

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis di berbagai bidang tampak tetap kuat meskipun terjadi perubahan zaman. Situasi yang sama juga terlihat dalam industri keuangan, baik yang berbasis perbankan maupun yang tidak, yang mengalami pertumbuhan serupa dengan sektor lainnya. Dengan menyesuaikan diri terhadap perubahan zaman serta tuntutan dan masukan dari masyarakat, lembaga keuangan saat ini, baik yang berhubungan dengan perbankan maupun yang tidak, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pertumbuhan ini terlihat dalam berbagai cara, mulai dari inovasi produk, prinsip, sistem operasional, perubahan paradigma, hingga transformasi. Dari perubahan dan kemajuan tersebut, muncul lembaga keuangan syariah yang menjadi tonggak penting dalam kemajuan ekonomi syariah di Indonesia, dan perkembangannya memberikan harapan yang positif.¹

Ada dua jenis lembaga keuangan syariah yang telah tumbuh di Indonesia, yaitu perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah non-bank. Lembaga perbankan syariah yaitu seperti Bank Syariah Indonesia, Bank Bjb Syariah, Bank Pengkreditan Rakyat Syariah serta Bank

¹ Shofia Purnamasari, "Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Produk (Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin)," *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi* 9, no. 1 (2018): 25, <https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v9i1.2085>.

Muamalah Indonesia, sedangkan lembaga keuangan non-perbankan syariah mencakup Asuransi Tafakul, Koperasi Syariah, dan Pegadaian Syariah.²

Salah satu lembaga keuangan syariah yang menawarkan pendanaan kepada Masyarakat selain bank syariah adalah Pegadaian Syariah. Pegadaian Syariah berfungsi sebagai lembaga non-bank, memberikan dukungan kepada masyarakat melalui pinjaman dengan agunan, yang tentunya berbeda dengan institusi keuangan lainnya. Sejumlah produk pembiayaan Pegadaian Syariah seperti Rahn dan Arrum, yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam mendapatkan akses pembiayaan sesuai dengan prinsip Syariah. Rahn adalah layanan gadai berbasis syariah yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mendapatkan dana cepat dengan menjaminkan barang berharga, sedangkan Arrum menyediakan pembiayaan dengan syarat yang lebih longgar dan menguntungkan.³

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia saat ini mengalami sejumlah tantangan signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan pengertian masyarakat mengenai berbagai produk yang tersedia. Pengetahuan masyarakat tentang produk keuangan syariah masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan produk keuangan konvensional, sehingga diperlukan usaha yang efektif dalam edukasi dan informasi agar masyarakat

²Rifky Faransyah and Prayudi Setiawan Prabowo, "Pengaruh Promosi Dan Literasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pegadaian Syariah Di Surabaya," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 3 (2020): 141–50, <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p141-150>.

³ Wali I. Mondal, "Journal of Business and Accounting," *National University* 7, no. 1 (2014): 151, <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.654.7646&rep=rep1&type=pdf#page=4>.

tidak hanya mengetahui tentang produk keuangan yang ada, tetapi juga memahami dasar-dasar Syariah. Rendahnya tingkat literasi keuangan ini berdampak langsung pada ketertarikan dan penggunaan produk-produk syariah, termasuk yang diberikan oleh Pegadaian Syariah. Tingkat literasi keuangan yang baik dapat membangun rasa percaya dan mendorong masyarakat untuk ikut serta secara aktif dalam pembiayaan sesuai dengan prinsip Syariah.⁴

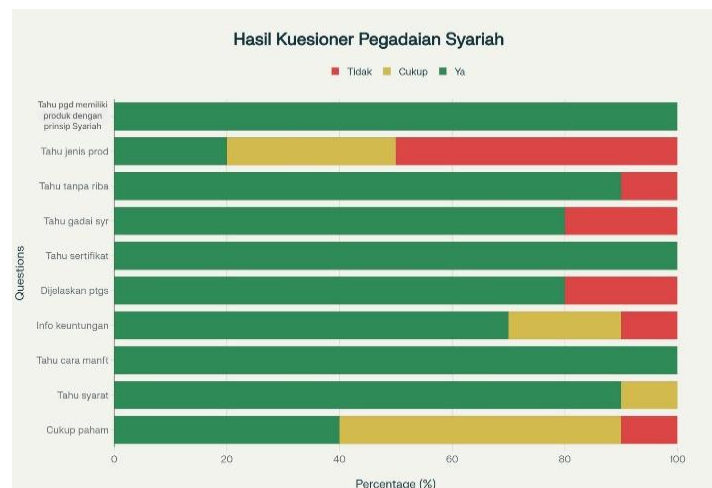
Sosialisasi adalah salah satu metode yang sangat penting untuk memperkuat pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai produk Pegadaian Syariah. Agar sosialisasi dapat berhasil, diperlukan pendekatan komunikasi yang efisien; tidak hanya sekedar menyampaikan informasi secara satu arah, tetapi juga harus menarik perhatian, menumbuhkan ketertarikan, dan mendorong keterlibatan masyarakat. Seperti yang diuraikan dalam teori sosialisasi, proses distribusi informasi harus melibatkan media yang sesuai, metode yang menarik, dan frekuensi yang cukup untuk mencapai hasil yang berarti.⁵

Di kantor Pegadaian Syariah UPS Ahmad Dahlan Ciamis, hasil penelitian awal mengindikasikan bahwa sosialisasi produk Pegadaian Syariah belum berjalan dengan baik. Data tersebut memperlihatkan bahwa banyak masyarakat dan nasabah masih memiliki pemahaman yang sangat

⁴ Tulasmi Tulasmi and Titania Mukti, "Peran Pegadaian Syariah Dalam Literasi Keuangan Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2020): 239, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1072>.

⁵ Meri Yuliani et al., "Sosialisasi Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian UPC Teluk Kuantan Kepada Siswa Sman 1 Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi," *BHAKTI NAGORI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 1, no. 1 (2021): 22–27, https://doi.org/10.36378/bhakti_nagori.v1i1.1408.

terbatas mengenai berbagai produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah, kecuali layanan gadai emas. Akibatnya, tingkat minat dan partisipasi masyarakat dalam menggunakan produk-produk pegadaian syariah masih rendah. Bahkan, pandangan masyarakat umum masih terpaku pada peran pegadaian syariah sebagai tempat untuk menggadaikan emas, sehingga potensi produk lain yang sejalan dengan prinsip syariah belum banyak diketahui dan belum dimanfaatkan secara maksimal oleh nasabah maupun calon nasabah.



Gambar 1. 1 Hasil kuesioner survey awal mengenai pemahaman nasabah terhadap produk pegadaian syariah

Dari hasil survey awal yang dilakukan menunjukkan bahwa masih rendahnya minat masyarakat dalam menggunakan produk pegadaian selain gadai emas dan dikuatkan dengan data yang ada di Pegadaian Syariah Ciamis sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Nasabah Pegadaian Syariah Ciamis Tahun 2025

Nama Produk	Total Kredit
Gadai Emas	2.096

Arrum Haji	14
Arrum BPKB	36
Cicil Emas	84
Arrum Express Loan (KUR)	52
Motor Mobil	16

Pentingnya penelitian ini terletak pada pentingnya sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman dan ketertarikan masyarakat terhadap produk keuangan syariah. Dengan semakin banyaknya produk keuangan syariah yang tersedia, diperlukan sosialisasi yang efisien agar orang-orang, khususnya mereka yang bekerja di sektor swasta dan pegawai negeri, dapat mengenali dan memanfaatkan produk-produk tersebut dengan baik. Oleh sebab itu, penelitian ini menjadi penting dalam memberikan pencerahan kepada institusi keuangan syariah untuk merancang strategi pemasaran dan peningkatan kesadaran yang lebih efisien dan tepat sasaran demi mempercepat perkembangan keuangan syariah di kalangan masyarakat modern.⁶

Lebih lanjutnya, sosialisasi juga berfungsi sebagai penghubung antara prinsip-prinsip Syariah dalam produk keuangan dan kebutuhan masyarakat, sehingga bisa menekan pandangan negatif dan kesalahpahaman yang mungkin muncul. Sosialisasi yang efektif memungkinkan masyarakat untuk memahami akad, produk halal, serta manfaatnya, sehingga mendorong mereka untuk lebih aktif dalam menggunakan produk keuangan Syariah. Ini adalah aspek penting dalam memperkuat keberlanjutan

⁶ Amru Hasibuan et al., “Sosialisasi Literasi Keuangan Syariah Sebagai Upaya Peningkatan Pemahaman Ekonomi Masyarakat Desa Tamiang,” 2025, 347–52.

ekonomi dan inklusi keuangan Syariah, yang semakin populer dan menjadi kebutuhan di seluruh dunia.⁷

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana efektivitas sosialisasi Pegadaian Syariah, dengan judul **“Analisis Efektivitas Promosi Produk di Pegadaian Syariah Ciamis”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana sosialisasi produk pegadaian syariah yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Ahmad Dahlan Ciamis?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas sosialisasi produk pegadaian syariah yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Ahmad Dahlan Ciamis.

D. Kegunaan Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi dan keuangan Islam, dengan fokus pada penyebaran dan pemasaran produk keuangan Islam. Temuan dari penelitian ini bisa menjadi acuan bagi peneliti lain yang berminat untuk mengeksplorasi efektivitas penyebaran,

⁷ Loris Caspirosi Caspirosi et al., “Sosialisasi Produk Bank Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Masyarakat Akan Lembaga Keuangan Syariah Di CFD Jalan Dhoho Kota Kediri,” *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 3 (2023): 526–32, <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.463>.

pemahaman mengenai literasi keuangan Islam, serta keterkaitan antara distribusi dan minat masyarakat terhadap produk keuangan bersyariah.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran kepada manajemen Pegadaian Syariah, terutama Kantor Cabang Pegadaian Syariah UPS Ahmad Dahlan Ciamis, untuk merancang strategi sosialisasi produk yang lebih efisien dan efektif.

3. Umum

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat besar bagi masyarakat, khususnya para pengguna atau calon pengguna produk Pegadaian Syariah, karena menyajikan informasi dan edukasi yang tepat serta jelas tentang keuntungan, manfaat, dan prosedur produk keuangan yang sesuai dengan syariat Islam.