

ABSTRAK

Isnaniyah Novianti, 2022, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing Ainol Yakin, SE,MM.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Produk Gadai Emas*

BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan merupakan lembaga keuangan yang membutuhkan strategi pemasaran dalam memasarkan produknya. Pentingnya suatu pemasaran yaitu dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan akan produk jasa. Tujuan dilakukannya strategi pemasaran yaitu untuk memperkenalkan dan mempertahankan produknya dalam rangka menghadapi persaingan antar lembaga keuangan lainnya.

Dari penjelasan di atas, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu *pertama*, Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Rahn*) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan. *Kedua*, Bagaimana Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Gadai Emas (*Rahn*) di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang diperoleh oleh peneliti yaitu berupa wawancara, observasi, serta dokumentasi. Sedangkan untuk pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan oleh pihak BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan pada produk gadai emas dalam menerapkan strategi pemasarannya dengan menggunakan *Marketing* dan *STP*. Bauran pemasarannya yang menonjol yaitu *price* yang ditetapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan relatif murah. *Place* BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yang strategis dekat dengan keramaian sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat. *Promotion* yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dengan cara menyebar brosur, sosialisasi, dan melalui media sosial. Yang terakhir *Proses* produk gadai emas BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu mudah, cepat, tidak perlu menunggu lama. Selain itu segmentasi nya fokus pada masyarakat kabupaten Pamekasan. Targeting yaitu target pasar pada produk gadai emas adalah semua kalangan masyarakat dan positioningnya yaitu harganya yang relatif murah dan biaya pemeliharaannya dihitung per hari. Peningkatan jumlah nasabah produk gadai emas BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan mengalami fluktuasi terbukti pada tahun 2018-2019 dengan presentase sebesar 46,79%, tahun 2019-2020 dengan presentase 14,8%, dan pada tahun 2020-2021 dengan presentase sebesar 29,50%.