

BAB IV
PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN
PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Profil BMT Nuansa Umat Cabang Larangan Pamekasan

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan Gapura pada khususnya, dimana kesejahteraan mereka tidak ada peningkatan secara signifikan. Pada tahun 2003 Pengurus MWC. NU Gapura memberikan tugas kepada Lembaga Perekonomian yang waktu itu bertindak sebagai ketua Lembaga Perekonomian adalah Masyudi.

Masyudi, selaku ketua Lembaga Perekonomian NU menawarkan gagasan untuk mendirikan Baitul Maal wat Tamwil (BMT), sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya. Gagasan ini berangkat dari sebuah keprihatinan semakin merajalelanya praktek rentenir. Akhirnya pada tanggal 1 Juni 2004 Pengurus MWC NU Gapura bersama dengan peserta lokakarya menyepakati gagasan untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syariah yang diberi nama BMT (Baitul Maal wat Tamwil). Berdasarkan keputusan Rapat Pengurus MWC NU Gapura pada tanggal 29 April 2007 yang bertempat di Mushollah KH. Dahlan Gapura Barat nama BMT Nadhlatul Ulama dirubah menjadi BMT Nuansa Umat yang disingkat dengan BMT NU. Perubahan nama tersebut berdasarkan masukan dari Notaris serta pejabat Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumenep, bahwa nama Nadhlatul

Ulama tidak boleh digunakan oleh lembaga lain tanpa adanya izin tertulis dari Pengurus Besar Nadhlatul Ulama.

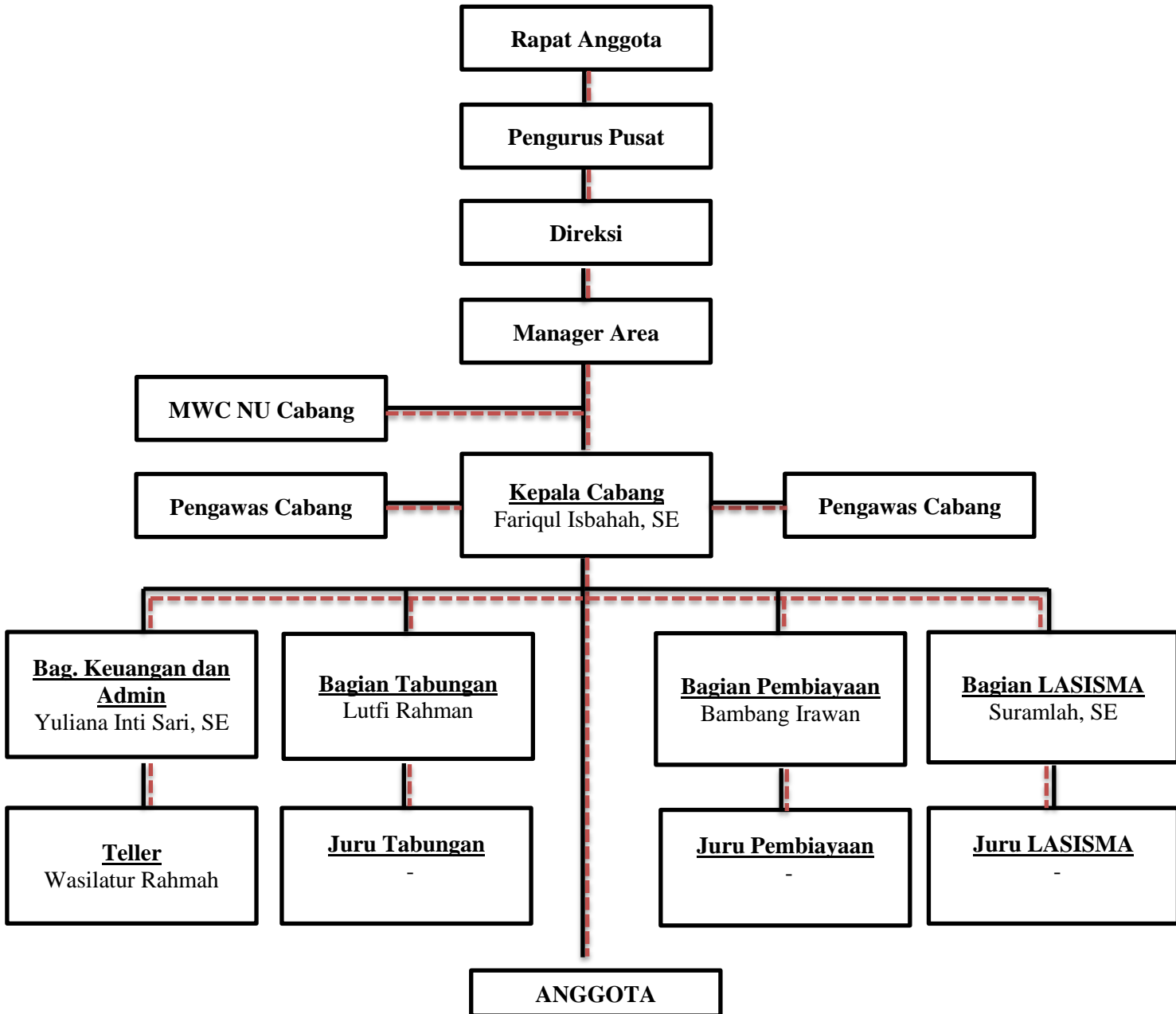
Sedangkan BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan didirikan pada 17 November 2015 dan merupakan cabang ke 16 BMT NU yang bertempat di daerah Blumbungan dengan modal awal Rp. 387. 882. 965 dan jumlah karyawan 5 pengelola. Dengan semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syariah menjadikan peluang BMT NU Cabang Larangan untuk mengelola dan menyalurkan dana ke masyarakat lebih terbuka.¹ Lokasi BMT NU Cabang Larangan berada di Dusun Tomang Mateh, Desa Blumbungan, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan. Adapun Stuktur organisasi BMT NU sebagai berikut:

¹ Di akses dari <https://bmtnujatim.com/>, pada tanggal 11 Mei 2021 pukul 06:49 WIB

Gambar 4.1


Struktur Organisasi KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang


Larangan



Sumber Oleh: BMT NU Cabang Larangan

Keterangan:

Garis Instruksi : 

Garis Koordinasi : 

Adapun produk-produk tabungan/simpanan serta pembiayaan yang ada di BMT NU Cabang larangan Pamekasan antara lain sebagai berikut:

a. Produk Tabungan/Simpanan

- 1) Simpanan Anggota (SIAGA)
- 2) Tabungan Mudlarabah (TABAH)
- 3) Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK Fathonah)
- 4) Simpanan Haji dan Umrah (SAHARA)
- 5) Tabungan Ukhrawi (TARAWI)
- 6) Simpanan Lebaran (Sabar)
- 7) Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (SAJADAH)
- 8) Simpanan Berjangka Mudharabah (SIBERKAH)

b. Produk Pembiayaan

- 1) *Bai'Bits Tsamani Al-Ajil* (BBA)
- 2) Murabahah
- 3) Mudharabah
- 4) Musyarakah
- 5) *Al-Qardhul Hasan*
- 6) LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah)
- 7) Mall

8) Rahn (Gadai)

Pembiayaan dengan menyerahkan barang dan tanda bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman nilai pinjaman maksimal 85% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4(empat) bulan dan diperpanjang maksimal 3 kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. KSPP Syariah BMT NU mendapatkan *Ujroh* atau ongkos penitipan barang setiap harinya sebesar Rp. 6 untuk setiap kelipatan Rp. 10.000,- dari harga barang.

2. Implementasi Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Yang Dilakukan Oleh BMT Nuansa Umat Cabang Larangan.

Pembiayaan produk gadai emas merupakan pembiayaan dengan menyerahkan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai maksimal 85% dari harga emas, dengan masa pinjaman maksimal 4 bulan dan bisa diperpanjang 3 kali.

Strategi pemasaran pembiayaan gadai emas ini yang umum digunakan oleh lembaga keuangan dengan menggunakan strategi marketing mix (bauran pemasaran) yaitu 4p (*product, place, price dan promotion*). Begitupun di BMT Nuansa Umat Cabang Larangan pamekasan, hal ini dapat dipaparkan oleh peneliti dari hasil wawancara secara langsung dengan pihak BMT NU Cabang Larangan Pamekasan oleh ibu Fariqul Isbahah selaku kepala cabang di BMT NU Cabang Larangan sebagai berikut:

”Dalam melakukan strategi pemasaran baik simpanan maupun pinjaman kepada anggota pihak BMT melakukan analisi strategi dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu 4p (produk, place, price, dan promotion). Dari segi produk gadai emas disini mempunyai kelebihan

dengan produk gadai emas di lembaga keuangan lain yakni kelebihanannya yaitu biaya penitipan (ujrah) dihitung harian sehingga produk gadai emas yang disini memiliki perbedaan dengan gadai emas di lembaga keuangan yang lain. dari segi price atau harga juga memiliki perbedaan dengan lembaga keuangan yang lain yakni biaya penitipan dihitung harian sebesar Rp. 6 untuk kelipatan Rp 10.000 dari harga emas yang digadaikan. Dari segi place atau lokasi. Lokasi BMT sudah strategis karena dekat dengan pasar sehingga kegiatan promosi bisa dijalankan dengan seefisien mungkin”.²

Untuk memperkuat hasil wawancara, selanjutnya peneliti mewawancarai

Bapak Bambang Irawan selaku bagian pembiayaan. Hasilnya sebagai berikut:

“Strategi promosi yang kami lakukan dalam pembiayaan gadai emas ini dengan cara penyampaian terhadap anggota pembiayaan lain bahwa di BMT NU juga menyediakan pembiayaan gadai emas dengan biaya titipan dihitung secara harian, serta menyampaikan bahwa jika ingin melakukan pembiayaan gadai emas tidak perlu repot ke BMT tetapi pihak BMT yang mendatangi mereka yang ingin melakukan pembiayaan.”³

Selanjutnya peneliti mewawancarai mbak Wasilatur Rahmah selaku teller yang mencairkan hasil pembiayaan gadai emas anggota.

“Dalam meningkatkan minat anggota pembiayaan gadai emas kami selaku karyawan menggunakan strategi 5S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun). Strategi 5S yang kami lakukan merupakan sebagian strategi promosi sehingga bisa menciptakan kesan yang baik dalam pelayanan bagi anggota.”⁴

Kesempatan selanjutnya saya mewawancarai beberapa anggota pembiayaan gadai emas yang pertama ibu Musdalifah beliau mengatakan sebagai berikut:

“Saya tertarik melakukan pembiayaan gadai emas dikarenakan dari segi harga (biaya titipan) lebih murah dibandingkan dengan lembaga yang

² fariqul isbahah, bagian kepala cabang di BMT NU cabang larangan Pamekasan, wawancara langsung. (25 april 2021)

³ bambang irawan, bagian pembiayaan di BMT NU Cabang Larangan pamekasan, wawancara langsung . (25 april 2021)

⁴ Wasilatur rahmah, bagian teller di BMT NU cabang Larangan Pamekasan, wawancara langsung (25 april 2021)

lain serta lokasi yang dekat dengan pasar sehingga mempermudah saya jika butuh dana untuk pergi ke BMT dan melakukan pembiayaan gadai emas disana.”⁵

Anggota kedua yang saya wawancarai ialah ibu Misnati, beliau mengatakan sebagai berikut:

“Ketertarikan saya melakukan pembiayaan gadai emas disini dikarenakan karyawan yang ada ramah kepada saya serta tidak perlu repot dalam melakukan pembiayaan ini tinggal telvon untuk menggadaikan emas maka karyawan menghampiri kerumah dan dana langsung cair sehingga saya berminat melakukan pembiayaan di BMT NU Cabang Larangan”.⁶

3. Faktor Pendorong Dan Penghambat Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Yang Dilakukan Oleh BMT Nuansa Umat Cabang Larangan.

Setiap lembaga keuangan dalam menjalankan strategi pemasarannya pasti ada faktor penghambat dan pendorong dalam proses memasarkannya. Adapun hasil wawancara dengan pihak BMT dan anggota yang berkaitan dengan faktor pendorong dan penghambat strategi pemasaran yang ada di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan.

Wawancara dengan ibu Fariqul Isbahah selaku kepala cabang BMT NU Larangan.

“Syarat dalam melakukan pembiayaan gadai emas ini hanya menggunakan KTP saja akan tetapi lebih enak jika menjadi anggota terlebih dahulu arena tidak perlu repot membawa KTP saat melakukan pembiayaan karena datanya sudah tercantum di BMT NU Cabang Larangan. Adapun strategi pemasaran yang digunakan untuk mencapai target yang ditetapkan oleh BMT yaitu menggunakan marketing mix 4p

⁵ ibu musdalifah, anggota pembiayaan gadai emas di BMT NU cabang Larangan Pamekasan, (26 April 2021)

⁶ Misnati, anggota pembiayaan gadai emas di BMT NU Cabang Larangan pamekasan, (26 April 2021)

itu karena strategi ini sudah dijalankan dari pertama didirikan BMT NU cabang larangan.”⁷

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Bambang irawan selaku bagian pembiayaan, beliau berkata sebagai berikut:

“Dalam strategi pemasaran menggunakan strategi marketing mix yaitu 4p. promosi yang dilakukan dengan menggunakan personal selling bukan hanya dilakukan di daerah kecamatan larangan saja akan tetapi sampai ke kecamatan lain. Hal ini dibuktikan banyak anggota gadai emas ini dilakukan oleh masyarakat kecamatan pademawu dan Kadur. Kendala yang dihadapi oleh pihak BMT NU Cabang Larangan dalam mempromosikan produk gadai emas yakni banyaknya lembaga keuangan yang memiliki produk yang sama yaitu produk gadai emas, serta jangkauan tempat karena karyawan yang ada di BMT NU cabang larangan masih sedikit sehingga rumah anggota yang ingin melakukan pembiayaan ini yang terlalu jauh tidak bisa dijangkau oleh pihak BMT, juga pengetahuan masyarakat tentang adanya produk pembiayaan gadai emas yang ada di BMT NU Cabang Larangan.”⁸

Kesempatan selanjutnya peneliti mewawancarai beberapa anggota pembiayaan produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan, yang pertama ibu Subaidah beliau mengatakan sebagai berikut:

“Saya menggadaikan emas sudah 2 bulan yang lalu. Saya memilih menggadaikan emas di BMT NU Cabang Larangan karena dari segi biaya ujah atau biaya titipan lebih murah dibandingkan dengan menggadaikan emas di pegadaian syariah dan dihitung harian, serta tidak ada biaya administrasi, dan tempatnya juga strategis di dekat pasar.”⁹

Kesempatan berikutnya saya mewawancarai ibu badriyah beliau mengatakan sebagai berikut:

“Saya menggadaikan emas di BMT NU cabang larangan karena saya tertarik saat pihak BMT mendatangi saya dipasar dan menawarkan pembiayaan gadai emas, syarat yang digunakanpun sangat mudah yaitu KTP serta tempatnya di sebelah pasar sehingga jika saya butuh dana

⁷ fariqul isbahah, bagian kepala cabang di BMT NU cabang larangan Pamekasan, wawancara langsung. (25 april 2021)

⁸ bambang irawan, bagian Pembiayaan cabang di BMT NU cabang larangan Pamekasan, wawancara langsung. (25 april 2021)

⁹ ibu Subaidah, anggota pembiayaan gadai emas di BMT NU cabang Larangan Pamekasan, (26 April 2021)

untuk modal jualan saya di pasar tinggal ke BMT NU Cabang Larangan. Hal ini membantu saya dalam memperoleh dana untuk modal jualan”¹⁰

Hal ini sesuai dengan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti mengamati perilaku salah satu anggota yang bernama ibu Badriyah yang melakukan transaksi gadai yang dijemput oleh petugas BMT Nuansa Umat Cabang Larangan bernama lutfi setelah itu petugas langsung menaksir harga barang (emas) yang digadaikan pada hari itu juga dan petugas menjelaskan mengenai ujarah/penitipan sebesar biaya barang yang digadaikan dan syarat gadai yaitu KTP, karena sudah menjadi anggota. Pada saat itu anggota menggadaikan emas sebesar 5 gram ditaksir 2.200.000.- dengan ujarah Rp. 1.700.- perhari.¹¹

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh BMT NU Cabang larangan menggunakan strategi Marketing Mix yaitu 4p. (produk, price, place dan promotion).
2. Dalam pembiayaan produk gadai emas ini nasabah tidak dimintai biaya administrasi
3. Produk gadai emas ini biaya ujarah atau biaya titipan dihitung secara harian.
4. Biaya titipan perharinya yakni Rp. 6.- untuk kelipatan Rp 10.000.-

¹⁰ Ibu Badriyah, Anggota Pembiayaan Gadai Emas Di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan, (26 April 2021)

¹¹ Lutfi, Dirumah Ibu Badriyah, Bagian Juru Tabungan Di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan, Observasi Langsung. (25 April 2021)

5. Tempat BMT Cabang Larangan sangat strategis karena berada di dekat pasar dan disebelah jalan raya.
6. Saluran distribusi produk gadai emas tidak hanya dilakukan di kecamatan Larangan akan tetapi samapi daerah Pademawu, dan Kadur.
7. Promosi yang dilakukan oleh BMT NU menggunakan personal selling, brosur dan media sosial.
8. Penetapan harga produk gadai emas ini lebih murah dibandingkan dengan produk gadai emas yang ada di lembaga keuangan yg lain.
9. Banyaknya pesaing yang memiliki produk gadai emas.
10. Syarat menjadi anggota pembiayaan gadai emas ini sangat mudah yakni KTP
11. Pengetahuan masyarakat masih minim tentang produk gadai emas yang ada di BMT NU Cabang Larangan.
12. Adanya layanan jemput bola bagi anggota yang ingin menggadaikan emas di BMT NU Cabang larangan.

C. Pembahasan.

1. Implementasi Strategi pemasaran produk Gadai emas yang dilakukan oleh BMT Nuansa Umat Cabang Larangan

Strategi pemasaran merupakan rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Adapun strategi pemasaran produk gadai emas yang dijalankan oleh BMT NU Cabang larangan menggunakan strategi marketing mix atau 4P yaitu:

a. Strategi Produk

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, maupun digunakan atau dikonsumsi yang meliputi barang dan jasa.

Setiap lembaga keuangan dalam menjalankan aktivitas usahanya memerlukan strategi pemasaran yang pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dari produk yang dihasilkan. Produk merupakan hal yang penting yang perlu diperhatikan dalam strategi bauran pemasaran (*marketing mix*), karena tanpa adanya produk, strategi bauran pemasaran lainnya tidak dapat dilakukan.

Penerapan strategi produk gadai emas yang dilakukan oleh BMT NU larangan adalah menampilkan mutu dari produk gadai emas tersebut, sehingga masyarakat tertarik untuk menggadaikan emas di BMT NU cabang larangan dan bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar sasarnya. Mutu dari produk ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat dalam karakteristik produk antara lain:

1. Gadai emas menggunakan akad Rahn dengan menyerahkan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai maksimal pinjaman 85% dari harga tafsiran emas yang digadaikan.
2. Biaya ujah atau ongkos penitipan dihitung secara harian sebesar Rp 6 untuk kelipatan 10.000.
3. Masa pinjaman maksimal 4 bulan dan bisa diperpanjang tiga kali.

4. Biaya administrasi tidak dibebankan kepada anggota melainkan ditanggung oleh pihak BMT
5. Adanya pelayanan antar-jemput emas yang digadaikan.

b. Strategi Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Penetapan harga merupakan persoalan penting karena harga mempengaruhi tingkat penjualan serta penerimaan di suatu lembaga keuangan.

Dalam penetapan harga dalam pembiayaan produk gadai emas yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Larangan dihitung secara harian hal ini secara tidak langsung termasuk pada konsep islami yang tidak memberatkan anggota atau nasabah. Biaya administrasi pada gadai emas yang dilakukan di BMT NU cabang Larangan ini tidak ditanggung oleh anggota akan tetapi ditanggung oleh pihak BMT, seperti materai dan lain-lain. Dalam penetapan harga gadai emas dihitung secara harian yakni Rp 6 untuk kelipatan Rp 10.000.

c. Strategi tempat (*Place*)

Tempat/saluran distribusi merupakan hal penting bagi perusahaan karena tempat/saluran, hal ini disebabkan agar konsumen bisa menjangkau setiap lokasi yang ada serta bisa mendistribusikan barang atau jasa. BMT NU Cabang Larangan memiliki tempat yang sangat strategis yakni berada di samping pasar serta berada di pinggir jalan raya sehingga memudahkan anggota maupun calon anggota dalam menjangkau lokasi BMT NU Cabang Larangan.

BMT NU Cabang Larangan dalam memberikan pelayanan kepada anggota agar memperluas saluran distribusi menggunakan cara jemput bola ketempat anggota yang ingin melakukan pembiayaan gadai emas artinya pihak BMT mendatangi ke rumah anggota yang ingin melakukan pembiayaan gadai emas. Dengan demikian maka diharapkan anggota merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga bisa melakukan pembiayaan gadai emas lagi di BMT NU Cabang Larangan.

d. Strategi Promosi

Aspek ini berhubungan dengan sebagaimana cara mempromosikan produk gadai emas yang ada di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan agar banyak masyarakat yang mengetahui produk pembiayaan gadai emas yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan cara paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggota.

Promosi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Larangan pada produk gadai emas dengan cara:

1. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Personal selling yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Larangan dilakukan oleh semua karyawan. Dalam mensosialisasikan produk gadai emas dengan mendatangi pasar blumbungan yang berada di dekat lokasi BMT NU cabang larangan serta kepada anggota pembiayaan maupun anggota simpanan/tabungan sehingga personal selling yang dilakukan memberikan keuntungan bagi BMT NU Cabang larangan yaitu:

- a. Pegawai BMT dapat bertatap muka langsung dengan anggota maupun calon anggota sehingga bisa menjelaskan produk-produk yang ada di BMT NU untuk menarik minat anggota dalam melakukan pembiayaan maupun menabung khususnya pembiayaan gadai emas
- b. Dapat memperoleh informasi langsung anggota mengenai kelemahan dari produk yang ada khususnya pembiayaan gadai
- c. Hubungan semakin akrab antara anggota dengan karyawan

2. Media Sosial

Selain dari *personal selling* adapun promosi yang dilakukan oleh karyawan BMT NU Cabang Larangan dalam menarik minat anggota pembiayaan gadai emas juga dengan menggunakan media sosial yakni dengan cara mempromosikan melalui media sosial seperti IG, Whatsap, facebookk, serta web BMT NU.

2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Yang Dilakukan Oleh BMT Nuansa Umat Cabang Larangan.

a. Faktor Pendorong Strategi Pemasaran Gadai Emas Di BMT Nuansa Umat Cabang Larangan.

1) Produk

Produk merupakan hal yang paling penting dalam strategi pemasaran dalam menarik minat anggota maupun calon anggota oleh karena itu adapun faktor pendorong dalam strategi produk pembiayaan gadai emas yaitu:

- a) Biaya ujah/biaya penitipan dihitung harian dan terhitung murah sehingga bisa menarik minat dalam melakukan pembiayaan gadai emas.
- b) Biaya administrasi ditanggung oleh pihak BMT sehingga mendukung proses pemasaran
- c) persyaratan dalam menggadaikan emas tidak rumit yakni Cuma KTP

2) harga

Strategi Harga adalah salah satu yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, karena dalam memasarkan suatu produk setiap lembaga keuangan harus tau harga yang akan dipasarkan agar bisa laku kepara masyarakat. Adapun Faktor pendorong dari strategi harga yang dilakukan oleh BMT NU Cabang larangan dalam pembiayaan gadai emas yaitu:

a) Biaya ujah/titipan

Biaya ujah atau titipan gadai emas di BMT NU Cabang Larangan dihitung secara harian yakni Rp. 6 untuk kelipatan Rp 10.000 sehingga tergolong murah dibandingkan pembiayaan gadai emas lembaga keuangan yang lain.

b) Biaya Administrasi

Biaya administrasi pada pembiayaan gadai emas tidak ditanggung oleh anggota melainkan ditanggung oleh pihak BMT NU Cabang Larangan, seperti biaya materai dan lain-lain.

3) tempat

Adapun Faktor Pendorong dari Strategi pemasaran yakni tempat BMT NU Cabang Larangan berada di tempat yang strategis yang mudah dijangkau oleh anggota karena berada didekat pasar dan berada di dekat jalan raya.

4) promosi

Adapun faktor promosi yang menjadi faktor pendorong strategi pemasaran di BMT NU Cabang Galis yaitu: Pelayanan jemput bola mendukung proses pemasaran karena anggota tidak perlu repot untuk datang ke BMT dalam melakukan pembiayaan Gadai emas akan tetapi pihak BMT bisa menjemput emas yang ingin digadaikan sehingga diharapkan bisa menarik minat anggota dalam hal pembiayaan gadai emas.

b. Faktor penghambat strategi pemasaran produk gadai emas di BMT Nuansa Umat Cabang larangan

Strategi pemasaran sangatlah penting bagi lembaga keuangan dalam menunjang berhasilnya kegiatan pemasaran untuk menarik minat nasabah maupun calon nasabah ataupun mempertahankan nasabah yang ada. Strategi pemasaran produk gadai emas yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Larangan yakni bauran pemasaran (4p) yaitu product (produk), price (harga), place (tempat) dan promotion (promosi). Dalam menjalankan strategi pemasaran tidaklah mudah, pasti terdapat kendala/penghambat yang dapat memberikan pengaruh terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BMT yaitu:

1) Produk

Produk merupakan bagian terpenting dalam lembaga keuangan, dengan adanya produk dalam pemasaran dapat meningkatkan suatu penghasilan bagi lembaga keuangan. Adapun hambatan dari strategi produk gadai emas yang ada di BMT NU Cabang Larangan yaitu:

- a) Banyaknya lembaga keuangan yang ada di daerah larangan yang menjadi pesaing dalam produk pembiayaan gadai emas
- b) Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang produk gadai emas yang ada di BMT NU cabang larangan, sehingga pihak BMT Larangan harus memberikan pengertian tentang produk gadai emas yang ada di BMT NU Cabang Larangan.

2) Harga

Harga merupakan penentu bagi anggota dalam melakukan pembiayaan gadai emas. Dalam menentukan harga harus mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang terjadi. Hambatan dalam menentukan harga yaitu harga emas yang setiap harinya berubah kadang naik kadang turun sehingga penentuan biaya ujah atau biaya titipan tidak menentu setiap harinya karena dihitung harian.

3) Tempat (saluran distribusi)

Penentuan lokasi/saluran distribusi merupakan hal yang penting karena letak lokasi yang strategis sangat memudahkan bagi anggota untuk bisa melakukan pembiayaan khususnya pembiayaan gadai emas. Adapun kendala dalam hal pemilihan lokasi dan

saluran distribusi yaitu jumlah lembaga keuangan yang berada tidak jauh dari lokasi BMT NU Cabang larangan yang juga sam memiliki produk gadai emas dan adanya rumah calon anggota pembiayaan gadai emas yang sulit ditempuh serta jaraknya jauh yang meminta layanan jemput bola.

4) Promosi

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggota pembiayaan gadai emas. Adapun kendala dari promosi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Larangan Yaitu:

1. Tidak semua masyarakat yang didatangi oleh pihak BMT NU cabang Galis tertarik untuk melakukan pembiayaan gadai emas karena mereka telah melakukan pembiayaan emas di lembaga keuangan lain.
2. Promosi melalui penyebaran brosur memiliki pengaruh yang cukup lama jika dibandingkan dengan rekomendasi dari orang lain yang pernah melakukan gadai emas di BMT NU Cabang larangan Pamekasan.