

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS
MELALUI MEDIA BROSUR TERHADAP PENINGKATAN NASABAH
(Study Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Majalengka Jatiwangi)**

Rosdita Indah Yuniawati

Institut Pesantren Babakan Cirebon, Indonesia

rosditaindahyuniawati@ipeba.ac.id

Iroh Rohayati

Institut Pesantren Babakan Cirebon, Indonesia

irohrohayati@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yaitu hanya semata-mata melukiskan keadaan atau peristiwa tanpa untuk mengambil suatu kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, persepsi nasabah terhadap pembiayaan gadai emas mendapat respon yang positif bagi nasabah, karena pelayanan yang diberikan oleh bank syariah yaitu pelayanan yang baik dan sesuai harapan dan kebutuhan nasabah, memberikan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi karena persyaratan, prosedur, dan mekanismenya yang mudah dan perlakuan/ sikap karyawan terhadap nasabah terkesan ramah dan sopan dalam melayani. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan gadai emas yaitu ada 3 faktor yaitu faktor sosial yang dipengaruhi oleh keluarga dan peran sosial, yang menjadikan sebuah referensi nasabah dalam mengetahui informasi di bank syariah, faktor pribadi yang dipengaruhi oleh kondisi perekonomian dan pekerjaan, perekonomian nasabah yang terkadang mendesak, kemudian dari pekerjaan terkadang memerlukan modal dan itu bertujuan guna mensejahterakan kehidupan perekonomian, dan faktor psikolog yang dipengaruhi oleh persepsi nasabah.

Kata Kunci: Minat, Gadai emas, Bank Syariah Indonesia.

Abstract

This research uses a qualitative method with a descriptive type of research, namely simply describing situations or events without drawing conclusions that apply generally. The results of this research show that, customer perceptions of gold pawn financing have received a positive response from customers, because the services provided by sharia banks are good and in line with customer expectations and needs, providing ease and comfort in transactions because of the requirements, procedures and mechanisms. easy and employee treatment/attitude towards customers seems friendly and polite in serving. The factors that influence customers' interest in gold pawning financing are 3 factors, namely social factors which are influenced by family and social roles, which become a reference for customers in knowing information about sharia banks, personal factors which are influenced by economic conditions and work, the economy. customers who are sometimes urgent, then work sometimes requires capital and this aims to improve economic life, and psychological factors are influenced by customer perceptions.

Keywords: Interest, Gold pawning, Indonesian Sharia Bank.

A. Pendahuluan

Banyaknya Bank Syari'ah tentu memunculkan sebuah problem baru secara bisnis, tentunya untuk terus berada pada jalur tersebut dibutuhkan usaha bisnis yang baik agar mampu menarik minat konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen perusahaan harus lebih berinovasi¹. Salah satunya ialah Bank Syari'ah Indonesia KCP Majalengka Jatiwangi merupakan lembaga keuangan yang menerapkan basis serta prinsip syari'ah dengan penawaran produk yang beranekaragam. Salah satu fasilitas pembiayaan yang ada pada bank syari'ah yaitu pembiayaan gadai emas yang dilakukan dengan cara nasabah menyerahkan jaminan berupa emas seperti logam mulia, perhiasan, ataupun koin emas kepada bank untuk mendapatkan pinjaman dengan cepat tanpa proses yang sulit dan memakan waktu. Dalam pegadaian syari'ah suku bunga di tiadakan, walaupun suku bunga di tiadakan perusahaan tetap mendapatkan keuntungan dari biaya pemeliharaan barang yang digadaikan². Semakin pesatnya perkembangan ekonomi, bank syari'ah indonesia mempunyai peran yang penting dalam mempercepat sosialisasi keuangan dalam ekonomi masyarakat menengah kebawah.

Pegadaian syariah adalah pegadaian yang dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syari'ah, hukum gadai syari'ah dalam hal pemenuhan prinsip syariah berpegang pada fatwa DSNMUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 juni 2002 yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* dibolehkan, fatwa No.68/DSN-MUI/III/2008 tentang *rahn tasjily*. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap menginduk kepada peraturan pemerintah Nomor 103 tahun 2000³. Gadai memiliki suatu tingkat sosial begitu tinggi yang dilaksanakan dengan ikhlas hati yang dasarnya untuk saling menolong. Namun, dalam gadai saat ini cara kerjanya adalah dengan memberikan barang berharga yang kita miliki agar dapat memperoleh dana.

Dengan adanya gadai emas ini, maka memudahkan masyarakat untuk mengajukan pinjaman, karena gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat, pinjaman gadai emas merupakan fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu⁴. Jaminan emas yang diberikan disimpan dalam penguasaan atau pemeliharaan bank dan atas penyimpanan tersebut nasabah

¹ Chrysnaputra, R. D., & Pangestoeti, W. (2021). Pariwisata Halal Dan Travel Syariah Pasca Pandemi Covid 19. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 151-167.

² Nasution, A. (2018). Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Kredit Pada Pt. Pegadaian Syariah Cabang Kota Padangsidempuan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 3(2).

³ Saputra, A. (2022). Pelaksanaan Lelang Benda Jaminan Gadai berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn di Pegadaian Syariah. *Jurnal An-Nahl*, 9(1), 11-17.

⁴ Ernanda, F. P. (2022). *Analisis Penerapan Pembiayaan Gadai Emas Syariah (GES) dalam Perspektif Fiqh Muamalah di BMT UGT Nusantara Capem Muncar Kabupaten Banyuwangi* (Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI).

diwajibkan membayar biaya sewa. Bank syariah dalam melaksanakan prosedur ini harus memperhatikan unsur kepercayaan, kesepakatan, jangka waktu, dan risiko.

Pemasaran adalah sesuatu yang penting untuk persaingan yang terus melesat dengan cepat⁵. Pemasaran (*Marketing*) bersangkut-paut dengan kebutuhan hidup sehari-sehari kebanyakan orang, kegiatan tersebut mengatur lembaga untuk dapat mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya. Melalui proses tersebut produk atau jasa diciptakan, dikembangkan, dan di distribusikan ke masyarakat. Pada hakikatnya pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran⁶. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah serangkaian tujuan atau sasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijadikan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi pemasaran 4P meliputi Product (produk), Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi). Dilansir dari buku *Flexible Marketing* (2004) karya Freddy Rangkuti, Philip Kotler menjelaskan bahwa strategi pemasaran 4P dikenal juga dengan istilah marketing mix atau bauran pemasaran. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, merupakan tindakan yang potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah besar dengan begitu strategi dapat mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk gadai emas melalui media brosur dan pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Majalengka Jatiwangi⁷. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggambaran dan pemahaman mendalam mengenai efektivitas penggunaan media brosur dalam menarik minat nasabah. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan persepsi para informan terkait implementasi strategi pemasaran tersebut.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Bapak Willy Apriyanto, S.E selaku Sub Branch Manager (SBM) pada hari Selasa, 29 Juni 2021 jam 10.00 WIB di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majalengka Jatiwangi. Beliau menyatakan bahwa: “Strategi pemasaran yang dilakukan adalah dengan memberikan syarat dan ketentuan dalam melakukan transaksi Gadai Emas dengan mudah, adalah bagi calon nasabah yang ingin menggadaikan emasnya cukup membawa KTP, dan Emas/barang yang akan dijadikan jaminan, biaya titip yang ringan serta amanah sehingga sangat menguntungkan nasabah. Strategi pemasaran

⁵ Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran teori dan aplikasinya*. Pustaka Abadi.

⁶ Putri Monarika Utomo, S. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng Kremes Cak Man, Jember* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember).

⁷ Supriono, H. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pt Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Gadai Emas di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majalengka Jatiwangi dilakukan di kantor oleh *customer service* dengan menawarkan serta menjelaskan kelebihan produk kepada calon nasabah, lalu di arahkan ke bagian PSO Gadai Emas selain itu dilapangan dilakukan oleh *funding assistant* dengan menyebarkan brosur dan tetap menerapkan promosi yang ramah bagi masyarakat sehingga nantinya banyak nasabah yang tertarik menggunakan produk pembiayaan Gadai Emas.”⁸

Selain itu, peneliti melakukan wawancara bersama Bapak Adi Sukmana selaku *Publik Servis Obligation* (PSO) Gadai Emas pada hari Senin, 3 Juli 2021 jam 12.00 WIB di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majalengka Jatiwangi. Beliau menyatakan bahwa : “Di BSI Jatiwangi sendiri BSI melayani Gadai Emas Sejak April 2023, dan untuk promosinya sendiri kami lakukan via media sosial, penyebaran brosur, pembuatan spanduk, dan menginformasikan ke nasabah eksisting dana maupun pembiayaan. Nasabah lebih tertarik setelah melihat brosur, spanduk, dan cerita dari mulut ke mulut atau informasi dari nasabah eksisting gadai. Jumlah nasabah di BSI KCP Majalengka Jatiwangi sejak dari bulan april sampai dengan juli tahun 2023 baru sekitar 50 nasabah, bertambah sekitar 10 nasabah setiap bulannya. Untuk target pembiayaannya sendiri BSI KCP Majalengka Jatiwangi belum bisa mencapai target, sementara untuk target perbulannya sendiri mencapai 2,5 Milyar. Sedangkan dari 50 nasabah tersebut rata-rata pinjaman 5-10 juta per nasabah, artinya capaian target dapat dikatakan belum dapat terpenuhi.

Kendalanya sendiri adalah masih kurang maksimalnya penyebarluasan informasi dan sosialisasi pada Masyarakat sehingga masih banyak dari kalangan masyarakat yang belum mengetahui tentang adanya produk gadai di BSI KCP Majalengka Jatiwangi, umumnya masyarakat hanya mengetahui produk gadai itu hanya bisa dilakukan di pegadaian. maka dari itu, kami cenderung lebih banyak melakukan kunjungan lapangan untuk menyebarkan brosur secara langsung ke masyarakat sekitar”.⁹

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam gadai emas syari’ah baik dibank syari’ah maupun di lembaga yang menawarkan produk gadai emas syari’ah¹⁰. Seperti halnya penerapan biaya administrasi dan biaya pemeliharaan. Biaya administrasi adalah ongkos atau pengorbanan materi yang dikeluarkan oleh bank ataupun lembaga lainnya dalam hal pelaksanaan akad gadai dengan penggadai (*rahin*). Para ulama sepakat bahwa segala biaya yang bersumber dari barang yang digadaikan adalah menjadi tanggungan penggadai. Oleh karena itu, biaya administrasi gadai dibebankan kepada penggadai. Karena biaya administrasi merupakan ongkos yang dikeluarkan bank atau pegadaian, maka pihak bank atau pegadaian yang lebih mengetahui dalam menghitung rincian biaya administrasi. Setelah bank atau pegadaian menghitung total biaya administrasi, kemudian nasabah atau penggadai mengganti biaya administrasi tersebut. Namun, tidak banyak atau bahkan sangat jarang nasabah yang mengetahui rincian biaya administrasi tersebut. Bank atau pegadaian hanya menginformasikan total biaya administrasi yang harus ditanggung oleh nasabah atau penggadai tanpa menyebutkan rincian. Keterbukaan dalam menginformasikan

⁸ Wawancara Bersama Bapak Willy Apriyanto, S.E Selaku Banch Manager (BM).

⁹ Wawancara Bersama Bapak Adi Sukmana Selaku Publik Servis Obligation (PSO).

¹⁰ Habibah, N. U. (2017). Perkembangangadai Emas Ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 81-97.

rincian biaya administrasi tersebut sangat penting dalam rangka keterbukaan yang kaitannya dengan *ridha bi ridha*, karena biaya administrasi tersebut dibebankan kepada nasabah atau penggadai.

Dewan Syari'ah Nasional dalam Fatwa No. 26/DSN-MUI/III/2002 menyebutkan bahwa biaya atau ongkos yang ditanggung oleh penggadai besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata diperlukan. Artinya, penggadai harus mengetahui besar rincian dan pengeluaran apa saja yang dikeluarkan oleh bank atau pegadaian untuk melaksanakan akad gadai, seperti biaya materai, jasa penaksiran, formulir akad, fotocopy, print out, dan lain-lain. Hal tersebut diatas yang juga menyebabkan biaya administrasi harus dibayar di depan.

Biaya pemeliharaan atau penyimpanan adalah biaya yang dibutuhkan untuk merawat barang gadaian selama jangka waktu pada akad gadai. Sesuai dengan pendapat para jumbuh ulama, biaya pemeliharaan atau penyimpanan menjadi tanggungan penggadai (*rahin*). Karena pada dasarnya penggadai (*rahin*) masih menjadipemilik dari barang gadaian tersebut, sehingga dia bertanggung jawab atas seluruh biaya yang dikeluarkan dari barang gadai miliknya.

Adapun peneliti lampirkan mengenai hasil wawancara dengan beberapa nasabah- nasabah di BSI KCP Jatiwangi ialah sebagai berikut:

Alasan Ibu Sri Yanti, diantaranya ialah,” Faktor yang membuat saya berminat dalam gadai emas karena faktor pribadi dalam hal ini pekerjaan. Saya ingin menambah kecukupan modal usaha agar dapat melengkapi warung kecil saya, agar saat pembeli datang dan menanyakan barang yang mereka butuhkan di warung saya juga ada. Sehingga saya beranggapan bahwa keberadaan BSI syariah sangat membantu kondisi ekonomi masyarakat apalagi saya pribadi karena usaha yang saya jalankan sekarang apabila kekurangan modal, maka saya mengambil keputusan ke BSI syariah untuk gadai emas karena pelayanannya di sinipun cepat. Saya tahu disini ada gadai emas dari kertas iklan/brosur yang saya dapat di pasar”.¹¹

Faktor yang mempengaruhi minat ibu Sri Yanti mengambil keputusan ke BSI syariah dalam menggadai emas di sebabkan karena faktor pribadi menyangkut pekerjaan atau usahanya, beliau butuh sejumlah uang atau dana dalam mencukupi modal untuk menjalankan usahanya agar terus maju dan mampu mendapatkan keuntungan dari hasil penjualannya. Dari keuntungan yang ia dapatkan nanti mampu membuat nasabah memutar keuangannya agar usahanya lancar sedikit demi sedikit.

Adapun nasabah lain yaitu Ibu Nurhasanah memilih untuk menggadai emas disebabkan karena faktor pribadi yang dimana ia mengatakan bahwa, “Saya berminat datang kesini untuk menggadaikan emas saya karena kebutuhan yang semakin banyak apalagi dalam urusan rumah tangga di tambah dengan pendidikan anak yang biayanya semakin banyak. Maka dari itu saya menggadaikan emas karena merasa kekurangan, kebetulan saya tahu kalau di BSI bisa gadai emas dari brosur yang saya dapat dari pihak bank yang sosialisasi ke sekolah tempat saya mengajar sekarang saya ingin memperpanjang masa gadai emas saya karena belum punya cukup uang untuk menebusnya”.¹²

“Saya berminat datang kesini untuk memperpanjang masa gadai emas saya karena keperluan untuk usaha bengkel saya, ini juga emas milik istri saya tapi hasil dari usaha kami. Saya sendiri nasabah tabungan haji, saya berminat saat pak gun gun

¹¹ Wawancara dengan Ibu Sri yanti di kediamannya desa gandu kecamatan jatiwangi.

¹² Wawancara dengan Ibu Nurhasanah di Kantor BSI KCP Majalengka Jatiwangi.

menyampaikan kalau disini juga ada pembiayaan gadai emas. Setelah saya diskusi dengan istri maka kami putuskan untuk menggadaikan emas kami karena kebetulan di bengkel saya banyak onderdil yang stoknya sudah habis”¹³

“Kalau saya menggadaikan emas saya karena kebutuhan saya sebagai single parent sangat banyak, saya ibu dari dua anak yang keduanya sekolah. Sementara penghasilan saya sebagai perangkat desa tidaklah mencukupi untuk kehidupan kami. Kenapa saya memilih menggadaikan di BSI karena saya tertarik setelah membaca brosur yang saya dapat saat mengantar teman saya membuka tabungan di BSI itu sendiri”¹⁴

“Tujuan saya menggadaikan emas saya di BSI karena biaya titipnya kecil, harga taksirannya juga besar. Selain itu pelayanannya ramah prosesnya cepat, saya bahkan akan mengajak teman saya yang biasanya mereka menggadaikan emas mereka ke pegadaian. Bulan ini waktunya saya tebus emas saya, tapi saya belum ada cukup uang jadi akan saya perpanjang saja nanti, saya tahu kalau di BSI bisa menggadaikan emas dari pegawai bank yang saya temui di pasar ngasih saya kertas iklan (brosur) dan menjelaskannya, saya langsung tertarik dan besoknya saya langsung ke BSI untuk menggadaikan emas saya yang dulu saya dapat waktu jadi TKW di Arab”.¹⁵

“Saya sangat terbantu karena ternyata di BSI bisa menggadaikan emas, tujuan saya menggadaikan emas untuk menambah modal usaha jualan gado-gado siang hari, bubur ayam dan nasi uduk setiap pagi. Awalnya saya ingin meminjam ke bank emok tapi suami saya tidak setuju, kebetulan ada bapak pegawai bank mampir jajan gado-gado saya, beliau banyak bertanya dan menawarkan pinjaman dengan menggadaikan emas. Besoknya saya langsung membawa emas saya hasil dari usaha tani suami saya, dan alhamdulillah saya sekarang punya modal untuk usaha jualan saya, sangat terbantu dengan adanya gadai emas di BSI Jatiwangi.”¹⁶

“Saya dapat brosur gadai emas waktu ada pameran pasar malam di alun-alun sutawangi. Awalnya brosur itu hanya saya simpan di tas saja, saya sangat kebingungan waktu itu karena butuh modal banyak untuk biaya suami saya jualan goden ke luar kota, kebetulan sekali saya ingat kalau saya punya brosur langsung saya lihat dan saya telepon dan bertanya terkait gadai emas. Akhirnya saya dan suami ke BSI untuk menggadaikan emas yang saya miliki, alhamdulillah sangat senang sekali karena akhirnya saya punya uang menambah modal dan biaya suami jualan goden ke luar kota”¹⁷

“Saya berminat untuk menggadaikan emas karena mendapatkan brosur ketika berbelanja di pasar ciborelang, kebetulan saya sedang membutuhkan tambahan modal untuk mengembangkan usaha bakso saya. Sehingga saya berdiskusi dengan istri saya untuk menggadaikan emas yang istri saya punya hasil usaha bersama di Bank Syari’ah Indonesia cabang jatiwangi, alhamdulillah pengajuan saya diterima sehingga saya mendapatkan tambahan modal untuk mengembangkan usaha bakso saya.”¹⁸

“Saya Mempunyai usaha warung nasi namun pada bulan Mei saya kekurangan modal usaha, saat itu tidak sengaja ada pegawai bank yang mampir makan di warung saya sehingga saya di tawarkan ada program pembiayaan baru mengenai gadai emas,

¹³ Wawancara Bersama Bapak Aceng Nuryadi di kantor BSI KCP Majalengka Jatiwangi.

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Neneng di Kediannya di Desa Jatiwangi Kecamatan Jatiwangi.

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Sumyati di Kediannya di Desa Sutawangi Kecamatan Jatiwangi.

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Sukini di Kediannya di Desa Loji Kecamatan Jatiwangi.

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Riska di Kediannya di Desa Palasah Kecamatan Palasah.

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Yadi di Kediannya di Desa Tegalaren Kecamatan Jatiwangi

kebutuhan saya mempunyai emas hasil saya bekerja menjadi TKW dulu sehingga saya tertarik untuk mengikuti program gadai emas yang ada di BSI Jatiwangi.”¹⁹

“Saya diberi Brosur oleh pelanggan bubur katanya di BSI ada program pembiayaan baru yaitu gadai emas, setelah saya meminta izin kepada istri saya untuk menggadaikan emas untuk modal usaha, saya langsung ke BSI Jatiwangi untuk menggadaikan emas saya, alhamdulillah pengajuan saya di terima dan prosesnya sangat mudah dan cepat.”²⁰

D. Simpulan

Strategi pemasaran pada produk Gadai Emas melalui media brosur di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majalengka Jatiwangi dengan menyebarkan brosur baik itu dengan memberikannya langsung saat nasabah berada di meja CS atau dengan menyebarkannya ke setiap instansi/Lembaga juga saat ada kegiatan pameran di luar BSI, keliling ke setiap pasar yang ada di sekitar kecamatan jatiwangi dan luar jatiwangi.

Dengan cara penyebaran brosur ini ternyata membuat banyak nasabah yang datang ke BSI untuk menggadaikan emasnya, tetapi masih belum bisa mencapai target baik dari total nasabah yang melakukan transaksi maupun total target pembiayaan gadai per bulannya.

Masih perlu pemasaran yang lebih extra lagi agar masyarakat tahu kalau di BSI juga bisa melakukan pembiayaan gadai emas, tentunya dengan biaya titip yang lebih ringan dan memenuhi syariat islam.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, maka dapat disimpulkan secara khusus bahwa terdapat beberapa teknik promosi dalam pemasaran produk pembiayaan gadai emas, yaitu:

- 1) Promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di BSI KCP Majalengka Jatiwangi dengan teknik melalui media sosial: WhatsAap, face book, SMS, Instagram, You Tube;
- 2) Promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di BSI KCP Majalengka Jatiwangi dengan teknik pembuatan brosur atau leaflet. Dengan menonjolkan gambar dan bahasa persuasif.
- 3) Promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di BSI KCP Majalengka Jatiwangi dengan teknik tatap muka: webinar, kunjungan rumah;
- 4) Promosi pemasaran pembiayaan gadai emas di BSI KCP Majalengka Jatiwangi dengan teknik memasang spanduk (kain rentang) dan umbul-umbul yang dipasang di tempat-tempat strategis

Secara umum dapat disimpulkan bahwa BSI KCP Majalengka Jatiwangi sudah menggunakan media periklanan, baik melalui brosur dan spanduk, mengadakan kunjungan ke pasar-pasar dua kali seminggu, meminta *referall* nasabah eksisting gadai untuk gadai baru atau *Take Over*, sosialisasi ke perkumpulan ibu-ibu, penyebaran brosur ke perumahan-perumahan, melakukan grebeg pasar, dan pemberian *souvenir* kepada nasabah yang menggadaikan emasnya.

¹⁹ Wawancara Dengan Ibu Sri Manah Kediannya di Desa Ciborelang Kecamatan Jatiwangi

²⁰ Wawancara Desan Bapak Supriadi Kediannya di Desa Cicadas Kecamatan Jatiwangi

Petugas Konter Layanan Gadai memiliki seragam yang berbeda dengan petugas bagian lain, di Konter layanan Gadai emas juga terdapat fasilitas yang lengkap untuk menaksir emas, seperti: timbangan, alat untuk menguji kadar emas, dan alat cuci emas. Proses pengajuan gadai emas sangat mudah, cukup dengan menyerahkan kartu identitas dan jaminan berupa emas, nasabah bisa mendapatkan dana yang dibutuhkan. Kendala utama pada pemasaran produk pembiayaan gadai emas di BSI KCP Majalengka Jatiwangi adalah masyarakat belum begitu mengenal produk *rahn* yang ada di bank syariah dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Chrysnaputra, R. D., & Pangestoeti, W. (2021). Pariwisata Halal Dan Travel Syariah Pasca Pandemi Covid 19. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2).

Ernanda, F. P. (2022). Analisis Penerapan Pembiayaan Gadai Emas Syariah (GES) dalam Perspektif Fiqh Muamalah di BMT UGT Nusantara Capem Muncar Kabupaten Banyuwangi (Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI).

Habibah, N. U. (2017). Perembangangadai Emas Ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1).

Nasution, A. (2018). Pengaruh Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Kredit Pada Pt. Pegadaian Syariah Cabang Kota Padangsidempuan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 3(2).

Putri Monarika Utomo, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng Kremes Cak Man, Jember (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember).

Saputra, A. (2022). Pelaksanaan Lelang Benda Jaminan Gadai berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn di Pegadaian Syariah. *Jurnal An-Nahl*, 9(1).

Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran teori dan aplikasinya*. Pustaka Abadi.

Supriono, H. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pt Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Wawancara

Wawancara Bersama Bapak Willy Apriyanto, S.E Selaku Branch Manager (BM), n.d. Wawancara Bersama Bapak Adi Sukmana Selaku Publik Servis Obligation (PSO),n.d. Wawancara Bersama Bapak Gun Gun Selaku Customer Servis (SR), n.d.

*Wawancara dengan Ibu Sri yanti selaku nasabah, n.d.
Wawancara dengan Ibu Nurhasanah selaku nasabah, n.d.
Wawancara Bersama Bapak Aceng Nuryadi selaku nasabah, n.d. Wawancara dengan Ibu Neneng selaku nasabah, n.d.*

*Wawancara dengan Ibu Sumyati selaku nasabah, n.d.
Wawancara dengan Ibu Sukini selaku nasabah, n.d.
Wawancara dengan Ibu Riska selaku nasabah, n.d.*

Wawanra dengan Bapak Yadi selaku nasabah, n.d.
Wawancara Dengan Ibu Sri Manah selaku nasabah, n.d.
Wawancara Desan Bapak Supriadi selaku nasabah, n.d.

