

ABSTRAK

Evi Selviana, 2020, Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah Di Pegadaian Syariah Jokotole Kantor Cabang Pamekasan, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dosen Pembimbing Dr. H. Rudy Haryanto, SST. MM.

Kata Kunci: Strategi *Marketing Mix*, *Rahn Tasjily* Tanah

Marketing Mix merupakan seperangkat alat yang digunakan oleh pemasar dalam memasarkan produknya agar memperoleh tujuan yang ingin dicapai serta keberhasilan dalam perusahaan. Adapun pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah merupakan pembiayaan berbasis gadai dimana penguasaan dan pemanfaatan barang tetap berada dalam penguasaan nasabah dan nasabah hanya menyerahkan bukti kepemilikan barang saja kepada pihak lembaga tertentu.

Fokus penelitian yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah di Pegadaian Syariah Jokotole Kantor Cabang Pamekasan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah di Pegadaian Syariah Jokotole Kantor Cabang Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif dengan menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan informan dalam penelitian ini adalah pimpinan dan para karyawan serta nasabah *rahn tasjily* tanah di Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah di Pegadaian Syariah Jokotole Kantor Cabang Pamekasan dilakukan dengan cara yang sudah tersusun dengan baik agar memudahkan dalam pemasaran produknya. *Marketing mix* 7p yaitu *produk, price, place, promotion, people, process, physical evidence*. Strategi tersebut penting digunakan karena sangat efektif dan efisien dalam kegiatan pemasaran. Dimana kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Jokotole dengan bersosialisasi kepada masyarakat, literasi, door to door, dan open table. Ini dilakukan agar menawarkan produknya berjalan sesuai dengan perencanaan yang diinginkan pemasaran pertama kali yang dilakukan yaitu sebar brosur dimana angsurannya beragam promosi yang menarik nasabah, lokasi yang strategis, pelayanan yang terbaik dengan membedakan penetapan kinerja karyawan sesuai dengan keahliannya agar tercipta suatu kinerja yang terampil dan bagus, serta menyediakan bukti fisik berupa fasilitas dan lahan parkir yang memadai. Persaingan yang semakin banyak dan teknologi yang berkembang maka *Marketing Mix* yang optimal sangat diperuntukkan karena akan memudahkan nasabah dan menarik minat nasabah dalam menggunakan produk tersebut demi keberhasilan Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan.