

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PRODUK GADAI EMAS PADA
PEGADAIAN SYARIAH TUKMUDAL**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1444 H/ 2023 M

ABSTRAK

DESI SAFITRI. NIM:1908203150. “STRATEGI PEMASARAN DALAM PRODUK GADAI EMAS PADA PEGADAIAN SYARIAH TUKMUDAL”, 2023

Strategi pemasaran menjadi sangat penting bagi Pegadaian Tukmudal untuk memperoleh target yang ditetapkan. Dan dibutuhkan strategi pemasaran yang inovatif dan luas. Agar dapat meningkatkan jumlah nasabah dan mampu menarik perhatian masyarakat. Karena Tanpa adanya strategi pemasaran tidak akan ada penjualan atau pemasaran produk gadai emas yang sangat maksimal. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan pegadaian syariah Tukmudal dan untuk mengetahui dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan produk gadai emas pada pegadaian syariah Tukmudal.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Objek penelitian ini yaitu Pegadaian Syariah Tukmudal. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis SWOT, dengan dibantu menggunakan daftar pertanyaan yang berisi tanggapan atas setiap faktor internal dan eksternal dari strategi pemasaran produk gadai emas pada Pegadaian Syariah Tukmudal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan Pegadaian Syariah Tukmudal adalah dengan menggunakan beberapa strategi marketing mix yaitu 7P, strategi produk, strategi *place*, *promotion*, *price*, *people*, proses dan sarana fisik (*phisycal devidence*) selain itu promosi yang paling sering dilakukan yaitu dengan menggunakan menggunakan teknologi digital melalui media sosial seperti instagram, facebook, dan whatsapp. Dengan pemasaran digital ini memberikan dampak jangkauan yang lebih luas kepada semua lapisan masyarakat. Strategi pemasaran juga dilakukan melalui penyebaran brosur ke pasar-pasar dan tempat strategis lainnya. Pemasaran juga dilakukan melalui member get member dengan memanfaatkan nasabah sebagai marketer. Adapun hasil analisis SWOT dari Strategi produk gadai emas pada Pegadaian Syariah Tukmudal adalah menggunakan strategi SO. Strategi ini digunakan dengan melihat kekuatan yang paling mungkin digunakan dengan memanfaatkan peluang eksternal yaitu dengan cara: (1) Melakukan peningkatan melalui promosi pada media sosial maupun cetak untuk memperluas pasar, (2) Memperkuat *brand* (produk gadai emas berbasis syariah) dengan memberikan fasilitas kemudahan kepada nasabah, (3) Memperkenalkan kepada masyarakat bahwa produk gadai emas yang ditawarkan adalah untuk kebutuhan masyarakat dan (4) Memberikan pelayanan yang terbaik agar respon dan minat masyarakat semakin meningkat

Kata kunci: Strategi, pemasaran, gadai emas

ABSTRACT

DESI SAFITRI. NIM: 1908203150. "MARKETING STRATEGY IN GOLD PAWN PRODUCTS AT SHARIA TUKMUDAL POWDER", 2023

The marketing strategy is very important for Pegadaian Tukmudal to get the targets set. And it takes an innovative and broad marketing strategy. In order to increase the number of customers and be able to attract public attention. Because without a marketing strategy there will be no maximum sales or marketing of gold pawn products. The purpose of this study was to find out and analyze the marketing strategy implemented by the Tukmudal sharia pawnshop and to find out and analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and challenges of the gold pawn product at the Tukmudal sharia pawnshop.

This study uses a qualitative method. The object of this research is the Tukmudal Sharia Pawnshop. Data collection techniques used are interviews, observation and documentation. The analysis technique used in this research is to use the SWOT analysis technique, assisted by using a list of questions that contain responses to each internal and external factor from the marketing strategy of pawn gold products at the Tukmudal Sharia Pawnshop.

The results of this study indicate that the marketing strategy used by Pegadaian Syariah Tukmudal is to use several marketing mix strategies, namely 7P, product strategy, place strategy, promotion, price, people, processes and physical facilities (physical dividends). by using digital technology through social media such as Instagram, Facebook, and WhatsApp. With digital marketing, it provides a wider reach to all levels of society. The marketing strategy was also carried out by distributing brochures to markets and other strategic places. Marketing is also carried out through members get members by utilizing customers as marketers. The results of the SWOT analysis of the gold pawning product strategy at the Tukmudal Sharia Pawnshop are using the SO strategy. This strategy is used by looking at the strengths that are most likely to be used by taking advantage of external opportunities, namely by: (1) Making improvements through promotions on social and print media to expand the market, (2) Strengthening the brand (sharia-based gold pawn products) by providing convenience facilities to customers, (3) Introducing to the public that the gold pawn product offered is for the needs of the community and (4) Providing the best service so that the community's responsiveness and interest will increase.

Keywords: Strategy, marketing, pawn gold

ملخص

DESI SAFITRI. نيم: 1908203150. " استراتيجية التسويق في منتجات البيدق الذهبي في مسحوق الشريعة التوكمودال", 2023.

تعتبر استراتيجية التسويق مهمة جدًا بالنسبة لـ Pegadaian Tukmudal للحصول على الأهداف التي تم تحديدها. ويتطلب الأمر استراتيجية تسويق مبتكرة وواسعة النطاق. من أجل زيادة عدد العملاء والقدرة على جذب انتباه الجمهور. لأنه بدون استراتيجية تسويق لن يكون هناك حد أقصى لمبيعات أو تسويق منتجات البيدق الذهبية. كان الغرض من هذه الدراسة هو معرفة وتحليل استراتيجية التسويق التي ينفذها مرهن تكمود الشرعي ومعرفة وتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات لمنتج البيدق الذهبي في مرهن تكمودال الشرعي.

تستخدم هذه الدراسة طريقة نوعية. الهدف من هذا البحث هو مرهن التكمود الشرعي. تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي المقابلات والملاحظة والتوثيق. تتمثل تقنية التحليل المستخدمة في هذه الدراسة في استخدام تقنية تحليل SWOT ، بمساعدة قائمة من الأسئلة التي تحتوي على إجابات لكل عامل داخلي وخارجي من استراتيجية تسويق منتجات البيدق الذهبية في Tukmudal Sharia Pawnshop.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن استراتيجية التسويق التي استخدمتها Pegadaian Syariah Tukmudal هي استخدام العديد من استراتيجيات المزيج التسويقي ، وهي 7P ، واستراتيجية المنتج ، واستراتيجية المكان ، والترويج ، والسعر ، والأشخاص ، والعمليات ، والمرافق المادية (الأرباح المادية). التكنولوجيا من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مثل Instagram و Facebook و WhatsApp. مع التسويق الرقمي ، فإنه يوفر وصولاً أوسع لجميع مستويات المجتمع. كما تم تنفيذ استراتيجية التسويق من خلال توزيع الكتيبات على الأسواق والأماكن الاستراتيجية الأخرى. يتم التسويق أيضاً من خلال أعضاء يحصلون على أعضاء من خلال استخدام العملاء كمسوقين. تستخدم نتائج تحليل SWOT لاستراتيجية منتجات رهن الذهب في Tukmudal Sharia Pawnshop استراتيجية SO. تُستخدم هذه الاستراتيجية من خلال النظر إلى نقاط القوة التي يُرجح استخدامها من خلال الاستفادة من الفرص الخارجية ، أي من خلال: (1) إجراء تحسينات من خلال العروض الترويجية على وسائل التواصل الاجتماعي والمطبوعة لتوسيع السوق ، (2) تعزيز العلامة التجارية (منتجات البيدق الذهبية القائمة على الشريعة الإسلامية) من خلال توفير تسهيلات ملائمة للعملاء ، (3) تعريف الجمهور بأن منتج البيدق الذهبي المقدم هو لاحتياجات المجتمع و (4) تقديم أفضل خدمة حتى تستجيب واهتمام المجتمع. يزيد

الكلمات المفتاحية: إستراتيجية ، تسويق ، رهن ذهب

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PRODUK GADAI EMAS PADA PEGADAIAN
SYARIAH TUKMUDAL**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

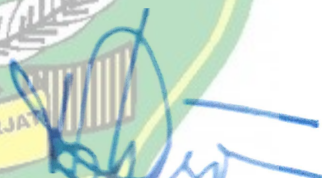
DESI SAFITRI

NIM. 1908203150

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II



H. Syaeful Bakhri, SE,M.Si

Alvien Septian Haerisma, SEL,MSI

NIP. 197311252014111002

NIP. 198009122006041001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,



Prof Saefulloh, M. Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/ **Desi Safitri, NIM: 1908203150** dengan judul “**Strategi Pemasaran dalam Produk Gadai Emas pada Pegadaian Syariah Tukmudal**”. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


H. Syaeful Bakhri, SE,M.Si

NIP. 197311252014111002


Alvien Septian Haerisma, SEL.,MSI

NIP. 198009122006041001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,



Haf Saefulloh, M. Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN DALAM PRODUK GADAI EMAS PADA PEGADAIAN SYARIAH TUKMUDAL”, oleh **Desi Safitri** , NIM: **1908203150**, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 29 Maret 2023

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Perbankan Syariah (PS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

Dr. Saefulloh, M. Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Nur Eka Setiowati, M.Si
NIP. 19810308 200604 2 001

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Rita Kusumadewi, SE, M.M
NIP.198404222011012018

Dr. Layaman, SE, M.Si
NIP. 197210072011011002

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Desi Safitri

NIM : 1908203150

Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 18 Desember 2001

Alamat : Desa Pangkalan Blok. Pamengger RT/RW 008/002 Kec.
Plered Kab.Cirebon.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran dalam Produk Gadai Emas pada Pegadaian Syariah Tukmudal”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 14 Maret 2023

Saya yang bertanda tangan



NIM. 1908203150

KATA PERSEMBAHAN

Segala puji tercurahkan kepada Allah SWT, atas segala nikmat yang telah Engkau berikan membuat kekuatan dalam diri ini untuk dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan dan panutan bagi semua umat.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat ku cintai dan ku sayangi yaitu orang tua tercinta, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kepada Bapak dan Mama yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan yang tidak pernah putus yang tidak mungkin terbalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Semoga ini menjadi awal untuk membuat Bapak dan mama bahagia, karena kusadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Bapak dan Mama yang selalu mendoakan dan selalu menyirami kasih sayang, selalu menasehatiku menjadi lebih baik, Insya Allah kalian akan selalu ada dalam setiap doa dan langkahku serta kelak akan menjadi orang utama dalam kesuksesanku baik di dunia maupun di akhirat. Semoga kalian senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT. *Aamiin yaa rabbal 'aalamiin.*



MOTTO

Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar (QS. Al-Baqarah:153)

Jangan terlalu keras pada dirimu sendiri karena hasil akhir dari semua urusan di dunia ini sudah ditetapkan oleh Allah.

Umar Bin Khattab



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Desi Safitri lahir di Cirebon pada tanggal 18 Desember 2001. Merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dan lahir dari pasangan Bapak Sukadir dan Ibu Sarini. Penulis bertempat tinggal di Desa Pangkalan Blok. Pamengger RT/RW 008/002 Kec. Plered Kab.Cirebon. Adapun jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. SDN 1 Bakung Kidul pada tahun 2007 – 2013
2. SMPN 3 Gunung Jati pada tahun 2013 – 2016
3. SMK Wahidin Kota Cirebon pada tahun 2016 – 2019

Penulis mengikuti program Sarjana (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah dan mengambil judul skripsi “**STRATEGI PEMASARAN DALAM PRODUK GADAI EMAS PADA PEGADAIAN SYARIAH TUKMUDAL**”, dibawah bimbingan H. Syaeful Bakhri S.E,M.Si dan Alvien Septian Haerisma SEI, MSI.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'aalamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga laporan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Tukmudal” ini dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata-1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

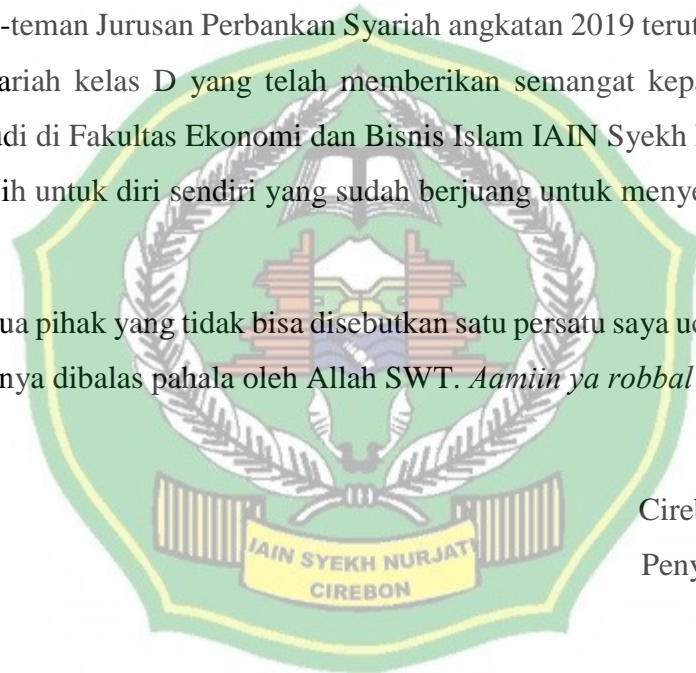
Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Nur Eka Setiawati, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
5. Bapak Syaeful Bakhri S.E,M.Si dan Bapak Alvien Septian Haerisma SEI,MSI, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan-arahan dan pertimbangan-pertimbangan bagi penulis selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah membimbing serta mendidik dan mengajarkan ilmu-ilmunya yang Insya Allah bermanfaat bagi penulis dan senantiasa bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
7. Bapak Eman Sudirman, Ibu Yori Arminda Larasati dan Ibu Khairunnisa selaku karyawan-karyawan Pegadaian Syariah Tukmudal yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di Pegadaian Syariah Tukmudal.
8. Kedua orang tuaku, Bapak Sukadir dan Ibu Sarini yang telah membesarkan, membiayai dan senantiasa mendoakan dengan ikhlas, menasehati, membimbing dengan penuh kasih

sayang yang tak terhingga sampai menuntun penulis menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya serta atas segala pengorbanan yang tidak terhitung banyaknya serta kakakku yang telah memberikan semangat serta segala bantuan yang telah diberikan.

9. Kepada Bagas Syaikhuddin Arrosyid yang sudah memberikan bantuan semangat dukungan dan yang selalu menemani untuk menyelesaikan penelitian ini.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan yaitu Wahdah Nur Fika, Azizah Fikriyah, Saniatul Qomariah, Dinda Khoyrunnisa, Vina Fitriani dan Famella yang begitu banyak membantu penulis dalam menjalani studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
11. Seluruh teman-teman Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2019 terutama keluarga besar Perbankan Syariah kelas D yang telah memberikan semangat kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
12. Dan terimakasih untuk diri sendiri yang sudah berjuang untuk menyelesaikan penelitian ini.

Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu saya ucapkan terimakasih, semoga amal baiknya dibalas pahala oleh Allah SWT. *Aamiin ya robbal 'aalamiin.*



Cirebon, 14 Maret 2023
Penyusun

Desi Safitri

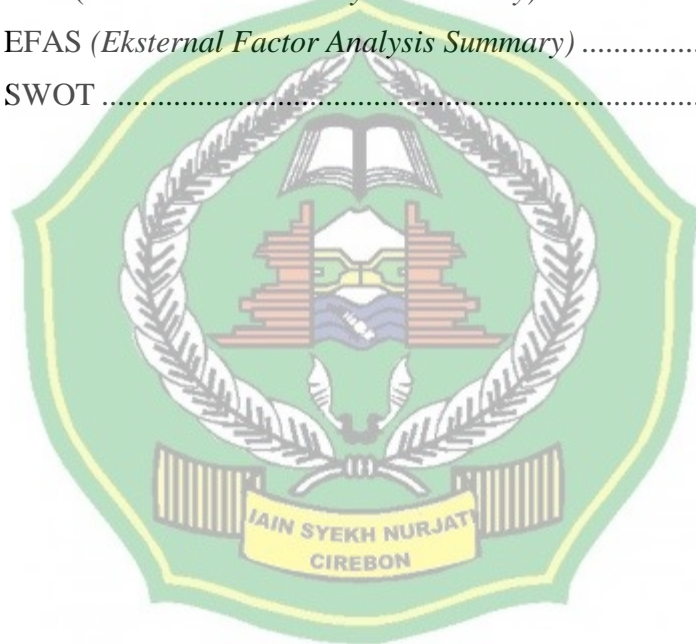
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
NOTA DINAS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Penelitian Terdahulu.....	8
E. Kerangka Pemikiran	13
F. Metodologi Penelitian.....	15
G. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II.....	21
LANDASAN TEORI	21
A. Strategi Pemasaran	21
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	21
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	22
B. Gadai Emas Syariah (<i>rahn</i>).....	25
1. Pengertian	25
2. Manfaat Gadai Emas Syariah.....	25
3. Keuntungan dan Kerugian Gadai Emas	26
4. Dasar Hukum Gadai Emas Syariah (<i>Rahn</i>)	27

5. Rukun dan Syarat Gadai Syariah	29
6. Barang Jaminan.....	31
7. Akad Pegadaian Syariah	31
8. Penaksiran Barang Gadai pada Pegadaian Syariah.....	31
9. Penyelesaian Ongkos dan Biaya Peminjaman	32
10. Hak dan Kewajiban	33
C. Analisis SWOT.....	34
1. Pengertian	34
2. Manfaat Analisis SWOT.....	36
3. Indikator SWOT	36
4. Matriks SWOT.....	38
BAB III	40
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	40
A. Sejarah Pegadaian Syariah di Indonesia.....	40
C. Visi dan Misi Pegadaian Syariah.....	42
D. Struktur Organisasi Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Tukmudal	42
E. Macam-macam Produk Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Tukmudal	44
F. Hal-hal yang harus diperhatikan.....	47
G. Syarat-syarat Gadai Emas.....	49
H. Fungsi Pegadaian Syariah.....	49
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas yang diterapkan di Pegadaian Syariah	50
Tukmudal.....	50
B. Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Tukmudal	63
BAB V	75
PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1_Data Perkembangan Jumlah Nasabah Gadai Emas Pegadaian Syariah Tukmudal.4	
Tabel 1.1_Contoh Matriks SWOT.....	21
Tabel 4.1_Daftar Nama Narasumber.....	50
Tabel 4.2_Tarif Mu'nah Pemeliharaan.....	53
Tabel 4.3_Golongan Mahrun Bih, Mahrun Bih,Persentase dan administrasi	53
Tabel 4.4_Analisis SWOT Produk Gadai emas pada Pegadaian Syariah Tukmudal.....	65
Tabel 4.5Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	66
Tabel 4.6 Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	67
Tabel 4.7 Matriks SWOT	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1_Kerangka Pemikiran	15
Gambar 1.2_Diagram analisis SWOT	20
Gambar 3.1_Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Tukmudal	42
Gambar 3.2_Tata cara gadai syariah	48
Gambar 4.1_Brosur dan Spanduk.....	55
Gambar 4.2_Promosi melalui Facebook, Instagram	57
Gambar 4.3_Promosi melalui WhatsApp.....	57
Gambar 4.4 Grafik Diagram SWOT	73

