

Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia KC Jenggolo Sidoarjo

Oleh:

Clarisa Eka Rismadayanti

Diah Krisnaningsih

Perbankan Syariah

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2023

Pendahuluan

Bank Syariah Indonesia KC Sidoarjo merupakan Lembaga keuangan menerapkan basis serta prinsip syariah dengan penawaran produk yang beranekaragam. Salah satu produknya adalah gadai emas. Gadai merupakan suatu produk yang efisien sebagai pendanaan karena syarat yang ditentukan cukup mudah dan tidak membuat bingung nasabah yang ingin mendapatkan dana dengan cara meminjam. Dalam pegadaian syariah, suku bunga tersebut ditiadakan. Semakin pesatnya perkembangan ekonomi, BSI mempunyai peran yang penting dalam mempercepat sosialisasi keuangan dalam ekonomi masyarakat menengah ke bawah.

Permasalahan dalam penelitian tersebut adalah, kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang adanya gadai emas di Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia KC Jenggolo memasarkan produk gadai emas tersebut hanya dengan menyediakan brosur yang hanya disediakan di dalam Bank dan hanya melakukan penawaran terhadap nasabah yang datang untuk kepentingan pribadi. Sedangkan pemasaran diluar, masih dianggap kurang. Kurangnya pemasaran diluar seperti *door to door*, demografi, seminar, dsb.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Bagaimana Strategi Pemasaran Yang Dilakukan BSI KC
Jenggolo Sidoarjo ?

Metode

1. Observasi
2. Studi Pustaka
3. Wawancara

Hasil

Dalam menjalankan strategi pemasaran, BSI KC Jenggolo menggunakan suatu bauran pemasaran dengan beberapa langkah yang harus diperhatikan. Strategi ini menggunakan 7P diantaranya *Product, Price, Promotion, Place, Physical Evidence, People, dan Process*. BSI KC Jenggolo selalu berupaya meningkatkan pendapatan dari produk-produk yang sudah ditawarkan agar masyarakat dapat mengetahui secara lebih jelas.

Pembahasan

Dari hasil wawancara yang sudah didapatkan, pinjaman qardh dan rahn pada setiap tahunnya naik secara signifikan. BSI KC Jenggolo juga melakukan promosi dengan menggunakan strategi pemasaran 7P yakni product, price, people, process, dan physical evidence. Program jangka panjang dan jangka pendek.

Temuan Penting Penelitian

1. Menggunakan strategi pemasaran 7P
2. BSI KC Jenggolo tidak sama dengan BSI lain, yakni membuat suatu promosi produk nya dengan cara memberi suatu souvenir pada nasabahnya

Manfaat Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk gadai emas yang sudah dibuat oleh BSI KC Jenggolo

Referensi

Anjarsari, D. P. (2020). Penerapan bauran pemasaran pada produk gadai emas di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Buleleng. *Etheses.Uin-Malang.Ac.Id*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/18386>

B Muslim. (2011). Pembiayaan Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bekasi. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.

Balgis, P. D. (2017). Gadai Emas Syariah: Evaluasi Dan Usulan Akad Sesuai Prinsip Syariah. *Jurnal Jurisprudence*, 7(1), 87–96. <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i1.4349>

Dewey. (2016). Bab II Landasan Teori. *Dewey.Petra.Ac.Id*, 5–17.

Fatwa DSN-MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002. (2002). Fatwa Dewan Syariah Nasional Tentang Rahn Emas. *Journal de Jure*, 7(1), 1–3.

Irwoana, F. (2016). Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Produk Rahn Pt.Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman. *Medan: Universitas Sumatera Utara. TUGAS AKHIR D3*, 1(1), 79. <http://repository.uinsu.ac.id/3221/1/skripsi Fany Irwoana word.pdf>

Jabani, M., & Siti Chodijah. (2018). Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Journal of Islamic Management And Bussines*, 1(1), 25–33.

Referensi

- L Widyawati. (2020). Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri KC Pasaman Barat. *Repo.Iainbatusangkar.Ac.Id*, 68(1), 1-12.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>
- Nurlette, U. A., Sobari, A., & Kosim, A. M. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (Studi Kasus Bank Bjb Syariah Cabang Bogor). *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 5(No. 2), h. 201-242.
- Oji. (2014). Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Warung Buncit Mampang - Jakarta Selatan. *Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. SKRIPSI*.
- Panjaitan, J. (n.d.). Mekanisme Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada Bank DKI Syariah Cabang Fatmawati. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/29929>http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/29929/1/JANDRI_PANJAITAN-FDIKOM.pdf
- R Khairul. (2019). Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) di Bank Jawa Barat Banten Syariah Kantor Cabang Pemabntu Ciputat. *Repository.Umj.Ac.Id*, 04, 19-54.
- S Jumiyanthi. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Produk Gadai Emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tangerang Selatan. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2, 1-13.
- Setiawan, I. (2016). Penerapan Gadai Emas Pada Bank Syariah Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam*, 6(105), 213.

Referensi

Tarigan, Y. D. L. (2019). Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kcp. Pulo Brayan. *Medan: Universitas Sumatera Utara. TUGAS AKHIR D3.*

YA Syafitri. (2017). Strategi Pemasaram Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. *Electronic Theses of UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.*

Yohanes Mamuko, T., Masruchin, & Krisnaningsih, D. (2022). Implementasi Strategi Customer Relationship Management Pada Industri Financial Technology Microfinance Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1), 132–139.
[https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9154](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9154)

Zaki, A. (2014). Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Syariah Pada Bank BNI Syariah Cabang Fatmawati. In *Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. SKRIPSI.*

