

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya tentang Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Rahn*) Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan untuk menarik minat nasabah pada produk gadai emas yaitu dengan cara menggunakan empat variabel bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang pertama terdiri dari strategi *price* (harga) yaitu *ujroh* yang ditetapkan lebih kecil dibandingkan dengan lembaga lainnya, kedua strategi *place* (tempat) yaitu lokasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yang strategis yaitu berada di dekat alun-alun kota Pamekasan sehingga masyarakat mudah mengetahuinya, ketiga yaitu strategi *promotion* (promosi) marketing BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan melakukan promosi langsung kepada masyarakat dengan menyampaikan keunggulan yang ada pada produk gadai emas, keempat strategi *process* (proses) untuk produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan prosesnya yaitu cepat, mudah, tidak ribet, nasabah tidak perlu menunggu terlalu lama. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan dalam melakukan strategi pemasaran selain menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) juga menggunakan

STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) yang terdiri dari Segmentasi menghasilkan sebuah segmen berdasarkan geografik dan demografik yang segmentasi pasarnya lebih dominan masyarakat kabupaten Pamekasan, *Targeting* nya berdasarkan cangkupan pasar penuh, dengan cara ini perusahaan dapat melayani semua segmen yang ada. Target pasar harus sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan seperti produk gadai emas kepada masyarakat.

2. Peningkatan jumlah nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan yaitu mengalami fluktuasi terbukti dari tahun 2018 ke tahun 2019 dengan jumlah presentase peningkatan jumlah nasabah sebesar 46,79%, dari tahun 2019-2020 mengalami penurunan nasabah yaitu dengan jumlah presentase sebesar 14,38%, dan dari 2020-2021 mengalami peningkatan yaitu dengan jumlah presentase 29,50%.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan, hendaknya karyawan BPRS Bhakti Sumekar mendatangi langsung nasabah yang ingin menggadaikan emas nya di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya tersebut.
2. Bagi Mahasiswa atau Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan lagi dalam meneliti tentang Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dalam

Upaya Menarik Minat Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya  
Pamekasan.