

Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Minat Nasabah dalam Bertransaksi Produk Gadai Emas IB pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Nurul Fariyanti, Ahmad Makhtum

Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura

200721100173@student.trunojoyo.ac.id, ahmad.makhtum@trunojoyo.ac.id

ABSTRACT

The purpose of carrying out this research is to find out how the marketing strategy implemented by PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan which aims to increase the volume of customer interest, where the approach uses direct field research (field research), to reach the target market of PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan carries out and applies the method, namely the marketing mix method, where there are 4Ps, namely; a. Product Strategy (Product), b. Price Strategy (Price), c. Place Strategy, d. Promotion Strategy (Promotion). As well as using or putting up banners and also collaborating with agencies, as well as house to house, namely establishing relationships at individual homes through pawn marketing. Of the various methods mentioned above, PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan is able to increase financing, especially Pawn Gold iB and is also able to compete with surrounding agencies.

Keywords: *Marketing Mix, iB Gold Pawn, Customer Interest*

ABSTRAK

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang bertujuan untuk meningkatkan volume minat nasabah, dimana pendekatannya menggunakan penelitian lapangan langsung (*field Research*), untuk mencapai sasaran pasar PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan dan menerapkan cara yakni dengan cara *marketing mix*, dimana ada 4P yakni ; a. Strategi Produk (*Product*), b. Strategi Harga (*Price*), c. Strategi Tempat (*Place*), d. Strategi Promosi (*Promotion*). Serta memakai atau memasang banner dan juga kerja sama ke instansi - instansi, serta *house to house* yakni menjalin silaturahmi kerumah perorangan oleh marketing gadai. Dari berbagai cara yang sudah disebutkan diatas PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mampu meningkatkan pembiayaan khususnya Gadai Emas iB dan juga mampu bersaing dengan instansi - instansi disekitarnya.

Kata Kunci: *Marketing Mix, Gadai Emas iB, Minat Nasabah*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah adalah sebuah lembaga keuangan dengan mempunyai atau memiliki prinsip operasionalnya yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariat islam. Dimana jika berlandaskan syariat islam maka harus menghindari dari transaksi yang mengandung unsur riba, *gharar*, *maysir* dll, karena hal tersebut dilarang dalam *Al-Qura'n* dan *Al-Hadist* (Mardani: 2017). Pada perkembangan zaman pada saat ini bank syariah berkembang di indonesia mengalami perkembangan yang

cukup pesat. Dimana pertumbuhan perbankan syariah dari bidang kelembagaannya selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Meskipun peningkatannya bertahap, namun pertumbuhannya bank syariah bisa dikatakan paling pesat dan juga dapat bersaing dengan bank konvensional atau bank lainnya.

Pada bank syariah selaku lembaga keuangan yang menggunakan atau menganut sistem berbasis islami atau syariah telah tumbuh dan berkembang. Disamping itu pula bank-bank konvensional yang telah lama berdiri sebelum bank syariah. Bank syariah mampu menunjukkan kelebihannya dan perbedaannya dengan bank konvensional kepada kalangan masyarakat, dengan adanya penunjang seperti dalil *Al-Qura'n* dan *Al-Hadist* yang sudah menjamin kebenaran dalam hukumnya dan juga transaksi yang dilakukan sudah sesuai dengan ajaran islam (Halal) atau prinsip yang sudah sesuai dengan prinsip syariah, menerapkan sistem bagi hasil, bagi hasil yang dapat didapatkan nasabah yakni berpatokan dengan naik turunnya pendapatan banksyariah. Bank adalah suatu badan usaha dimana memfokuskan kepada usahanya dibidang jasa dan keuangan atau *Financial Service* (Supriyadi : 2023).

Gadai syariah berkembang paska keluar atau terbitnya Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Fatwa DSN-MUI) pada nomor, No.25/DSN-MUI/III/2002 dan juga Fatwa DN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 yang menjelaskan tentang akad *rahn* emas. Sejak saat itu gadai emas yang marak dilakukan oleh setiap instansi bank maupun non bank dimana sistem operasionalnya berpacu kepada prinsip syariah serta juga sah tidaknya transaksi tersebut mengacu pada rukun dan syaratnya (Wiroso : 2005).

Gadai emas dalam operasionalnya tidak melakukan pemungutan imbalan berupa bagi hasil karena pada produk gadai emas ini diciptakan untuk saling tolong menolong orang yang sedang kesulitan dan dalam jangka waktu jangka pendek dimana pada saat pencairannya sangat cepat, dan juga gadai emas iB pada PT.BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan tidak mengandung unsur yang tidak diinginkan atau menyelempang dari prinsip syariat islam (Nunung : 2017).

Rukun gadai emas yakni: *rahin* (orang yang melakukan gadai atau menggadaikan agunannya), *murtahin* (orang yang menerima gadai / pihak bank), *mahrin* (agunan atau barang yang digadaikan), *mahrin bih* (utang), *sighat* (*ijab* dan *qabul*). Syarat sah gadai yaitu : *rahin* dan *murtahin*, *sighat*, *mahrin bih*, dan *marhun* dalam operasionalnya harus sesuai dengan prinsip syariah dan menghindari akan adanya *riba*, *gharar*, dan juga *maysir* (Hari : 2006).

PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan adalah salah satu instansi yang merupakan jalan alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak melakukan atau memerlukan persyaratan yang rumit bagi nasabah dalam pemberian dananya dimana proses pencariannya terbilang cepat dan mudah. Cukup dengan membawa barang jaminan atau agunan yang bernilai ekonomis dari hal itu masyarakat sudah bisa mendapatkan pembiayaan yang diinginkannya sesuai dengan kebutuhannya (Brosur Gadai Emas iB : 2023).

Dalam strategi memasarkan suatu produk bank syariah dan bank konvensional sangatlah berbeda dalam pemasarannya, tetapi setiap bank mempunyai tujuan yang sama didalamnya yaitu bagaimana cara meningkatkan minat nasabah. Salah satu cara agar masyarakat tau dan tertarik menggunakan pembiayaan pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yakni dengan cara strategi pemasaran produk pada bank tersebut, salah satunya yakni produk Gadai Emas iB, pada dasarnya produk – produk yang berbasis syariah memiliki karakteristik yakni tidak memungut bunga dalam bertransaksi, menetapkan uang sebagai alat tukar bukannya sebagai komoditas yang diperjual belikan (Muzayyanah : 2018).

Agama Islam memang memperbolehkan untuk bertransaksi produk gadai emas dengan pengecualian syarat dan rukunnya tidak berlawanan dengan prinsip syariat islam, dilihat dari segi hukum islam atau syariat islam jasa gadai disebut dengan *rahn* (barang jaminan) yang merupakan alternatif sarana saling tolong menolong sesama hususnya seluruh umat islam tanpa adanya imbalan apapun. Rukun *rahn* ada tiga yaitu *sighat* dan adanya (*ijab* dan *qabul*), *al – aqidan* yakni (orang yang melakukan akad *rahn*) dan *al – ma'qud 'alaih* yaitu (barang jaminan yang digadaikan).

Didalam akad *rahn* masih ada tambahannya yaitu *qabdh* yakni adanya (serah terima dari kedua belah pihak). Jika semuanya ketentuan sudah dapat terpenuhi dari kedua belah pihak dan dilakukan oleh seseorang yang sehat, berakal dan layak, maka akad *rahn* tersebut dikatakan sah akadnya. Produk gadai emas iB adalah penyerahan secara fisik dari pihak penggadai atau nasabah kepada pihak bank yang mengelola atau PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sebagai pemberi gadai untuk dikelola dengan menggunakan *ar – rahnu* yaitu sebagai jaminan barang atau agunan atas pinjaman nasabah yang berupa hutang atau pinjaman.

Produk gadai emas diselenggarakan oleh berbagai bank dan beberapa perusahaan, mulai dari BUMN, pegadaian syariah, dan lembaga non bank dan lain - lain. Dalam pelaksanaan agunan (jaminan gadai) emas kedua belah pihak dianggap tidak saling memberatkan dengan banyak alasan dari pihak nasabah, syarat adanya jaminan sudah bisa karena dimanapun dan kapanpun setiap nasabah jika ingin mengajukan pinjaman makaharus disertakan jaminan atau agunan.

Untuk keputusan nasabah jika ingin menggadaikan agunannya pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Keputusan dapat diartikan sebagai proses pemilihan atau memilih Antara beberapa alternatif yang tersedia untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah perorangan yang mengajukan gadai emas iB. Dimana pihak nasabah akan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum membeli atau memutuskan suatu produk dan jasa. Gadai emas iB ini sendiri banyak diminati oleh nasabah sekitar karena pencairannya lebih mudah dan terdapat perbedaan – perbedaan dengan bank – bank lainnya (Yani : 2023).

Pemberian jaminan emas dapat menjadi motivasi dalam pengembalian agunan emas sehingga terpenuhinya pinjaman (pembiayaan) yang menggunakan jaminan. Adapun permasalahan yang ingin penulis teliti berjudul “Analisis Strategi

Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Minat Nasabah dalam Bertransaksi Produk Gadai Emas iB pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan". Permasalahandan rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan ialah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan untuk meningkatkan volume minat nasabah dalam bertransaksi produk gadai emas?
2. Bagaimana sistem operasionalnya serta pehitungan taksiran gadai?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan lapangan (*field research*) dapat dikatakan sebagai pendekatan yang luas dalam pendekatan kualitatif ini, dengan cara turun kelapangan yakni PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan langsung untuk melakukan pengamatan atau observasi. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif. Metode analisis deskriptif memberikan gambaran secara detail dan jelas, objektif, sistematis mengenai bagaimana instansi melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat nasabah dalam bertransaksi produk gadai emas pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan (Ahmad: 2021), Penelitian kualitatif yakni data yang didapatkan dari pemberian pertanyaan kepada nara sumber atas permasalahan yang diajukan, data tersebut berupa informasi singkat yang didukung dengan data yang sudah ada supaya dapat dikatakan jelas kebenarannya dan keabsahan datanya. Prosedur untuk mengumpulkan data merupakan langkah penting dalam sebuah penelitian. Data yang digunakan yakni ada dua yaitu data primer dan data sekunder, dimana data primer adalah sumber data yang diberikan secara langsung atau percuma kepada peneliti, pengumpul data bisa dilakukan dengan wawancara kepada narasumber. Sedangkan data sekunder yakni data yang diperoleh dari wibe site atau tidak secara langsung dari objeknya, tetapi dengan sumber lainnya (Sugiono: 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil temuan peneliti kali dengan cara observasi dan wawancara keinstansi langsung seperti yang ditetapkan sebelumnya maka setiap bank melakukan sistem pemasaran yang berbeda – beda, pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan (SPM) melakukan pemasaran dengan melakukan dua pendekatan yakni sistem silaturahmi (*house to house*) atau system kerjasama, dimana piak marketing memasarkan dan menjalin silaturahmi kemasyarakat sekitar sehingga sekarang ini gadai emas iB sangat diminati oleh masyarakat pamekasan karena pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan (SPM) ini sangat berbeda sistem operasionalnya, contoh jika ada nasabah menggadaikan agunannya dan sudah ditebus kurun waktu kurang dari sebulan maka biaaya tipiknya akan dihitung perhari, beda dengan bank lainnya, jika nasabah menebus kurun waktu kurang dari satu bulan maka dihitng satu bulan, dai hal itu produk gadai emas iB ini dapat unggul dan berkembang dari instansi lainnya.

Lembaga keuangan syariah itu sendiri dibagi menjadi dua yakni lembaga keuangan syariah bank dan lembaga keuangan syariah non bank. Salah satu lembaga keuangan syariah yaitu PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan termasuk salah satu lembaga keuangan non bank yang diperuntukkan bagi masyarakat luas yang berpenghasilan menengah kebawah yang membutuhkan dana yang cepat cair dalam waktu yang cepat (Abdul : 2017).

Gambaran Umum Tentang Instansi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Berikut adalah ringkasan sejarah tentang PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan secara resmi telah beroprasi pada tanggal 1 Juli 2008 berdasarkan keputusan gubernur bank Indonesia No.10/41/KEP.GBI/2008, dan pada tanggal 19 Juni 2008 yang diremiskan oleh ibu Hj. Siti Fajriyah selaku gubernur BI, awal mulanya peresmian tersebut memakai nama yaitu PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, yang beralamatkan di Jl. KH. Agus Salim No.20 Pamekasan. Dan setelah itu terbitlah cabang-cabang baru yang berada di bangkalan, larangan, blumbungan. Dan PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan lebih dikenal atau lebih diketahui dengan sebutan yakni bank SPM (Situs Resmi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan: 2023).

Prosedur Pelaksanaan dan Penaksiran pada Produk Gadai Emas iB pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Rumusan sudah berlaku sebagai pembatas pinjaman pembiayaan produk gadai sampai dengan sekarang ini masih merujuk pada pasal 1150 KUHP perdata yang mengatakan bahwa :

“Gadai ialah suatu hak perorangan yang diperoleh oleh kreditor atas suatu benda yang digadaikan atau iserahkan kepadanya oleh debitur dan memberikan kekuasaan kepada pihak kreditor lainnya dengan terkecuali untuk mendahulukan biayaya lelang” (Kitab UUHP: 2001).

Berdasarkan wawancara dengan *officer* atau penaksir gadai emas di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang dilakukan pada tanggal 10 Mei 2023, langkah – langkah atau Prosedur pada pelaksanaan gadai emas iB pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan Antara lain ialah sebagai berikut:

1. Calon nasabah yang akan mendapatkan dan memakai layanan pembiayaan produk gadai emas iB langsung mendatangi instansi yakni PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dengan membawa dan menyertakan tanda pengenalan yakni KTP, KK atau tanda pengenalan lainnya dan membawa agunan atau barang yang akan digadaikan yakni berupa emas berupa perhiasan ataupun batangan.
2. Setelah itu nasabah mengisi formulir yang sudah tersedia yakni mengisi surat atau *form* permohonan pengajuan pembiayaan produk gadai emas iB yang telah tersedia.
3. Dari pihak penaksir gadai atau *officer* gadai akan menaksir emas yang akan di gadaikan sebagai salah satu jaminan barang untuk bisa menetapkan dan memberikan nilai pembiayaan yang akan diberikan kepada nasabah.

4. Jika proses penaksiran emas sudah selesai maka *officer* gadai sudah dapat menentukan nilai atau jumlah yang akan diberikan kepada nasabah.
5. Pihak nasabah dimintai persetujuan antara kedua belah pihak, jika pihak nasabah setuju maka *officer* akan mengarahkan nasabah kepada *teller* untuk mengambil uang hasil taksiran emas tadi (Sufyan : 2023).

Untuk transaksi produk gadai emas iB ini sendiri ada syarat *sahihnya* suatu akad gadai emas adalah sebagai berikut :

1. Syarat yang harus dipenuhi oleh dua belah pihak yakni nasabah dan pihak bank dalam berakad yakni faham dengan apa itu akad yang dilaksanakan, yang berarti sudah *baligh* dan juga berakal serta tidak ada gangguan jiwa.
2. Untuk syarat barang yang digadaikan sebagai barang jaminan ialah hendaknya barang tersebut itu ada wujudnya ketika akad itu sedang berlangsung dan terjadi, namun sebab itu boleh juga dengan mengajukan bukti kepemilikan dari barang yang akan digadaikan itu sendiri seperti surat tanah atau sertifikat, kwitansi emas dll. Dan barang yang digadaikan tersebut dapat dipegang/dikuasai oleh *murtahin* atau wakilnya dari nasabah yang menggadaikan. Selain dari itu barang atau agunan yang digadaikan hendaknya berupa barang yang bernilai harta atau kekayaan yang mereka punya dalam pandangan islam, sebab itu tidak akan sah menggadaikan barang – barang yang haram semisal minuman keras dll. Demikian juga barang yang digadaikan harus utuh dan tidak ada celah atau cacat atau cepat rusak.
3. Syarat untuk *sighat (lafadz)* dalam bertransaksi gadai hendaknya *lafadz* dalam *ijab* dan *qabul* dapat dipahami dan dimengerti oleh kedua belah pihak yang melaksanakan akad, Ulama Hanafiyah mensyaratkan *sighat* dalam bertransaksi hendaknya tidak terkait dengan salah satu syarat yang tidak dilakkan dalam waktu yang akan datang. Adapun *lafadz* atau ucapan dalam berakad gadai emas iB yakni dengan berkata “*Aku akan gadaikan harta benda atau kekayaanku*” dll. Juga memperbolehkan tanpa *lafadz* namun tetap mencerminkan bahwa akad gadai sesuai dengan prinsip islam.
4. Syarat *mahrhun bih, mahrhun bih* ialah hak dan kewajiban yang telah diberikan oleh *murtahin* untuk *rahin* ketika sudah terjadi akad gadai emas iB tersebut. Para ulama lain selain Hanafiyah juga mensyaratkan bahwasanya *mahrhun bih* hendaknya itu adalah berupa hutang baik dari segi hutang ataupun barang dan hutang tersebut dapat dilunasi atau dibayarkan, serta benda tersebut menjadi hak milik *murtahin* (Abdurrahman: 2018).

Barang atau benda yang berupa jaminan emas yang sudah digadaikan atau diserahkan dan dipasrahkan oleh nasabah untuk digadaikan maka akan ditaksir sebelum ditentukan nilainya terlebih dahulu sebelum diketahui jumlah nilai yang akan diberikan kepada nasabah. Untuk dapat mengetahui katarase emas tersebut atau kadar karat atau kemurnian emas alat dan bahan yang akan digunakan dalam proses penggadaian emas adalah sebagai berikut:

1. Batu uji
2. Adanya larutan HNO₃ dan HCl
3. Kaca pembesar (*Loupe*)

Untuk cara melihat emas yang digadaikan palsu atau tidak maka caranya adalah sebagai berikut:

1. Gosokkan emas ke batu uji dan cocokkan berapa kadar karat emas.
2. Jika missal kadar emasnya 75% maka nantinya akan ditetesi oleh HCl
3. Jika ditetaskan larutan HCl warna emasnya menghilang maka emas itu dinyatakan emas palsu dan tidak layak untuk digadaikan (Rizal: 2023).

Untuk cara perhitungan contoh taksiran emas adalah sebagai berikut:

Bapak mistuki akan menggadaikan agunan emasnya untuk keperluan anaknya menikah, sesudah ditaksir emasnya keluarlah nilai taksirannya yakni berjumlah 60.000.000, tetapi bapak mistuki tidak mendapatkan semua jumlah yang ditaksir tadi karena iu Cuma taksiran belaka, jadi uag yang di dapatkan bapak mistuki ialah sebagai berikut:

Nilai Taksir: 60.000.000 x kadar emas (85%) = 51.000.0000, jadi bapak mistuki endapatkan uang senilai 51.000.000 dan untuk biaaya titipnya ialah sebagai berikut:

$$= \frac{\text{nilai taksir}}{10.000} \times 5 \text{ Rupiah}$$

$$= \frac{51.000.000}{10.000} \times 5 \text{ Rupiah}$$

= 25.500 perbulan, jika dihitung perhari maka 850 Rupiah perharinya.

Jika semisal emas yang digadaikan tidak ditebus atau telat bayar maka akan diberikan SP (surat peringatan) yang dikeluarkan instansi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, serta juga akan memproses pelelangan agunan jika orang tersebut tidak bisa membayar kewajibannya yaitu berupa tagihan pinjaman atas gadai emasnya, dari ilustrasi diatas uang bisa diambil dengan maksimal atau mendekati permintaan nasabah (Ikbal: 2023).

Pada proses penjualan atau pelelangan barang atau agunannya maka agunan yang digadaikan itu akan dijual atau dilelang utuk memenuhi atau melunasi hutang nasabah yang ada di instansi. Penjualan atau perpindahan hak agunan yang digadaikan atau pelelangan dilakukan oleh *officer* gadai setelah memberitahu kepada nasabah, melelang agunannya ialah jalan terakhir jika nasabah enggan membayar hutangnya, jika sudah dilelang dan sudah terlunaskan hutangnya dan uangnya masih tersisa maka uang tersebut dapat dikembalikan lagi kepada nasabahnya. Adapun ketentuan- ketentuan yang harus terpenuhi adalah sebagai berikut:

- a. *Murtahin* atau orang yang menerima pinjaman dan menerima harta jaminanan mempunyai hak untuk menahan *mahrin* (barang gadai) sampai semua hutang *rahin* (penggadai) lunas dan terbayar.

- b. *Mahrnun* serta manfaatnya itu menjadi haknya *rahin*, pada prinsip syariat islam *mahrnun* tidak diperbolehkan memanfaatkan *mahrnin* kecuali dapat izin dari *rahin*, dengan tidak mengurang-ngurangi nilai dan manfaatnya bank hanya menahan emas nasabahnya dan juga hanya menyimpannya tidak dengan memakai atau memanfaatkannya.
- c. Pemeliharaan dan penyimpanan marun pada dasarnya akan menjadi kewajiban khusus kepada *rahin*, tetapi dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dari pemeliharaannya itu sendiri (biaya titip) tetap menjadi kewajiban si penggadai (*rahin*), PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mneggakan biaya titipan yang sewajarnya saja yakni tidak terlalu mahal dan juga tidak terlal murah (Sri: 2023).

Strategi yang dilakukan oleh PT.BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan untuk Meningkatkan Volume Minat Nasabah untuk Bertransaksi Produk Gadai Emas iB.

Jika berbicara bisnis, perusahaan harus mampu merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran dengan baik, usaha strategi pemasaran merupakan faktor yang paling untuk sangat diperhatikan. Dalam menerapkan strategi pemasaran yang berlandasan dengan prinsip-prinsip syariat Islam merupakan salah satu tujuan utama dan ingin diwujudkan oleh instansi maka aa hal yang dituju oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, PT. BPRS Sarana Prima Madiri Pamekasan melakukan cara dengan menggunakan strategi pemasaran *marketing mix* dalam sistem pemasarannya (Firdaus : 2005).

Dalam menerapkan strategi pemasaran tersebut, instansi yakni PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memiliki produk unggulan yakni produk gadai emas iB dimana produk gadai emas iB ini banyak diminati oleh semua kalangan nasabah, salah satu produk yang dihasilkan oleh, PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yakni produk gadai emas iB. dalam memasarkan produk tersebut, PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menerapkan dan menggunakan beberapa strategi pemasaran yakni 4P antara lain:

- a. Strategi Produk (*Product*)
- b. Strategi Harga (*Price*)
- c. Strategi Tempat (*Place*)
- d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Dan disamping itu, PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan juga melakukan banyak cara selain cara diatas yakni menjalin silaturahmi perorangan (*house to house*) dan juga menjalin kerjasama ke instansi atau perusahaan lain sehingga banyak menghasilkan perkembangan peningkatan jumlah nasabah. Dalam, PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang bisa menjadi nasabah atau yang mengambil pembiayaan gadai emas iB ialah perorangan atau semua kalangan. Dengan strategi yang dusah dipaparkan tadi maka telah digunakan dan diterapkan pada , PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, berikut adalah penjabaran dari ke 4P tersebut ialah sebagai berikut:

a. Strategi Produk (*Product*)

Dimana dalam strategi produk, produk adalah salah satu yang memberikan manfaat dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah perorangan. Produk biasanya digunakan untuk dipakai sebagai pemenuhan kebutuhan rohani maupun jasmani, strategi produk merupakan suatu komponen dimana komponen ini sangat penting yang ada dalam strategi pemasaran, jika produk sudah bagus maka akan banyak diminati nasabah, yang dipikirkan produk dulu, dan produk gadai emas iB diinstansi yakni di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan atau bank SPM sudah bagus dibandingkan dengan instansi lainnya (Ikbal: 2023).

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan bagi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam produk yang dihasilkannya, karena kualitas produk sangat terkait dengan tingkat kepuasan nasabah dalam segi transaksi produk gadai emas iB, kualitas produk gadai emas yang sudah ada di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sudah bagus dan sudah banyak dikenal kalangan masyarakat pamekasan, karena terdapat perbedaan - perbedaan didalam operasional transaksinya (Maryam: 2022).

Strategi yang diperlukan dalam suatu perusahaan atau instansi dalam mencapai tujuan yang telah terencana, begitu pula yang dilakukan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam memasarkan produk gadai emas iB ini. Pada produk pembiayaan emas ini PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yakni dapat memberikan kemudahan bagi para calon nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan dalam waktu yang cepat dan singkat. Nasabah yang ingin melakukan pembiayaan gadai emas iB hanya perlu membawa *foto copy* KTP, dan barang jaminannya. Produk gadai emas iB ini sendiri merupakan pembiayaan yang dilakukan dengan cara dicicil atau dengan diangsur perbulannya.

Jika *image* produk sudah bagus dikalangan masyarakat maka nasabah yang akan datang sendiri ke instansi untuk melakukan pembiayaan produk gadai emas iB di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

b. Strategi Harga (*Price*)

Harga dapat dikatakan dengan jumlah uang yang harus kita bayarkan untuk dapat memiliki atau memperoleh suatu produk yang kita inginkan. Dalam prinsip dan syariat islam penentuan harga itu sendiri ditentukan dengan berlandaskan mekanisme harga dipasaran, yaitu dengan bergantung terhadap faktor permintaan dan penawaran. Strategi harga yang telah dilakukan dan diterapkan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sebisa mungkin sudah menawarkan dengan harga yang terbilang cukup rendah dari instansi lainnya, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk menggadaikan barangnya di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

dalam islam harga itu harus proporsional (sebanding dengan harga pasar) tidak boleh terlalu tinggi dan juga pula tidak boleh terlalu rendah juga, penentuan nilai harga merupakan salah satu aspek yang penting dalam

memasarkan produk, setiap bank akan selalu bersaing dan membandingkan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.

Dan untuk pelelangan barang tersebut terdapat 2 cara yaitu, untuk yang pertama lelang borongan yang dimana dari pihak instansi yakni PT. PRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan telah memiliki kenalan yang sudah menjadi langganan membeli emas lelang dan orang tersebut biasanya yang memiliki toko emas yang nantinya dari emas-emas tersebut akan dilebur menjadi satu. Kemudian untuk cara yang kedua lelang ritel/satuan, cara ini dilakukan dengan dijual pada *outlet* kemudian diberikan keterangan kadar serta diberi harga yang nantinya akan dibeli oleh nasabah dengan harapan akan digadaikan kembali. Sedangkan untuk seorang *Rahin* yang ingin melunasi angsurannya sebelum jangka waktunya.

Maksud dari hal tersebut yaitu, jika *Rahin* telah melakukan pembayaran secara rutin dan ia ingin melunasi sebelum jatuh tempo. Maka si *Rahin* tersebut akan mendapatkan diskon untuk pelunasannya. Namun untuk penetapan diskon ini telah secara otomatis ada pada dalam sistem yang diterapkan oleh pihak PT. BPRS Sarana Prima Mandiri yaitu pada (*Passion Syariah*).

c. Strategi Tempat (*Place*)

Dalam mengambil keputusan untuk mengenai tempat harus memperhatikan faktor-faktor tertentu yakni transportasi perusahaan, penyimpanan, pemilihan lokasi yang strategis dalam pembukaan untuk pangsa pasar yang sudah dituju. Hal – hal yang juga perlu diperhatikan yakni instansi itu dekat dengan kawasan pabrik, dengan perkantoran, dengan pasar dan dengan perumahan.

Faktor utama juga dalam strategi tepat ini yakni pemikiran nasabah bukan sekedar produk yang dihasilkan oleh PT.BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Karena keberhasilan penentuan lokasi yang sudah ditentukan untuk mendeskripsikan dirinya secara efektif dibandingkan dengan instansi lainnya yakni dengan cara menyampaikan bahwa sanya lokasi instansi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan atau bank SPM ini mempunyai akses yang mudah untuk menuju instansi yakni berada dipusat kota Pamekasan, dari sinilah nasabah banyak mengenal instansi karena berada dipusat kota dan mudah dijangkau oleh masyarakat.

Dalam bertransaksi nasabah pasti memperhatikan penataan gedung dan ruangan kantor, maka dari itu bagaimana pihak instansi supaya lebih kreatif lagi agar nasabah itu tidak bosan dan harus memberikan pelayanan yang nyaman agar pihak nasabah merasakan kepuasan dalam bertransaksi.

d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Dalam melakukan promosi bisa langsung dan tidak langsung untuk mempromosikan produknya. Didalam syariat islam mempromosikan produk yang kita miliki itu hukumnya diperbolehkan. Tetapi dalam melakukan promosi itu kita pihak bank harus jujur dan berbicara apa adanya yang tidak boleh mengandung unsur penipuan. Dalam strategi ini sangat ampuh untuk menarik minat nasabah. Dengan strategi ini kalangan masyarakat akan lebih

tau dan juga mengenal secara baik produk gadai emas dan produk apa yang ditawarkan kepada masyarakat akan lebih bisa mengenal produk apa saja yang ditawarkan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Untuk promosi dalam strategi ini yakni dengan cara :

a. Periklanan (*Advertising*)

Promosi dengan periklanan (*advertising*) yaitu ditunjukkan untuk tujuan komersial dimana dengan mengiklankan produknya. Promosi yang dilakukan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yakni berbentuk gambar atau banner, brosur, majalah dll.

b. Publisitas (*Publicity*)

Promosi dengan publisitas (*Publicity*) yaitu lebih mengarahkan kepada pemberian informasi kepada publik atau masyarakat. Dalam promosi ini jika ingin menambah nasabah promosi yang dilakukan yakni melakukan sosialisasi dan literasi ke masyarakat ataupun ke kalangan mahasiswa.

c. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Promosi yang dilakukan oleh instansi yakni PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam hal ini marketing gadai menjalin silaturahmi kepada masing-masing masyarakat (*house to house*) dimana sambil memasarkan atau menawarkan produk gadai emas iB serta melakukan pemasaran melalui kerjasama antar instansi dan perusahaan (Sufyan : 2023).

Untuk merebut calon nasabah maka PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan berusaha keras menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan gadai emas iB, calon nasabah tidak akan datang sendiri tanpa adanya hal yang menarik dan yang berbeda dari sebuah instansi, sehingga mereka berminat untuk membeli dan memakai produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Produk adalah objek yang sangat penting dalam suatu instansi, jika produk sudah dikenal bagus maka nasabah itu akan datang dengan sendirinya, melalui produk juga pihak PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan selaku bank dapat memanjakan dan memberikan pelayanan yang baik bagi konsumennya (nasabah), karena dari produk gadai emas ini dapat dilihat dan diketahui seberapa besar minat nasabah untuk mengajukan dan menggunakan pembiayaan produk yang ditawarkan tersebut dan juga dilihat dari segi kepuasan nasabah itu sendiri dalam keberlangsungan hidupnya. Adapun Analisis SWOT pada Produk Gadai Emas iB pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, untuk yang selanjutnya yaitu ditinjau dan dilihat dari segi analisis SWOT dimana pada produk gadai emas iB pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, dari analisis ini dapat dilihat dari segi kekuatan. Kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ialah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Analisis SWOT pada perusahaan PT. BPRS Sarana Prima Mandiri

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)
-------------------------------	----------------------------------

<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai dengan prinsip syariat islam 2. Kemudahan pelayanan dalam bertransaksi serta pencirannya dananya cepat. 3. Plafon pinjaman yang besar. 4. Berada di lokasi yang strategis. 5. Pemberitahuan informasi dengan berbagai macam cara. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya sebagian nasabah yang membutuhkan dana yang cepat dan tidak dipersulit dari segi pencairan dananya. 2. Masyarakat yang mayoritas muslim dan cenderung berprinsip syariat islam. 3. Lokasinya yang strategi yakni berada dipusat kota
<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang masih kurang banyak dikenal perbedaannya dengan instansi lainnya di masyarakat. 2. Sosialisasi masih kurang intensif dan produktif kepada masyarakat. 	<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya emas palsu yang beredar di masyarakat. 2. Munculnya pesaing yang ada disekitar instansi (Freddy : 2014).

Sumber: PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan 22 September 2023

Berdasarkan analisis matriks SWOT tersebut dapat menunjukkan bahwa sanya terdapat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perusahaan PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Pada strategi SO ini dapat digunakan untuk menjadi dasar pemikiran perusahaan dalam menjalan bisnis kedepannya. Yang dapat membawa manfaat dan peluang menarik nasabah yang sebesar – besarnya. Dan pada strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan dan kelebihan yang dimiliki oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang belum dimiliki oleh instansi lain.

Untuk strategi WO pada perusahaan PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan wajib menerapkan strategi yang memanfaatkan peluang yang sudah ada untuk meminimalkan akan terjadi kelemahan yang sudah disebutkan ditabel. Yang terakhir yakni strategi WT pada strategi ini PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ini berada diposisi ketidak beruntungan karena dimana instansi akan menghadapi berbagai macam ancaman dan kelemahan yang harus diminimalisir resikonya (Nurul: 2023).

KESIMPULAN

Dari paparan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yakni melakukan strategi pemasaran dengan cara *marketing mix* dimana ada 4P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), berikut adalah penjabaran 4P adalah sebagai berikut :

1. Strategi Produk (*Product*)

Untuk strategi produk strategi yang diperlukan dalam suatu perusahaan atau instansi dalam mencapai tujuan yang telah terencana, begitu

pula yang dilakukan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam memasarkan produk gadai emas iB ini. Pada produk pembiayaan emas ini PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan (SPM) memberikan kemudahan untuk para calon nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan gadai emas iB dalam waktu yang cepat dan singkat. Nasabah yang ingin melakukan pembiayaan gadai emas iB hanya perlu membawa *foto copy* KTP, dan barang jaminannya. Produk gadai emas iB ini sendiri merupakan pembiayaan yang dilakukan dengan cara dicicil atau dengan diangsur perbulannya. Jika *image* produk sudah bagus dikalangan masyarakat maka nasabah yang akan datang sendiri ke instansi untuk melakukan pembiayaan pada produk gadai emas iB di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

2. Strategi Harga (*Price*)

Harga dapat dikatan dengan jumlah uang yang harus kita bayarkan untuk dapat memiliki atau memperoleh suatu produk yang kita inginkan. Dalam prinsip dan syariat islam penentuan harga itu sendiri ditentukan dengan berlandasan mekanisme harga dipasaran, yaitu dengan bergantung terhadap faktor permintaan dan penawaran. Strategi harga yang diterapkan pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sebisa mungkin sudah menawarkan dengan harga yang terbilang cukup rendah dari instansi lainnya, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk menggadaikan barangnya di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

dalam islam harga itu harus proporsional (sebanding dengan harga pasar) tidak boleh terlalu tinggi dan juga pula tidak boleh terlalu rendah juga, penentuan nilai harga merupakan salah satu aspek yang penting dalam memasarkan produk, setiap bank akan selalu bersaing dan membanding – bandingkan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.

3. Strategi Tempat (*Place*)

Faktor uama juga dalam strategi tepat ini yakni pemikiran nasabah bukan sekedar produk yang dihasilkan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Karena keberhasilan penentuan lokasi yang sudah ditentukan untuk mendeskripsikan dirinya secara efektif dibandingkan dengan instansi lainnya yakni dengan cara menyampaikan bahwa sanya lokasi perusahaan PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ini mempunyai akses yang mudah dalam perjalanannya menuju instansi yakni berada dipusat kota Pamekasan, dari sinilah nasabah banyak mengenal instansi karena berada dipusat kota dan mudah dijangkau.

Dalam bertransaksi nasabah pasti memerhatikan penataan gedung dan ruangan kantor, maka dari itu bagaimana pihak instansi supaya lebih kreatif lagi agar nasabah itu tidak bosan dan harus memberikan pelayanan yang nyaman agar pihak nasabah merasakan kepuasan dalam bertransaksi.

4. Stategi Promosi (*Promotion*).

Dengan strategi ini kalangan masyarakat akan lebih tau dan juga dapat mengetahui dan juga mengenal secara baik produk apa yang dipromosikan kepada masyarakat akan lebih bisa mengenal produk apa saja yang

ditawarkan oleh PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Untuk promosi dalam strategi ini yakni dengan cara :

a. Periklanan (*Advertising*).

Promosi dengan periklanan (*advertising*) yaitu ditunjukkan untuk tujuan komersial dimana dengan mengiklankan produknya. Promosi yang telah dilakukan oleh PT.BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yakni dalam bentuk gambar atau banner, brosur, majalah dll.

b. Publisitas (*Publicity*).

Promosi dengan publisitas (*Publicity*) yaitu lebih mengarahkan kepada pemberian informasi kepada publik atau masyarakat. Dalam promosi ini jika ingin menambah nasabah promosi yang dilakukan yakni melakukan sosialisasi dan literasi ke masyarakat ataupun ke kalangan mahasiswa.

c. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*).

Promosi yang dilaksanakan oleh instansi yakni PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan (SPM) dalam hal ini marketing gadai menjalin silaturahmi kepada masing – masing masyarakat (*house to house*) dimana sambil memasarkan atau menawarkan produk gadai emas iB serta melakukan pemasaran melalui kerjasama antar instansi dan perusahaan.

SARAN

Penulis menyadari bahwa ada banyak sejumlah kekurangan terkait dengan pembahasan yang kurang mendalam dan kekurangan ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya, dan mohon dimaklumi karena penulis masih pemula.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Ilmiah

Aguspriyani, Yani, 2023, "*Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada Generasi Milenial*", AT-TAWASSUTH : Jurnal Ekonomi Islam, VIII (1) 2023, 1-14

Batubara, Maryam, 2022, "*Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening : Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara*", Al – Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis, 4 (5) 2022, 1327-1342.

Habibah, Nunung Uswatun , 2017, "*Perkembangan Gadai Emas ke Investasi Emas pada Pegadaian Syariah*", Amwaluna : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 1 (1) 2017, 1-17.

Jabani, Muzayyanah , 2018, "*Strategi Pemasaran Produk Gadai dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*", DINAMIS : Jurnal of Islamic Management and Busines, 1 (1) 2018, 25-33.

Makhtum, Ahmad, dkk, 2021, "*Sertifikasi Produk Halal untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Bangkalan*", 5 (1) 2021, 41-53.

Misno, Abdurrahman , 2019, "*Gadai dalam Syariat Islam*", AD-DENAR : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM, 2019, 25-76.

Supriyadi, 2023, "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Studi Kmpersasi di BPRS Bakti Sumekar Cabang Larangan dan BPRS Sarana Prima Mandiri Cabang Larangan)*", Economics And Business Management Journal (EBMJ), 2 (1) 2023, 60-65.

Buku

Firdaus NH, 2005, "*Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*", (Jakarta : Renaisan)

Gafur, Abdul, 2017, "*Pengantar Ekonomi Syariah dan Konsep Dasar, Pradigma, Pembangunan Ekonomi Syariah*", (Depok : Rajawali Pers).

Mardani, 2017, "*Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*", (Jakarta : Kencana).

Rangkuti, Freddy, 2014, "*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*", (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama).

Sodarsono, Hari , 2006, "*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*", (Yogyakarta : Ekonisia).

Sugiono, 2013, "*Metode Penelitian Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*", (Cet, Vi ; Bandung : Alfabeta)

Wiroso, 2005, "*Jual Beli Murabahah*", (Yogyakarta : UII Press).

Media Online

Situs Resmi Gadai Emas iB, <https://banksyariahspm.co.id/produk-layanan/gadai-emas-ib/>, Pada 17 September 2023, Pukul 09 : 30 WIB.

Situs Resmi Sejarah PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, <https://banksyariahspm.co.id/sejarah/>, Pada 17 September 2023, Pukul 10 : 45 WIB.