

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, PEMBAHASAN**

#### **A. Paparan Data**

Berdasarkan apa yang peneliti dapatkan di lapangan, baik melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan dalam melengkapi data-data yang diperlukan, maka yang dapat peneliti uraikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### **1. Sejarah Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan**

Awal mula berdirinya Pegadaian Syariah yaitu pada tahun 2002, dan mulai di terapkan system pegadaian syariah pada bulan januari 2003. Sedangkan Pegadaian Syariah cabang Pamekasan resmi di dirikan dan di operasikan pada tanggal 1 Mei 2003.

Pegadaian Syariah cabang Pamekasan merupakan unit operasional terbawah dari unit organisasi perum pegadaian yang mempunyai tugas khusus mengoperasikan skim pemberian pinjaman berbasis syariah, baik dengan konstruksi pinjaman secara gadai maupun fidusia dan satu-satunya Pegadaian Syariah yang ada di Madura. Pengoperasian produk secara gadai syariah didasarkan pada fatwa MUI yaitu fatwa DSN No. 25/DSN-MUI/III/2002 pada tanggal 26 Juni 2002.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Wawancara Langsung dengan Bapak Ach. Hadori Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Jokotole, 10 Maret 2020.

## 2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah

Adapun Visi dan Misi Pegadaian Syariah, yaitu sebagai berikut:

### a. Visi Pegadaian Syariah

Menjadi The Most Valuable Financial Company di Indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan utama masyarakat.

### b. Misi Pegadaian Syariah

- 1) Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.
- 2) Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan.
- 3) Memberikan service excellence dengan fokus nasabah melalui:
  - a) Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
  - b) Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
  - c) Praktek manajemen risiko yang kokoh
  - d) SDM yang professional berbudaya kinerja yang baik.<sup>2</sup>

## 3. Motto Pegadaian Syariah

Motto perusahaan merupakan ungkapan dari visi dan misinya. Sebagai semboyan, motto harus menjadi ungkapan pendek dan padat yang dapat menjadi pedoman, pegangan, atau semangat dari suatu usaha.

Motto Pegadaian yaitu "Mengatasi Masalah Tanpa Masalah". Motto tersebut mengungkapkan bahwa Pegadaian salah satu dari perusahaan Jasa

---

<sup>2</sup> Wawancara Langsung dengan Bapak Andry Eko Wahyudi Costumer Service Office, 10 Maret 2020.

yang mampu mengatasi masalah keuangan dalam waktu yang relatif singkat (kurang lebih 15 menit).

#### 4. Logo Pegadaian Syariah



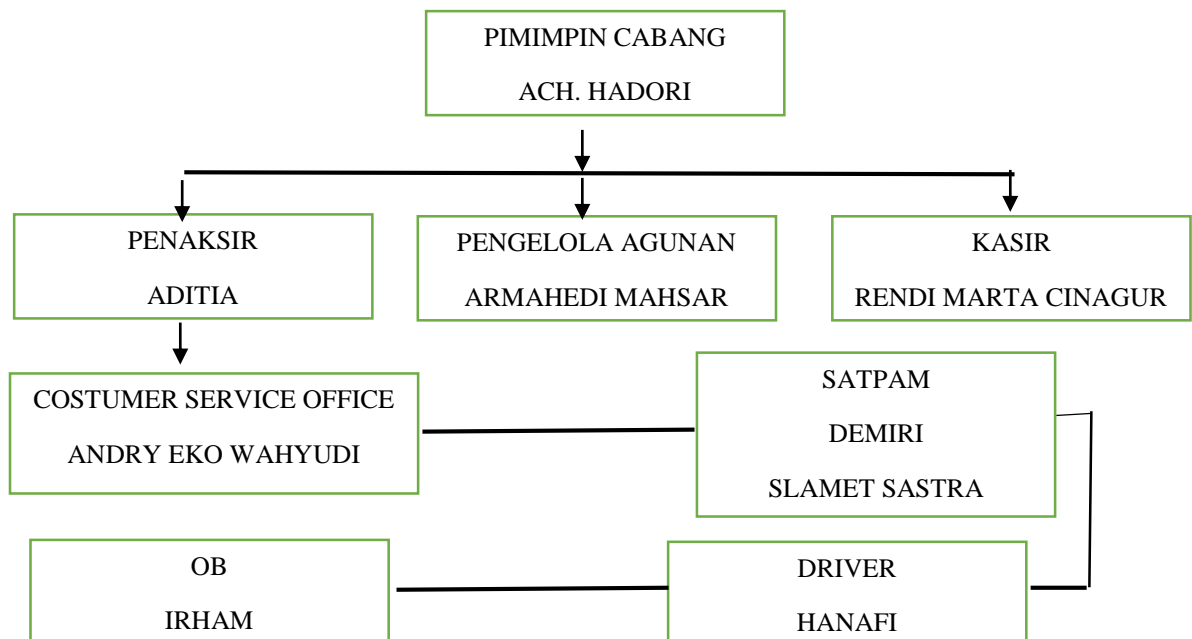
Logo Pegadaian bercerita tentang proses perjalanan sebuah institusi yang dimulai dari sejarah berdirinya perkembangannya hingga bertransformasi menjadi solusi keuangan yang berpegang pada landasan nilai-nilai kolaborasi, transparansi dan kepercayaan. Keterangannya sebagai berikut:

- a. Tiga lingkaran yang bersinggungan mewakili tiga layanan utama dari Pegadaian, yaitu pembiayaan Gadai dan Mikro, Emas dan Aneka Jasa.
- b. Simbol Timbangan memberikan makna keadilan dan kejujuran.
- c. Warna hijau melambangkan keteduhan, senantiasa tumbuh berkembang melindungi dan membantu masyarakat.
- d. Huruf Pegadaian Syariah bermakna sikap yang rendah hati dan tulus dan senantiasa ramah dalam melayani masyarakat Indonesia yang berprinsip Syariah.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Dokumen Cabang Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan

## 5. Struktur Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan



Sumber: Diambil dari hasil wawancara dengan Bapak Andry Eko Wahyudi sebagai Customer Service, pada tanggal 10 Maret 2020.

### B. Paparan Data Hasil Penelitian

Paparan data merupakan temuan yang diperoleh dari hasil penelitian berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang terkait dengan fokus penelitian dimana dilakukan di Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan

#### **Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah di Pegadaian Syariah Jokotole Kantor Cabang Pamekasan**

Marketing Mix merupakan elemen yang sangat penting dalam strategi pemasaran untuk mencapai sebuah tujuan tertentu dari perusahaan. Marketing mix 7p diantaranya *Produk, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*. Strategi pemasaran mengacu pada operasional atau kegiatan pemasarannya untuk mencapai tujuan perusahaan dengan kegiatan

marketing mix 7p. Dimana marketing mix 7p merupakan seperangkat alat yang digunakan oleh pemasar demi keberhasilan dalam sebuah perusahaan.

Mengenai penjelasan produk pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah disampaikan oleh Bapak Andry Eko Wahyudi terkait apakah yang dimaksud dengan *rahn tasjily* tanah?

“*Rahn tasjily* tanah ini adalah pembiayaan yang dimana nasabah menjaminkan sertifikat tanahnya kepada pegadaian syariah, nasabah menjaminkan sertifikat tetapi manfaat barang tetap berada dalam penguasaan nasabah, dengan tujuan jika didana sudah cair, maka pihak pegadaian memberikan sebuah pinjaman pembiayaan, yang dimana dana tersebut bebas untuk nasabah gunakan ”

Hal ini mengenai apa saja keunggulan dari produk RTT disampaikan oleh bapak Andry Eko Wahyudi:

“Keunggulannya jangka waktu pembiayaan fleksibel, proses pengajuan pinjaman mudah, aman dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)”<sup>4</sup>

Hal senada juga diutarakan mengenai syarat menjadi nasabah oleh Ibu Nurul sebagai marketing tentang syarat dan ketentuan produk RTT terkait apa saja persyaratan untuk menjadi nasabah RTT:

“Produk RTT ini ditujukan kepada masyarakat luas dari yang berpenghasilan rendah hingga tinggi, dimulai dari pekerja petani, pengusaha, PNS, karyawan biasa dan lain sebagainya. Apapun pekerjaannya tentunya pasti bisa dalam menggunakan produk RTT dengan jaminan sertifikat tanah atas nama sendiri. Jadi ttu ketentuan dalam produk ini yang penting memenuhi syarat yang ditentukan atau yang sudah ditetapkan oleh pegadaian syariah jokotole untuk menjadi nasabah RTT, dan syaratnya yaitu fotokopi KTP, fotokopi kartu keluarga, fotokopi buku nikah, asli sertifikat (SHM/SHGB)”<sup>5</sup>

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa *Rahn Tasjily* Tanah adalah pembiayaan dengan menjaminkan sertifikat tanah dimana manfaat atau

---

<sup>4</sup> Wawancara Langsung dengan Bapak Andry Eko Wahyudi sebagai Costumer Service Office, pada tanggal 16 Maret 2020.

<sup>5</sup> Wawancara Langsung dengan Ibu Nurul Sebagai Marketing, pada tanggal 16 Maret 2020.

kegunaannya tetap berada dalam penguasaan nasabah, hanya saja bukti kepemilikannya yang diserahkan kepada pihak lembaga pegadaian syariah.

Strategi marketing mix merupakan sebuah perencanaan yang efektif guna untuk mencapai tujuan perusahaan. Dimana Rahn Tasjily Tanah semua masyarakat bisa menggunakan produk pembiayaan RTT ini dengan syarat dan ketentuan yang berlaku di Pegadaian Syariah. Dalam pemasaran yang dilakukan dengan cara memasarkan produk RTT secara langsung dengan terjun ke lapangan baik secara tidak langsung dengan kegiatan sebar brosur. Tentunya juga syarat-syarat yang harus diserahkan cukuplah mudah.

### **Bagaimana Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily Tanah* di Pegadaian Syariah Jokotole?**

*Product* (Mengenai produk tentang penjelasan dari produk RTT) dimana yang disampaikan oleh bapak Andry Eko Wahyudi selaku customer service:

“Mengenai produk yang ditawarkan yaitu produk RTT dimana Rahn Tasjily Tanah ini adalah produk gadai sertifikat tanah yang hanya menyerahkan bukti kepemilikannya saja kepada pegadaian syariah jokotole pamekasan, sedangkan barang jaminan tetap berada dalam penguasaan nasabah. Pihak pegadaian memberikan kepercayaan penuh kepada nasabah dalam pembiayaan yang diberikan”

Mengenai *Price* (Penentuan harga atau angsuran dalam produk RTT) disampaikan langsung oleh Bapak Andry Eko Wahyudi dengan mengatakan:

“Bahwa mengenai angsuran yaitu diterapkan dimulai dari 3 macam angsuran yang ditawarkan kepada nasabah diantaranya cash tempo yaitu angsuran sekali bayar, fleksi angsuran per 3 bulan, 4 bulan, dan bulan sekali, regular angsuran yang dapat di bayar setiap bulan sekali dengan ketentuan angsuran maksimal 5 tahun”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Andry Eko Wahyudi sebagai Customer Service Office, pada tanggal 16 Maret 2020.

Hasil wawancara tersebut dapatlah disimpulkan bahwa *Rahn Tasjily* Tanah ini adalah produk pembiayaan dengan jaminan sertifikat tanah dimana sertifikat tanah tersebut harus atas nama sendiri untuk menjadi nasabah RTT di Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan.

Macam-macam angsurannya yaitu terdiri dari angsuran cash tempo, fleksi, dan regular. Disini nasabah dapat memilih ingin menggunakan angsuran yang seperti apa sesuai dengan kemampuan serta keinginan nasabah sendiri dari 3 macam angsuran tersebut.

Berdasarkan apa yang peneliti amati bahwa *Place* (Lokasi kantor Pegadaian Syariah jokotole Pamekasan) disampaikan oleh Ibu Nurul sebagai marketing pegadaian syariah:

“Lokasi pegadaian Syariah Jokotole terletak di Jln. Diponegoro No. 98 Pamekasan, lokasi ini dipilih karena tempatnya strategis mudah dijumpai, mudah diakses, serta gampang untuk ditemui. Sehingga akan mempermudah nasabah untuk menjumpai Pegadaian Syariah Jokotole”<sup>7</sup>

Mengenai *promotion* hal senada juga disampaikan oleh ibu Nurul sebagai marketing pegadaian syariah:

“Bahwa promosi yang dilakukan oleh saya dalam menawarkan produk RTT ini yaitu dengan cara sebar brosur, sosialisasi, literasi, door to door, dan open table”<sup>8</sup>

Hasil observasi dan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi yang sangat strategis ini cocok dan bersahabat agat mempermudah nasabah untuk mengaksesnya serta mempermudah juga bagi pihak pegawai di

---

<sup>7</sup> Observasi Langsung, pada tanggal 16 Maret 2020.

<sup>8</sup> Wawancara Langsung dengan ibu Nurul sebagai Marketing pada tanggal 16 Maret 2020.

pegadaian syariah dalam memasarkan produknya. *Promotion* yang dilakukan Pegadaian Syariah dengan berbagai cara guna untuk keberhasilan dalam kegiatan pemasarannya dan dengan cara melakukan pendekatan kepada nasabah.

Berdasarkan pengamatan yang peneliti amati mengenai *People* (Apakah ada pembagian tugas karyawan di pegadaian syariah) disampaikan oleh Bapak Ach. Hadori:

“Iya memang ada pembagian kerja sesuai dengan bidangnya untuk karyawan, agar karyawan lebih memahami dan lebih bagus lebih baik lebih giat dalam bekerja dan bisa memberikan yang terbaik untuk kemajuan serta keberhasilan pegadaian syariah jokotole”<sup>9</sup>

Dari hasil observasi di atas dapat disimpulkan bahwa di Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan memang adanya pembagian kinerja sesuai bidang keahliannya bagi karyawan sesuai kemampuan yang dimiliki oleh setiap karyawan.

Mengenai *Process* (Bagaimana proses pelayanan dalam pengajuan pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah) disampaikan oleh Bapak Andry Eko Wahyudi selaku costumer service office:

“Proses untuk pengajuan pembiayaan RTT yaitu nasabah datang ke outlet Pegadaian dan menyerahkan dokumen pengajuan, proses selanjutnya nasabah menunggu terlebih dahulu karena Tim Pegadaian akan melakukan survey dan verifikasi berkas, selanjutnya pihak Pegadaian akan konfirmasi mengenai uang pinjaman, dan proses terakhir pencairan pinjaman kepada nasabah baik dilakukan secara tunai maupun non tunai.”<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Observasi Langsung, pada tanggal 16 Maret 2020.

<sup>10</sup> Wawancara Langsung dengan Bapak Andry Eko Wahyudi sebagai Costumer Service Office, pada tanggal 16 Maret 2020.



Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa didalam proses pelayanan pembiayaan Rahn Tasjily Tanah ini sangatlah mudah dan nasabah hanya menunggu dari pihak pegadaian untuk pencairan dananya.

Mengenai *Physical Evidence* (Bagaimana pihak Pegadaian Syariah Jokotole ini memberikan kenyamanan bagi nasabah) Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah mengatakan:

“Kami akan memberikan kenyamanan kepada nasabah sebaik mungkin dengan memberikan pelayanan yang baik dan fasilitas yang bagus agar nasabah dan calon nasabah merasa enak, nyaman, dan puas, tentunya fasilitas dari tempat parkir”<sup>11</sup>

Dari hasil observasi tersebut bahwa dapat disimpulkan pihak Pegadaian Syariah ingin memberikan kepada nasabah dan calon nasabah agar nasabah merasa puas dengan fasilitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan tentunya dari apa yang peneliti amati mengenai pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabahnya.

Wawancara dan observasi juga dihasilkan dari informasi nasabah RTT disini melakukan wawancara langsung dengan empat nasabah. Sebagaimana pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

Disampaikan langsung oleh nasabah Abd. Muchlis”

Apa profesi anda?

“Saya mempunyai pekerjaan sebagai wirausaha”

Berapa lama menggunakan profuk RTT?

---

<sup>11</sup> Observasi Langsung, pada tanggal 16 Maret 2020.

“Saya menggunakan RTT selama 5 tahun dengan angsuran perbulan”

Berapa jumlah dana yang dibutuhkan?

“Saya meminjam Rp. 40.000.000 dek”

Dari mana informasi RTT yang diperoleh?

“Ya, saya dapat informasi langsung dari salah satu karyawan pegadaian syariah di saat karyawan tersebut menjumpai usaha saya”<sup>12</sup>

Berdasarkan apa yang dimati oleh nasabah dipasar tentang bagaimana menurut anda pelayanan pegadaian syariah jokotole? Nasabah mengatakan:

“Baik sopan dan santun saya puasa atas pelayanannya”<sup>13</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh nasabah Erna

Apa profesi anda?

“Pekerjaan saya sehari-hari sebagai wirausaha”

Berapa lama menggunakan produk RTT?

“Saya menggunakan pembiayaan ini selama 5 tahun”

Berapa jumlah dana yang dibutuhkan?

“Sebesar Rp. 50.000.000

Dari mana informasi produk RTT diperoleh?

“Saya mengetahui dari brosur saat saya CFD dan hingga akhirnya saya memutuskan menggunakan produk RTT untuk saya gunakan dalam usaha saya”<sup>14</sup>

Berdasarkan pengamatan nasabah ketika CFD di arlan dan selanjutnya langsung mendatangi kantor pegadaian syariah jokotole tentang bagaimana menurut anda pelayanan pegadaian syariah? Nasabah menuturkan:

“Baik sekali tanpa mengeluh dia perlahan-lahan menjelaskan kembali secara teliti saat saya agak mengalami kebingungan”<sup>15</sup>

Hal senada juga diutarakan oleh nasabah Fauzan

Apa profesi anda?

”Saya bekerja sebagai karyawan”

Berapa lama menggunakan produk RTT?

<sup>12</sup> Wawancara Langsung dengan Nasabah Abd. Muchlis, pada tanggal 17 Maret 2020.

<sup>13</sup> Observasi Langsung, pada tanggal 17 Maret 2020.

<sup>14</sup> Wawancara Langsung dengan Nasabah Erna, pada tanggal 17 Maret 2020.

<sup>15</sup> Observasi Langsung, pada tanggal 17 Maret 2020.

“Saya menggunakan selama 5 tahun untuk saya jadikan sebagai tambahan dana dalam membeli barang”

Berapa jumlah dana yang dibutuhkan?

“Saya meminjam sejumlah Rp. 100.000.000”

Dari mana informasi produk RTT diperoleh?

“Saya mendapatkan informasi tentang RTT saat saya memang sedang mencari untuk tambahan dana pada saat itu ada karyawan tidak sengaja bertemu lalu memberikan brosur pada saya mungkin saya butuh katanya, tapi setelah minta penjelasan mengenai produk RTT saya langsung tertarik mengingat dana yang saya butuhkan lumayan banyak dan saya tidak ingin menjual barang yang saya miliki dan langsung saya melengkapi berkas lalu ke pegadaian”<sup>16</sup>

Pengamatan nasabah di depan kantor pegadaian syariah jokotole tentang bagaimana menurut anda pelayanan pegadaian syariah? Nasabah menjawab:

“Menurut saya, iya baik banget, saya menikmati sekali atas apa yang di informasikan sangat membantu bagi diri saya”<sup>17</sup>

Tidak jauh berbeda apa yang disampaikan oleh nasabah Fakhor

Apa profesi anda?

“Pekerjaan saya sebagai wirausaha”

Berapa lama menggunakan produk RTT?

“Saya meminjam selama 5 tahun saja untuk tambahan modal bisnis usaha saya”

Berapa jumlah dana yang dibutuhkan?

“Saya sebesar Rp. 35.000.000”

Dari mana informasi produk RTT diperoleh

“Saya dapat info saat karyawan pegadaian bersosialisasi kepada masyarakat dan saat itu saya ada di tempat sosialisasi itu, dan saya bertanya-tanya sebelum saya melanjutkan dalam menggunakan pembiayaan RTT ini”<sup>18</sup>

Berdasarkan apa yang telah diamati oleh nasabah saat sosialisai kepada masyarakat tentang bagaimana menurut anda pelayanan pegadaian syariah? Nasabah berkata bahwa:

“Saya akui memang sangat baik, dari cara menyampaikan dan menjelaskan mengenai RTT tersebut”<sup>19</sup>

<sup>16</sup> Wawancara Langsung dengan Nasabah Fauzan, pada tanggal 17 Maret 2020.

<sup>17</sup> Observasi Langsung, pada tanggal 17 Maret 2020.

<sup>18</sup> Wawancara Langsung dengan Nasabah Fakhor, pada tanggal 17 Maret 2020

<sup>19</sup> Observasi Langsung, pada tanggal 17 Maret 2020.

Seperti halnya yang disampaikan oleh Nasabah Moh. Saleh

Apa profesi anada?

“saya hanya seorang petani dek”

Berapa lama menggunakan RTT?

“saya menggunakan dan mampu membayarnya selama 5 tahun dek”

Berapa jumlah dana yang dibutuhkan?

“sebenarnya agak sedikit banyak, tapi itu katang disesuaikan dengan jaminannya dek, jadi saya dapat sebesar Rp. 20.000.000”

Dari mana informasi diperoleh?

“saya memang mendatangi langsung kantor pegadaian syariah jokotole sebelumnya niatanya mau Tanya-tanya, tapi akhirnya saya cocok dan persyaratan saya disetujui oleh pihak pegadaian syariah”<sup>20</sup>

Berdasarkan dalam pengamatan nasabah tentang bagaimana menurut anda pelayanan di pegadaian syariah? Nasabah mengatakan:

“menurut saya sangat baik dek, karena dia itu melayani dengan senang hati”<sup>21</sup>

Dari hasil wawancara di atas bisa disimpulkan bahwa profesi sebagai wirausaha yang lebih banyak yang dijalankan oleh nasabah *Rahn Tasjily Tanah*. Nasabha memilih jangka waktu angsuran maksimal 5 tahun sesuai dengan kemampuannya dengan jumlah dana yang dipinjam dengan sejumlah dana yang berbeda-beda dari setiap nasabah.

Dari hasil observasi di atas bahwa pelayanan pegadaian syariah semua nasabah berpendapat sama dengan pelayanan yang diberikan Pegadaian Syariah terhadap nasabah semuanya berpendapat sudah memberikan pelayanan yang terbaik serta fasilitas yang nyaman seperti halnya lahan parkir yang memadai yang dilengkapi oleh satpam untuk menjaga keamanan. .

---

<sup>20</sup> Wawancara Langsung dengan Nasabah Moh. Saleh, pada tanggal 17 Maret 2020

<sup>21</sup> Observasi Langsung, pada tanggal 17 Maret 2020.

### C. Temuan Penelitian

#### **Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah Di Pegadaian Syariah Jokotole Kantor Cabang Pamekasan**

##### 1. *Product* (Produk)

Pihak Pegadaian Syariah Jokotole mempunyai beberapa produk yang ditawarkan kepada masyarakat luas seperti halnya produk terbaru yang di keluarkan oleh Pegadaian Syariah yaitu *Rahn Tasjily* Tanah.

##### 2. *Price* (Harga)

Pihak Pegadaian Syariah mengkhususkan berbagai macam jenis angsuran yang berbeda-beda untuk nasabahnya dimulai dari angsuran cash tempo, fleksi, dan regular dengan jangka waktu angsuran maksimal 5 tahun.

##### 3. *Place* (Lokasi)

Lokasi kantor Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan terletak di Jln. Diponegoro No. 98 Pamekasan. Lokasi itu dipilih karena sangat strategis dan akan mudah untuk dijumpai oleh masyarakat luas. Vio pemandangan yang bagus indah cantik dilihat menyenangkan dalam pandangan juga akan menjadikan sebuah inspirasi masyarakat untuk memilih Pegadaian Syariah Jokotole.

##### 4. *Promotion* (Promosi)

Pegadaian Syariah Jokotole dalam mempromosikan produknya yaitu dengan cara sebar brosur, sosialisasi, literasi, door to door, dan open table. Pada dasarnya dalam promosi yang dilakukan yang pertama yaitu sebar brosur baru akan menjelaskan secara detail terkait produk yang ditawarkan.

#### 5. *People* (Orang)

Bahwa di Pegadaian Syariah Jokotole Pamekasan dalam pembagian tugas kerja oleh karyawan sudah dijalankan dengan sangat baik, dan sudah terlihat dalam pelayanan yang diberikan.

#### 6. *Process* (Proses)

Dalam proses pembiayaan *rahn tasjily* tanah sangatlah mudah dan aman karena pegadaian syariah memberikan pelayaann yang terbaik bagi nasabah karena tepat caranya berkah hasilnya.

#### 7. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Pegadaian Syariah selalu memberikan pelayanan, kenyamanan dan fasilitas yang terbaik terhadap nasabah yang tampak dalam menunjang kinerja dan kelancaran pelayanan. .

Dari temuan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa *Marketing Mix* 7p sudah diterapkan dengan sangat baik oleh Pegadaian Syariah agar memudahkan dalam kegiatan pemasaran dan posisi pasar sarasanya. Dalam penerapannya terlihat sangat baik dan dirasakannya oleh nasabah dimana pihak pegawai Pegadaian Syariah sudah memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya.

Sehingga dapat memudahkan nasabah dalam untuk memahami jasa yang diberikan oleh Pegadaian Syariah dimana jasa pada dasarnya tidak berwujud dan tidak memiliki kepemilikan apapun, nasabah dapat merasakan sebuah manfaat atas jasa yang ditawarkan.

#### **D. Pembahasan**

##### **Strategi *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Rahn Tasjily* Tanah Di Pegadaian Syariah Jokotole Kantor Cabang Pamekasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Untuk mewujudkan semua konsep marketing mix 7p, tentunya dibutuhkan perencanaan pembiayaan yang baik dan terencana didalam sebuah lembaga keuangan.

Bahwa fenomena yang dilakukan Pegadaian Syariah dengan berbagai produk yang dimiliki untuk ditawarkan kepada nasabah semua pegawai Pegadaian Syariah berusaha sebaik mungkin semaksimal mungkin untuk tetap memajukan perusahaan apalagi produk pembiayaan RTT masih tergolong dikatakan produk baru. Sehingga pihak pegadaian syariah berusaha menyusun strategi yang kompetitif mengingat banyaknya Lembaga Keuangan yang lain disekitarnya.

Dimana strategi tersebut diharapkan untuk kemajuan perusahaan, berbagai macam strategi pemasaran seperti sosialisasi terbuka yang melibatkan masyarakat setempat, melakukan ajakan kepada setiap individu yang sedang dan berencana membutuhkan pembiayaan untuk tambahan modal yang digunakan dengan berbagai macam kebutuhannya. Berbicara strategi marketing mix dalam memasarkan produk RTT akan membantu bagi nasabah dengan strategi-strategi yang sudah tersusun, agar dapat mempermudah masyarakat sekitar untuk mengetahui adanya produk RTT di Pegadaian Syariah Jokotole. Sehingga nasabah tertarik serta minat dalam menggunakan produk RTT ini.

*Marketing Mix* atau bauran pemasaran adalah strategi pemasaran yang dapat menentukan kesuksesan perusahaan dalam mengejar profit atau keuntungan maksimal. Strategi ini menggunakan semua alat pemasaran dalam perusahaan yang dikenal dengan konsep 7P, yaitu *products, price, promotions, place, people, process, dan physical evidence*.

### 1. Produk (*Products*)

Secara teori, produk merupakan segala bentuk hasil usaha yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Jika ingin sukses menjalankan strategi marketing mix, harus dapat membuat dan menghasilkan produk atau jasa dengan kualitas dan keunikan tersendiri. Dengan begitu, produk atau jasa tersebut secara otomatis dapat meningkatkan daya saing di pasaran.

### 2. Harga (*Price*)

Harga yang dimaksud adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen, untuk mendapatkan produk yang ditawarkan. Dengan kata lain, seseorang akan menggunakan jasa atau membeli produk yang ditawarkan, jika pengorbanan yang dikeluarkan (yaitu uang dan waktu) sesuai dengan manfaat yang ingin didapatkan dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Terkait poin ini, fokusnya adalah bagaimana caranya agar dapat membuat pelanggan atau calon pembeli potensial merasa pengeluarannya sesuai dengan apa yang sudah didapat.

### 3. Tempat (*Place*)

Konsep ini berfokus pada tempat atau lokasi dimana perusahaan berdiri. Dimana, semakin strategis tempat bisnis, semakin besar juga keuntungan



yang akan didapatkan perusahaan. Dengan lokasi yang strategis, konsumen atau calon pelanggan dapat lebih mudah menemukan dan menjangkau bisnis, sehingga transaksi penjualan lebih mudah terjadi.

#### 4. Promosi (*Promotions*)

Strategi marketing mix ini berfokus pada masalah promosi bisnis, seperti bagaimana cara memasarkan produk, media apa yang digunakan, dan sebagainya. Promosi merupakan salah satu strategi marketing yang memiliki tujuan, antara lain:

- a. Mengidentifikasi dan menarik konsumen baru.
- b. Mengomunikasikan produk baru.
- c. Meningkatkan jumlah konsumen untuk produk yang telah dikenal secara luas.
- d. Menginformasikan kepada konsumen tentang peningkatan kualitas produk.
- e. Mengajak konsumen untuk mendatangi tempat penjualan produk.
- f. Memotivasi konsumen agar memilih atau membeli suatu produk.

#### 5. Orang (*People*)

Faktor sumber daya manusia sangat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. Tak dapat dipungkiri bahwa faktor ini berperan penting dalam membuat suatu kemajuan atau bahkan kemunduran dari suatu perusahaan. Inilah mengapa berbagai perusahaan berlomba-lomba untuk mencari kandidat pekerja terbaik, mereka bahkan rela membayar lebih untuk menyewa pihak pencari kerja independen yang sudah ahli dalam mencarikan kandidat pekerja bagi perusahaan. Pertanyaan-pertanyaan

terkait, apakah karyawan tersebut memiliki performance tinggi atau sebaliknya, apakah karyawan tersebut loyal atau sebaliknya, apakah karyawan tersebut mampu melayani konsumen dengan baik atau sebaliknya akan ikut membantu kesuksesan sebuah perusahaan jasa di pasaran.

#### 6. Proses (*Process*)

Proses disini mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya, mulai dari konsumen memesan (order) hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Beberapa perusahaan tertentu biasanya memiliki cara yang unik atau khusus dalam melayani konsumennya. pemasaran jasa nasabah yang bisa melihat dari setiap produk yang ditawarkan dengan berbagai cara yang pada umumnya melalui brosur.

#### 7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik tempat usaha akan menjelaskan bagaimana penataan bangunan dari suatu perusahaan. Apakah perusahaan menggunakan interior yang unik, lightning sistem yang menarik, desain ruangan yang menarik perhatian, dan lain sebagainya. Perusahaan tentu akan menyadari bahwa penataan bangunan di suatu perusahaan tentu akan memengaruhi mood pengunjung. Desain interior yang terkesan berantakan tentu akan membuat konsumen merasa agak sedikit tidak nyaman dengan keadaan di perusahaan tersebut. Bangunan harus dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberikan nilai tambah.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> <https://www.jurnal.id>, diakses pada tanggal 24 Maret 2020.