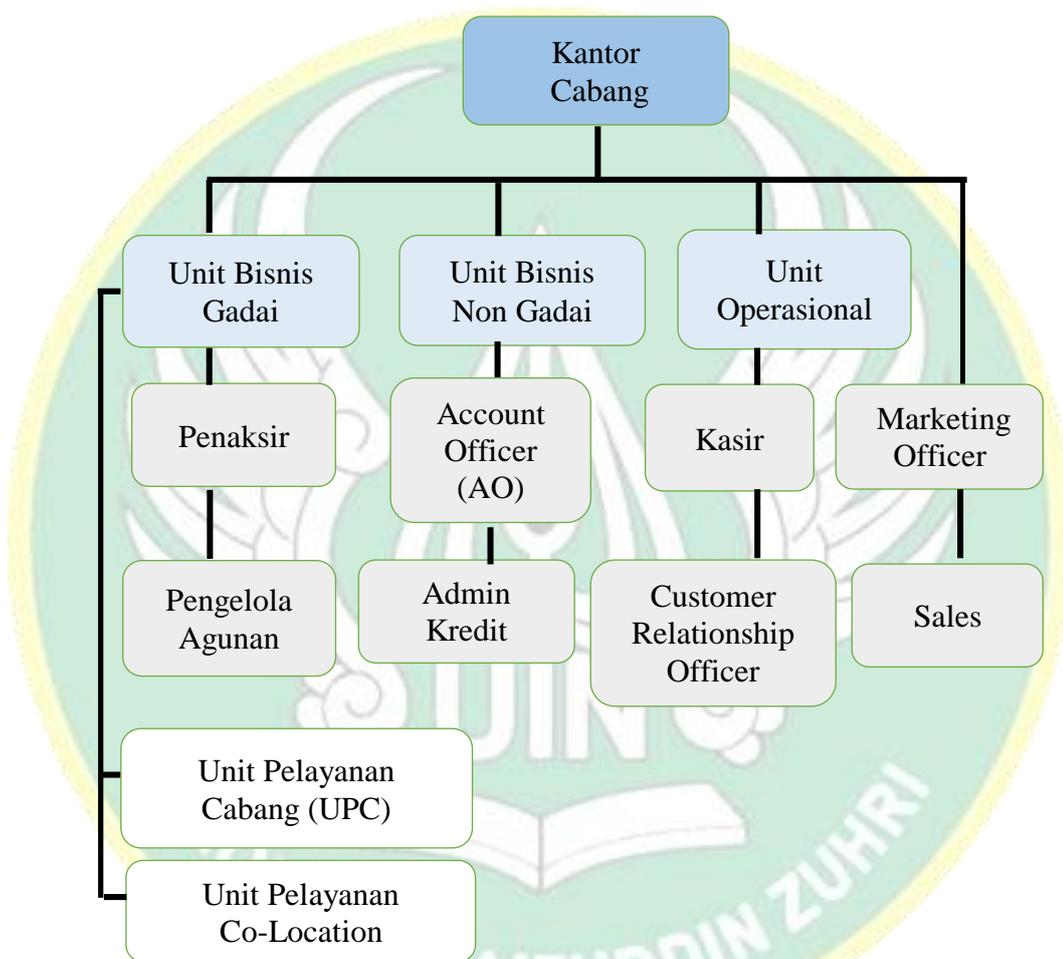
Moto merupakan kalimat yang dijadikan sebagai moto atau prinsip panduan yang menggambarkan motivasi, semangat dan tujuan organisasi atau bisnis. Berhubungan dengan hal tersebut, usaha Pegadaian Syariah untuk gampang diingat dan lebih dikenal oleh masyarakat maka Pegadaian mempersembahkan sebuah slogan yang dijadikan sebagai ciri khas dari pegadaian yaitu “*Mengatasi Masalah Tanpa Masalah*”. Namun dalam hal ini, Menurut hasil wawancara dari

Bapak Teguh Subagyo pada Kamis, 06 Januari 2022 Pegadaian Syariah juga memiliki moto tersendiri yaitu “*Benar Caranya, Berkah Hasilnya*” .

4. Sususnan Struktur Organisasi Pegadaian Syariah KC Purwokerto

Gambar 4.2

Struktur Organisasi Pegadaian Syariah KC Purwokerto



Sumber : Dokumentasi Pegadaian Syariah KC Purwokerto 2022.

Berikut tugas pokok dan fungsi dari struktur organisasi :

a. Kantor Cabang

Kantor cabang merupakan unit operasional perusahaan yang kegiatannya menjalankan secara langsung penjualan dan pelayanan bisnis, secara konvensional atau syariah kepada pengguna jasa (pelanggan/nasabah). Dalam sebuah kantor/perusahaan, terdapat

seorang pemimpin yang dapat mengatur proses atau jalannya perusahaan.

Pimpinan cabang adalah orang yang memiliki kemampuan kepemimpinan yang dapat bertanggung jawab mengarahkan, mengatur dan mengelola kegiatan operasional, administrasi dan keuangan Kantor Cabang (KC) serta Unit Pelayanan Cabang (UPC) lainnya.

Untuk menyelenggara dari fungsi diatas, Pimpinan Cabang memiliki tugas yaitu :

- 1) Memimpin dan mengawasi kegiatan operasional Unit Kerja yang dikoordinasikan secara efisien berdasarkan prinsip kehati-hatian dan ketentuan yang berlaku.
- 2) Melaksanakan kegiatan pengendalian intern atas seluruh kegiatan usaha dan keuangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan dibawah koordinasinya.
- 3) Mengkoordinasikan dan memantau kegiatan pelayanan prima kepada pelanggan untuk mencapai tujuan kepuasan pelanggan..
- 4) Mengkoordinasikan pengelolaan kualitas pinjaman produk gadai dan non gadai yang meliputi performing loan, non-performing loan dan ekstrakomptabel (write off) untuk meminimalisir risiko kredit dan mengoptimalkan pendapatan perusahaan.
- 5) Mengarahkan pengelolaan portofolio bisnis unit kerja dibawah koordinasinya sesuai dengan rencana kerja dan anggaran perusahaan (RKAP).

b. Unit Gadai Bisnis

Manager gadai yaitu pejabat struktural di bawah pemimpin cabang yang tugasnya sebagai Pemimpin Unit Bisnis Gadai di Kantor Cabang Konvensional atau Syariah.

Berikut tugas dari Manager Gadai meliputi :

- 1) Dapat mengendalikan dan memantau secara efektif kegiatan operasional unit kerja yang dikoordinasikannya secara kehati-hatian sesuai ketentuan yang berlaku.

- 2) Melaksanakan kegiatan pengendalian intern atas seluruh kegiatan usaha bisnis gadai dan bisnis keuangan yang dikoordinasikannya sesuai ketentuan yang berlaku.
- 3) Mampu melaksanakan, mengkoordinasikan serta memantau kegiatan pelayanan prima untuk memenuhi tujuan kepuasan nasabah pelanggan.
- 4) Sesuai dengan rencana kerja dan anggaran perusahaan (RKAP), dibawah koordinasinya unit kerja gadai memimpin pengelolaan portofolionya.

c. Unit Gadai Non Bisnis

Manager non gadai yaitu pejabat struktural dibawah pimpinan cabang sebagai pemimpin unit bisnis non gadai di Kantor Cabang konvensional atau syariah.

d. Unit Operasional

Manager operasional yaitu pejabat struktural di bawah pemimpin cabang sebagai pemimpin unit operasional di Kantor Cabang konvensional atau Syariah.

e. Penaksir

Penaksir merupakan petugas perusahaan yang berpengaruh terhadap kegiatan operasional perusahaan. Berikut tugas penaksir cabang meliputi :

- 1) Melaksanakan aktivitas pelayanan baik untuk memenuhi tujuan kepuasan nasabah.
- 2) Menerapkan langkah-langkah pengelolaan kredit macet (NPL) yang efektif pada instrumen agunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan (SOP) yang relevan.
- 3) Mengevaluasi (memperkirakan) agunan dan inisiatif pembiayaan yang aman secara profesional, cepat dan akurat sesuai spesifikasi.
- 4) Mengelola portofolio perusahaan gadai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

- 5) Terus memperbarui HPS berdasarkan nilai pasar lokal sesuai dengan hukum yang berlaku.
- 6) Melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan untuk meningkatkan portofolio pinjaman produk gadai.
- 7) Membuat laporan dan dokumentasi yang berkaitan dengan ruang lingkup penilai.

f. Account Officer

Account Officer yaitu karyawan perusahaan yang memiliki peran dalam proses bisnis produk non gadai (mikro) di kantor cabang yang meliputi kegiatan pemasaran, penjualan, analisa kredit, penagihan, administrasi dan maintenance portofolio kredit serta pembinaan nasabah.

g. Kasir

Tugas kasir secara efektif melaksanakan r cabang dan UPC dengan memproses penerimaan, penitipan dan pembayaran uang sesuai peraturan yang berlaku.

Tanggung jawab kasir UPC meliputi :

- 1) Memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah untuk mencapai sasaran kepuasan nasabah.
- 2) Melaksanakan penerimaan dan pengeluaran uang tunai dan non tunai untuk produk atau transaksi operasional di UPC sesuai dengan otorisasi mereka berdasarkan standar layanan atau persyaratan lain yang berlaku.
- 3) Pemeriksaan keabsahan surat-surat transaksi setelah melakukan pemeriksaan pertama dan terakhir atas jumlah dan kelengkapannya.
- 4) Melaksanakan pengelolaan kas untuk mendukung kegiatan transaksi operasional dan pembayaran lainnya UPC.

h. Marketing Officer

Bagian dari perusahaan yang ikut berkontribusi dalam perencanaan pemasaran, branding dan periklanan sesuai dengan tujuan perusahaan.

i. Pengelola Agunan

Pengelola agunan bertindak sebagai petugas gudang. Tugas pengelola agunan adalah menerima, menyimpan, memelihara, menerbitkan dan memverifikasi agunan sesuai dengan peraturan perusahaan tentang pemesanan, perlindungan dan keutuhan agunan.

j. Admin Kredit

Seseorang yang memiliki tugas dalam pengecekan dokumen-dokumen yang dapat digunakan sebagai syarat pembukaan kredit.

k. Customer Relationship Officer

Merupakan petugas yang bertanggung jawab untuk menindak lanjuti apabila terdapat keluhan dari customer setelah membeli barang atau dalam penggunaan jasa.

l. Sales

Sales merupakan bagian dalam perusahaan yang bertanggung jawab atas kegiatan penjualan barang yang dimiliki perusahaan.

Berikut Tugas dari sales yaitu :

- 1) Mengkoordinir data calon nasabah.
- 2) Mengkoordinasi kegiatan pemasaran dan pengumpulan dengan pimpinan cabang.
- 3) Melakukan pengecekan informasi, kelengkapan dokumen dan hasil review dari professional sales.
- 4) Menjaga dan membangun hubungan baik dengan nasabah.
- 5) Memantau kegiatan pengumpulan untuk mencapai tujuan dan target perusahaan.

m. Unit Pelayanan Cabang (UPC)

Kantor Cabang mengkoordinasikan, memimpin dan mengawasi segala bentuk kegiatan di kantor cabang.

n. Unit Pelayanan Co-Location

Unit pelayanan kerja berbasis lokasi.

5. Produk-Produk Pegadaian Syariah KC Purwokerto

a. *Rahn* (Gadai Syariah)

Pembiayaan rahn merupakan solusi tepat untuk kebutuhan dana cepat yang sesuai dengan syariah. Cepat yang dimaksud yaitu seperti proses penanganannya serta aman penyimpanannya. Produk rahn adalah produk bermanfaat seperti emas perhiasan, emas batangan, berlian, smarphone, lapto dan barang lainnya yang dapat dijadikan jaminan untuk mengajukan pinjaman. Untuk target nasabahnya adalah seluruh kriteria (setiap orang yang membutuhkan pembiayaan, memiliki barang yang dapat dijadikan sebagai jaminan dan memenuhi persyaratan yang diajukan oleh perusahaan).

Produk-produk Rahn :

1) *Rahn Flexi*

Rahn flexi yaitu pemberian pinjaman dengan jaminan barang yang memiliki nilai sesuai syariah, plafon pinjaman tinggi, dan ongkos titip harian.

Keunggulan Produk Rahn Flexi :

- a) Terdapat diskon ongkos titip bagi pinjaman yang dibawah plafon tertinggi.
- b) Bisa diperpanjang, cicil atau tambah pinjaman.
- c) Diskon mu'nah untuk pinjaman dibawah plafon tertinggi.
- d) Tidak dipungut biaya administrasi.
- e) Plafon pinjaman 94%, 96% atau 93%.
- f) Uang pinjaman yang diterima utuh tanpa potongan.
- g) Jangka waktu sampai 10 hari, 30 hari, 60 hari dan minimal 5 hari.

Syarat Pembukaan :

- a) Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP).
- b) Barang Jaminan (Marhun emas dengan STNK dan BPKB, produk elektronik atau kendaraan bermotor.
- c) Menandatangani kontrak/perjanjian.

2) *Rahn* Bisnis

Rahn bisnis yaitu pemberian pinjaman dana secara tunai kepada seseorang yang memiliki bisnis/usaha dengan barang jaminan berupa emas baik itu dalam bentuk emas batangan atau perhiasan.

Keunggulan Produk *Rahn* Bisnis :

- a) Pinjaman mulai dari Rp.100.000.000–Rp.1 Miliar (BMPK) lebih.
- b) Memiliki Jangka waktu 4 bulan.
- c) Mu'nah mulai dari 0,38-0,55% per 10 hari.
- d) Mu'nah akad 100.000.
- e) Plafon 87% dari taksiran.

Syarat Pembukaan :

- a) Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- b) Barang Jaminan berupa emas (Batangan/Perhiasan)
- c) Menandatangani akad perjanjian.

3) *Rahn* Hasan

Pegadaian rahn hasan adalah solusi pembiayaan dana dengan menggunakan akad gadai/rahn tanpa adanya biaya pemeliharaan (mu'nah pemeliharaan).

Keunggulan Produk *Rahn* Hasan :

- a) Bebas biaya pemeliharaan (0 %).
- b) Maksimal hutang (marhun bih) Rp. 500.000.
- c) Jangka waktu 60 hari.
- d) Berlaku untuk marhun bih (pinjaman) golongan A.

Syarat Pembukaan :

- a) Fotocopy KTP atau paspor.
- b) Barang Jaminan (marhun emas, produk elektronik atau kendaraan bermotor dengan STNK dan BPKB).
- c) Penandatanganan Kontrak.

4) Produk Gadai Emas Syariah

Gadai emas syariah adalah solusi tepat untuk kebutuhan keuangan anda dengan proses cepat yang sesuai syariah dan aman untuk penyimpanannya. Barang jaminan dapat berupa emas perhiasan, emas batangan, berlian, smartphone, laptop, sepeda motor, mobil dan barang bergerak lainnya.

Keunggulan Gadai Emas :

- a) Prosedur pengajuannya sangat sederhana.
- b) Pelayanan gadai emas tersedia lebih dari 600 outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia.
- c) Proses pinjaman cepat hanya membutuhkan waktu 15 menit.
- d) Pinjaman utang mulai 50 ribu sampai 1 Milyar keatas.
- e) Jangka waktu pinjaman adalah 4 bulan dan dapat diperpanjang beberapa kali.
- f) Pelunasan dapat dilakukan kapan saja selama masa pinjaman masih menggunakan perhitungan Mu'nah.
- g) Tidak diperlukan prosedur kredit untuk membuka rekening.
- h) Penerima tagihan akan dicairkan atau ditransfer ke rekening nasabah.

Syarat Pembukan :

- a) Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang masih berlaku.
- b) Memiliki barang jaminan berupa barang bergerak atau barang yang layak jual.
- c) Untuk kendaraan bermotor dengan BPKB dan STNK asli.
- d) Nasabah mendatangkan Bukti Rahn (SBR).

5) Produk Arrum Haji

Produk Arrum Haji adalah solusi pembiayaan bagi yang ingin menunaikan ibadah haji sesuai syariah dengan jaminan emas dan proses yang cepat dan terpecaya. Jangka waktu cicilan haji maksimal 5 tahun dan untuk anak usia 12 tahun dapat diajukan permohonan untuk pembiayaan porsi haji, namun dalam proses

pemenuhan akad dengan pegadaian, orang tua yang membuat kesepakatan.

Keunggulan Pembiayaan Porsi Haji :

- a) Mendapatkan pembiayaan tabungan haji yang dapat langsung digunakan untuk mendapatkan nomor porsi haji.
- b) Berkas haji dan emas disimpan di Pegadaian.
- c) Biaya pemeliharaan barang yang diasuransikan wajar.
- d) Memperoleh kepastian tentang nomor porsi haji.
- e) Mu'nah diperkirakan 0,95 %.
- f) Jaminan emas dapat dipergunakan untuk membayar biaya haji pada saat pelunasan.
- g) Melalui proses yang mudah.
- h) Layanan profesional.
- i) Untuk emas minimal 3,5 gram.

Syarat Pembukaan :

- a) Memenuhi persyaratan untuk didaftarkan sebagai calon haji
- b) Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- c) Fotocopy Kartu Keluarga (KK)
- d) Jaminan emas batangan (LM) minimal 3,5 gram atau emas perhiasan seberat kurang lebih 7 gram dengan kadar 70%.

b. *Non-Rahn*

1) Produk Arrum BPKB

Pembiayaan arrum di Pegadaian Syariah memberikan kemudahan bagi pemilik usaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan kendaraan.

Keunggulan Pinjaman Usaha Syariah :

- a) Melakukan perdagangan Prinsip Syariah yang adil sesuai dengan fatwa DSN-MUI.
- b) Proses pelayanan sederhana, mudah dan cepat.
- c) Jangka waktu pinjaman dari 12, 18, 24, 36 bulan.

- d) Pembiayaan berjangka fleksibel mulai dari 12, 18, 24 dan 36 bulan.
- e) BPKB-nya kendaraan di simpan pihak pegadaian, sedangkan kendaraan dapat digunakan oleh nasabah.

Syarat Pembukaan :

- a) Pemilik usaha mikro/kecil memenuhi kriteria dan telah menjalankan usahanya lebih dari satu tahun. Usaha yang dijalankan adalah legal dan bersertifikat menurut hukum Islam dan hukum Indonesia.
- b) Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK) dan Akte Nikah (ditunjukkan sesuai aslinya).
- c) Menyerahkan dokumen STNK (BPKB asli, fotocopy STNK, dan Faktur Pembelian).

2) Produk Amanah

Produk Amanah merupakan bentuk pembiayaan kendaraan bermotor dengan cara diangsurkan dengan prinsip syariah baik untuk karyawan tetap maupun pengusaha mikro/kecil guna pembelian kendaraan bermotor. Waktu yang diperlukan nasabah yang ingin melakukan pinjaman yaitu 2 s/d 7 hari kerja, dan untuk proses kecepatannya tergantung pada kelengkapan dokumen yang diperlukan.

Kelebihan Produk Amanah :

- a) Layanan produk amanah tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia.
- b) Uang muka terjangkau.
- c) Untuk prosedur pengajuan cepat dan mudah.
- d) Biaya administrasi terjangkau dan angsuran bersifat tetap.
- e) Jangka waktu pembayara mulai dari 12 bulan samapai 60 bulan.
- f) Proses transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah yaitu adil dan menenteramkan.

Syarat Pembukaan :

- a) Karyawan/pegawai tetap di lembaga/instansi pemerintah maupun swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun.
 - b) Melampirkan kelengkapan seperti Fotocopy Kartu identitas (KTP) suami atau istri, Fotocopy Kartu Keluarga (KK), Fotocopy SK Pengantar sebagai pegawai atau karyawan tetap, surat rekomendasi dari atasan langsung dan slip gaji 2 bulan terakhir.
 - c) Mengisi serta menandatangani form aplikasi Amanah.
 - d) Membayar uang muka yang disepakati minimal 10 % untuk motor dan minimal 20 % untuk mobil.
 - e) Menandatangani akad Amanah.
- 3) Produk *Rahn* Tajily Tanah

Pinjaman dengan jaminan berupa bukti kepemilikan tanah atau sertifikat tanah yang ditujukan kepada masyarakat yang memiliki penghasilan tetap atau rutin, Petani dan Pengusaha Mikro/kecil.

Keunggulan Produk *Rahn* Tajily Tanah :

- a) Platfon Pembiayaan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000.

Persyaratan Pembukaan :

- a) Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga(KK), PBB IMB untuk UP lebih dari 50 juta, Surat Keterangan Usaha untuk pemilik/pelaku usaha.
- b) Untuk usia minimal rahin 21 tahun pada saat pengajuan dan maksimal 65 tahun saat kredit berakhir.
- c) Untuk petani, minimal 2(dua) tahun bertani dan memperoleh penghasilan rutin.
- d) Untuk pengusaha mikro, usaha yang dimilikinya telah berjalan lebih dari 1 (satu) tahun dan sesuai dengan syariat islam dan secara hukum.
- e) Untuk karyawan, mimal 0 (nol) tahun untuk internal Pegadaian dan minimal 1 (satu) tahun untuk eksternal, Surat Keterangan

sebagai karyawan dan surat izin atasan langsung untuk TNI/POLRI.

- f) Untuk pensiunan, telah memiliki penghasilan rutin setiap bulan dan instansi tempat bekerja sebelumnya.
- g) Profesional formal, emiliki izin praktek kerja dan telah berjalan minimal 1 (satu) tahun Seperti Dokter, Pengacara.
- h) Profesi non formal, bertempat tinggal milik sendiri (SHM/SHGB) dan telah berjalan minimal 2 (dua) tahun, seperti Driver Gojek/Grab.

Persyaratan Jaminan :

Jika jaminan berupa tanah produktif (pertanian, perkebunan atau peternakan).

- a) Tanah produktif, kondisi tanah tidak berada pada struktur tanah yang sulit dijagkau.
- b) Status tanah tidak bermasalah.
- c) Status tanah tidak diikat hak tanggungan oleh pihak lain atau tidak menjadi jaminan pinjaman.
- d) Lokasi tanah boleh berbeda dari tempat tinggal nasabah selama masih berada dalam naungan satu kantor wilayah yang sama.

Jika jaminan berupa tanah dan bangunan tempat tinggal atau tempat usaha.

- a) Memiliki IMB untuk pinjaman lebih dari 50 juta.
- b) Bukti pembayaran PBB tahun terakhir.
- c) Lebar jalan dimuka minimal dapat dimasuki kendaraan roda dua.
- d) Jarak minimal 20 (dua puluh) meter dari SUTET.
- e) Bukan berada di daerah banjir dalam 2 (dua) tahun terakhir.
- f) Bukan jalur hijau.
- g) Tidak dalam sengketa hukum.
- h) Lokasi tanah boleh berbeda dari tempat tinggal nasabah selama masih berada dalam naungan satu kantor area yang sama.

c. Investasi

1) Produk Mulia (Cicil Emas Syariah)

Produk mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat baik secara tunai maupun cicilan dengan proses yang mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia bisa menjadi alternatif sebagai pilihan investasi yang paling aman untuk membantu masyarakat dalam mewujudkan kebutuhannya (Safitri, 2019).

Keunggulan Produk Mulia (Cicil Emas Syariah)

- a) Proses mudah dan dengan layanan yang profesional.
- b) Menjadi alternatif investasi yang aman dalam menjaga portofolio aset.
- c) Sebagai aset, karena emas batangan sangat likuid untuk memenuhi kebutuhan dana yang mendesak.
- d) Banyak pilihan emas dengan berat mulai dari 5 gram sampai 1 kg.
- e) Untuk emas batangan dapat dimiliki dengan cara pembelian secara tunai, angsuran maupun, kolektif (kelompok) ataupun arisan.
- f) Uang muka mulai dari 10% sampai 90% dari nilai logam mulia.
- g) Jangkauan waktu angsuran mulai dari 3 bulan sampai 36 bulan.

Syarat Pembukaan :

- a) Untuk pembelian secara tunai, nasabah datang ke outlet Pegadaian (Galeri 24) dengan membayar nilai Logam Mulia yang nanti akan dibeli.
- b) Dan untuk pembelian secara angsuran, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai dengan keinginannya (lihat simulasi).

2) Produk Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan penitipan saldo yang memudahkan calon nasabah untuk berinvestasi emas. Produk tabungan emas Pegadaian Syariah memungkinkan masyarakat untuk berinvestasi dengan aman, terjangkau dan pasti.

Keunggulan dari Tabungan Emas :

- a) Tersedia diseluruh outlet Pegadaian dan melalui Aplikasi layanan Pegadaian Syariah.
- b) Dijamin karatase 24 karat
- c) Nasabah dapat mentransfer mulai dari 0,1 gram ke rekening tabungan emas mereka.
- d) Nasabah dapat membeli kredit Tabungan Emas (top-up) mulai dari 0,1 gram.
- e) Harga jual dan beli yang lebih kompetitif
- f) Nasabah dapat membeli kembali mulai dari 1 gram
- g) Pengelolaan yang profesional dan transparan.
- h) Untuk biaya administrasi dan pengelolaan rendah.

B. Hasil Dan Pembahasan

Kontribusi Duta Pegadaian Sebagai Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Produk.

Teori Menurut Royan (2004) dalam (Firmansyah, 2019),

Fungsi dan Peran Brand Ambassador yaitu,

1. Memberikan Kesaksian.

Menurut hasil wawancara dari Bapak Teguh Subagyo, pada Rabu, 05 November Tahun 2021 disampaikan bahwa,

“Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Area Purwokerto bernama Ustadz Mintaraga Eman Surya. Beliau merupakan seseorang yang menjadi wakil perusahaan yang dianggap mampu menjaga nama baik perusahaan. Duta Pegadaian dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan memberikan pernyataan yang sesuai dengan informasi perusahaan terkait dengan pelayanan, kegunannya dan mutu produk atau jasa yang terdapat di Pegadaian Syariah”.

Pernyataan tersebut juga disampaikan oleh informan lain yaitu Bapak Adham Septia Wildan Satrio selaku pengurus Duta Pegadaian Area Purwokerto pada Senin, 10 Januari Tahun 2022 di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Purwokerto, yaitu :

“Duta Pegadaian merupakan seorang figur yang memiliki pengaruh besar dilingkungan masyarakat. Beliau adalah tokoh agama bernama Ustadz Mintaraga Eman Surya yang diberi kepercayaan menjadi wakil perusahaan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat/lembaga instansi terkait produk-produk Pegadaian Syariah dengan dibantu dan didampingi oleh tim marketing dan pemasaran perusahaan”.

Dari hasil wawancara dari kedua informan diatas, bahwa Duta Pegadaian Kanntor Area Purwokerto telah melaksanaka fungsi dan perannya sebagai *Brand Ambassador* dengan memberikan kesaksian berupa Pernyataan yang disampaikan langsung oleh Duta Pegadaian mengenai keunggulan, manfaat dan syarat-syarat penggunaan produk di Pegadaian Syariah.

2. Memberikan dorongan dan penguatan.

Menurut hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak Teguh Subagyo pada Rabu, 17 November 2021.

“Duta Pegadaian sebagai salah satu strategi pemasaran Pegadaian Syariah dengan memberikan edukasi atau ilmu pengetahuan mengenai ekonomi syariah kepada masyarakat awam. Dari pengetahuan tersebut, kemudian dikaitkan dengan produk-produk Pegadaian Syariah agar timbul pemahaman masyarakat mengenai produk-produk Pegadaian Sayriah”.

Pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Bapak Adham Septia Wildan Satrio Pada Selasa, 25 Januari 2022.

“Citra baik yang dimiliki oleh Duta Pegadaian dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat dengan cara menyampaikan hal-hal positif yang ada di Pegadaian Syariah. Selain itu, menunjukkan sikap yang baik untuk menjaga nreputasi perusahaan”.

Dari hasil wawancara kedua informan diatas, dapat disimpulkan bahwa cara Duta Pegadaian dalam memberikan suatu dorongan dan penguatan yaitu dengan,

- a. mempresentasikan perusahaan secara positif kepada masyarakat/jamaah/Mitra Instansi Klembagaan.
 - b. Memberikan pernyataan atau menyampaikan informasi yang dapat menjaga identitas perusahaan.
 - c. Berpenampilan dan bersikap sesuai dengan etika yang baik.
 - d. Memberikan penjelasan dan pemahaman tentang filosofi kesyariaan pada saat menjadi pengisi di sebuah acara yang diikutinya. Kemudian dihubungkan dengan sistem kesyariaan yang ada di pegadaian Syariah.
 - e. Memberikan rewards dalam kegiatan sosialisasi yang dilakukan dengan pemberian sovenir kepada audiens yang aktif bertanya.
3. Bertindak sebagai aktor dalam topik (iklan) yang diwakilinya dan bertindak sebagai juru bicara perusahaan.

Sesuai hasil wawancara dari Bapak Teguh Subagyo pada Jum'at, 02 Desember 2021.

“Duta Pegadaian dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya yaitu dengan mengisi sebuah acara kegiatan salah satunya di kegiatan rutin pengajian yang dimiliki oleh Duta Pegadaian. Beliau menjadi wakil perusahaan untuk memberikan atau menyampaikan informasi dan pengetahuan yang berhubungan dengan Pegdaian Syariah dengan didampingi tim pemasaran perusahaan. Dari kegiatan tersebut, diharapkan masyarakat atau jamaah yang mengikuti pengajian lebih paham dan mengetahui tentang Pegadaian Syariah terutama terkait produk-produknya”.

Pernyataan tersebut, dismapaikan juga oleh Bapak Adham Septia Wildan Satrio pada Kamis, 03 Februari 2022.

“Dengan memiliki relasi yang cukup banyak, sehingga beliau (Ustdz Mintaraga Eman Surya) menjadi menjadi wakil perusahaan dalam melakukan sosialisasi di berbagai lembaga seperti lembaga sosial, instansi atau komunitas. Selain itu, sosialisasi juga dilakukan secara online seperti woekshop, seminar yang dilakukan melalui zoom”.

Dari wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa Duta Pegadaian bertindak sebagai wakil dari Pegadaian Syariah dan sebagai juru bicara dengan melakukan:

- a. Pendekatan melalui pimpinan mitra kelembagaan dengan didampingi oleh tim pemasaran perusahaan.
- b. Memperkenalkan Pimpinan Unit Kerja Perusahaan bersama tim pemasaran perusahaan kepada Mitra Instansi Kelembagaan.
- c. Membuka peluang bagi perusahaan dalam melakukan aktifitas pemasaran
- d. Memberikan Informasi awal kepada Pimpinan Mitra Instansi Kelembagaan dalam hal produk, layanan dan terkait dengan program yang dimiliki oleh perusahaan.
- e. Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, Duta Pegadaian sebagai wakil perusahaan disetiap target kegiatan yang dilakukan.

Selanjutnya, Teori menurut Lea-Greenwood, (2012:87) dalam (Putra, 2014), yaitu manfaat utama dari *Brand Ambassador* ,

1. Press Coverage yaitu dapat memberikan dan membentuk citra sebuah merek dimata konsumen.

“Duta Pegadaian memberikan dan membentuk citra yang baik untuk perusahaan dengan cara memberikan pernyataan melalui pengenalan terlebih dahulu tentang Pegadaian Syariah secara positif kepada masyarakat/jamaah/lembaga instansi pada saat menjadi pengisi disebuah acara tertentu dengan bantuan dari tim marketing perusahaan”.

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa cara Duta Pegadaian dalam membentuk citra Pegadaian Syariah yang baik yaitu dengan:

- a. Memberikan informasi terkait Pegadaian Syariah dengan baik.
 - b. Memperhatikan penampilan
 - c. Menjaga sikap dan etika pada saat kegiatan berlangsung.
2. Mempermudah konsumen dalam mengingat suatu perusahaan.

“Untuk mempermudah masyarakat dalam mengingat suatu perusahaan, Duta Pegadaian menyampaikan dan mengingatkan kembali terkait dengan slogan yang dimiliki oleh perusahaan yaitu “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”. Selain itu, agar masyarakat lebih mengenal Pegadaian Syariah, Duta Pegadaian menyampaikan terlebih dahulu tentang pemahaman filosofi kesyariaan, ilmu ekonomi

syariah yang bertujuan agar masyarakat lebih memahami dan tidak salah dalam memilih atau menggunakan produk yang dapat membantu mereka mencapai tujuannya”.

Dari hasil wawancara tersebut, agar Pegadaian Syariah dikenal oleh masyarakat luas, yang dilakukan oleh Duta Pegadaian yaitu :

- a. Mengingat kembali slogan Pegadaian Syariah disaat mengisi sebuah acara atau pada saat kegiatan berlangsung.
 - b. Menyampaikan pentingnya penerapan syariat islam dalam kehidupan sehari-hari seperti yang diterapkan di Pegadaian Syariah terkait dengan sistem pembiayaannya.
3. Dapat menarik konsumen agar dapat menggunakan prodyuknya dan menarik pelanggan baru.

“Untuk dapat menarik konsumen, Duta Pegadaian selalu memperhatikan penampilannya yang dapat menjaga identitas perusahaan, bersikap dan beretika agar menumbuhkan persepsi positif bagi masyarakat terhadap pelayanan di Pegadaian Syariah”.

Dari hasil wawancara tersebut, disimpulkan bahwa cara yang dilakukan oleh Duta Pegadaian untuk menumbuhkan ketertarikan kepada masyarakat yaitu dengan,

- a. Menjaga atau memperhatikan penampilan.
- b. Menunjukkan sikap dan etika yang baik.
- c. Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti pada saat menyampaikan informasi.

Pernyataan tersebut disampaikan langsung oleh Bapak Adham Septia Wildan Satrio pada Senin, 24 Oktober 2022.

Dari pernyataan yang disampaikan diatas, disimpulkan bahwa adanya Kontribusi Duta Pegadaian sebagai strategi Pegadaian Syariah sangat memberikan pengaruh yang positif bagi Perusahaan. Hal ini dibuktikan melalui tugas dan tanggung jawab Ustadz Mintaraga Eman Surya sebagai Duta Pegadaian KCA Purwokerto yang mampu melaksanakan kegiatan sosialisasi di berbagai lembaga seperti lembaga sosial, instansi Pendidikan dan komunitas lainnya. Dari kegiatan tersebut, telah memberikan hasil hubungan

kerjasama antara pihak Pegadaian Syariah KC Purwokerto dengan BMT Mentari yang ada di Cilongok, PCNU dan PC Muhammadiyah Brebes. Hal tersebut disampaikan langsung oleh Bapak Adham Septia Wildan Satrio pada Kamis, 09 Juni 2022 selaku pengurus Duta Pegadaian KC Area Purwokerto.

Selain itu, Duta Pegadaian mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan target kegiatan yang disepakati dari awal perjanjian antara Pegadaian Syariah dengan Duta Pegadaian bahwa Duta Pegadaian dapat memberikan output berupa aktivitas audiens minimal 4 (empat) kali sebulan kepada calon mitra instansi kelembagaan baru dengan mengikutsertakan pimpinan unit kerja beserta tim pemasaran dan penjualan perusahaan (Adham, *Marketing*, 2022).

Sehubungan dengan target kegiatan yang terlaksana oleh Duta Pegadaian, berikut merupakan Pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Adham Septia Wildan Satrio pada Kamis, 27 Oktober 2022 di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto terkait pencapaian yang telah berhasil dilakukan oleh Duta Pegadaian.

“Memberikan jalan untuk menyampaikan informasi terkait produk dan sistem operasional yang ada di Pegadaian Syariah salah satunya pada saat mengisi acara kegiatan pengajian, Memperluas jaringan atau relasi baru, Meningkatkan hubungan antara nasabah dengan Pegadaian Syariah, Memperoleh kepercayaan dari masyarakat”.

Secara keseluruhan, dengan adanya Kontribusi Duta Pegadaian berdampak juga pada peningkatan omset produk Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto seperti pernyataan yang disampaikan langsung oleh Bapak Adham Septia Wildan Satrio pada Kamis, 27 Oktober 2022.

“Jadi untuk Data Pertumbuhan omset produk yang terjadi setelah adanya Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto yaitu sebesar 6,04 %”.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis oleh peneliti, maka peneliti dapat memberi kesimpulan bahwa Kontribusi Duta Pegadaian sebagai Strategi Pegadaian Syariah dalam meningkatkan pengetahuan produk sangat memberikan pengaruh positif bagi perusahaan. Hal tersebut dibuktikan melalui hal-hal sebagai berikut:

1. Melakukan pendekatan melalui pimpinan mitra kelembagaan dengan didampingi pimpinan unit kerja perusahaan beserta tim pemasaran dan penjualan perusahaan.
2. Memberikan kontak atau memperkenalkan pimpinan unit kerja perusahaan beserta tim pemasaran dan penjualan perusahaan kepada calon mitra instansi kelembagaan yang potensial.
3. Membuka peluang bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas pemasaran dengan penjualan di lingkungan mitra instansi kelembagaan dalam rangka mendorong *closing* penjualan agar lebih optimal.
4. Memberikan informasi awal kepada pimpinan mitra kelembagaan dalam hal produk, layanan, dan program yang dimiliki perusahaan.
5. Memberikan output berupa aktivitas audiensi minimal 4 (empat) kali sebulan kepada calon mitra instansi kelembagaan baru dan *eksisting* dengan mengikutsertakan pimpinan unit kerja beserta tim pemasaran dan penjualan perusahaan.
6. Menyampaikan output kegiatan audiensi dalam bentuk foto dokumentasi kepada pimpinan unit kerja yang mendampingi kegiatan.

Dengan adanya kontribusi Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto berdampak juga pada peningkatan omset produk sebesar 6,04 %.

B. Saran

1. Bagi Kantor Cabang Pegadaian Syariah

Dengan memberikan pengaruh yang positif bagi perusahaan, Pihak instansi perlu mempertahankan dan terus meningkatkan kinerja dari Duta Pegadaian. Selain itu, terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan dapat melakukan promosi yang lebih menarik misalnya memperbanyak bonus atau keuntungan yang akan nasabah dapatkan pada setiap penggunaan produk Pegadaian Syariah dan untuk dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat, perusahaan bisa mengadakan sebuah even atau kegiatan secara rutin yang mengatas namakan Pegadaian Syariah. Di situ perusahaan dapat memberikan pengetahuan mengenai produk-produk yang terdapat di Pegadaian Syariah yang sebagian dari kegiatan promosi perusahaan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan lebih bisa mengatur waktu agar penelitian yang dilakukan kedepannya dapat diselesaikan lebih cepat dengan hasil yang maksimal dan bisa menyertakan atau mengamati secara langsung dari kegiatan Duta Pegadaian dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah, M. R. (2019). Investasi Logam Mulia (Emas) di Penggadaian Syariah dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Dan Syariah*, XV(1), 67. <https://core.ac.uk/download/pdf/229360494.pdf>
- Fitroh, F. I. S. P. dk. (2016). Dinamika perkembangan pegadaian syariah di indonesia. *Univesity Research Coloquium*, 25–26.
- Fuad, M. (2019). Pengarug Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Di Kota Makassar. *Skriipsi*.
- Gozali, A., & Isfa, M. Y. (2020). Kontribusi Petani Perempuan Terhadap Sosial Ekonomi Keluarga di Desa Singengu Julu Kabupaten Mandailing Natal. *Jurnal Intervensi Sosial Dan Pembangunan (JISP)*, 1(1), 21. <https://doi.org/10.30596/jisp.v1i1.4373>
- Habibah, N. U. (2017). Perkembangangadai Emas Ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 81–97. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2095>
- Hidayah, N., & Suharyono. (2020). *Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 3(1), 42.
- Ilyas. (2016). Pendidikan Karakter Melalui Homeschooling. *Journal of Nonformal Education*, 2(1). <https://doi.org/10.15294/jne.v2i1.5316>
- KN, M. U. (2019). Analisis Kewenangan Gadai Syariah Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/ Pojk.05/2016 Tentang Usaha Pegadaian. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 1, 1–20.
- Laelatul, H. (2020). *Pengaruh Strategi Pemasaran, Perbedaan Individu, Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Jasa Pegadaian Syariah*. *Skripsi*.
- Lesmono, B. L. (2022). Studi Literatur Pergadaian Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 599. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4368>
- Luthfina, A. nabila&A. S. Q. (2019). *Implementasi Fatwa Dsn-Mui Pada Produk Arrum Haji Di Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya*. *Jurnal*

- Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, 6(12), 2569.
- Nancy, Goenawan, F., & Monica, V. (2020). *Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Laneige Dalam Model Viscap* Pendahuluan. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya Efektivitas*, 8 No.2, 1–9.
- Nilamsari, N. (2014). *Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif*. XIII(2), 177–181.
- Nurhidayah. (2018). Peran produk pegadaian syariah dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sidrap. *Skripsi*.
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Pratiwi, A., Anggraini, T., & Yanti, N. (2023). Analisis Efektivitas Produk Rahn Tasjily Tanah Dalam Kemudahan Permodalan dan Peningkatan Perekonomian Nasabah pada PT. *Journal MES Management*, 2, 153–165.
- Pritandhari Meyta, R. T. (2018). *Analisis Pembelajaran Monopoli Ekonomi (Monokomi) Pada Siswa Boarding School*. Pendidikan Ekonomi UM Metro, 6(2), 103. <https://doi.org/10.7868/s0869565218050249>
- Purnama Sari, E. (2021). Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Batusangkar (Studi Kasus PT. Pegadaian Syariah Batusangkar). *Skripsi*.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1). <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putra, M. I. (2014). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 4.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan , Kualitas

Pelayanan , Produk , dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136–147.

Rosyadi, A. (2021). Peran Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 18(3), 22. <https://doi.org/10.29313/performa.v18i3.7943>

Safitri, R. (2019). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Gadai Emas Untuk Pembiayaan Haji (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Purwokerto)* Program Studi Hukum Ekonomi Sya ' Riah Fakultas Syari ' Ah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto. *Skripsi*, 52–53.

Sanita, S., Kusniawati, A., & Lestari, M. N. (2019). Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management Journal*, 1(3).

Saputra, R., & Mahalli, K. (2014). Analisis potensi Dan kendala pengembangan pegadaian syariah di kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2(4), 14790.

Saputri, D. A., & Dewi, R. K. (2020). *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurnya Pegadaian adalah sebuah BUMN Pendapatan adalah kenaikan kekayaan perusahaan akibat penjualan produk atau jasa dalam rangka menjalankan kegiatan usaha timbul sektor keuangan Indonesia yang bergerak pada tiga lini bisnis*. 5(2), 94–110.

Siswanto, J. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Berlangganan Ruang Guru pada Siswa SMP Negeri 1 Krembung. *Skripsi*.

Stanislaus, S. dkk. (2016). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepercayaan terhadap Sikap Loyalitas Peserta BPJS Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Ilmiah*, 02(01), 69.

Tarantang, Jefry. dkk. 2019. *Regulasi Dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: K-Media.

Wandi, sustiyo dkk. (2013). Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang. *Active - Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 2(8), 524–535.

<https://doi.org/10.15294/active.v2i8.1792>

Yuyun Juwita & Iza hanifuddin. (2021). Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)
Dasar Hukum Pegadaian Syariah Dalam Fatwa DSN-MUI. *Jurnal Hukum
Ekonomi Islam (JHEI)*, 5(2), 159.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara

Informan I

Nama : Bapak Teguh Subagyo

Jabatan : Pimpinan Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto
Tahun 2021.

1. Apa yang dimaksud dengan Duta Pegadaian ?

“Duta Pegadaian dikatakan sebagai seseorang yang menjadi wakil perusahaan. Beliau itu seseorang yang dianggap mampu oleh kami dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya seperti penyampaian informasi kepada masyarakat, komunitas atau lembaga instansi. Kemudian untuk informasi yang disampaikan itu terkait dengan informasi yang berhubungan dengan perusahaan terutama produk-produk perusahaan kita mba”.

2. Kenapa diterapkannya Program Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah ?

“Banyak dari masyarakat yang hanya mengetahui bahwa Pegadaian Syariah sebagai tempat gadai saja. Untuk mengatasi hal tersebut, Pegadaian Syariah menyusun strategi baru yaitu Duta Pegadaian agar dapat membantu memberikan pengetahuan kepada masyarakat awam mengenai produk-produk Pegadaian Syariah”.

3. Apakah setiap Kantor Pegadaian Syariah terdapat Duta Pegadaian ?

“Tidak. Sertiap Kantor Area Pegadaian Syariah hanya ada satu Duta Pegadaian”.

4. Sejak kapan direrapkannya Program Duta Pegadaian ?

“Pegadaian Syariah menerapkan program Duta Pegadaian sejak tahun 2021”.

5. Siapa yang menjadi Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Area Purwokerto ?

“Ustdz Mintaraga Eman Surya”.

6. Kenapa Ustadz Mintaraga Eman Surya dinobatkan Sebagai Duta Pegadaian ?

“13 September 2021”.

7. Apakah dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya Ustad Mintaraga Eman Surya sendiri ?

“Tidak. Beliau dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya didampingi oleh Tim Marketing Perusahaan”.

8. Berapa kali Ustadz Mintaraga Eman Surya dalam melakukan tugasnya ?

“Duta Pegadaian dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya minimal satu kali dalam satu minggu (empat kali dalam satu bulan)”.



Informan II

Nama : Bapak Adham Septia Wildan Satrio

Jabatan : Pengurus Duta Pegadaian Kantor Cabang Pegadaian Syariah
Area Purwokerto.

1. Pegadaian Syariah membawaih Kantor Cabang dimana Saja ?

“UPC Senopati yang berada di wilayah Pasar Wage Purwokerto, UPC Jendral Soedirman yang berada di Purbalingga, UPS Ajibarang yang berada di Ajibarang, UPC Pasar Sangkal Putung yang berada di Cilacap dan yang terahir UPC Kali Ireng yang berada di Bumiayu”.

2. Apa yang dimaksud dengan Duta Pegadaian ?

“Seorang yang menjadi wakil perusahaan yang dapat mendorong, mendampingi dan memperkenalkan pimpinan unit kerja perusahaan bersama Tim Pemasaran dan Penjualan Perusahaan dalam melakukan pendekatan kepada para Mitra Instansi Kelembagaan (Kepala Kantor,/Divisi/Bagian, Pengurus Lembaga/Organisasi dll)”.

3. Sejak kapan diterapkannya Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah ?

“Program Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah diterapkan sejak tahun 2021”.

4. Mengapa Pegadaian Syariah menerapkan strategi pemasaran melalui Duta Pegadaian ?

“Karna untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat perlu adanya pendekatan dari kami. Sehingga dengan begitu kami memilih seseorang menjadi Duta Pegadaian. Duta Pegadaian yang kami pilih yaitu seseorang yang memiliki pengaruh besar atau dipercaya di lingkungan masyarakat dan memiliki relasi yang cukup banyak. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya pendekatan melalui Duta Pegadaian masyarakat dapat tertarik dan percaya akan produk-produk dari kami”.

5. Apakah setiap cabang memiliki Duta Pegadaian Masing-masing ?

“Tidak. Duta Pegadaian hanya ada satu dalam satu Kantor Area Pegadaian Syariah”.

6. Apa maksud dan tujuan adanya program Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah?
- a. *Program Duta Pegadaian dimaksudkan untuk membantu perusahaan melakukan pendekatan kepada Mitra Instansi Kelembagaan yang lebih luas dengan memanfaatkan jaringan sosial, relasi atau audience yang telah dimiliki oleh figur dari seorang Duta Pegadaian.*
 - b. *Program Duta Pegadaian bertujuan untuk :*
 - 1) *Memperoleh figur yang membantu proses pendekatan dan penjangkauan melalui Pimpinan Mitra Instansi Kelembagaan.*
 - 2) *Memperluas jaringan atau relasi bisnis baru kepada Mitra Instansi Kelembagaan yang potensial.*
 - 3) *Membantu memperoleh kepercayaan dan rekomendasi produk dan layanan perusahaan kepada nasabah pada Mitra Instansi Kelembagaan.*
 - 4) *Membantu meningkatkan engagement, serta aktivitas perusahaan dan penjualan pada Mitra Instansi Kelembagaan.*
7. Program Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah berfungsi untuk apa ?
- a. *Memberikan pengetahuan dan pemahaman terkait dengan informasi perusahaan, produk dan sistem operasional perusahaan.*
 - b. *Untuk memasarkan produk-produk pegadaian syariah dengan didampingi oleh tim marketing perusahaan.*
 - c. *Membuka peluang kerja sama dengan lembaga instansi, komunitas sosial baru.*
 - d. *Memberikan efek positif dengan bertambahnya jumlah nasabah pegadaian syariah purwokerto*
8. Bagaimana kriteria untuk pemilihan Duta Pegadaian ?
- Terdapat persyaratan Umum dan Khusus
- a. *Persyaratan Umum*
 - 1) *Merupakan Publik Figur lokal, pengurus inti organisasi/komunitas, Tokoh masyarakat, Alim Ulama (Ustadz /Ustadzah/Tokoh Agama),*

pimpinan redaksi atau individu yang memiliki pengaruh besar di wilayahnya.

2) *Memiliki jaringan sosial, relasi, atau audience yang cukup besar dan luas (minimal di wilayah kedudukannya).*

3) *Merupakan figur yang dapat diterima di semua kalangan masyarakat.*

b. Persyaratan Khusus

1) *Mampu mempresentasikan perusahaan secara positif kepada Mitra Instansi Kelembagaan.*

2) *Dapat mewujudkan dan menjaga identitas perusahaan dalam penampilan, sikap, nilai-nilai dan etika.*

3) *Memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk dan layanan perusahaan.*

4) *Mampu bekerja sama dengan pimpinan unit kerja perusahaan beserta tim pemasaran dan penjualan perusahaan.*

5) *Mampu melakukan mobilitas yang cukup untuk melakukan aktifitas pendekatan dan peninjauan kepada Mitra Instansi Kelembagaan.*

9. *Siapa yang yang terpilih menjadi Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Area Purwokerto ?*

“Ustadz Mintaraga Eman Surya”.

10. *Sejak kapan Ustadz Mintaraga Eman Surya dinobatkan sebagai Duta Pegadaian ?*

“13 September 2021”.

11. *Apakah Ustadz Mintaraga Eman Surya dipilih/ditunjuk langsung oleh Pegadaian Syariah ?*

“Beliau dipilih menjadi Duta Pegadaian karena sebelumnya beliau pernah bekerja sama dengan kami, dan beliau dipilih karena memenuhi kriteria perusahaan untuk pemilihan Duta Pegadaian” .

12. *Mengapa Ustadz Mintaraga Eman Surya dinobatkan Sebagai Duta Pegadaian ?*

“Ustadz Mintaraga Eman Surya terpilih karena beliau memiliki citra yang baik di lingkungan masyarakat. Beliau adalah seseorang yang memiliki

pengaruh besar dilingkungannya sehingga dapat dipercaya masyarakat. Selain itu, beliau juga seorang ustadz yang memiliki pengetahuan yang dapat atau mampu memberikan pengetahuan kepada masyarakat umum terutama mengenai kesyariaan dan ilmu pengetahuan ekonomi”.

13. Apakah dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya Duta Pegadaian didampingi dari pihak Pegadaian Syariah ?

“Iya, Duta Pegadaian didampingi oleh Tim Marketing Perusahaan”.

14. Bagaimana Strategi yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah sebelum adanya Duta Pegadaian ?

“Sebelum ada program Duta Pegadaian, untuk pemasaran masih dari kami sendiri misalkan melalui sebar brosur, mengadakan promosi melalui media sosial, televisi, radio dll”.

15. Apakah terdapat target Duta Pegadaian dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya ?

“Duta Pegadaian menjalankan target kegiatan sebanyak empat kali dalam satu bulan, terkadang juga bisa lebih. Karena beliau memang sering diundang untuk mengisi disebuah acara”.

16. Bagaimana strategi Duta Pegadaian dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya ?

- a. *Memberikan penjelasan dan pemahaman terkait tentang filosofi kesyariaan.*
- b. *Memberikan penjelasan dan pemahaman terkait dengan ilmu ekonomi syariah.*
- c. *Kemudian dari ke dua strategi tersebut dikaitkan atau dihubungkan dengan produk-produk yang terdapat pegadaian syariah.*

17. Apa saja yang sudah tercapai setelah diterapkannya Duta Pegadaian di Pegadaian Syariah ?

- a. *Memberikan jalan untuk menyampaikan informasi terkait produk dan sistem operasional yang ada di Pegadaian Syariah salah satunya pada saat mengisi acara kegiatan pengajian.*
- b. *Memperluas jaringan atau relasi baru.*

- c. Meningkatkan hubungan antara nasabah dengan Pegadaian Syariah. Memperoleh kepercayaan dari masyarakat.

Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian

BUMIHATI Pegadaian Syariah

Perlu dana untuk tambah modal? Sertifikat Tanah Bisa di Jaminkan di Pegadaian

Untuk Pengusaha, Karyawan & Petani

rahn Tasjily Tanah Pembiayaan berbasis syariah dengan jaminan sertifikat tanah / bangunan

TEPAT CARANYA, BERKAH HASILNYA

1500 569

rahn Tasjily Tanah

Pembiayaan Rahn Tasjily Tanah adalah pembiayaan berbasis syariah yang diberikan kepada masyarakat berpenghasilan tetap/rutin seperti petani, pengusaha, karyawan, profesional dan pensiunan dengan jaminan sertifikat tanah dan bangunan

Keunggulan

- Sesuai akad syariah (Fatwa DSN Nomor 92 Tahun 2014)
- Jangka waktu pembiayaan fleksibel
- Proses pengajuan pinjaman mudah
- Aman dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Tarif dan Jangka Waktu

Pola Angsuran	Tenor (bulan)	Mu'nah per bulan
Reguler (per Bulan)	12,18,24,36,48,60	0,70 % x taksiran
Fleksi (sekali bayar)	3	1,28 % x taksiran
	4	1,29 % x taksiran
	6	1,31 % x taksiran
Berkala per 3 bin	12,24,36	0,82% x taksiran
Berkala per 4 bin	12,24,36	0,88% x taksiran
Berkala per 6 bin	12,24,36	1,00 % x taksiran

Proses Pengajuan

1. Datang ke outlet Pegadaian dan menyerahkan dokumen pengajuan
2. Tim Pegadaian melakukan survey dan verifikasi berkas
3. Konfirmasi uang pinjaman
4. Pencairan pinjaman (tunai/non tunai)

Persyaratan Berkas

1. Fotokopi KTP
2. Fotokopi Kartu Keluarga
3. Fotokopi Buku Nikah
4. Fotokopi PBB
5. Fotokopi IMB (Pinjaman > Rp. 50 Jt)
6. Asli Sertifikat (SHM/SHGB)
7. Surat Keterangan Usaha/Kerja

Tepat Caranya Berkah Hasilnya

1500 569

Pegadaian ARUM haji

GADAI EMAS UNTUK KE TANAH SUCI

Melaksanakan ibadah haji merupakan kewajiban setiap umat Islam yang mampu. Pegadaian Syariah ingin membantu mewujudkan impian Anda untuk pergi ke Tanah Suci.

Ar-Rum (emas) haji adalah jaminan emas yang Anda gunakan untuk mendapakan persi haji dengan jaminan emas. Segera manfaatkan aset emas Anda untuk ke Tanah Suci.

OS Al-Inmas 57

Berdasarkan Fatwa MUI 92/259-MU/II/2014

Tepat Caranya, Berkah Hasilnya
Mudah, Murah, dan *Lilik Berkah*

PT. Pegadaian (Persero) - Kantor Pusat
Jalan Kramat Raya 102, Jakarta Pusat - 10430
T +62 21 315 5550 www.pegadaian syariah.co.id

Pegadaian ARUM haji

Manfaatkan emas anda untuk mendaftar haji

simulasi angsuran *) biaya yang dibayar diawal saat akad (terdiri dari adim & setoran awal tabungan haji)

12 bulan, angsuran Rp. 2.336.200	12 bulan, biaya diawal Rp. 840.000
24 bulan, angsuran Rp. 1.294.500	24 bulan, biaya diawal Rp. 882.500
36 bulan, angsuran Rp. 947.300	36 bulan, biaya diawal Rp. 945.000
48 bulan, angsuran Rp. 773.700	48 bulan, biaya diawal Rp. 1.035.000
60 bulan, angsuran Rp. 669.500	60 bulan, biaya diawal Rp. 1.182.500

*) sumber data diolah 2017, Disesuaikan

dengan emas senilai Rp. 7 Juta anda memperoleh pinjaman Rp. 25 Juta dalam bentuk tabungan haji yang dapat digunakan untuk mendaftar haji

- Persyaratan ringan hanya menyerahkan copy KTP dan jaminan emas serta SABPH
- Biaya (mu'nah) dan Kafalah terjangkau
- Emas dan SABPH AMAN disimpan di Pegadaian
- Akad Arrum Haji sekaligus buka tabungan haji dan dapat nomor persi

Tepat Caranya, Berkah Hasilnya

Pegadaian Call Center **1500 569**

BUMN Pegadaian ARUM Pegadaian

SEMUA SENANG BERSAMA PEGADAIAN

- ✓ Dari memulai catering rumahan
- ✓ Memakai mobil untuk mengantar pesanan
- ✓ Sampai buka cabang di kota lainnya

ARRUM BPKB
Menyediakan pengembangan dan pembiayaan syariah usaha mikro hanya dengan jaminan BPKB

1500 569 www.pegadaian.co.id

Mau dapat dana pengembangan bisnis yang mudah hanya dengan BPKB?

Yuk, ke Pegadaian syariah dan nikmati kemudahan pengembangannya untuk mengembangkan bisnis Anda.

- 01 Anda ingin mengembangkan bisnis untuk memperluas pasar perantara
- 02 Anda akan datang ke Pegadaian untuk melakukan pendaftaran dan pencairan dana
- 03 Di Pegadaian, Anda memilih jenis pembiayaan yang sesuai
- 04 Setelah dilakukan pemeriksaan, dana akan disalurkan ke rekening Anda
- 05 Kemudian Anda menggunakan dana yang telah disalurkan untuk mengembangkan bisnis Anda
- 06 Setelah selesai, Anda tinggal membayar sesuai perjanjian
- 07 Setelah selesai, Anda tinggal membayar sesuai perjanjian

Syarat & Ketentuan:
01. Memerlukan persyaratan dokumen yang lengkap
02. Memerlukan jaminan BPKB
03. Memerlukan surat sanggup bayar
04. Memerlukan surat persetujuan dari keluarga
05. Memerlukan surat persetujuan dari instansi terkait
06. Memerlukan surat persetujuan dari instansi terkait
07. Memerlukan surat persetujuan dari instansi terkait

1500 569 www.pegadaian.co.id

Pegadaian Mulia Personal

Investasi Emas

Beli Masa Depan Anda Sekarang

Solusi Tepat Investasi Masa Depan

BUMN Mulia untuk negeri
Pegadaian
Mengatasi Masalah Tanpa Masalah
www.pegadaian.co.id

Solusi Tepat Investasi Masa Depan

Pegadaian Mulia Personal adalah layanan investasi emas batangan secara angsuran perorangan di outlet Pegadaian dengan proses yang cepat dan mudah.

9 keuntungan mulia arisan

- Investasi emas, berskala mulai dari 1 gram ke atas
- Asuransi emas terjamin dan bersertifikat
- Pembayaran uang muka hingga mulai dari 10%
- Pilihan hari, masa dan waktu pembayaran tergantung jumlah anggota arisan
- Cukai tetap tidak terpengaruh fluktuasi harga emas
- Peluang keuntungan investasi dengan Pegadaian Koleksi Emas
- Pemrosesan gratis dengan skema Pegadaian Koleksi Emas
- Pembelian kembali (buyback) kompositif
- Pembayaran angsuran dapat dilakukan secara mandiri di 8.800 outlet Pegadaian

Persyaratan :

- Membawa identitas diri yang masih berlaku untuk masing-masing anggota (KTP/SIM/Paspor)
- Nasabah perorangan.

TOHO MAJU

1500 569 www.pegadaian.co.id





Dokumentasi Kegiatan Duta Pegadaian bersama Tim Pemasaran dari Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto



Dokumentasi kegiatan di acara pengajian Duta Pegadaian bersama Tim Pemasaran dari Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto



Wawancara dengan Pengurus Duta Pegadaian Kantor Cabang Area Purwokerto pada Kamis, 27 Oktober 2022 Pukul 11.45 WIB.



Lampira 3 : Kartu Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Fida Nuriska
NIM : 1817202058
Prodi/semester : Perbankan Syariah/VIII
Dosen Pembimbing : Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
Judul Skripsi : Kontribusi Duta Pegadaian Sebagai Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Produk (Studi Kasus Kantor Pegadaian Syariah Purwokerto)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Oktober	Rabu/27/2021	Revisi judul		
2	November	Kamis/11/2021	Penetapan Judul Skripsi		
3	Desember	Senin/13/2021	1. Latar belakang masalah, membahas teori terkait dengan judul. 2. Penulisan sumber data		
4	Desember	Rabu/22/2021	Definisi operasional		
5	Januari	Senin/10/2022	Definisi operasional (Kontribusi duta pegadaian)		
7	Januari	Rabu/26/2022	Landasan teori (Pembahasan teori terkait dengan Brand Ambassador)		
8	Januari	Senin/31/2022	Landasan Teori (Fungsi dan peran Brand)		

			Ambassador)		
--	--	--	-------------	--	--

*) diisi pokok-pokok bimbingan;
**) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 17 Februari 2022
Pembimbing,

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 1978/231 200801 2 027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : FIDA NURISKA
NIM : 1817202058
Prodi/semester : Perbankan Syariah/IX
Dosen Pembimbing : Yoiz Shofwa Shafrani, SP.,MSi.
Judul Skripsi : Kontribusi Duta Pegadaian Sebagai Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Produk (Study Kasus Pegadaian Syariah Kantor Cabang Purwokerto

No	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
			Pembimbing	Mahasiswa
1	Rabu, 12 Oktober 2022	Perbaikan Landasan Tori		
2	Kamis, 31 Oktober 2022	Melanjutkan Bab 4		
3	Senin, 07 November 2022	Hasil dan pembahasan ((Hubungan teori dengan hasil pembahasan)		
4	Rabu, 09 November 2022	Analisis Pembahasan		
5	Senin, 14 November 2022	Kelengkapan Skripsi		
21	Senin, 21 November 2022	Perbaikan Kepenulisan		

*) diisi pokok-pokok bimbingan;
**) diisi setiap selesai bimbingan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Purwokerto, 21 November 2022
Pembimbing,

Yoiz Shofwa Shafrani, SP.,MSi.
NIP. 19781231 200801 2 027

Lampiran 4 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL
 Nomor: 819/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/02/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Fida Nuriska
 NIM : 1817202058
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Pembimbing : Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
 Judul : KONTRIBUSI DUTA PEGADAIAN SEBAGAI STRATEGI PEGADAIAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN PRODUK (Studi Kasus Kantor Pegadaian Syariah Purwokerto)

Pada tanggal 17/03/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 22 Maret 2022
 Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
 NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 5 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 2835/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Fida Nuriska
 NIM : 1817202058
 Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 25/08/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS, dengan nilai : 74 / B

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal 31 Agustus 2022
 Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
 NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 6 : Surat Rekomendasi Munaqosah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

REKOMENDASI MUNAQOSAH

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.
 NIP : 19920613 201801 2 001
 Jabatan : Koordinator Prodi Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : FIDA NURISKA
 NIM : 1817202058
 Semester/ SKS : IX/ 143 SKS
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.
 NIP. 19920613 201801 2 001

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal 22 November 2022
 Dosen Pembimbing



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.

Lampiran 7 : Sertifikat BTA/PPI



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.ainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/12363/08/2019

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA	:	FIDA NURISKA
NIM	:	21842700021

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	71
# Tartil	:	70
# Imla'	:	70
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	70



Purwokerto, 08 Jul 2019



ValidationCode

Lampiran 8 : Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 43A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4,0
81-85	A-	3,6
76-80	B+	3,3
71-75	B	3,0
65-70	B-	2,6

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	81 / A-
Microsoft Excel	80 / B+
Microsoft Power Point	81 / A-



Diberikan Kepada:

FIDA NURISKA
NIM: 1817202058

Tempat / Tgl. Lahir: Purbalingga, 05 April 1997

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto **Program Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.



Purwokerto, 16 Oktober 2022
Kepala UPT TIPD



Dr. H. Fajar Hardayono, S.Si, M.Sc
NIP.: 19801215 200501 1 003



UIN

PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 9 : Sertifikat PPL



KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
 Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

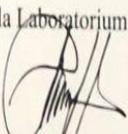
Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Fida Nuriska
NIM : 1817202058

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di :

BTN Syariah Purwokerto

Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**. Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Skripsi.

Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Purwokerto, 15 Oktober 2021 Kepala Laboratorium FEBI
 Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag NIP.19730921 200212 1 004	 H. Sochimia, Lc., M.Si. NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 10: Sertifikat PBM



KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
 Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febl.iainpurwokerto.ac.id

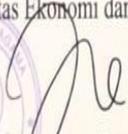
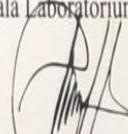
Sertifikat

Nomor : 1161/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Fida Nuriska
 NIM : 1817202058

Dinyatakan **Lulus** dengan Nilai **85 (A-)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021.

Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag NIP.19730921 200212 1 004	Purwokerto, 15 Oktober 2021 Kepala Laboratorium FEBI  H. Sochimim, Le., M.Si. NIP. 19691009 200312 1 001
---	---



Lampiran 11: Sertifikat KKN






Sertifikat

Nomor : 180/K.LPPM/KKN.49/05/2022

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
menyatakan bahwa :

Nama : **FIDA NURISKA**
 NIM : **1817202058**
 Fakultas/Prodi : **EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / PSY**

Telah Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-49 Tahun
2022 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **90 (A)**



Purwokerto, 30 Mei 2022

 Dr. H. Ansori, M.Ag.
 NIP. 19650407 199203 1 004

Lampiran 12: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : FIDA NURISKA
2. NIM : 1817202058
3. Tempat Tanggal Lahir : Purbalingga, 05 April 1997
4. Email : fidanuriska95@gmail.com
5. Alamat : Galuh, Rt 08/ Rw 04, Kec. Bojongsari,
Kab. Purbalingga
6. Nama Ayah : Ruswanto
7. Nama Ibu : Nasriyah

B. Riwayat Pendidikan

1. TK : TK Pertiwi
2. SD/MI : SD Negeri 1 Galuh
3. SMP/MTS : MTS Muhammadiyah 01 Purbalingga
4. SMA/SMK : SMK Muhammadiyah 01 Purbalingga
5. Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri
Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota pramuka di SMK Muhammadiyah 1 Purbalingga menjabat sebagai Pradani Putri.
2. Anggota Pasukan Perwira Muda Purbalingga pada tahun 2014.
3. Anggota Persaudaraan Setia Hati Terate.

Purbalingga, 05 Oktober 2022



Fida Nuriska