

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Profil Bank Jatim Syariah Capem Sampang

1. Sejarah Bank Jatim

Bank Jatim dulunya bank pembangunan daerah Jawa Timur adalah sebuah badan usaha milik daerah (BUMN) di provinsi Jawa Timur. PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk (Bank Jatim) didirikan dengan nama PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur pada tanggal 17 Agustus 1961 dengan akta yang dibuat oleh Notaris Anwar Mahajudin, Nomor 13 tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, maka Pemerintah Daerah Tingkat 1 Jawa Timur mengeluarkan Pemerintah Daerah tersebut di sahkan oleh Menteri Dalam Negeri dalam Surat Keputusan No. Pem. 10/5/26-18 tanggal 31 Januari 1977 dan diumumkan dalam Lembaran Daerah Provinsi Daerah Tingkat 1 Jawa Timur tahun 1977 Seri C No. 1/c tanggal 1 Februari 1977. Peraturan Daerah tersebut mengalami beberapa kali perubahan, dan yang terakhir diubah dengan peraturan Daerah No. 11 tahun 1996, tanggal 30 Desember

1996 yang di sahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Surat Keputusan No. 584.35-280 tanggal 21 April 1997. Surat Keputusan No.584.35-317 tanggal 14 April 1999, maka bentuk hukum Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur diubah dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas.

Perubahan status bentuk hokum tersebut sesuai dengan akta No.1 tanggal 1 Mei 1999 yang dibuat oleh Notaris R.Sonny Hidayat Julisty, S.H., dan telah di sahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2.8227.HT.01.01.TH.99 tanggal 5 Mei 1999 serta diumumkan dalam Lembaran Berita Negara Republik Indonesia tanggal 25 Mei 1999 No.42, Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No.3008/1999.

Perkembangan perekonomian dan dalam rangka memenuhi persyaratan sebagai BPD Regional Champion yang salah satunya para meternya adalah untuk memperkuat permodalan, maka dilakukan perubahan Anggaran Dasar Perseroan berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Rapat Umum Luar Biasa Perseroan Terbatas Nomor 89 tanggal 25 April 2012, dibuat oleh Notaris Fathiyah Helmi, S.H., di Jakarta yang telah memperoleh persetujuan dari kementerian

Hukum dan HAM berdasarkan Surat Keputusan Nomor AHU-22728.AH.01.09 Tahun 2012 Tanggal 30 April 2022 serta berdasarkan Surat Keputusan Bapepam Tanggal 29 Juni 2012 Dinyatakan efektif untuk pernyataan pendaftaran dan berubah nama menjadi PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.

Bank mulai melakukan kegiatan operasional sesuai Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.BUN 9-4-5 pada tanggal 15 Agustus 1961. Sedangkan Unit Usaha Syariah (UUS) dibentuk dan mulai beroperasi sejak tanggal 21 Agustus 2007 sesuai dengan Surat Persetujuan Prinsip Pendirian UUS dari Bank Indonesia No. 9/75/SD/Sb tanggal 4 April 2007.

Entitas induk terakhir dari Bank adalah Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Bank memperoleh izin untuk beroperasi sebagai Bank Devisa berdasarkan SK Direksi Bank Indonesia (“BI”) No. 23/28/KEP/DIR tanggal 2 Agustus 1990.

Sesuai dengan pasal 3 Anggaran Dasar Bank tersebut, ruang lingkup kegiatan Bank adalah menjalankan kegiatan usaha dibidang perbankan, termasuk perbankan berdasarkan syariah serta kegiatan perbankan lainnya yang

lazim sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tugas utama Bank adalah ikut mendorong pertumbuhan potensi ekonomi daerah melalui peran sertanya dalam mengembangkan sector-sektor usaha kredit kecil dan menengah dalam rangka memperoleh laba yang optimal. Kegiatan utamanya yaitu menghimpun dan memberikan jasa-jasa perbankan lainnya.

Bank Jatim syariah adalah salah satu unit usaha syariah milik Bank Jatim. Sejalan dengan pasal 3 Anggaran Dasar, ruang lingkup kegiatan bank adalah menjalankan kegiatan usaha di bidang perbankan. Hal ini termasuk juga perbankan yang menerapkan prinsip syariah dan kegiatan perbankan lainnya yang lazim sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur (Bank Jatim) pertama kali beroperasi pada 15 Agustus 1961. Selang dua hari, tepat di Hari Kemerdekaan Republik Indonesia 17 Agustus 1961 Bank Jatim Didirikan secara resmi. Pada 2012, bank Jatim melepas sahamnya ke public sebesar 20%. Tiga tahun kemudian, pada tahun 2015, Bank Jatim mengeluarkan produk Simpanan, seperti Jatim prioritas, Tabungan simple,

Tabungan dan Kredit Siumi, serta Tabungan Siklus Nelayan. Pada 2007, unit usaha Bank Jatim Syariah resmi dibentuk. Tepatnya, pada 21 Agustus 2007, Bank Jatim Syariah mulai beroperasi.

2. Visi Misi, Dan Badan Hukum Bank Jatim Syariah Capem Sampang

a. Visi

Menjadi “BPD No.1” di Indonesia

b. Misi

- Akselerasi kinerja dan informasi bisnis yang sehat menuju digital bank dengan SDM yang berdaya saing tinggi.
- Memberikan kontribusi pertumbuhan ekonomi Jawa Timur.
- Menerapkan prinsip-prinsip keuangan berkelanjutan.

c. Badan Hukum Bank Jatim Syariah Capem Sampang

Bank Jatim berbentuk perseroan terbatas (PT). namun untuk unit usaha syariah Bank Jatim belum berdiri masih sementara dalam pasal 7 undang-undang No.21

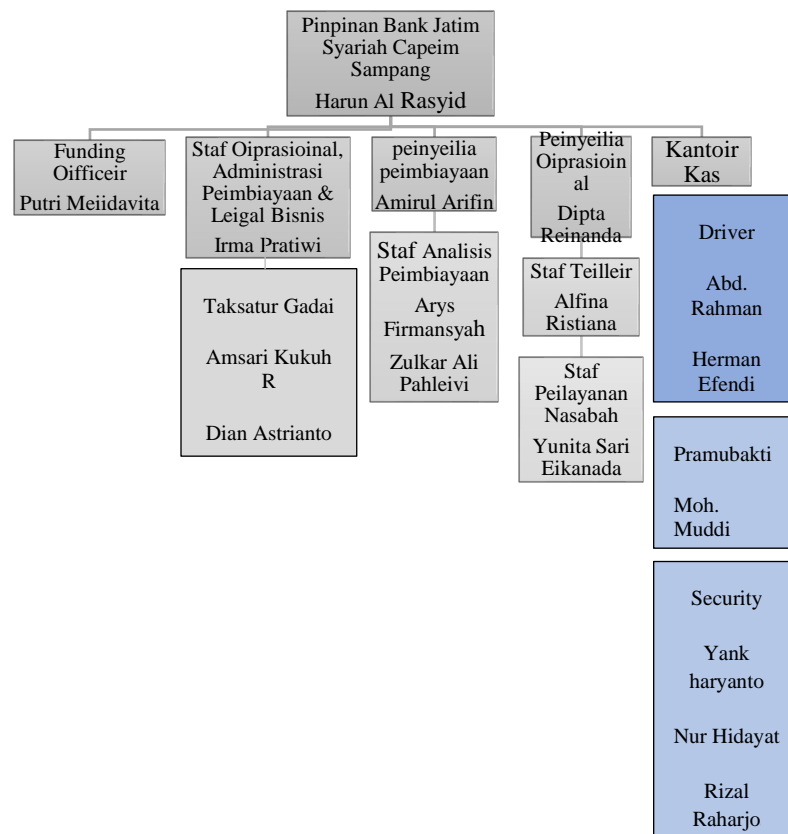
Tahun 2008 ditegaskan bahwa bentuk badan hukum bank syariah adalah perseroan terbatas (PT), dengan demikian suatu bank syariah harus memenuhi segala persyaratan yang ditentukan dalam undang-undang No.40 tahun 2007 (LN tahun 2007 No. 106) tentang perseroan terbatas. Dalam kaitan dengan perseroan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah pasar 109 Undang-undang No. 40 tahun 2007 menentukan sebagai berikut:

- Perseroan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selain mempunyai Dewan Pengawas Syariah.
- Dewan Pengawas Syariah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas seorang ahli syariah atau lebih yang diangkat oleh RUPS atas rekomendasi majelis Ulama Indonesia.
- Dewan Pengawas Syariah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertugas memberikan nasihat dan saran kepada Direksi serta mengawasi kegiatan

perseroan agar sesuai dengan prinsip syariah

3. Struktur Organisasi Perusahaan Bank Jatim Syariah

Capem Sampang



4. SOP Produk Bank Jatim Syariah Capem Sampang

Bank Jatim Syariah Capem Sampang memiliki beberapa produk penghimpunan dana, penyaluran dana serta jasa layanan Bank lainnya antara lain:

a. Produk penghimpun dana

- Tabungan Barokah
- Tabungan Barokah Sejahtera
- Tabungan Rencana IB Barokah
- Tabungan Pensiun IB Barokah
- Tabungan Haji Amanah
- Tabungan Umrah IB Amanah
- Tabunganku IB
- Tabungan Simple IB

b. Produk Penyaluran Dana

- Pembiayaan Multi Guna Syariah
- Pembiayaan Kafalah
- Emas IB Barokah
- Kepemilikan Logam Emas IB Barokah
- Konsumtif dan produktif
- Umroh IB Maqbula
- KPR IB Barokah

- Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik
- Pembiayaan Investasi dan Modal Kerja
- Pembiayaan Piutang (Anjak Piutang) IB Barokah
- Pembiayaan Investasi Terkait IB Barokah

5. Jumlah Nasabah Emas IB Barokah Bank Jatim Syariah

Capem Sampang

Table 1.4

Jumlah nasabah emas IB barokah Bank Jatim Syariah Capem
Sampang

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	744
2	2018	994
3	2019	655
4	2020	638
5	2021	683
6	2022	645

Sumber Data: wawancara dengan bapak amsari

B. Paparan Data

Berdasarkan penelitian yang peneliti kerjakan di lapangan, baik dengan cara observasi, wawancara maupun dokumentasi, maka peneliti akan memaparkan data-data sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang.

Strategi disini merupakan cara yang dilakukan setiap perusahaan baik perusahaan barang maupun jasa akan selalu berusaha untuk berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Maka, setiap perusahaan harus mampu menetapkan dan menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan harus terarah agar dapat mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dalam jangka panjang.

Dalam hal ini kegiatan pemasaran dikenal sebagai *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran. Dalam melakukan penjualan demi memperoleh profit dibutuhkan sebuah strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan khususnya lembaga keuangan dalam menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi keuangan. Dalam hal ini salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah Capem Sampang secara umum dalam menarik minat nasabah menggunakan 7P Produk (*Product*), Harga(*Price*), Lokasi(*Place*), Promosi(*Promotion*), orang(*People*), Bukti fisik (*Physical Evidence*), Proses(*Process*), akan tetapi untuk strategi

bank jatim syariah capem sampang lebih mengutamakan pelayanan sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak harun dalam wawancara berikut:⁴¹

“untuk strategi yang kami gunakan untuk menarik minat nasabah yaitu dengan strategi pada umumnya yaitu strategi 7P, akan tetapi kami lebih memaksimalkan pelayanan, serta ujroh/margin yang kita terapkan lebih murah dari pada pegadaian lainnya”⁴²

Hal senada juga disampaikan oleh bapak amsari dalam wawancara sebagai berikut:

“Memang strategi yang kami gunakan untuk menarik minat nasabah menggunakan stratgei 7 P, akan tetapi saya pribadi itu lebih mengutamakan pelayanan, gimana caranya agar kita dapat membuat nasabah aman dan nyaman. Nah caranya gimana? Jadi kita tidak focus di strategisnya/perang harga akan tetapi gimana istilahnya perlakuan dari pendekatan dari masing-masing petugas terhadap nasabah, karna apa? Ketika mereka merasa nyaman dengan pelayanan tersebut mereka pasti akan mereferensikan pelayanan dari perusahaan tersebut ke orang-orang terdekatnya. Selain itu ujroh/margin yang kami terapkan juga lebih murah dibandingkan pegadaian lainnya”⁴³

Hal senada juga disampaikan oleh ibu aisyah selaku nasabah produk gadai di Bank Jatim Syariah Capem Sampang dalam wawancara sebagai berikut:

“Saya sudah 3 tahun menjadi nasabah produk gadai ini memang mengakui bahwa pelayanan yang dilakukan memang sangat memuaskan dan tidak pernah mengecewakan, apalagi

⁴¹ Harun Al-Rasyid, Pimpinan Bank Jatim Syariah Capem Sampang

⁴² Harun Al-Rasyid, Pimpinan Bank Jatim Syariah Capem Samang, wawancara langsung (10 April 2023)

⁴³ Amsari Kukuh R, Taksatur Gadai, wawancara langsung (11 April 2023)

ujroh/margin yang diterapkan memang lebih murah dari pegadaian lainnya”⁴⁴

Hal senada juga disampaikan oleh bapak ghafur selaku nasabah produk gadai emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang dalam wawancara sebagai berikut:

“Sejauh ini Bank Jatim Syariah Capem Sampang memang tidak pernah mengecewakan saya perihal pelayanan, ditambah lagi dengan ujroh/margin yang memang lebih murah dibandingkan pegadaian lainnya, saya jadi betah menjadi nasabah gadai selama 5 tahun ini”⁴⁵

Hal senada juga disampaikan oleh bapak surya selaku nasabah produk gadai emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang dalam wawancara sebagai berikut:

“Kalo saya pribadi sejauh ini melihat ujroh/margin yang memang lebih murah dibandingkan pegadaian lainnya membuat saya tertarik, ditambah dengan pelayanan yang cukup memuaskan”⁴⁶

Hal senada juga disampaikan oleh bapak mamad selaku nasabah produk gadai emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang dalam wawancara sebagai berikut:

“Saya sudah 3 tahun menjadi nasabah gadai di bank jatim syariah capem sampang ini sangat suka dengan pelayanannya yang memang selalu memuaskan meskipun itu kepada nasabah lama ataupun baru, perlakuan mereka tidak pernah berubah, malah semakin lama semakin akrab, ditambah dengan ujroh/margin yang memang lebih murah dibandingkan pegadaian lainnya”⁴⁷

⁴⁴ Aisyah, Nasabah Gadai Bank Jatim Syariah Capem Sampang, wawancara langsung (10 April 2023)

⁴⁵ Ghafur, Nasabah Gadai Bank Jatim Syariah Capem Sampang, wawancara langsung (10 April 2023)

⁴⁶ Surya, Nasabah Gadai Bank Jatim Syariah Capem Sampang, wawancara langsung (10 April 2023)

⁴⁷ Mamad, Nasabah Gadai Bank Jatim Syariah Capem Sampang, wawancara langsung (10 April 2023)

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Fatimah selaku nasabah produk gadai di Bank Jatim Syariah Capem Sampang dalam wawancara sebagai berikut:

“Pokoknya bank Jatim Syariah Capem Sampang ini memang perlu dikasih apresiasi dek, dilihat dari pelayanannya yang sangat totalitas ditambah dengan ujroh/margin yang memang lebih murah dari pegadaian lainnya, makanya saya masih betah jadi nasabah gadai selama 3 tahun ini”⁴⁸

Hal senada juga disampaikan oleh ibu zahroh selaku nasabah produk gadai di Bank Jatim Syariah Capem Sampang dalam wawancara sebagai berikut:

“Kalo soal peayanan memang Bank Jatim Syariah Capem Sampang ini sangat totalitas dek, mereka melayani nasabah dengan sangat baik, dari beberapa pegadaian yang saya kunjungi memang hanya Bank Jatim Syariah Capem Sampang ini yang pelayanannya sangat totalitas juga ujroh/margin yang memang lebih murah dibandingkan pegadaian lainnya menurut saya”⁴⁹

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariha Capem Sampang secara umum dalam menarik minat nasabah menggunakan 7 P, akan tetapi strategi yang mereka terapkan lebih mengutamakan pelayanan serta ujroh/margin yang memang lebih murah dibandingkan pegadaian lainnya.

⁴⁸ Fatimah, Nasabah Gadai Bank Jatim Syariah Capem Sampang, wawancara langsung (10 April 2023)

⁴⁹ Zahroh, Nasabah Gadai Bank Jatim Syariah Capem Sampang, wawancara langsung (10 April 2023)

2. Faktor Pendukung Penerapan Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang

Dalam menjalankan aktivitas kegiatan operasionalnya terutama pada produk gadai emas. Bank Jatim Syariah Capem Sampang disini memberikan pelayanan secara makasimal terhadap nasabahnya. Agar teknik pemasaran yang diterapkan menjadi efektif dan sukses, maka penting untuk memperhatikan factor pendukung yang dilakukan.

Penjelasan mengenai faktor pendukung yang diterapkan di Bank Jatim Syariah Capem Sampang disini hasil wawancara dengan bapak harun sebagai berikut:

“Berbicara perihal faktor pendukung disini yaitu dari perorangnya. Yang artinya bagaimana cara pegawai gadai melayani snasabah dengan sangat baik bahkan tanpa celah sedikitpun. Karna yang dibutuhkan nasabah yaitu kecepatan proses”⁵⁰

Hal senada juga disampaikan oleh bapak amsari selaku Taksatur Gadai di Bank Jatim Syariah Capem Sampang dalam wawancara sebagai berikut:

“faktor pendukung dari strategi yang digunakan yaitu fokus di personelnnya. Gimana caranya nanti factor pelayanannya sangat memuaskan, sehingga membuat nasabah tidak punya celah untuk merasa kecewa dengan pelayanan yang kami terapkan”⁵¹

⁵⁰ Harun Al-Rasyid, Pimpinan Bank Jatim Syariah Capem Sampang, wawancara langsung (10 April 2023)

⁵¹ Amsari Kukuh R, Taksatur Gadai, wawancara langsung (10 April 2023)

Hal senada juga disampaikan oleh bapak dipta selaku Penyelia Operasional di Bank Jatim Syariah Capem Sampang dalam wawancara sebagai berikut:

“faktor pendukung dari strategi yang digunakan yaitu terletak di personelnnya juga di alat-alat yang digunakan”⁵²

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwasannya faktor pendukung yang diterapkkan di Bank Jatm Syariah Capem Sampnag disini lebih di fokuskan di personelnnya. Jadi sesuai dengan kebutuhan nasabah, yaitu kecepatam proses.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan data lapangan yang telah peneliti kumpulkan dari wawancara, observasi dan dokumentasi di Bank Jatim Syariah Capem Sampang, maka terdapat beberapa hasil temuan peneliti yang dilampirkan dalam bentuk tulisan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang.

Hasil dari temuan penelitian tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah

⁵² Dipta Renanda, Penyelia Operasional, wawancara langsung (10 April 2023)

menggunakan produk gadai emas di bank jatim syariah capem sampang disini yaitu:

- a. Pelayanan, yang mana pelayanan yang diterapkan di Bank Jatim Syariah Capem Sampang disini bisa dikatakan sangat memuaskan terhadap nasabah sehingga dapat menarik minat nasabah. bisa dikatakan memuaskan dikarenakan karyawan gadai melayani nasabah dengan sangat baik dan penuh pengertian sehingga nasabah merasa nyaman dengan pelayanan tersebut.
- b. Harga, yang mana harga disini bisa dikatakan lebih murah dibandingkan pegadaian lainnya, yang mana mereka menggunakan margin yang s
- c. Orang, orang disini yaitu karyawan gadai, cara memperlakukan nasabah dengan baik sehingga dapat menarik minat nasabah. ketika mencapai tenggat waktu tertentu maka nasabah akan dihubungi oleh karyawan gadai.
- d. Proses, yang mana proses yang diterapkan di Bank Jatim Syariah Capem Sampang ini terlampau mudah dan gampang sehingga dapat menarik minat

- nasabah. yang dimaksud terlampau mudah yaitu prosesnya disini tidak harus menunggu berhari-hari.
- e. Tempat sudah sangat strategis dan juga sangat mendukung untuk adanya distribusi dan pelayanan nasabah. Tempat yang strategis juga mendukung adanya nasabah.
 - f. Promosi disini menggunakan media digital diantaranya banner, social media, dan juga flayer flayer untuk mendukung tercapainya sebuah target. Akan tetapi yang lebih diutamakan adalah sistem komunikasi kepada sesama nasabah.
 - g. Bukti fisik disini berupa dengan adanya perusahaan yang terlihat oleh para calon-calon nasabah dan juga pelayanan secara cepat dan membuat nasabah nyaman.

2. Faktor Pendukung Penerapan Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang.

Hasil dari temuan penelitian tentang faktor pendukung penerapan strategi pemasaran produk gadai emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang disini yaitu:

- a. Perorangan, maksudnya yaitu karyawan gadai cepat dalam melayani nasabah, karna yang dibutuhkan nasabah yaitu kecepatan proses.
- b. Mulut ke mulut , yang di maksud mulut ke mulut disini yaitu kebanyakan nasabah menggunakan produk gadai ini berasal dari info mulut ke mulut dan terbukti hal tersebut sangat ampuh.
- c. Media social sangat membantu untuk strategi pemasaran dan juga untuk menarik minat nasabah. Tidak hanya media social tapi juga menggunakan media nyata seperti : banner, flayer, dan juga browsur.

Dari faktor pendukung diatas sama sama menjadi penting tapi hal yang diutamakan adalah mulut kemulut dan juga perorangannya.

D. Pembahasan

Dalam pembahasan ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian mengenai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang.

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang.

Gadai disini merupakan fasilitas pinjaman yang diberikan berdasarkan kesepakatan dengan menggunakan akad Qardh, Rahn dan Ijarah, dimana nasabah menyerahkan secara fisik barang berharga berupa emas (baik lantakan maupun perhiasan), selanjutnya nasabah menerima surat Gadai sebagai jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada Bank Jatim Syariah Capem Sampang. Pada produk gadai disini strategi pemasarannya menggunakan 7P:

- a. Produk (*Product*) atau pelayanan yang diterapkan di Bank Jatim Syariah Capem Sampang disini bisa dikatakan sangat memuaskan terhadap nasabah sehingga dapat menarik minat nasabah. bisa dikatakan memuaskan dikarenakan karyawan gadai melayani nasabah dengan sangat baik dan penuh pengertian sehingga nasabah merasa nyaman dengan pelayanan tersebut. Karyawan gadai disini memang betul-betul mengerahkan

pelayanan mereka secara keseluruhan tanpa setengah-setengah

- b. Harga (*Price*) harga disini bisa dikatakan lebih murah dibandingkan pegadaian lainnya, ada beberapa poin yang bisa dikatakan harga disini lebih murah dibandingkan pegadaian lainnya: 1. Biaya admin di BJS Capem Sampang antara Rp. 10.000 s.d Rp. 35.000 sementara di tempat lain dihitung berdasarkan pinjaman. 2. Biaya ujroh di BJS Capem Sampang hanya 1,4% di tempat lain di atas 1,5% pegadaian malah 2,3%. 3. Di BJS Capem Sampang perhitungan lama pinjaman di hitung setiap 10 harian sementara di tempat lain rata-rata setiap 15 harian.
- c. Lokasi (*Place*) sudah sangat strategis dan juga sangat mendukung untuk adanya distribusi dan pelayanan nasabah. yang mana lokasinya disini tepat berada di pinggir jalan tepatnya di jalan Jl. Jaksa Agung Suprpto No.65, Rw. III, Gn. Sekar, Kec. Sampang, Kabupaten Sampang, Jawa Timur 69216. Tempat yang strategis juga mendukung adanya nasabah.

- d. Promosi (*Promotion*) Promosi disini menggunakan media digital diantaranya banner, social media, dan juga flayer flayer untuk mendukung tercapainya sebuah target. Akan tetapi yang lebih diutamakan adalah sistem komunikasi kepada sesama nasabah. karena komunikasi terhadap sesama nasabah sangat membantu untuk menarik para calon-calon nasabah baru.
- e. Orang (*People*) orang disini yaitu karyawan gadai, cara memperlakukan nasabah dengan baik sehingga dapat menarik minat nasabah. ketika mencapai tenggat waktu tertentu maka nasabah akan dihubungi oleh karyawan gadai. Karyawan gadai disini betul-betul sangat intens dalam mengingatkan nasabah jika waktunya sudah sampai.
- f. Bukti fisik (*Physical Evidence*) adanya keberadaan perusahaan dan juga pelayanan secara cepat dan membuat nasabah nyaman.

Kesimpulannya dari tujuh 7P strategi diatas yang lebih diutamakan adalah 4P yaitu : Produk, harga, proses, orang.

- g. Proses (*Process*) proses yang diterapkan di Bank Jatim Syariah Capem Sampang ini terlampau mudah dan gampang sehingga dapat menarik minat nasabah.

Akan tetapi hasil wawancara peneliti terhadap pimpinan dan karyawan gadai menegaskan bahwa yang paling mereka utamakan yaitu pelayanan kepada nasabah. Juga dari faktor perorangannya.

2. Faktor Pendukung Penerapan Strategi Pemasaran Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Jatim Syariah Capem Sampang.

Berbicara perihal faktor pendukung penerapan strategi pemasaran disini ditegaskan dari hasil wawancara dengan pimpinan serta karyawan gadai Bank Jatim Syariah Capem Sampang bahwasannya faktor pendukung dari strategi pemasaran tersebut yaitu dari perorangannya. Yang

mana karyawan gadai cepat melayani nasabah, karena yang dibutuhkan nasabah yaitu kecepatan proses.

Ada beberapa 3 point faktor pendukung strategi pemasaran tersebut diantaranya :

- a. Perorangan, maksudnya yaitu karyawan gadai cepat dalam melayani nasabah, karna yang dibutuhkan nasabah yaitu kecepatan proses. Disini bisa dikatakan cepat melayani nasabah yaitu nasabah tidak perlu menunggu berhari-hari untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan
- b. Mulut ke mulut , yang di maksud mulut ke mulut disini yaitu kebanyakan nasabah menggunakan produk gadai ini berasal dari info mulut ke mulut dan terbukti hal tersebut sangat ampuh. Semisal buk surti sudah menjadi nasabah di BJS Capem Sampang dan beliau memiliki tetangga maka beliau akan memaparkan BJS Capem Sampang itu bagaimana keadaan yang ada di sana sehingga hal tersebut menarik calon nasabah untuk menjadi nasabah di BJS Capem Sampang.
- c. Media social sangat membantu untuk strategi pemasaran dan juga untuk menarik minat

nasabah. Tidak hanya media social tapi juga menggunakan media nyata seperti : banner, flayer, dan juga browsur.