

## ABSTRAK

Zailir Rahmah, 2023, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Ah. Shibghatullah Mujaddidi, M.A.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Gadai.*

Strategi pemasaran merupakan kegiatan yang memiliki rancangan dibuat untuk mencapai tujuan yang disusun oleh perusahaan agar tercapainya target penjualan perusahaan serta terjadinya kelancaran pada usaha yang dibangun. Dalam lingkungan KCP BSI Sumenep terdapat beberapa kantor lembaga lain seperti pegadaian, BMT NU, dan bank BPRS yang menyediakan jasa titipan atau gadai emas seperti yang disediakan oleh BSI Sumenep. Lembaga-lembaga tersebut memiliki lokasi yang berdekatan sehingga menimbulkan persaingan yang cukup sengit dalam menarik minat nasabah disekitar untuk menggunakan jasa titipan atau gadai. Maka dari itu BSI Sumenep perlu menyusun strategi sedemikian rupa untuk menarik minat nasabah.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dimana penelitian ini bersifat deskriptif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan empiris. Data primer pada penelitian ini adalah *Branch Manager, Customer Service*, dan 8 Nasabah. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari buku-buku dan catatan-catatan serta sumber lain seperti jurnal dan dokumen. Prosedur pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, paparan data, penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran di produk gadai yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep dalam menarik minat nasabah yaitu dengan memberikan variasi produk gadai, harga termasuk murah, lokasi yang strategis, dan menyebar brosur, melakukan grebek pasar tiga kali seminggu, memasang spanduk, memberikan pelayanan yang cepat dan aman. Faktor pendukung pemasaran produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu: 1) nasabah mudah paham tentang apa yang disampaikan pihak bank; 2) tempat yang strategis yaitu di Jl. Trunojoyo no. 214 (dekat alun-alun); 3) nasabah menebus barang gadai tepat waktu; 4) kenyamanan nasabah sehingga puas dengan produk gadai BSI Sumenep; 5) harga produk gadai lebih murah dari pada competitor; 6) nasabah tidak nunggak dalam pembayaran. Faktor penghambat pemasaran produk gadai di Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep yaitu: 1) terdapat banyak kompetitor yang menawarkan produk gadai; 2) nasabah telat menebus barang gadai; 3) banyak kompetitor yang memiliki lokasi berdekatan dengan BSI KCP Sumenep.